

# ホームページは第一印象の要！ 専門用語を使わずにホームページの作り方を解説！



## 儲かる会社はホームページが9割！

著者：芝田弘美（Web制作会社・プリズムゲート代表取締役、Webディレクター・デザイナー）

集客できる・できないホームページの違いを各項目の最初に紹介。比較できるので分かりやすい！

専門用語をなるべく使わず、図やイラストを使用！

著者特製！大きめA5サイズPOPもご用意！

POP（5冊以上）  ご担当 様

1-2

集客できないターゲット “年代+性別”

集客できるターゲット “年代+性別+悩み+欲求”

集客できないホームページ  
「ターゲットが「30代女性」」

ターゲットというと、「年代+性別」と考えられがちです。しかし、ターゲットをこのような形で想定してしまうと、集客できるホームページをつくれません。

ターゲットが広すぎるのです。

例えば、30代女性でも、既婚で子供がいる人と独身で働いている人では、まったく生活が違います。生活が違うと、欲しいもの、必要なものもまったく違ってきます。

したがって、インターネットで検索するキーワードも違うものになります。

ターゲット = 30代女性

ターゲット = 食いしばりで頭痛に悩む女性

頭痛い…  
あごが痛い…  
体調悪い…

ホームページは、インターネット上で簡単にみつけてもらうことが、集客の第一歩です。

ですから、想定キーワードを広げすぎないように気を付けた方が良いでしょう。

集客できるホームページ「ターゲットが具体的！」  
“食いしばりで頭痛に悩む女性”

ターゲットの想定は、どんな「欲求」がある、もしくは、どんな「悩み」があるのかなど、具体的にしましょう。そのうえで、ホームページをつくり込むと集客できるものになります。

例えば、ターゲットが「食いしばりで頭痛に悩む女性」とした場合、検索キーワードは「食いしばり 頭痛」と必ず入れてきます。

ですから、ホームページでは、「食いしばりで頭痛に悩む人」に役立つ情報や悩み解決の方法として、自社で扱っている商品やサービスを紹介していきます。

すると、検索エンジンでの検索順位も上がって、ホームページをみてもらいやすくなり、さらに、購入につながったり、見込客からの問い合わせも増えます。

誰でもわかる！

## ホームページ集客の一番簡単な教科書

「どんなホームページが集客できるのか？」

今では、Web担当者だけでなく、ビジネスをする全ての方に、必要不可欠な知識になりました。

SNS・Youtube…全てのネットツールの受け皿になるのは、ホームページ！ だからこそ、一般の人にも理解できるようなわかりやすい用語で、具体例とたくさん入れた本になりました。ぜひ、お手に取ってみて下さい！

図解入り！

芝田弘美

「儲かる会社はホームページが9割！」  
発行：自由国民社

<p>貴店番線印</p>	<p>注文</p>	<p>儲かる会社は ホームページが9割！</p> <p>A5判 / 208P / 本体1,600円 / ISBN 9784426127411</p> <p>自由国民社</p>
		<p>冊</p>