WEBマーケティング

インターネット徹底集客 第3回

自社ホームページの重要性

第1回で述べたように、自社ホームページは「予約＝売り上げ」を上げるための重要なマーケティングツールである。

今回は、視点を変えて、自社ホームページが「サービス力」につながっている、ということを伝える。

自社ホームページに「おもてなし」という言葉はあてはまらないが、自社ホームページからサービス力を感じる時代になってきている。すなわち、自社ホームページに力を入れていることが、お客さま満足度につながっているということである。

インターネットがない時代では、電話の受け方や駅でのお迎えなどが、施設に到着する前のサービス力であった。

時代が進み、インターネット上の案内＝自社ホームページのコンテンツが、サービス力につながるようになってきている。

例えば、施設までのアクセスや周辺の観光地情報の充実度が高いことがお客さま満足度につながるということだ。

宿泊客が「知りたい」と思う情報が、自社ホームページに掲載されていることが「あたり前」の時代になってきている。その期待に沿うことが、1つのサービス力となる。

宿泊客が（施設側が見るよりも）じっくりと自社ホームページを見ているということを、施設側は強く認識しなければいけない。

施設の全スタッフが自社ホームページを確認しているか、周知徹底が図れているか、改めて確認してほしい。スタッフが「見ていない」「知らない」ということでは、お客さまはがっかりしてしまうからである。

施設としては「本質」でも「本意」でもないかもしれない。本質が、滞在中の各々のサービス力にあることに変わりはない。

事実として、時流として、インターネット上のサービス力も高めることも施設として必要な時代になってきている。

自社ホームページが「公式な情報発信」の場であり、サービス力を形成する重要な一要因であることを自覚していく必要がある。

（アビリティコンサルタント社長　的場弘明）