

ラップ東京では、皆様のご参考になるニュースを抜粋し配信しております。バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

ホームページと地域密着営業

多くの企業が自社のホームページを運営する中、現在は検索サイトの上位に表示されるための広告が多く利用されています。アクセス数が気になるのはホームページを運営していれば当然のこと。何とかアクセスアップを・・・というニーズに悩んでいるのがこの広告です。しかしながら、アクセス後に実際に商売(収益)にならないと何の意味もありません。

さて、ホームページで集客するというポイントでみると商品やサービスを全国に販売・PRをしたい会社のホームページと地域に密着してサービス展開をしている会社のホームページがあります。前者は、全国レベルで宣伝をしていきたいので、ある程度の費用をかけて幅広く・効率的に広告活動をしていく必要があります。商圏を限って行っている会社はその商圏のお客様を獲得していく広告活動が必要になります。つまり、広告活動のひとつであるホームページ活用と言ってもその方法は前者と後者とは少し違ってくるのではないのでしょうか？

前者は、全国どこでもビジネスにつながるチャンスがあり(例えば通販サイト)、後者の会社の場合は自社の商圏内のお客様に興味を持ってもらい、アクセスしてもらったことによりビジネスにつながります。そこで、本当に見てもらいたい人に見てもらったためにチラシやダイレクトメールなどの従来の方法とネットを組み合わせてみてはどうでしょうか？

例えば、チラシやダイレクトメールを「キツカケ」にホームページへ誘致するのです。スペースが限られる誌面では伝えきれない内容をホームページで情報を発信します。多くの会社がすでに行っています。ホームページからクーポンを取得でき、それを持って来店を促すという方法もまだまだ効果があると思います。

また、過去のお客様へは、「リピーター特典あり。ホームページからご覧ください」といったような内容でダイレクトメールなどを送り再来店を促すのもいいと思います。「愛車の身近なパートナー」として地域ナンバー1企業を目指した活動の第一歩になるかもしれません。

ポイント

携帯電話のホームページも広告ツール！

QRコードは2次元コードの一種で読み取り機能のある携帯電話で読み取ります。

最近、QRコードを名刺やポスターに印刷している会社も増えてきました。ホームページアドレスがわからなくても、このコードから簡単にアクセスが可能です。



ラップ東京



リペアナビ

編集者のひとり言

今年が犬年。無類の犬好きの私ですが、干支は猿なのです。昔から「犬猿の仲」なんていわれちゃうけど、大好きワンコにちなんで、ワンフルな年にしたいです。