

集客コンサルタントライター

佐藤 精治

ホームページで集客したい方必見!

# 爆速ホームページ集客術

## 【秘】5ステップ初公開!

このチェックシートを使えば  
制作業者選びも瞬時に解決



たった5つのステップで今の  
ホームページが集客倍増する

Web 苦手なあなたでも

今すぐできちゃう裏技初公開

「お客さんを集めたい…、  
もっとお客さんを集めれば経営が楽になる、赤字も解決したい…」

そんな心境の経営者は多いと思います。

でも現実には、経営者のほとんどが集客で苦労しています。

多くの方が新規顧客獲得のため集客活動を続けていますが、実際に集客に成功しビジネスを成長させている経営者は極少数です。

どうして極少数なのでしょう？

世の中には、「初心者が簡単に集客できる方法」などの集客本がたくさん出ています。

「初心者でもすぐに集客できるセミナー・勉強会」もたくさん開催されています。

- ・ ホームページで成果を上げる最新集客術
- ・ 初心者におすすめ！ブログ0円集客法
- ・ 低コスト広告の定番！フェイスブックで集客する方法
- ・ 全くの素人が90日で月100万円稼ぐ方法 etc.

などの情報であふれています。

ですが、実際に結果を出せている人はあまりいません。

なぜ結果を出すことが出来ないのでしょうか？

ホームページを作った！ブログもやった！広告も、チラシも打った！が反響がない、という相談が多くあるのが実情なのに…。

これらを鑑み「集客・販売」の悩み解決方法の1つとして、正しいホームページ集客とは何か5チェック方式で解決方法をお伝えしますので、集客に困っている経営者様は、ぜひお役立てください。

## 5ステップシートを使うメリット

- ・ホームページ制作業者がプロか否か瞬時に判断できる

ホームページ（LP サイト）を発注する際、この5ステップを質問すれば「制作業者が集客のプロか」「制作物を作成するプロか」が瞬時に判断できるので、もう業者選びに失敗することはありません。

- ・あなたのホームページが「集客できるサイト」に生まれ変わる！

Web 初心者の方でも正しい知識を身につけて実践すれば問い合わせが増えます！

## 5ステップシートを使うデメリット

- ・制作業者選びの探す手間・料金が高くなりやすい

制作会社の95%は集客のプロではなく「制作物を作成するプロ」です。そのため集客のプロを探す手間が掛かります。また「商品開発（コンセプトの明確化・ターゲット設定）、ターゲットコピー・各種広告作成～集客・販売までを構築するため通常の制作物の費用よりも高くなる」とお考えください。

（手前味噌ですが、私にご相談いただければお手伝い致します）

# 集客できるサイトに生まれ変わる

## 5 STEP シート (58項目版)

### 使い方

- 各項目の右側の赤字は重要度の目安となる点数です
- 5つの項目の合計が100点
  - 100点 (集客ホームページのプロです)
  - 80点以上 (弱い部分を補強し売上UPを図ってください)
  - 50点以下 (インターネットの置物の可能性大、改善が必要です)  
(売る仕組み構築がある場合はホームページの役割が異なるので点数は軽視ください)
- 5ステップの各項目で無チェック部分が改善点です
- 下記Webサイトは点数評価が不要となります
  - 例1：スポンサー広告誘導サイト・SNS誘導サイト・IRサイト、他
  - 例2：業種、競合他社、地域によってWeb広告・LPサイトの戦略策定の場合
  - 例3：業種、競合他社、地域によってSEO対策・チラシなどの戦略の場合

活用スタート >>

# ✔ STEP 1 セールスライティング

DRM (価値・共感・根拠・裏付け・お客の声) 12項目

ターゲットを1人(ペルソナ)に絞った ..... 2点

自分のことだ!と思えるように伝えた ..... 2点

適切なヘッド画像とヘッドコピー\*だ ..... 2点

主語に「私は・当社は」を使っていない ..... 2点

お客様の悩みを共有した ..... 2点

解決の重要性を感じてもらった ..... 2点

必要性よりも「欲しい」を訴求した ..... 2点

信じられる根拠でバックアップした ..... 2点

広告は数値化にする事が重要と伝えた ..... 1点

後半から、売り手の話に変えた ..... 2点

お客様の得になる商品プレゼンだ ..... 2点

お客の声は、氏名など適切表記だ ..... 2点

\*ヘッドコピーとは：お客様の欲望を刺激するコピー  
(キャッチコピーとは企業のイメージ確立に使用するコピー)

合計 ..... 23点

## STEP 1 セールスライティング



STEP 1

合計	点
<hr/>	



### 改善すべき箇所のリストアップ

---

---

---

## **STEP 2 信頼関係**

お客様質問に答えているか（信頼関係構築） 12項目

- 流入経路\*とHPに整合性がある ..... 2点
- 検索ワード（質問）に応えたメッセージだ ..... 2点
- 事実に基づいて伝えた ..... 2点
- 目的のページに1クリックで行ける ..... 1点
- 会社ではなく人として伝えた ..... 1点
- 話し口調で伝えた ..... 1点
- 無料情報、お客様に責任は一切ない、と伝えた ..... 2点
- 売り手側の顔写真を載せた ..... 2点
- 売り手側の情報を公開した ..... 1点
- セールスは一切しない、と提示した ..... 1点
- 支払い方法を複数提示した ..... 1点
- まめに報告（更新・メルマガ）している ..... 2点

\* 流入経路とは：自社サイトにユーザーがどうやって来たのか？「自然検索：SEO」「リスティング広告：有料広告 / Web 広告」「SNS：シェア拡散」「他の Web サイトに貼られたリンクからの流入」「直接流入：お気に入りブックマーク」の5つ。

合計 ..... 18点

## STEP 2 信頼関係の構築



改善すべき箇所のリストアップ

---

---

---



## ✓ STEP 3 オファー

### DRM 広告\* の心臓部（価値あるオファー） 11 項目

\*DRM 広告とは、見込み客からの直接的な反応を獲得することを目的とした広告手法

- 目的別（お試し・割引・資料DL）で提示した …… 2点
- 競合他社との違い USP\* が明確だ …… 2点
- 何でも屋になっていない …… 2点
- 専門分社の特化商品が複数ある …… 1点
- 集客商品と利益商品を提示した …… 2点
- 明確（×30%引き ○半額）なオファーだ …… 2点
- お客様が価値を感じるオファーだ …… 3点
- 何故、無料なのか理由を伝えた …… 2点
- すぐ行動させる理由 + 締め切りを伝えた …… 2点
- レスponseデバイス\*を伝えた …… 3点
- 保証について言及した …… 2点

\*USPとは：自社の商品やサービスの「特徴」「強み」「独自性」

\*レスponseデバイスとは：広告を見た消費者が反応するための装置（電話番号、FAX、メール、返信ハガキ他）

合計 …… 23点

## STEP3 強いオファーか？



### 改善すべき箇所のリストアップ

---

---

---

## ☑ STEP 4 デザイン

新規顧客獲得にふさわしいデザインか！ 12項目

- スマホの後にPCサイトをデザインをした …………… 1点
- PC・スマホ各種でレイアウト崩れがない …………… 2点
- 表示速度がPC・スマホとも速い…………… 2点
- ファーストビュー\*で価値を訴求できた …………… 2点
- 適度な余白があり視覚性・操作性がよい …………… 2点
- 商品サービスに相応しい色・表情である …………… 2点
- 新規客にとって欲しい行動が的確だ …………… 2点
- 行動を促すボタンは目立っている …………… 2点
- そのボタン以外は控えめだ …………… 1点
- 無駄な外部リンクは無い …………… 1点
- 写真は高精度（訴求力・色調・軽量化） …………… 2点
- 見出し読みができる …………… 1点

\*ファーストビュー：ユーザーがWebページを表示したときに最初に目に入るエリアのこと

合計…………… 20点

## STEP 4 デザイン マッチング



### 改善すべき箇所のリストアップ

---

---

---

## ✓ STEP5 コーディング

新規顧客獲得にふさわしいコードか！ 11項目

- 内部リンクを最適化されている ..... 1点
- パンくずリスト\*を設置されている ..... 1点
- URLを正規化している ..... 1点
- SSL\*を適用している ..... 2点
- h1 タグにKW\*が含まれている ..... 2点
- meta description\*は最適化されている ..... 2点
- 見出しタグ (h1 ~ 6) はツリー構造だ ..... 2点
- 文字サイズは適切だ ..... 1点
- リンク切れはない ..... 2点
- 画像サイズの軽量化はしている ..... 1点
- サイトマップを作成している ..... 1点

\* パンくずリストとは：ウェブサイト上での現在地を表すもの。

\* SSL とは：インターネット上でデータを暗号化して送受信する仕組み（プロトコル）。

\* h1 タグに kw とは：h1( ページタイトル ) に主要キーワードを入れること。

\* meta description とは：検索画面でタイトル下部に表示される文章 ( ユーザーが「Web サイトを開くかどうか」を決める重要な文章。

合計 ..... 16点

## STEP 5 コーディング



STEP 5

合計 点

---



改善すべき箇所のリストアップ

---

---

---

# ☑️ 最終チェック

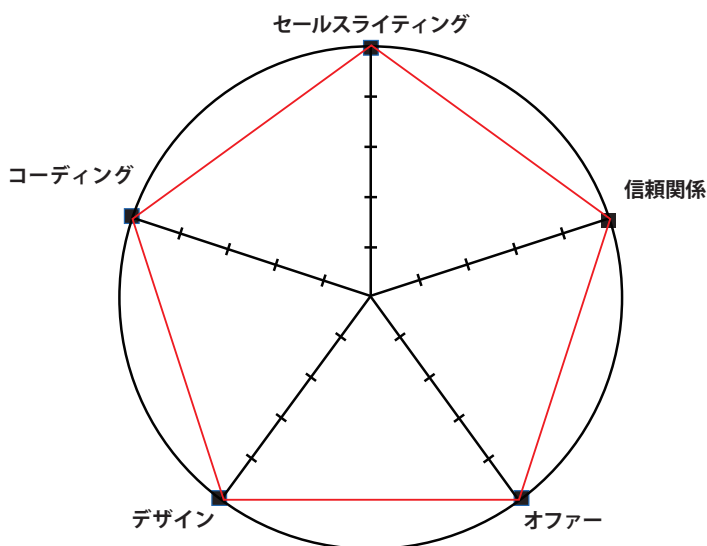
## ☑️ 判定

<h2>☑️ 合計</h2>	☺️ 90点～ ☹️ 60点～
合計	😊 80点～ 😬 50点～
点	😞 70点～ 😱 50点以下

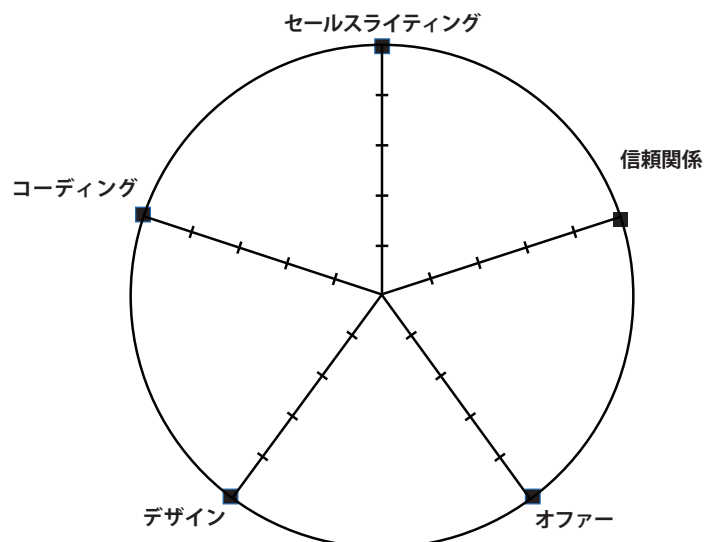
合計 \_\_\_\_\_ 点

## 集客ホームページのバランスチェック

良い見本



5ステップチェック



補強ポイントの確認

## まとめ

### お伝えしたいこと

この5ステップシートを活用するにあたって、押さえておいていただきたい基本原則があります。それは  
「お客様が欲しいのは、あなたの商品ではなく、欲しいのは悩みを解決する手段だと言うことです。

例えば、戸建てが欲しい人

「快適な生活環境で家族が幸せに暮らせるための家を「適正な価格」で「安心・信頼できる業者」に依頼したい、と思っています  
もちろん契約も、それを叶えてくれるハウスメーカーに決めるのです。

大事なのもう一度。

お客様はあなたの商品が欲しいのではありません。

悩み・問題・欲求を解決できる手段が欲しいのです。

あなたの商品サービスをみて「これ欲しい！」となることで

『申し込みボタン』をクリックするのです。





## 集客成功について

Web 初心者の方でも正しい知識を身につけて実践すればホームページ単体だけでも成果を出すことができます。

ただし業種・競合他社・地域（人口密度）によっては

- Web 広告\*・ランディングページ（以下 LP）\* での売る仕組み構築
- Web 広告・LP・メルマガ・Line\* での売る仕組み構築
- Web 広告\* とランディングページ\* ホームページでの戦略、など  
売る仕組みの構築方法が変わるとお考えください。

Web 広告\* とは：「Google 広告・facebook 広告」などの有料広告のこと

Line\* とは：即レス性が高い（会話が早く進む）・相手の既読が確認できるコミュニケーションツール

SEO 対策\* とは：「Google マップ検索で上位表示させる Google マイビジネスサービス」

SEO 対策\* とは：「Google・Yahoo などの検索で自然枠で上位表示させる手法のこと」

## SEO 対策について

現在 Google は 200 以上のアルゴリズムから検索順位のランク付けしているためチェック項目が 150 と膨大に増えた（2022 年 8 月現在）

本資料は集客ホームページ寄りで SEO 対策専用ではございませんが、58 項目の内容が優れていれば上位表示が期待できますので、お客様の戦略に合わせてご活用ください。

## 最後に

長文おつかれさまでした。

Web 集客に取り組む全ての経営者様のお役に立てれば幸いです。

集客本舗（在宅チーム）

〒302-0132 茨城県守谷市松並青葉2-23-12

Tel:050-1546-5015 Mobile:090-3575-8418

mail info@sunki-web.com

佐藤 精治