

今月のグッジョブ (^-^)"g"

毎月、きものチームが注力したお仕事のひとつをご紹介します。

『着物手帳2020』印刷入稿完了 \ (^o^)/

「来年のことを言うと鬼が笑う」?なんて言ってる場合じゃありません。カレンダーや手帳は夏前に印刷機械争奪戦が繰り広げられるのです!

東京オリンピック・パラリンピックが開催される2020年の『着物手帳』は、「東京」にこだわり平成最後の秋から静かに始動。

編集部がキービジュアルとテーマに選んだのは「東京の染め」です。とりわけ江戸小紋の面白さや奥深さに注目。ちょうど来年100周年を迎える新宿区落合の二葉苑さんとコラボレーションすることになりました。

たくさんある型の中から各季節にふさわしい文様を厳選し、色出しもした完全オリジナル! 四十八茶百鼠など江戸の薫りをたっぷり詰め込みました。



『着物手帳2020』表紙デザイン

『着物手帳』オフィシャルサイトを今すぐチェック!



『花saku』の読者の声には商売のヒントがいっぱい

プランナーの視点

近年長襦袢を着なくてもよい下着がありますが、長襦袢の必要性はいかがでしょうか? (埼玉県 MKさん)

汗対策、寒さ対策、補正下着、筒袖の衿じゅばんなど、「新しいきものファン」はネットからさまざまな情報を得ています。でも、近所のショップへ買いに行くと「そんなの知らない」とか「置いてない」なんていうことも。

着物や帯の商品知識が必要なのはもちろんですが、着るために必要なさまざまな商品知識や情報、アイデアを持っている「本当に相談できる人」をユーザーは求めていることを読者の声が教えてくれます。

『NEWS NEXT』をお読みいただいた方へ

-令和時代の客作りを構築するヒント-

成果が出ているお取り組み店が実践する【特別限定プラン】をご用意しました。

ウェブサイト詳細分析 無料レポート(通常2万円)

ウェブコンサルお試し1時間 無料体験(通常3万円~)

※交通費、宿泊費の実費はご負担ください。(テレビ電話可能)

神山有史のウェブリビューションブログ



これ読んだ?

ウェブ戦略ディレクターの神山有史が毎日発信しているブログのなかで特に気になったことをリマインド。

すべては人の、誰かを想う気持ちから始まる。

WEBディレクターでWEBチームのヘッド(スキンとかそういうことじゃない)の神山が7月15日からウェブリビューションブログとは別に、ブログを書き始めました。神山の視点、考え、感動のツボ、アンテナなどいろいろなことを、お取り組み先の皆さまにより深く知っていただくことができたいと思っています。

さて、そこでこちらでは1ヵ月の中で一番アクセス数が多かったり、話題になったブログをご紹介します。

今回の第1回目のブログは神山らしく「ステイプ・ジョブズの言葉」というタイトルのデザインについて神山らしい視点で着物との共通点をつけています。

詳細はこちらからぜひ!



今月の一冊

毎月、お勧め図書をご紹介します。今月はなんとといっても弊社の代表取締役下島 仁初著『ザ・ネクストショップ』を全力でオススメします。(夏季セミナーご参加の方には進呈予定)



『ネクストショップ』は、次世代の顧客と経営者をクリエイティブする専門店と定義。今を懸命に生き、お客さまの喜びの笑顔があふれる専門店をつくらせる経営者や社員の方々から弊社が学んだエッセンスやメソッドを集約した同書は、「未来は今にあり! 平成30年間の学びから未来を見つめたマーケティングへの取り組みを!」と主張している。



発行 セルバ出版
B5版 152ページ
定価 本体1,500円※税別



News Next Vol.8 Contents

「なるほど」と思われるブログの書き方
 ブログ更新で必ずおさえない重要ポイントとは?
 成果の出るブログ運用法
 こうすればうまくいく!

今月のグッジョブ
 『着物手帳2020』印刷入稿完了

これ読んだ?
 すべては人の、誰かを想う気持ちから始まる!
 プランナーの視点
 『花saku』読者の声
 和の生活マガジン

今月の一冊
 下島 仁初 著
 『ザ・ネクストショップ』発売!

新しいことをやれば、必ずしくいる。腹が立つ。だから、寝る時間、食う時間を削って、何度も何度もやる。

本田宗一郎

News Next Vol.8

今すぐ使える、明日のためのウェブマーケティングエッセンス

ほんのちょっぴりお役にたてば通信

Passion×Rational=General
PRG

株式会社PR現代
〒103-0024 東京都中央区日本橋小舟町9-4
TEL:03-3639-1253 / FAX:03-3639-1250



株式会社PR現代 きものチーム
〒103-0024 東京都中央区日本橋小舟町9-4 Tel.03-3639-1253 Fax.03-3639-1250

こうすれば、うまくいく!

成果の出るブログ運用法

NEWS NEXT Topix

なんのために?

ウェブ集客で成果を出すためには、どうしてもクリアしなければならないポイントがあります。それは、なんのためにウェブ運用を行うかということをお店のスタッフ全員が理解することです。ウェブ運用の基本は、ブログなどの記事を更新し、ウェブサイトの検索順位を上げ、見てくれるユーザーを増やすことです。そのためにはパソコンの前に座り、それなりの時間をかけて記事を作らなければなりません。

しかし、売上を上げるための営業活動はお客様と会ったり話したりしなければ始まらない! と考えている営業スタッフが多いため、そんな作業をしても無駄だと受け止められてしまうことがよくあります。

ウェブ集客を行うと高確率で売上に結びつくという事実を全員が理解し、その上でウェブ運用チームを選抜します。できれば2人以上のチームが理想です。店舗が複数ある場合には、各店舗ごとに2人以上を選抜します。できれば自選が良いですが、誰も名乗りをあげない場合は、経営者が選びます。

きもの専門店のウェブ集客で売上をあげるには、来店予約(フォーム・電話)が不可欠です。

**(来店予約×0.85)×客単価
=ウェブ売上**

来店予約を獲得できれば、催事確約の比率と比較しても高い確率で成約に結びつきます。きもの専門店では実に来店予約の約85%が成約に結びつきます。これは西も東も関係なくこの数字になります。

来店予約をしてくれたユーザーは、買

う気で予約をするということがこの数字に表れています。ゆえに、ウェブ集客の最終的なゴール(コンバージョン)は、来店予約です。

来店予約獲得のための目標数値を決める

ウェブ運用チームが決まったら、次にやることは、来店予約を月に10件獲得するための目標数値を決めることです。

- ・検索順位3位(理想は1位)
- ・月間のユーザー数 2,000名以上(理想は5,000名以上)
- ・月間のセッション数 3,000回以上(理想は6,000回以上)
- ・ページビュー 9,000PV以上(理想は18,000PV以上)
- ・滞在時間 3分以上

ウェブ集客の目標数値が明確になったら、今度は更新計画です。Googleが提供している無料のサービスの中に「スプレッドシート」というウェブ上のエクセルのようなアプリケーションがありますので、これを使います。このシートを使い、何月何日に、誰が何のテーマでブログを更新するのかを決めます。スプレッドシートが便利なのは、全員で一つのシートを共有でき、リアルタイムで書き込みや修正ができることです。他の人が書き込んでいるのをその場で見ることもできるため、テーマがかぶったりすることも避けられます。

2000文字以上の文章なんて、誰も読まない

ブログを書くときに出てくるハードルが



神山有史

文字数です。私は2,200文字~2,500文字が理想というお話をしていますが、必ずこの文字数に対して疑問や反発が起こります。そんなに長い文章は読んでもらえないと。しかし、読んでもらう相手には2種類あることを説明するとなればほどと理解してもらえます。

2種類の読んでもらう相手とは、1、Google 2、ユーザーです。1番目はGoogleなのです。Googleは、日夜ユーザーの検索キーワードに対してもっとも的確な情報を掲載しているウェブサイトはどれなのかを探し続けています。そのときにこの膨大な文字数があることでGoogleが的確な情報を掲載しているウェブサイトであると判断してくれます。もちろん文章中には、検索キーワードやユーザーが知りたいがっている検索意図をくんだ文章が入っていることが前提です。

PV数やセッション数で評価する

ウェブ運用を始めればかりでいきなり来店予約は獲得できません。まずは、閲覧ユーザー数、セッション数、そして検索順位と来店予約を獲得するのに必要な条件となる数値を高めていく努力をします。そして、月間単位で各数値を全員で共有し、高い数値を獲得したスタッフの実績を評価します。私たちが日頃行っているのは、PV数とセッション数の高いブログのランキング発表です。大変なブログ更新活動のモチベーションを維持するためのちょっとした工夫です。

NEWS NEXT Column

「なるほど」と思われるブログの書き方

ブログ更新で必ずおさえない重要ポイントとは?

スペックでなく、
ベネフィットを伝えましょう!



佐藤静子



書き始めて最初にぶつかる課題

当社がウェブ運用のサポートで毎月コンサルティングに伺っているお店では、「ブログの更新」にチームで取り組んでいたがなかなか継続することが難しいブログですが、皆さんに頑張ってもらっていただき、ぐんぐんユーザー数が増えているお店が多いです。販売や営業の業務をしながら文章を書き続けるのは本当に大変なことです。コンバージョン(来店予約)獲得に向けて、前向きに実践してください。

その運用の流れとしては、まず初回に書き方のレクチャー講習、その後ブログ担当の社員さん一人ずつにテーマを割り振り、文字数2,000文字以上を目指して月に1記事(一人につき)を目安にスタートします。書いた原稿は公開前に当社でチェックし、読み手によりよく伝えるための表現の修正や、追加事項をお伝えしています。

取り組むなかで、皆さんに共通する課題が出てくるのですが、それはブログの内容が「スペック説明に偏ってしまいがち」ということです。例えば、振袖のコーディネートがテーマの場合、そのコーディネートを紹介する説明文で終わりがちなのです。

想像をめぐらせるべき、ユーザーの「検索意図」

貴店の見込客がウェブ上でどんな閲覧行動をとっているかご存じでしょうか。人がグーグルやヤフーで検索するときは、何かを知りたい、解決したいと思っています。

しかし、どういう言葉を打ち込めば自分が求める最適な情報にたどり着けるか、そこまで厳密に考えていません。きっと皆さんも気軽に単語を入力して検索していると思います。あるキーワードで検索していくつかサイトを見たけれど、求める情報がなかった。だから別の単語を追加して検索してみた。など、そんな風にして情報を探すと思います。「赤い振袖」で検索して知ることができたことは、「赤い振袖の価格」かもしれませんし、「赤い振袖に合う帯」かもしれません。

最新のグーグルのアルゴリズムは、一定時間以上の閲覧かつそのページで「検索意図」が解決されたかどうかを基準のようです。その条件を満たすウェブサイトは、グーグルからも評価されます。「検索意図」つまりユーザーの思いに想像をめぐらせてブログを更新する、コンテンツを用意する行いが、ますます重要視されています。

だから大切な「お客さまとの対話」

そうすると、良いブログを書く一番の近道は「現場で多くのお客さまと対話すること」かもしれません。

目の前で喜んでくださったことや、商品を使ってみての率直な感想を聞くことができれば、そのままブログのネタになるのです。「ベネフィット」を直に見聞きできる社員さんだからこそ、まだ店頭に来ていないユーザーにも響くブログを書くことができるのです。

ぜひ日々の接客活動から貴店の商品やサービスがもたらすベネフィットをたくさん収集して、ブログで伝えていただきたいと思っています。

