

自社ホームページは、販促ツールであるとともに「売り場」である。お客さまに対して施設の強みを伝えると同時に、売り上げが上がるホームページを作らなければならない。

② 予約の入りがすく促す
③ 一番おすすめの商品（プラン）がすぐに分かる
④ いずれも当然のことであるが、できていない施設が多いので、改めて確認してほしい。

ホームページを売り場と考えるのであれば、店頭であるトップページに商品で

インターネット 第5回

徹底集客

あるプランを並べるとは、当然である。お客さまは、比較検討した結果、予約という行動を起こそうとしている。トップページが、「分かりやすいか」が最重要ポイントと言える。

① 施設の品質と強みがすぐに分かる

る。

もっとも分かりやすいお得感の出し方としては、自社ホームページからの購入が一番良いことだ。トップページで明確に打ち出されていなければならないだろう。

分かりやすさとお得感

いつ、という点にも言及しておきたい。インターネット予約の普及とともに一般的に「予約の間際化」が進んでいる。売れるホームページは、早めの予約に優遇策を施している。なぜなら、お得感が伝わりやすく、お客さまが購買行動を起こしやすいからである。

お得感の出し方にもいろいろあり十分な研究が必要だ。

今回は、「お客さま志向」について述べる。

(アビリティ) コンサルタント社長 的場弘明)