

WEB経由での

営業成約件数を上げるには

WEBコンサルティング、WEB制作事業を行うミスターフュージョンは、クライアントの受注率を上げるための営業プロセス提案まで行うことで実績を上げてきた。売上げにつながる最短ルートを診断・処方してきた同社代表取締役・石嶋洋平氏のWEBマーケティング戦略とは。



ミスターフュージョン
代表取締役
石嶋洋平氏
Yohei Ishijima

1981年生まれ。09年ミスターフュージョンを設立。これまでにのべ2000以上のWEBサイトをプロデュースし、数々の企業の売上げ貢献に寄与してきた。若手No.1のWEBマーケティングプロデューサーとの呼び声も。

逆算こそ命

——従来のWEBマーケティング会社との違いは？

多くのWEBマーケティング会社は、サイトへの問い合わせといったコンバージョン率を高めることが最終目標になっています。SEO対策をしてホームページに集客し、コンバージョン率がどれくらいだったかで成果を図ります。しかし私たちの場合は、その先にある営業の成約件数の目標を決め、受注率を高めるところまで追いかけています。ここが他社との大きな違い。「いい商品だ

改善こそ前進の道

——どのように成約率の向上を実現させているのでしょうか。

私たちが得意とするのは、「高速P D C A」と呼んでいる、サイトの

から、「こう見せよう」ではなく、現状の市場や購買者の気持ちから逆算して、「結果を出すには何が足りていないのか？」と考えるのです。何件受注したいか、から逆算して、問い合わせ率やホームページの閲覧数といった数値を設定・検証し「ホームページ用の目標達成計画表」を作っています。

改善活動です。アクセス解析の結果をただの数字と見て、上がった、下がったと言っていないませんか？人間の体温と同じように全ての数字には基準があります。ある基準の数値から、熱が高いページや導線には処方をし、逆に血が流れていないページには、マッサージするのです。

や営業マンのプロセスを分解してみると、多くの共通点があり、それをチェックリストにまとめています。サイトを通じて問い合わせが来たから、顧客に挨拶に行くまでにやらなければいけないことはいくつあり、どんな話し方をすればいいのか、といったことを体系化しているのです。

当社では、こうした事から蓄積したノウハウを体系化してお客さまにインストールしています。これまでコンサルティングし、成功させてきたサイトや営業、また商売において「売れるための法則」がある事を発見したのです。成功しているサイト

WEB制作機能を持つコンサルティング会社は、あまりないのですが、私たちはWEB制作でためてきた成功のナレッジをコンサルティングに活かし、営業成約率が20%だった企業を30%にするための提案もしています。理想の営業ステップを踏

んでも成約率が上がらない場合は、商品の価格やネーミングなど企画の段階に課題があるのでは、と問題点を洗い出して提案することもあります。

——受注という最終目標に向けて各サイトに最適な処方をしていくのですね。

これが意外にできていない企業も多いのです。たとえばラーメン屋なら1日に何人の顧客が来て、内訳は味噌ラーメンが20杯…と計算しますよね。餃子が売れていなければ、もつと旨いものにしよとか、チラシをまこうと計画します。しかしホームページだと途端にそれをやらなくなる経営者がほとんどなのです。実店舗を持つと同じ目線で捉えなおすと、世の中のホームページがホコリまみれに見えてきます。

売上げへの最短ルート

——企業設立のきっかけは。

以前はWEBコンサルティング会社からの発注を受けてホームページの制作をしていました。複数のコンサルティング会社の仕事を請け負っていたのですが、問い合わせ用の電話番号を表記するときは営業時間も入れるとか、その指示がほとんど同じだったのです。制作ノウハウをためていくうちに「このままだと売れるホームページにはなりませんよ」という話ができるようになりました。そして自分たちオリジナルの方程式を生み出したのです。

——WEBのコンサルティングを行った具体例を教えてください。

ある化粧品店のB to Cサイトの例を挙げますと、一番売りたい商品が価格8000円の健康食品でした。どんな顧客が購入しているのか、属性や購入のきっかけを分解すると、32歳OLが60%を占め、商品がいかにかに評判になっているか、といううんちくを周囲に自慢できることにメリットを感じていることがわかりました。こうして32歳のOLがいるコミュニティや行動範囲に対してマーケティングを行うようにしたわけです。

各サイトでもっとも売上げにつながることは何かを診断して数値化し、適切な処方をしています。

——スマートフォンに対応したサイトを制作したいという企業のニーズも高まっています。

サイトを作るうえで一番大切なのは、売上げを上げるというサイトの目的です。PCサイトをそのままスマートフォンで見られるようにする必要はないのです。たとえば月に約500件の予約が入る旅館のサイト

で、スマートフォンユーザーからの問い合わせを分析すると「今日泊まれますか？」というものが一番多かった。そこでスマートフォン向けのサイトは、アクセスマップ、客室の様子、予約機能、現在地から旅館までのナビ機能などにページを絞って導線づくりをしています。

スマートフォン向けのサイトは、業界の標準価格がまだ確立されていません。営業成約からプロセス分解していけば適正な価格が導けますから、当社では料金表を明示し、適正価格を提唱していきたいと考えています。

当社には、スマートフォンの制作の問い合わせが急増しています。まだスマートフォンを使ったマーケティングは黎明期にあります。既に成功のノウハウは持っていますのでスマートフォンの領域も、さらに広げていきたいと考えています。

5月1日号からは、石嶋氏による「スマートフォンサイトで売上げを高める方法」を全6回で紹介いたします。



2009年に設立したミスターフュージョンは、WEBマーケティングコンサルティング事業だけでなく、WEB制作、システム構築も行っている。スマートフォンサイト制作、アプリ開発など最先端の技術を取り入れ市場を牽引している。