

お申込みが増える サービスページの作り方(3)

本日はセミナーにご参加いただき
ありがとうございます

- 12:45にセミナーを開始いたします
- マイクをオフにさせて頂いております。周囲で音がしてもセミナーには影響ありませんので、ご安心下さい
- ぜひ、メモをご用意ください
- ご質問はzoomのチャットから受け付けます



あきばれホームページ

お申込みが増える サービスページの作り方(3)

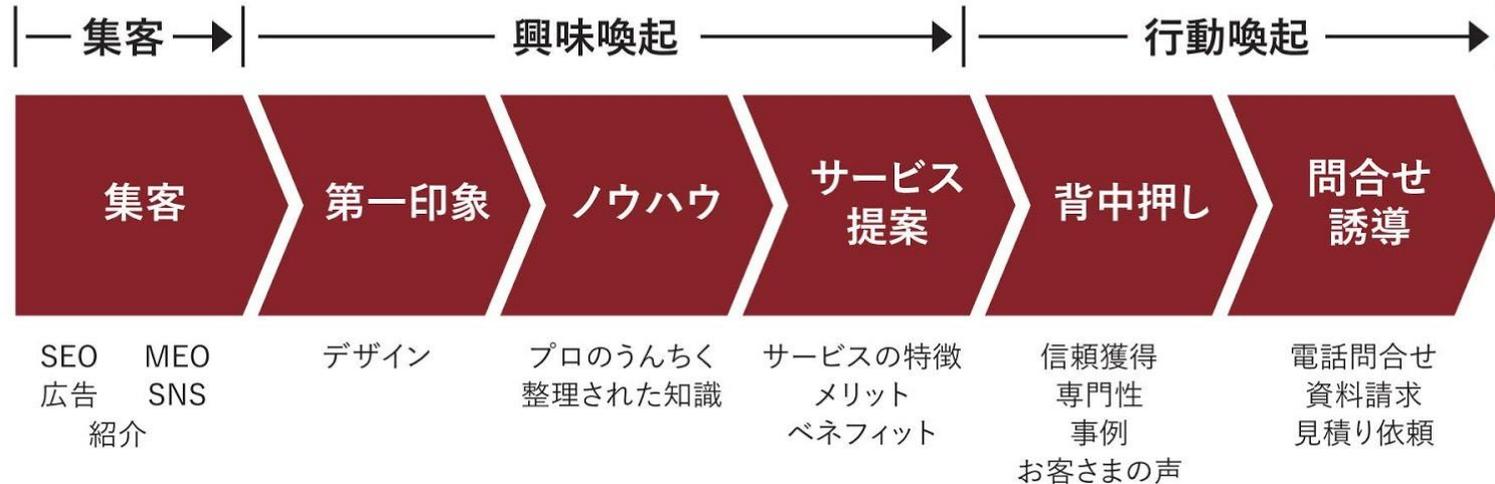
株式会社WEBマーケティング総合研究所

2020/10/15

お願い

- 本日もワークの時間を取ります。
- ぜひ、手元のノートに書き出してください。(手書きの方が発想が豊かになります)
- 質問を随時受け付けますので、チャットの方から投稿ください

サービスページの位置付け



サービスページの目的

サービスページを読み終わった時に

「サービスを**申込みたい**」という状態にする

= お客様の頭の中を変える

「サービスを申込みたい」と思ってもらうには

- **感情**で「**欲しい**」と思い（右脳）
 - メリット（家事代行で、奥さんの掃除の時間を節約できる）
 - ベネフィット（子供との時間を増やせます）
- **理性**で「**納得**」させる（左脳）
 - 理由（なぜそれが可能なの？）
 - 不安を取り除く

感情で「欲しい」と思ってもらうには

このサービスを利用したら

- 私の**悩み**は解消できそう
- 私の**願い**は実現できそう

サービスページのコンテンツ

コンテンツ1

サービスの説明

コンテンツ2

サービスの特徴

コンテンツ3

サービスの料金表

コンテンツ4

サービスの流れ

コンテンツ5

サービスの利用事例

サービスの特徴

- お客さんにアピールしやすい、3～5個の特徴を選ぶ。
- サービスの「特徴」を述べながら、お客さんのメリットやベネフィットを伝える
- 直接的にメリット・ベネフィットを伝えにくい場合は、お客さんの悩みやお困りごとを記載する
- 見出しにも、メリット・ベネフィットを含めたい
- メリット、ベネフィットを提供できる、具体的な裏付けがポイント(左脳で納得してもらう)

特徴の例(1)

成婚に繋がる！ あなたの魅力をアップするマンツーマンアドバイス

一般的に、女性と接する機会の少ない男性は、自分自身の魅力をうまく伝えられないことが少なくありません。

そのためせっかくお見合いをしても、「何を話したら良いのかわからず沈黙してしまう・・・」、「自分に似合う服装ができずに野暮ったい印象を与えてしまう・・・」といったことになりがち。

その方の本当の魅力がなかなか女性に理解されないため、成婚につながらないケースが多いのです。

そこで当相談所では、下記のような各種アドバイスをマンツーマンでご提供し、お客さまの魅力を引き出すお手伝いをしています。

- 1.お見合い・交際に繋がる女性の選び方をアドバイス
- 2.女性が喜ぶ会話法をレクチャーします
- 3.魅力的と思われる立ち居振る舞いをお教えます
- 4.あなたを魅力的に見せる服装を一緒に選びます
- 5.お見合いでの会話の仕方をお教えます
- 6.女性が喜ぶデートスポットをご紹介します

他の相談所でもこうしたサポートを提供しているところはあるのですが、その多くが「集合研修」の形式。何十人も集めてまとめたアドバイスですから、その人に合わせた細かいアドバイスは期待できません。

一方、私どもはお客さま一人一人の年齢や性格、雰囲気に合わせてアドバイスをさせていただくために、マンツーマンの形式を取っております。

ぜひ、マンツーマンのアドバイスを活用して、あなた自身の魅力をアップさせて、成婚に繋げていただければと思っております。

<p>【1】現状の問題点 全体字数の10%程度</p> <p>一般的に、〇〇はxxなため、・・・が問題になっています。</p>	<p>他社サービスの現状や一般論を提示することで、どんな問題点があるのかを「問題提起」する。 アクセス者目線の問題点になっていないといけない。</p> <p>一般的に、女性と接する機会の少ない男性は、自分自身の魅力をうまく伝えられないことが少なくありません。</p>
<p>【2】問題点による悪影響 全体字数の20~30%</p> <p>そのため従来は・・・となっ てしまい、〇〇となることも少 なくありませんでした。</p>	<p>【1】の問題点による悪影響（どんな悪いことが起こるのか）を説明する。わかりやすい・イメージしやすい悪影響が具体的に挙げられれば一緒に記載する。</p> <p>そのためせっかくお見合いをしても、「何を話したら良いのかわからず沈黙してしまう・・・」、「自分に似合う服装ができずに野暮ったい印象を与えてしまう・・・」といったことになりがち。 その方の本当の魅力がなかなか女性に理解されないため、成婚につながらないケースが多いのです。</p>
<p>【3】解決 全体字数の50~60%</p> <p>そこで弊社では・・・〇〇を 実現しました。 一方弊社では・・・〇〇をさ せていただいております。 その点弊社では・・・〇〇を させていただいております。</p>	<p>自社のサービスは、従来サービスの問題点をどんな風に解決しているのか、他社と比べた優位性やお客さんにはどんなメリットがあるのかを説明する。 メリットはひとつで言えるわかりやすいものでなければいけない。【現状の問題点】を解決できるメリットになっていなければいけない。</p> <p>そこで当相談所では、下記のような各種アドバイスをマンツーマンでご提供し、お客さまの魅力を引き出すお手伝いをしています。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.お見合い・交際に関わる女性の選び方をアドバイス 2.女性が喜ぶ会話法をレクチャーします 3.魅力的と思われる立ち居振る舞いをお教えます 4.あなたを魅力的に見せる服装を一緒に選びます 5.お見合いでの会話の仕方をお教えます 6.女性が喜ぶデートスポットをご紹介します <p>他の相談所でもこうしたサポートを提供しているところはあるのですが、その多くが「集合研修」の形式。何十人も集めてまとめたアドバイスですから、その人に合わせた細かいアドバイスは期待できません。 一方、私どもはお客さま一人一人の年齢や性格、雰囲気に合わせてアドバイスをさせていただくために、マンツーマンの形式を取っております。</p>
<p>【5】結論 全体字数の10%程度</p> <p>以上、お話ししてきましたよう に・・・</p>	<p>最後のまとめ。「当社のサービスを使うことでこんなにいいことがありますよ」というメッセージを伝える。 いいことはアクセス者目線のいいことでなければいけない。いいことは【現状の問題点】と関連しなければいけない。</p> <p>ぜひ、私たちのマンツーマンのアドバイスを活用して、あなた自身の魅力をアップさせて、成婚に繋げていただければと思います。</p>
<p>見出し 簡潔に、かつその下の文章を読み たくなるように</p>	<p>特徴だけでなく、顧客のメリットやベネフィットも記載する</p> <p>成婚に繋がる！ あなたの魅力をアップするマンツーマンアドバイス</p>

ワークタイム

- **自分のHPの特徴を読み直してみましよう。**
- **あなたのサービスの特徴をどう修正すれば良いか、考えてみましょう**

特徴の例(2)

理想の家づくり。年間100棟の実績とキャリア20年以上の腕利き大工が叶えます

あなたはどんな家に住みたいですか？

- ・何十年も住み続けられる丈夫な家に住みたい
- ・明るく暖かい家に住みたい
- ・子供が健康に過ごせる家がいい

きっとこんなご希望をお持ちなのではないでしょうか。

弊社は創業以来30余年に渡り、東京都西多摩郡瑞穂町を拠点に地域に密着し、周辺地域のみなさまの家づくりのお手伝いをしてまいりました。

近年では弊社の実直な仕事ぶりが評価され、多くのお客さまからご依頼いただいた結果、年間100棟もの住宅を建築させていただいております。お蔭さまで、小さな工務店には珍しく豊富な経験を積むことができました。

また、手がける物件数が多いことで腕の良い大工さんを集めることにも成功し、今では20～30年のキャリアを持つ腕に覚えのある大工だけを当社専属として抱えることができるようになりました。

そのため、工務店の使命である

- ・お客さまのご要望を叶えつつ、何十年も住み続けられる丈夫で住みやすい家をつくること

を果たせるだけの技術力と実績を持っていると自負しております。

弊社のサービスがあなたさまの理想の家づくりのお役に立ちましたら幸いです。どうぞお気軽にご相談ください。

<p>【1】顧客のニーズ・夢 全体字数の10~20%</p> <p>xxxなご希望をお持ちではないでしょうか？ xxxをしたいとお考えではないでしょうか？</p>	<p>ターゲット顧客のニーズ、夢を提示する。</p> <p>あなたはどんな家に住みたいですか？</p> <ul style="list-style-type: none"> ・何十年も住み続けられる丈夫な家に住みたい ・明るく暖かい家に住みたい ・子供が健康に過ごせる家がいい <p>きっとこんなご希望をお持ちなのではないでしょうか。</p>
<p>【2】競合に対する優位性 全体字数の40~50%</p> <p>弊社は○○ができます・・・ 弊社はこんな経験があります・・・ 私は長年、○○を経験してまいりました・・・</p>	<p>【顧客のニーズ・夢】を叶えられる根拠を説明する。提供者目線で「当社は○○です」という競合と違うところ、優位性を説明する。</p> <p>弊社は創業以来30余年に渡り、東京都西多摩郡瑞穂町を拠点に地域に密着し、周辺地域のみなさまの家づくりのお手伝いをしてまいりました。</p> <p>近年では弊社の実直な仕事ぶりが評価され、多くのお客さまからご依頼いただいた結果、年間100棟もの住宅を建築させていただいております。お蔭さまで、小さな工務店には珍しく豊富な経験を積むことができました。</p> <p>また、手がける物件数が多いことで腕の良い大工さんを集めることにも成功し、今では20~30年のキャリアを持つ腕に覚えのある大工だけを当社専属として抱えることができるようになりました。</p>
<p>【3】顧客メリット</p> <p>そのためあなたは○○○を実現することができます。 そのためあなたは○○○できるようになります。</p>	<p>当社のサービスを利用するとお客さんにはどんなメリットがあるのかを説明する。ひとことと言えるわかりやすいメリットでなければいけない。メリットは【顧客のニーズ・夢】を叶えられるものでなければいけない。</p> <p>そのため、工務店の使命である</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お客さまのご要望を叶えつつ、何十年も住み続けられる丈夫で住みやすい家をつくること <p>を果たせるだけの技術力と実績を持っていると自負しております。</p>
<p>【4】あいさつの結び 全体字数の10~20%</p> <p>弊社のサービスがお役に立ちましたら幸いです。 ○○で悩まれている方はお気軽にご相談ください。</p>	<p>最後のまとめ。あまり売り込み色を出さずに、「あなたのお役に立ちたい」というようなメッセージにすると押し付けがましくない。</p> <p>弊社のサービスがあなたさまの理想の家づくりのお役に立ちましたら幸いです。どうぞお気軽にご相談ください。</p>
<p>見出し</p> <p>簡潔に、かつその下の文章を読みたくなるように</p>	<p>特徴だけでなく、顧客のメリットやベネフィットも記載する</p> <p>理想の家づくり。 年間100棟の実績とキャリア20年以上の腕利き大工が叶えます</p>

ワークタイム

- **自分のHPの特徴を読み直してみましよう。**
- **あなたのサービスの特徴をどう修正すれば良いか、考えてみましょう**



オンラインアドバイスコーナー

会員様のサイトをこの場でアドバイスいたします

まだまだコロナは続きますが..

来週も、木曜日の12:45～13:30の予定です

新型コロナウイルスに負けずに
がんばりましょう！