

C.elegance

Web集客の社内説明に使う資料

サイトを見た人が 相談できるようにする

パソコン10台を入れ替えたい会社の例で考えます。

10台の入れ替えを、ここへ頼める？

担当者は会社の紹介文を読んでも、依頼できるか判断できません。



**「10台だけでも頼める？
購入後の設定も相談できる？
何を伝えればいい？」**

社員10人の会社の担当者。パソコン
10台の入れ替えを検討中。

**顧客が知りたいのは、自分の依頼
がその会社に合うかどうか。**

相談の前に、顧客が確かめること

次の疑問に答えられると、担当者が自社の状況を当てはめられます。

01 自社も対象か

小さな会社の10台の入れ替えでも、相談してよいか。

02 何を頼めるか

利用中のソフトやデータを含め、どの作業と一緒に整理するか。

03 相談すると何が進むか

まず何を聞き、どの段階で作業範囲と見積を決めるか。

質問の答えを、顧客が探し回らずに読める場所へ置きます。

アクセスがあっても、相談が生まれない理由

ページを開くことと、「ここに相談しよう」と判断することは別です。



図は上から下へ読みます。分かれ道は「依頼できると判断する情報があるか」です。

訪問者を増やす前に、いま来ている人の迷いを確かめる価値があります。

同じ会社でも、説明を書き換えられる

会社をほめる文章から、顧客が依頼を判断できる文章へ変えます。

改修前の説明

ITの力で未来をつくる。
豊富なノウハウで、幅広い
お悩みを解決します。

書き換え例

小さな会社のパソコン入れ替えを支援します。
台数、利用中のソフト、希望時期を確認し、必要な設定と作業範囲を整理します。
まずは、入れ替えたい台数とお困りごとをお知らせください。

対象・確認すること・最初に伝えることが、読んだだけで分かります。

担当者は、読んだ内容を上司へ持ち帰る

比較の途中では、その場で問い合わせず、社内へ共有することもあります。

検討している担当者

「台数と利用中のソフトを伝えると、必要な作業を整理してもらえそうです」

相談を受けた上司

「では、今のソフトと希望時期をまとめて、見積の前に相談しよう」

共有する材料の例

対応する相談、確認する項目、見積までの進み方を1ページで読める資料。

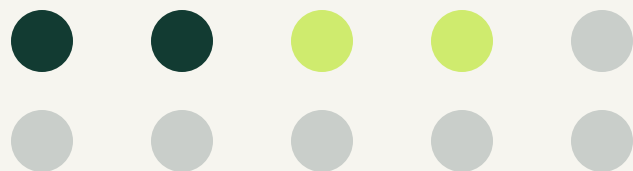
Webページと資料を、社内で説明し直す手間を減らす道具にします。

相談が増えても、受注が増えるとは限らない

相談の総数と、対象に合う相談、受注を分けて数えます。

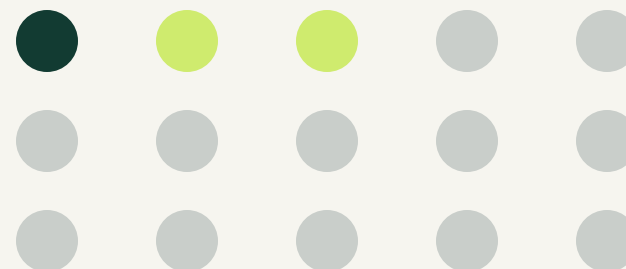
説明用の例A

相談10件 / 受注2件



説明用の例B

相談15件 / 受注1件



● 受注した相談

● 対象に合う・未成約

● 対象が合わない相談

丸1個が相談1件。濃い緑の丸が受注です。例Bは丸が多くても、受注は少なくなっています。

この数例は説明用です。まどか社の実績や、改修後の予測を示していません。

困っている場所で、先にすることが変わる

SEOもページ改修も、それぞれ解決したい問題があります。

検索しても見つけてもらえない

対象顧客の検索語とページの内容を確かめる

SEOは、検索から発見し内容を理解してもらうための取り組み。

読まれても、依頼できるか伝わらない

対象・作業範囲・相談後の進み方を書き直す

今回のパソコン入れ替えの例は、まずこの説明を確認。

相談は合うが、その後が進まない

見積や返信、提案条件、失注理由を確認する

Webだけで解決できるとは限らないため、営業と一緒に調べる。

まどか社では、最初に説明を直す

架空の相談20件を確認すると、対象の違う相談が12件ありました。

20件の内訳：法人の入れ替え相談8件、個人向け1台の修理など12件。

先にすること

法人のパソコン入れ替え支援を、サービスページで具体的に説明する。

新しい記事を増やす

対象の伝わり方を確かめてから、必要なテーマを選ぶ。

広告を増額する

対象外の相談を増やさないか、先に確認する。

「なぜその改修から始めるか」を、相談の記録で説明できます。

ページ改修で、実際に行う仕事

デザインを変える前に、公開してよい事実をサービス担当者としろえます。

1 営業担当から事実を集める

対象の相談、相談時に聞くこと、見積の前に決めることを確認する。

2 顧客が読める文章にする

対象・作業範囲・相談の始め方を書き、担当者が内容を確認める。

3 公開後の相談を記録する

どんな相談が来たか、説明と期待にずれがなかったかを残す。

担当者への聞き取りと事実確認が、分かりやすい説明の土台になります。

何が変わったかは、相談の中身で確かめる

公開後も同じ基準で記録し、総数だけの増減で結論を出しません。

相談01 法人のパソコン10台を入れ替えたい
対象 作業範囲を確認中

相談02 個人のパソコン1台を修理したい
対象外 対象外の原因を記録

相談03 利用ソフトを残して入れ替えたい
対象 必要な条件を聞き取り

相談内容・対象に合うか・その後の状況を記録。集計には氏名やメールを含めません。

受注まで時間がかかる場合は、検討中の案件を失注として扱わず追跡します。

まず1ページを、4週間で試す

全サイトを作り直す前に、対象と確かめ方を小さく決めます。

1週目

対象と基準をそろえる

営業と相談20件を確認。どの相談を対象と数えるか決める。

2週目

1ページを書き換える

対象・確認項目・相談の始め方を掲載。担当者が承認する。

3～4週目

相談の記録を見直す

対象外の理由と、合う相談の数を確認。足りない説明を直す。

期間内に成果が判断できない場合は、未確定として追跡を続けます。

社内へ出す提案を、1枚にまとめる

「何を直すか」と「何を見て次を決めるか」を一緒に申請します。

申請項目	まどか社の記入例
困っていること	法人の入れ替え支援が伝わらず、対象外の相談が多い。
今回すること	サービスページ1枚を改修し、4週間、相談の中身を記録する。
費用と担当	外部支出10万円上限、社内10時間の仮定。営業責任者が内容を承認。
次の判断	対象外の理由と、対象に合う相談が減っていないかを確認して継続を決める。

金額・時間は上申方法を示す仮定です。C.eleganceの料金や見積ではありません。

この資料を、自社の説明に使う方法

事例を自社へ置き換え、13枚目を社内提案のたたき台にします。

- 01** 顧客が迷う場面を、自社の相談例へ置き換える。
 - 02** 対象・作業範囲・相談後の進み方を、担当者と確認する。
 - 03** 1ページで試す内容と、記録する項目を社内へ説明する。
-

Google : SEO スターター ガイド

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide?hl=ja>

Google : AI 機能とウェブサイト

<https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-features?hl=ja>

登場企業・相談記録・数値・予算は架空の説明例。掲載や集客成果を保証しません。