

今こそ強化、ホームページ&WEB販促(参照:商業界 2020「5月号」4P 抜粋)

～今からでも遅くない店が機能する＝お客に喜ばれるホームページを作ろう～

お客と双方のメリット① お客のいる場所近い順に出てくる販売店

例えばお客が自動車を買おうと思ったとき、従来であれば、「どのメーカーにするか→車種は何→予算は幾ら→新車か中古か→どこで買うか」というふうに順序があります。途中はあたりなかつたりするでしょうが、いずれにせよ段階的にしか店や商品にたどり着くことができません。

しかし店にHPがあれば、「トヨタ、中古車、豊橋」というキーワードで検索したら、それを扱っている豊橋市内の店がすぐ見つかります。

また、ネットのアカウントには所在地がひも付いていますので、最近は「ホンダ、中古車、百万円以下」などと検索しただけで、特にどこも入れなくても自分のいる場所から近い順に条件にかなう販売店が一覧で出てきます。これはよく考えたらスゴイことです。

お客と双方のメリット② いつでもどこでもハードルを越えて店にアクセスできる



私は「脳を揺さぶるビジネスフォーラム」を定期開催しており、そのなかで参加者をいろいろと表彰しますが、3年前ぐらいにオリジナルの表彰状を作ってくれる業者を探したときに、「表彰状、印刷」みたいな感じで検索して和歌山県の業者を見つけました。見たことも聞いたことも行ったこともない業者です。それでも、以来毎年そこで頼んでいます。

これがもし従来のように近所の文房具店づてで探していたら、「賞状か。当たってみるわ」と言われて2週間ぐらいして「書ける人いたよ」となって、やっと話が動きだしていたでしょう。両者の利便性と即応性は異次元レベルです。

また、賞状のような商材だと元の商品(印刷データ)が残っていますから、もしHPがお客も発注ページに入れる仕様になっていれば、前回発注した賞状の「第何回」の箇所を注文側で変更られます。いちいち営業時間を待って電話で注文する手間が省けてこちらも楽、向こうも楽。HPがあることで双方が楽になるのです。

賞状の例は遠方の業者ですが、他にも、皆さんも近所に“人見知り”ならぬ“店見知り”をしている店が一つか二つあるのではないのでしょうか。そういう「ハードルが高いと思われがちな店」ほど、HPを持つメリットがあります。店内の様子や料理の写真がメニューと一緒に掲載されていれば、お客は意を決してのれんをくぐらなくても店内の雰囲気や価値観がつかめます。店も表の店構えだけで敬遠されることがなくなります。

以上のように、HPには基本的なものだけでも、

- ① 物理的な制約や段階を飛び越えて見つかる、見つけてもらえる
- ② お客と店双方に利便性があり、楽になる
- ③ 擦れ違いのリスクが減る

というメリットがあります。また、3つ全てに通じるアルファのメリットとして、

α：店のことを事前に知ることができる、知ってもらえるという点も見逃せません。ちなみにこれらのメリットの究極形、つまりオメガが、

Ω：サブスクリプションモデルで買える、買ってもらうです。昔でいう

ところの頒布会商法です。お客は注文することすら不要で商品を購入でき、店は毎週とか毎月とかの決まったサイクルで必ず利用してもらえます。HPの仕様次第ではこれも可能なのです。

