

ホームページを持つ事と、  
結果がついてくるのは全くの別問題だ・・・

製作会社に結果を求めてはいけない。  
なぜなら自分の会社や商品、サービスをこの世の中で一番熟  
知しているのは「あなた」だから。

しかし、厄介な問題点が一つある。

それは、あなたは「売り方」「集め方」「届け方」を知らない事。

・・・なぜなら「作り手」だから。

それなら・・・ネットという媒体を活用した

「売り方や作り方」

「見込み客や集客の方法」を覚えてしまえばいいだけだ。

## 「時代に逆らわない生き方」

うちの業界は特別だから・・・

うちはネットに詳しい人はいないから・・・

うちの会社はインターネットとは無縁だから・・・

多くのオーナーと出会い、様々な話をしていく過程でこのような発言をよく耳にします。

確かに上記のような発言は一理あるかもしれません。

しかしここに大きな落とし穴があるように思えてしょうがありません。

それは多くの、とくに上手く行っていないオーナーは、  
「自社の都合」「自分の思いや過去の体験」でモノを言っているという現実です。

うちは・・・この業界は・・・

目線が自社、つまり自分であり、一番大切であるユーザー（消費者）の方向を見ていない発言だという事です。

確かにその商品やサービス。

そして業界について詳しいのはアナタかもしれません。

知識や経験が豊富で、その業界の事を知っているのは僕でなく、あなたでしょう。

しかし・・・その市場やサービスを選ぶのは誰でしょうか？

そう。ユーザーです。

そう考えると、自分の都合でなく「ユーザー」の立場にたった戦略や戦術が必要ではないでしょうか？

商売とは「ユーザーの欲求を満たすこと」です。

商売とは商品とお金の引き換えではありません。

**価値と価値の交換**です。

価格にしか価値を見出さないユーザーを相手に商売する事は苦勞を要します。  
なぜなら「価格」というものだけに価値を求めているから。

行く着く先は価格競争であり、粗利益の低下です。

ジュースに100円しか価値を見出さない人には、110円のジュースを売るのは非常に困難です。

健康に良いとか、美味しさが違っていると宣伝した所で、ジュースは100円以下でしか売れません。

しかし「健康」という観点に価値を見出す、感じてくれるユーザーであれば話は違ってきます。

●●でとれた貴重な成分を配合したジュースです。  
貴重なため大量生産が出来ません。  
申し訳ありませんが、毎月 100 本しか販売する事ができません。

こんなジュースが 1 万円だったら売れるでしょうか？

売れます。

この世には「そこ（この場合は健康）に価値を見出すお客様」が必ず存在するからです。

あなたのサービス、商品の価値は何か？

そこを明確に出来れば「その価値を喜んで認めてくれる人」を探すだけです。

幾ら素晴らしい商品でもサービスでも「価値」を届ける、伝える事が出来なければ意味がありません。

それを求めている人に「届けること」が出来なければ意味がないのです。

いくら良い商品であろうが「売れること」とはまったくの別問題なのです。

時代が変わろうとも「本質」は変わりません。

しかし「物事の捉え方」が多数あるために、多くの人は惑わされます。

本質はひとつだが、見方が多数あるという事です。

僕は副業という形でインターネットと出会いました。  
そしてそこで失敗を重ねながら、今までやってきました。

今でも自社サイトで様々なビジネスを展開していますが、大きな特徴と心がけている点は「時代や市場に逆らわない」という事です。

答えは市場なわけですから、市場に合わせていくしかないので。  
エゴや押し付けでは仮に上手くいっても一時的な数字しか生みません。

ビジネスの本質は変わっていない。

今も昔も同じだということ。

今から 18 年前。

中古車を買おうとすれば「中古車屋にある車」の中から選ぶことが常識でした。本当は“赤い車”が欲しくても白しかなければそれを買うしかありませんでした。

しかし今はどうでしょうか？

ユーザーは色だけでなく年式やグレードまで細かな注文をつけてオーダーできます。

車を買うという行為自体は変わりはない。

しかし「ユーザーの車の買い方」は確実に変わっていったという事です。

今から10年前。

取引先の会社の電話番号を忘れた。。

そんな時は、会社に置いてある電話帳で調べて、電話番号を確認する。

これが常識であり、当たり前の光景でした。

しかし今はどうでしょうか？

検索窓に打ち込めばNTTサイトでも会社の電話番号がすぐさま分かります。

今後も電話がある限り、

**電話番号を調べるという行為自体はなくなりません。**

しかし電話帳で調べるという具体的な手法が無くなり、  
アナログ的に電話帳で調べる方法自体が変わったのです。

これは携帯に慣れ親しんだ10代が社会に飛び出す数年後にはさらに加速するでしょう。

今からほんの 5 年ほど前。

お正月には家族写真や挨拶を入れた年賀状を出す。

その為、近所の印刷屋さんや写真店に頼むのが普通でした。  
慎重に写真を選び、あいさつ文やデザインをお願いする。

しかし今はどうでしょうか？

自宅のデジカメの中から好きな写真を選び、プリンターで印刷する。

年賀状の存在は無くなっていませんが、

**年賀状をつくる手法が変わってしまいました。**

今から 5 年前。

営業マンがいる会社にはゼンリンの地図がおいてありました。  
顧客の自宅の場所を把握するため、訪問前に場所をチェックするからです。

しかし今は携帯でも詳細な地図が表示されます。  
またネットで検索すれば写真入りで地図やルート、所要時間までわかります。  
旅行先での地図の重要性は薄まりました。  
すべてネットから入手できるからです。

**「場所を知りたい」という願望、ニーズは無くなっていません。**

その解決する方法が変わってしまったという事です。



今から5年前。  
行った事もない都市に宿泊する時、  
JTBなどの窓口に出向き、希望のホテルを探してもらうことが常識でした。

しかし今はどうでしょう？

大手サイトなど「当日でも手配可能なホテル」が用意に見つかります。

旅行という行為、宿を探すと言う行為自体は同じですが、  
それを**満たすための手法が変わってしまったのです。**

今から20年前  
大手で知名度のある会社が多数の取引先を抱えていました。  
誰でも知っている大企業や代理店。  
名前を出せば、取引をしてくれる可能性は極めて高かった。

しかし今はどうでしょう？  
名前で選ぶ人は極めて少数派になりました。  
「自分の望むことを満たしてくれる」お店が生き残っている。

100枚から発注できる  
3回以内に納品できる  
2万円以内でオーダーできる  
好きな色が選べる

ユーザーの趣味趣向に趣をおいたお店が生き残っているのです。

事業規模や会社の看板で商売できる時代ではなく、  
**会社のウリや強みをもった会社**が伸びているのです。

・・・長くなりましたが、言いたかったことはひとつ。

売っているものや提供しているサービスは変わらない。

しかし、、、

**「消費者の買い方や探し方、そして検討方法」は確実に変化しているという事**

時代に逆らうことは懸命な方法とは僕は思いません。

かといって・・・時代に流される事が懸命だとは思いません。

重要なのは意固地にならず「逆らわない」という事。

時代に逆らわず、市場が求めている事に柔軟に対応していくチカラ。  
適応能力です。

消費者の「買い方や求め方」がどんどん変化している今、

私の会社では関係ないから。。。。

うちの業界は特殊だから。。。。

私はぜんぜんネットに弱いから。。。。

と自分の都合で一方的に答えを出してもいいのでしょうか？

それを言った所で、そこに大きなチャンスはあるのでしょうか？

**何か大きな変化やキツカケ**をもたらしてくれるのでしょうか？

# ネット活用セミナーを開催します。

僕は今まで東京を中心に様々なセミナーを行ってきました。  
そして全てが有料です。

テーマや内容にもよりますが多くは3万円から5万円。  
内容は様々ですが、高いものでは数十万のセミナーもあります。

今回、新会社設立に伴い、地元鳥取でも多くの人に事例や活用方法を広めたい  
と思い、1月にセミナーを開催する事を決めました。

未だに、こんな勘違いをしている人が全国には多数います。

- ・ホームページをつくれれば売上が自動的にあがる。
- ・サイトを作れば、自然と問い合わせが増える

本当にそうなのでしょうか？

ホームページを作りましょう！と製作会社に言われて作ったものの、  
「何か違う・・・」と違和感を感じているのではないのでしょうか？

そもそもホームページをどう使えばいいのかさえ不明確なのでは？

そういった当たり前であるが見逃しがちな点、そしてネットで役立つであろう情報や知識を中心に今回、初の地元（鳥取市）でのセミナーを開催します。

そして「初」の無料セミナーです。

無料だからといって手抜きはしません。  
ぜひご期待ください。

---

---

テーマ：ホームページを”作る”から活かすへ！

---

---

ホームページを作ればなんとかなる時代は既に終わっています。

もし貴社が既にホームページをお持ちなら、このセミナーがキッカケになるかもしれませんし、何か得るものを提供したいと思っています。

すでにホームページをお持ちの方、これからネット販売や集客を考えている方向けのセミナーです。

こんな方に最適です

レベル目安：初級者もしくはネットの活用方法を知りたい方。

ネット経由での利益が月商100万円以下である。

これからホームページ活用を考えている

既に他社に作ってもらったが、納得いく結果が出ていない。

最小限の資金でネットビジネスをスタートしたい！

もしかしたら

あなたは「間違った情報」に侵されているかもしれない。

情報とは「食材」です。

食材ですから「いかに料理するか」により異なってきます。

ホームページという食材を「どう料理するか？」により得るものが大きく違ってきます。

業者の言われるままにホームページを作ったり、  
自分のエゴや特徴ばかりをコンテンツにしたり、  
テストも行わず・・・

「やっぱりネットって地方ではダメだよね」と決め付けていませんか？

ぜひこのセミナーで**ネットの全貌について理解**してください。

セミナーを通じて「ネットをはじめよう！」と勧めるつもりはありません。

**ネットはあくまで“媒体”に過ぎません。**

その媒体の価値を知り、活用できる事ではじめてホームページを作る意味があると考えています。

人数は限られていますが、  
ぜひ多くの方に会場まで足を運んで戴ければと思っています。

私のお店ならどんな方法や注意を払えばいいのか？  
今後ホームページを立ち上げたいけど、何に注意すればいいのか？  
どういう事を製作会社に伝えればいいのか？  
とりあえずネットには無縁だけど、話だけでも聞きたい・・・

本質を知り、“何が自分に出来るのか？”  
既にホームページをお持ちの場合は“何をまずはしなければいけないのか？”  
などをご自身の目で判断して下さい。

時代が変わっても本質は変わる事はありません。  
変わっていくのは「手法」ですから。

本質と手法が「うまくかみ合った時」

その時にはじめて継続的な利益が出る事が可能なのです。

(セミナー概要)

主催：㈱インフロー

講演テーマ： 「ネット活用術 サーチの素晴らしさ」

場所：とりぎん文化会館

〒680-0017 鳥取市尚徳町 101-5

TEL(0857)21-8700 / FAX(0857)21-8705

日時 2011年1月28日(金曜日)

時間 18:50から20:40

金額 無料(※事前の申し込みが必要です)

人数 先着30名

申込方法：WEB フォームもしくはFAX で受付

申込は下記の URL よりお申込み下さい。

※URL をクリックすると申込ページが立ちあがります。

**<https://24auto.biz/lusion/touroku/0128.htm>**

開場は18時半からとなります。お早目の来場を宜しくお願い致します。

※定員に達し次第、予告なく受付を停止しますのでご了承下さい。



講演内容（予定）

### **インターネット、ホームページの概要**

インターネットの仕組みやキホン。そして知っていないようで知らない概要と概念について説明します。なぜ「集客できている人」と「出来ていない人」がいるのか？そんな簡単な事からネットに不向きな業種などについても解説します。

#### **⇒インターネット・ネットの強みは何なのか？**

ネットは何が違うのか？どんな衝撃をもたらすか？

#### **⇒今までのメディアと大きく違う点と弱点？**

様々なメディアや媒体と大きく違う点は？ここが最大のポイントでありキモです。また当然ながら弱点、欠点もある事を理解して下さい。

#### **⇒参入すべきでない業種とモデル**

ネットには向かない業種やモデルが存在します。どんな業種でもネットの世界に飛び込めますが、参入の判断は知っておくべきです。

#### **⇒本質は変わらない**

手法やテクニックだけでは成果は出ない。それは歴史が証明しています。

#### **⇒参入前に、ネット活用で最初に把握すべき「数字」**

逆説的に言えばこの数字「把握」せずにスタートを切ってもほぼ間違いなく成功しません。

多くの上手く行っていない人はこの数値の意味を理解する事が先決です。

## 農耕民族と狩猟民族モデルの重要性

今までと明らかに違うネットというメディア媒体。既存のビジネスモデル自体を変えてしまうパワーを秘めているワケですが、なぜ「ネット」が中小の会社に向いているか？田舎でも有効か？などをご紹介します。

### ⇒地方にも押し寄せる「黒船」の影響

バッタバッタと倒れるパパママショップ。本当の原因は何か？

### ⇒弱者が強者に勝つ方法

資本力のある会社がネットで勝つ時代も過去にはありました。しかし様々な方法や理論でそれは簡単に打ち崩せます

### ⇒ビジネスにおける京都モデルと東京モデル

写真を見て“私は写真映りが悪い”っていった事ありませんか？

それです！それがネットで大きく成功するコツなのです。その理由と証明。

## ホームページ活用の基礎知識

ホームページを活用する上で知っておくべきことは多数あります。ここではホームページ集客やSEO、サイト構成についてご説明します。

### ⇒Yahoo はそして Google は一体何を見ているのか？

検索エンジンは google 対策をしなければ集客できない。そもそも検索エンジンの仕組み、そして上位に出るための条件とは何か？など、作る前に知っておきたいポイントを解説。

検索エンジンの概要を知らずにページを作っても意味がありません。

### ⇒売れるホームページについて

あなたがすべきする最初の作業。これをするしないでは「結果」が大きく違ってきます。これが最低限必要な事項です！

### ⇒ドメイン戦略

弊社のお客様のほとんどで提唱している戦略。

特に中小企業はこの方法で戦う事で、集客はもちろん、的確な成果を得る事が可能となります。

## ホームページを持つ前の“選択”と“理解”

### ⇒ショッピングモール VS 独自サイト 成功するのは？

大手ショッピングモールに出店しますか？それでも自分でスタートしますか？

特に EC サイトの場合、この決断が重要です。

### ⇒ホームページ構成と売上アップの決め手

売上が上がらないサイト。それはデザインが悪いから？機能がショボイから？売上アップの決め手の一例を解説

### ⇒なぜあなたの商品は売れないのか？

未だにネットで「物」を必死に売ろうと考えている人がいます。しかし上手なオーナーはそのような事をやっていない事を理解していますか。

優れた商品やサービスでもその意味を理解しなければネットでは成立しない理由と事例をご紹介します。

## 弱者の味方。リスティング広告の全体像

### ⇒リスティング広告の全貌とメリット

### ⇒上手な使い方と仕組みについて

1日の予算設定をしてしまう愚かな行為をしている人も多いリスティング広告。

最小限の資金で、最高のパフォーマンスを得るために・・・などリスティング広告の全体像と活用例を説明します。

## 質問と回答

⇒事前に寄せられた質問に回答していきます。

## 終わりに

ネットの集客や販売には様々なパターンがあり、ロジックがあります。  
例えば SEO だけにフォーカスしても、数時間では語る事は出来ません。

そもそも「集客手段」である SEO や SEM を知る前に、  
もっと「知っておかないとならない情報と事例」があります。  
そしてそちらの方が断然、重要なのです。

「仕組み」とは「下から作っていくもの」です。

いきなりゴージャスなサイトを作っても「仕組み」が「土台」が貧弱であれば、  
有効的に活用できるはずありません。

そのためにも「土台」となる「知るべき情報と対策」を理解する事が必要だと思  
うのです。

今回のセミナーは「今までの誤り」をただし、効果に繋げるためのホームペー  
ジ戦略をお話します。

2011 年はインターネットを用いた集客や販売で 100 年に一度の大きな変  
化がある年です。

ご存知のように「ヤフー」と「グーグル」の提携により、検索結果の変化や S  
EO の根本的な変化の現れる年になるからです。  
既に 2010 年 12 月 1 日を境に「検索結果」は google と同一になっています。

ホームページは作ることに意味はありません。

いかに有効的に活用し、見込み客を 365 日誘導してくれるか・・・？

そこに大きなチャンスがあると思っています。

浜本 浩二