



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、 **どんな検索語で入っているのか**
～流入キーワード数～

- 二、 **また来たくなるサイトのコツは更新**
～リピーターが求めるのは最新情報～

- 三、 **直帰率って何？**
～成功会社は 35%を切る直帰率改善法～

- 四、 **TOP ページは御社の看板**
～強み、伝わってますか？～

どんな検索語で入っているのか

～流入キーワード数～

どのキーワードでサイトに訪問されているかの把握が大事！

会社名が多いのか？、

物件名や地域+新築などの細かいキーワードでの流入が多いのか？

例えば、社名での検索が多い場合は、「御社を知っているユーザー」が入ってくれているということです。

もし社名が上位でない場合、ポータルサイトからホームページのリンクをしているか、店頭看板・マイソク・チラシなどに「〇〇（社名）で検索」が入っているのか？

興味のある・知っているユーザーが訪問しているかの確認は必須です。

物件名で検索されている物件に写真・コメントは入っているか？

ユーザーが部屋探しをする際に多いのが、ポータルサイトで気に入った部屋を見つけ、

「もっと詳しい情報が知りたい」と検索エンジンで物件名で検索するユーザーが増加しています。

しかし検索結果には他サイトの物件も表示されます。

この時、他のサイトよりも情報が少ない場合そのまま直帰する可能性は高いです。

上位に検索されている物件は特に多くのユーザーが見ている物件になり、

よく見られている物件に情報が豊富に入っているか？

綺麗な写真が入っているか？

再度チェックしてみてください。

日々のキーワード把握を実行している会社様は、人気物件から今のユーザーの傾向を把握したり、実際にワードを検索をして**他社にはない情報を物件情報に追加**しています。

様々な媒体から御社のホームページに対して集客できているのか、ユーザーの傾向はどうかを日々チェックしていきましょう

また来たくなるサイトのコツは更新

～リピーターが求めるのは最新情報～

アクセス解析を見て頂きますと「リピーター率」をチェック

リピーター率とは前回ホームページを見たユーザーが、24時間以後に再度ホームページを訪れた割合です。リピーター率が30%であれば、全体の約3人に1人は御社のホームページを再度訪れているということになります。

「また見てみよう」と思ってもらえるホームページに共通するポイントがあります、それは、「常に最新情報を発信していくこと」です。効果的なポイントを2つ、挙げたいと思います。

お知らせの内容はリアルタイムな情報が入っていますか？

お知らせが定休日や営業時間のお知らせを行うだけの場になっていませんか？
御社で行っているキャンペーンの告知や、空き予定の物件について更新予告を行ったり、様々な活用法があります。ユーザーに対して期待感を持ってもらえるような内容を盛りこみましょう。

定期的に特集の物件入れ替えは行っていますか？

トップページに配置している物件が変わらないままだと、更新のないホームページという印象をユーザーが持ってしまいます。日を置いて訪れたにも関わらずかわり映えがしない状態ですと、リピーターが減ってしまう事になります。

トップページの物件は一番見を引く箇所ですので、しっかりと更新を行きましょう。

リピーター率＝御社のファン これを増やしましょう！

直帰率って何？

～成功会社は 35% を切る直帰率改善法～

直帰率とは、入口のページのみを閲覧してサイトを離脱した訪問の割合です。
ユーザーがせっかくサイトに入ってきてくれても、

「1ページしか見てもらえないなんて、もったいないです」

アクセス解析内の「直帰率」からその割合を確認することができます。
他のページへとうまく誘導をするには、ページの充実度が大きく関わります。
今回は御社のサイトの入り口大きな割合をしめる2つをお伝えします。

(1) トップページへ入ってくる場合

ユーザーが見るところはどこでしょう？

- ★ トップに出している物件は魅力的な物件ですか？
- ★ 特集はユーザーのニーズに合っていますか？

いかに魅力的な物件を出していくか、
弾きつけられる特集を組んでいるかが重要になります。
アクセス解析から分かる人気物件、駅や間取りの検索傾向を
うまく使って今一番求められている物件を出していきましょう！
まずは御社のサイトに興味を持たせることが大切です。

(2) 物件詳細ページへ入ってくる場合

物件の情報はしっかり入っていますか？

情報や写真の少ないサイトは

直帰率が上がる最大の原因となり得ます。

先でお伝えしたように、他のサイトよりも情報が少ない場合、
そのまま直帰してしまうでしょう。

御社のホームページの直帰率は現在何%ですか？

トップページ・詳細ページ共にユーザーの求める情報をしっかり入力して
直帰率の少ないサイトを目指していきましょう！

TOP ページは御社の看板

～強み、伝わってますか？～

ホームページで一番見られるページ、

それはTOPページです。

サイトの玄関ともいえるこのページでは、

- ・ **物件の情報量や更新、御社の強みや雰囲気伝える。**

これが、ユーザーの関心を引く大事なポイントになります。

来店客の内「ホームページを見ました」という方が、

8割を超える会社様が日々実践されている内容がこちらです。

- ・ **物件の特集をこだわって組む** (季節特集・近隣相場・人気エリア物件など)

「WEBは生もの」と語る、この会社様は動向に合わせて特集を変えています。

- ・ **インフォメーションの重要性** (キャンペーン等を告知する、または更新予告など)

お知らせは、文字だけだとしても一行目は見るクセがあり、

「人気!」や「限定!」などをつけるのも目を引かせるテクニックです。

- ・ **物件の選択の重要性** (トップページの物件で会社を判断される事も)

「自分も住みたいと思う物件をTOPに掲載しています」と話していました。

ポータルサイト等からの反響来店のお客様でも90%以上の方が、
ホームページを閲覧してから来店されるという統計も出ており、
来店に繋げる点でとても重要です。

ただの物件反響ではなく、御社を知ってもらった上での来店には
やはりホームページで何を見せるか、という意識が必要です。
是非、再度TOPページを見て頂けたらと思います。