

士業・コンサルビジネスのホームページ公開診断 士業・コンサル・カウンセリング など

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

士業・コンサル・カウンセリングビジネスの ホームページ公開診断 —士業・コンサル・カウンセリング 等—

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2021/03/11

ホームページで成果を出すための前提知識の共有

1. ホームページの役割を明確にする
2. ターゲットの絞り込みの粒度を決める
3. 絞り込んだターゲットの粒度に合わせたSEO設定を行う
4. ターゲットの求めるサービス・付加価値の提供
5. まとめ

1.ホームページの役割を明確にする

士業・コンサル・カウンセリング等

よくある役割定義

1. 集客を目的としたホームページ

集客方法の向き不向き:

toB **ご紹介・営業活動による集客**に向いている

toC **WEB集客**に向いている

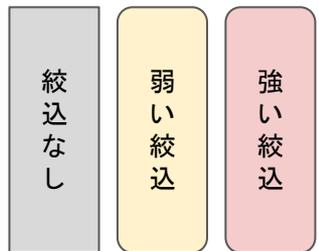
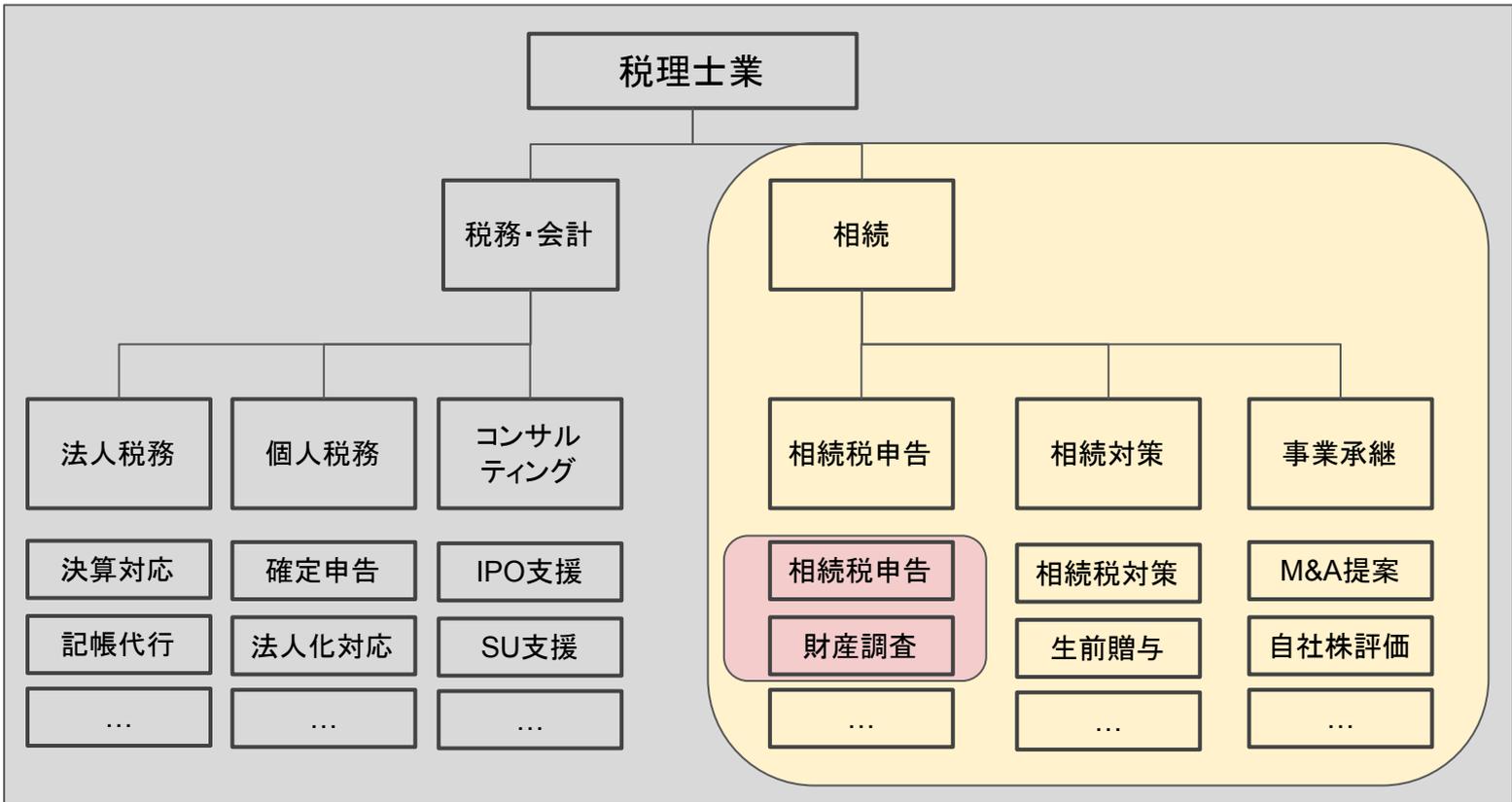
2. 名刺代わりのホームページ

提供サービス・提供事業などを網羅的に掲載したホームページ

2.ターゲットの絞り込みの粒度を決める

士業・コンサル・カウンセリング等

例) 税理士業の場合



3.絞り込んだターゲットの粒度に合わせたSEO設定を行う

士業・コンサル・カウンセリング等

具体的には

■ ターゲットの粒度別キーワード

・灰色

例) 地名 / 税理士 / 屋号

・黄色

例) 地名 / 税理士 / 相続 / 相続税 / 相続税対策

・赤色

例) 地名 / 相続税申告

※地名の規模は、競合にSEOで勝てる見込みがあるのか？で判断する。

例) 東京都 > 東京都新宿区 > 東京都新宿区西新宿 地域が狭くなればなるほど競合が減り、上位表示されやすくなる。

4.ターゲットの求めるサービス・付加価値の提供

士業・コンサル・カウンセリング等

具体的には

■ 名刺代わりのホームページの場合

・ターゲット

名刺交換した方

・ターゲットの求めるサービス・付加価値

ターゲットが名刺交換をした方の場合、特定の悩みやニーズにターゲットを絞り込むことが困難。幅広いニーズに対応できる汎用性や、信頼性に訴えかける内容が好ましい

※例外：事務所として1サービスしか提供しておらず、ターゲットのニーズが想定できる場合

・例

創業○年の豊富な税理士経験

大手税理士法人で10年の勤務実績があり、様々な税務に精通しているなど...

具体的には

■ 名刺代わりのホームページの場合

・ターゲット

親族をなくし、早急に相続税の申告を行わなければならない方

・ターゲットの求めるサービス・付加価値

- ・相続税申告の経験が豊富な税理士
- ・仕事があるので、ある程度任せておけば完結するようなサービス
- ・税務調査が入っても対応経験が豊富な税理士（潜在ニーズへの訴求）

・例

- ・2020年度相続税申告300件の実績
- ・相続税申告専門税理士だからトラブルに強い！
- ・その他士業との連携でワンストップ対応！

など...

5.まとめ

士業・コンサル・カウンセリング等

■ ホームページで成果をあげるには一貫性が重要

1. 定義付け

- ・ホームページの役割は何か？
- ・ホームページのターゲットはだれか？

2. ホームページの内容が定義に沿っているか？

- ・ターゲットが検索するSEOキーワード設定になっているか？
- ・ターゲットが求めるサービス・付加価値のアピールができているか？

以上の観点で、いまお持ちのホームページを見返していただけると幸いです。