
ヒトの心理とWeb集客の密接な関係(全6回)

第1回:Webサイトへ集客の前にやっておきたいこと

執筆:蝦名 晶子(ディーシーティーデザイン)

ホームページを開設したけれど、集客できていない!とお悩みの方も多はず。
今回のテーマでは、一般的な「ヒトの心理」を活用した、集客方法についてご紹介していきます。

1. キーワードを考えてみる

あなたがインターネットで欲しいものを探るとき、まず何をしますか?
ほとんどの方が「検索」をするはず。
そこで、自分が売りたいものを探す場合、どんなキーワードを使うかを考えてみましょう。

例えば「クリスマスケーキ」。
まずは、商品名そのもの「クリスマスケーキ」で検索するでしょう。検索結果には、オンラインショップをはじめとした、たくさんのお店が表示されますね。たくさんのお店の中から選ぶのも楽しいのですが、人間は、選択肢が多すぎると選びにくくなる、と言われています。なので、自分が欲しいと思っている商品に早くたどりつくために、キーワードを追加して検索していきます。さて、あなたの商品を買ってくれる人はどんなキーワードを付け加えるでしょう?想像してみてください。その前に…!

2. ターゲットを再認識しよう

「6W3H」を考えます。

クリスマスケーキの6W3H

What	クリスマスケーキ
Who	あなたのお店
Where	ホームページ
When	クリスマスまで
Whom	ファミリー、カップル、パーティの幹事
Why	売上をあげたい
How	美味しそうな写真とキャッチコピー
How much	1,000円～5,000円
How many	1,000個



この、「Whom」が『ターゲット』になりますね。
どんなキーワードを追加するか、想像してみましょう。

下記は一例ですが

- 3000円以内(予算)
- 自分が住む地域名(受け取りが楽)
- 生クリーム
- バタークリーム
- 5人分
- チーズケーキ
- ノエル
- チョコレートケーキ
- キャラクター
- コンビニ

などが挙げられます。

ファミリー層がターゲットの場合は、あなたのお店の商品を買って欲しい家族像を考えてみましょう。

二世帯住宅に住むファミリー

【おじいちゃん】

- 趣味はゴルフ
- 早起き
- 甘いものが好き
- お酒も好き
- 定年退職して1年目

【お父さん】

- 趣味は釣り
- 年収400万円
- 甘いものが苦手
- 出張が多い
- お姉さんがいる

【子ども(女兒)】

- 小学校2年生
- お父さんが大好き
- ポケットモンスターが大好き
- 運動が好き
- ケーキが大好き

【おばあちゃん】

- 40年間主婦
- 節約家
- お料理が得意
- 好きな食べ物はリンゴ

【お母さん】

- パート勤務
- 節約家
- 子育てで大忙し
- お菓子づくりが好き

【子ども(男児)】

- 3才
- ポケットモンスターが大好き
- 保育園に通っている
- 野球が好き



すると、「クリスマスケーキ」に付け加えるであろうキーワードが想像しやすくなります。

あなたの商品紹介のページに、このキーワードを活用したタイトルや文章を入れます。
上記ファミリーがターゲットの場合の例では

- 甘いものが苦手なお父さんも安心!
- 期待を裏切らないボリューム感
- お菓子づくりが好きなアナタに、短時間で作れる!特別レシピ付き!
- お子さんが喜ぶ!キャラデコケーキ
- 賞味期限が長いバタークリーム

といったタイトルがマッチしますね。

ヒトは、大勢の人がいてざわついている場所でも、自分の名前などは聞こえる、といった例(カクテルパーティ効果)があ

るように、普段から関心を持っているキーワードは、たくさんある中からでもすぐに見つけられるとされています。

また、取り扱っている商品によっては、「今」流行しているキーワードなどを知っておくと役に立つこともあります。その場合は下記サービスがおすすめです。

- Google Trends Googleで検索されている、最新の急上昇ワードを知ることができます。
- Yahoo!リアルタイム検索 Yahoo!で検索されているキーワードをリアルタイムで知ることができます。
- ついっふるトレンド Twitterで検索されている、HOTワードを知ることができます。

まとめ



このように、あなたの商品を買って欲しいターゲット層を細かく分析・想像し、その層がグッとくるようなキーワードを効果的な場面で活用することで、あなたのホームページへ訪問してくれる確率もグッと上がります。ぜひ、試してみてください。



蝦名 晶子(えびな・あきこ)

ディーシーティーデザイン 代表

NPO法人あおりIT活用サポートセンター 副理事長

<http://dct-design.net/>

<http://aoit.jp/>

生まれも育ちも、現在の活動拠点も青森県青森市。

地元青森のショッピングセンターの販売促進課でマーケティング・共同販促・広告・イベント企画・ディスプレイ等に携わる。「何かをつくりあげる」ことに魅力を感じ、「デザインを発注する側」から「デザインする側」へ転身。2004年に「ディーシーティーデザイン」を設立、Webサイトや紙媒体の企画から制作、活用提案、さらに継続的な運用支援を行っている。クリエイター向けのセミナー講師のほか、経営者向けの講演なども行う。2012年、青森県内の仲間とNPO法人あおりIT活用サポートセンターを設立。IT教育部会を担当し、ITに関わる人材育成に力を注いでいる。

何事も「つなげる」ことが好き。人と人、モノやコトはひとり(ひとつ)よりもつながることでより良いものになると信じている。自他共に認める「愛犬家」で、縁あって里親になったフレンチ・ブルドッグの「タロウ」を溺愛中。