

住宅&住宅設備トレンドウォッチ

ウェブ販促事例

住宅&住宅設備トレンドウォッチ

ホームページへの「集客」を考える

INDEX

2019.4.19

- ① 「ウェブ広告」、AI化で変化あり
- ② 「SEO」、最低限やっておきたいこと
- ③ 「ウェブ外」、QRコードの利用率が上昇？

ネット集客において核となるのは、自社のホームページです。内容を充実させ、資料請求・来場のための積極的な仕掛けを打たなければなりません。

しかし、どれだけ充実したホームページを作成しても、そのホームページを見に来るユーザーが増えなければ、あまり意味がありません。ネット集客を軌道に乗せるためには、ホームページの改善だけではなく、「ホームページへの集客」もセットで考える必要があります。しかも、闇雲にアクセスを集めるのではなく、ターゲットとなる地域・属性のお客さまにアクセスしてもらわなければ、自社の求める集客成果にはつながりません。

ターゲットとなるお客さまをホームページに呼び込む効果的な方法は、大きく「ウェブ広告」「SEO」「ウェブ外」の3種類が挙げられます。今回は、この3種類それぞれの活用方法について解説します。

1 「ウェブ広告」、AI化で変化あり

広告費を支払って、ウェブ上のさまざまな場所に、自社ホームページへの誘導リンクを表示させる方法です。最近は地域ビルダー・工務店でも取り組むところが増えてきました。

大きなメリットは、費用対効果が明確であるという点です。多くのウェブ広告は「広告がクリックされた回数（＝ホームページに呼び込んだ回数）」に応じて費用が決定するからです。

1回のクリックにいくらまで支払えるかの上限も、広告主で設定することが可能です。この点は、チラシなど紙広告との大きな違いであり、メリットと言えます。

また、地域・年齢層などターゲットを絞った配信も可能です。近年はAIの発達によって、配信ターゲットの精度が向上し、費用対効果もより高まっているようです。



ウェブ広告の種類は多種多様ですが、これから取り組む場合は、まずは下記の2つからスタートするのが良いでしょう。

・検索エンジン広告

Google・Yahoo!などで、指定したキーワードで検索したお客さまに、自社ホームページへの誘導広告を表示します。例えば「〇〇市 注文住宅」と検索したユーザーに、自社への誘導を促すことが可能です。

・ディスプレイ広告

ウェブ上のさまざまなサイトに、自社ホームページへの誘導広告を表示します。「〇〇市にいる〇〇歳～〇〇歳のユーザー」「注文住宅関連のページを良く見ているユーザー」など、必要なターゲットに限定して広告を表示することができます。過去に自社ホームページを訪れたことのあるお客さまに、再訪を促す広告を表示することもできます。

2 「SEO」、最低限やっておきたいこと

SEO (SearchEngineOptimization=検索エンジン最適化) とは、Googleをはじめとする検索エンジンの検索結果で、自社ホームページをより上位に表示させやすくするために、さまざまな施策を行うことです。自社名で検索して上位表示されることは当然ですが、「〇〇市 注文住宅」「〇〇県 一戸建て」などのキーワードで検索するお客さまにも、自社のホームページを上位表示できれば、より多くの見込み客をホームページに呼び込むことが期待できます。

日本においては「検索エンジン対策=Google 対策」とお考えください。日本の検索エンジンはシェア1位のGoogleと2位のYahoo!の2つで90%以上のシェアを占めており、Yahoo!はGoogleと同じ検索システムを使っているからです。



SEOの具体的なやり方は、専門的な内容も多いため、ホームページ制作会社と相談しながら進めるのが良いでしょう。ただし、SEOの最低限の考え方は知っておいてください。

地域ビルダー・工務店であれば、「これから家を建てようとお考えのお客さまに有益な情報がたくさん載っているホームページ」にすることを考えながら、ホームページの改善を行いましょう。

自社の特長紹介は、できるだけ包み隠さず、かつお客さまに分かりやすい言葉で伝えることが求められます。施工事例紹介も、ただ写真だけを並べるのではなく、自社で工夫した点や、お客さまの要望を取り入れた点、お客さまからの喜びの声など、文章で説明する方が良いでしょう。さらに、自社の宣伝だけではなく、これから家づくりを行う方に役立つアドバイス・読み物を用意することもお勧めします。地域密着型の会社であれば、その地域ならではの情報発信があると、なお良いでしょう。

細かいテクニックなどは、ここでは省略しますが、「お客さまに有益な情報を発信することがSEO対策につながる」と、まずは覚えておきましょう。

3 「ウェブ外」、QRコードの利用率が上昇?

ここまでは、ウェブ上でできる集客方法をご紹介しましたが、ウェブ以外での取り組みも、もちろん重要です。ホームページを見ていただくためには、まずは会社名を知っていただく必要があるため、従来のテレビ・ラジオ・チラシ・情報誌なども、欠かせないPRツールです。紙からホームページへスムーズに誘導するためには、「QRコード」は有効活用したいものです。QRコード自体は20年以上前から存在しますが、ここ最近、iPhoneのカメラがQRコード読み取り機能を標準搭載したことや、QRコード決済の盛り上がりにより、利用率が上昇することが考えられます。

実際、あるビルダーでは、自社イベントの告知チラシにQRコードを掲載し、ウェブ予約フォームへ誘導したところ、相当数の申し込みがあったというケースもあります。

チラシで自社を知っていただいたお客さまをスムーズにウェブで誘導する方法として、QRコードの積極的な活用をおすすめします。



(テキスト/株式会社住宅産業研究所 高田 宏幸さん)