



こちらの「虎の巻」では、ホームページを活用する上で、
実際活用いただいている会社様の考え方などをご紹介します。
今回は、下記のポイントをご紹介します。

一、成功している会社は、

ホームページを仮想店舗と考えている！

二、こんなに違う！

～ポータルサイトとホームページの来店客～

三、今日は何人訪問していますか？

～ユニーク数は来店数～

四、ユーザーの興味・期待度の指数

～ページビュー数～

成功している会社は

ホームページを仮想店舗と考えている！

ホームページ=仮想店舗

この意識を持つことで、HP上で何をしていけば良いのかが見えてくると思います。

そしてホームページを見に来ているユーザーは**仮想店舗に来店しているお客様**です！

来店しているお客様にトップページでどういった物件を見せるか意識して物件選択していますか？

新着物件があった際、**店舗 A 看板等に掲載するのと同じです！**

仮想店舗に来店していただいているお客様に、

実際の店舗に来店しているお客様と同じように、

御社の強みやお客様が探している物件に**マッチングする物件を掲載**することを心がけましょう。

常にHPに来店しているユーザーがいるということを忘れないように、
ホームページを運用・活用していきましょう！

こんなに違う！

ポータルサイトのユーザーとホームページの来店客

皆様のほとんどがご利用されている、

「HOME'S」「SUUMO」「athome」「yahoo!不動産」などなど、

こういった物件掲載ポータルサイトに来るユーザーと、御社のホームページへの来店客。

ポータルのユーザーとホームページの来店客、

お伺いしていると、この違いがよくわからないというお話を頂くことがございます。

ポータルサイトについて閲覧しているユーザーは、

不特定多数の物件への興味・情報収集でアクセスしている方が多く、

御社の物件に反響メールを送ったあと初めて御社に興味を持つ方がほとんどです。

閲覧しているユーザー数は多いですが、

御社の強みやサービスなどはとても伝わりにくいです。

ホームページの来店客は、ネット物件の情報収集をしている一般の方はもちろんですが、

その中には、すでに店舗に来店した方や、オーナー様、同業者、周辺で不動産会社を探している方が、御社の強みや雰囲気などを調べ、来店や問い合わせに繋がるため、

内容の濃いユーザーが集まります。

自社ホームページの来店客は

御社の情報だけ

を閲覧しているのです。

東京のあるクライアント様の代表の方がお打合せの中で、

- ・どんな強みを見せるか？
- ・どんな物件を見せるか？
- ・どうやってホームページに誘導するか？

この3点を常に考えて運用されていると話されていました。

是非、今回のお話を踏まえて現状のホームページで、どこが出来ているのかを今一度ご確認いただければ幸いです。

今日は何人訪問していますか？

～ユニーク数は来店数～

早速ですがユニーク数とは、
特定のページにアクセスしてくれたユーザーの「数」の事です。
※ページビュー (PV) の事ではありません。

このユニーク数が HP を運営する上で
とても重要な要素の1つという事はご存知でしょうか？

なぜ重要か？それはホームページを WEB 上の

「店舗」と仮定すると、ユニーク数とはその店舗に足を運んだ

「来店数」になるからです。

来店数が多ければ多いほど、それだけ「売上」に繋がる可能性の高い
お客様（ユーザー）を獲得できているということになります。

ユニーク数は HP のアクセス解析からいつでも確認する事ができます。

来店数の多い会社の特徴として、アクセス解析の「時間帯」ごとの
アクセス数を調べて、ユーザーが最もアクセス（来店）している
時間帯に合わせて物件を見せたりするなどしています。

今の時代はインターネットで調べてから
実際の店舗に足を運ぶユーザーが5割以上を占めます。

調べるユーザーの目に止まる「店構え」に出来るように
アクセス解析を活用して、ユニーク数を増やしていきましょう。

今後の WEB 戦略を練る上で重要な要素の1つになりますので、
明日からは是非、ユニーク数を把握してみても如何でしょうか？

ユーザーの興味・期待度の指数

～ページビュー数～

皆様、ページビュー数をご存知でしょうか？

ページビュー数とは、「ホームページが何ページ見られているのか」を数えた数字で、通称「PV」と表現されています。

本を読むときにページをめくってみていくのと同様、ユーザーが何ページホームページ内でページ開いて見たのかを知ることが出来る数です。

さて、本を読むときに、興味があったり先が気になると、どんどん読み進めていくことが皆様経験があるかと思います。

ホームページの「ページビュー数」も同様で、

【興味があるとどんどん他のページを見ていく】

ことで、PV数が上がり、全体の情報をしっかりと知ってもらい、

登録いただいている「物件」はもちろん、

スタッフ紹介や会社概要のページなどの「御社の情報」をみていただくきっかけを増やせ、最終的に「反響数」と「来店」へとつながる大事な要素となります。

つまり、**PV数の数＝ユーザーの興味・関心や期待度の大きさ**の目安となるのです。

このPV数をしっかり活用し、把握していくことで、御社のホームページがどのくらい興味を

持ってもらえているかがわかるポイントとなります。

PV数を活用されている会社は、日々のPV数を把握し、変動を見ながらどんな物件が興味をもたれるのか？を意識しながら物件を入れ替えています。

日々のリアルタイムな「ホームページの興味の持たれ度」をチェックし、

その結果に対して考えて行動する。これがPV数を上げていく一番のポイントです。

是非日々の業務の中で意識していただき、チェックしていきましょう！