

## 「目立つ」とは？

リウムのふじたです。  
 今回は「目立つ」について考えてみたいと思います。  
 ホームページでもブログでもチラシでも、重要なポイントが目立つことは大事です。では、ホームページ内の一文の中で目立たせたい箇所がある場合、あなたならどうしますか？「赤色にする」や「文字を大きくする」が思い浮かんだのではないのでしょうか？

では、この一文で目に飛び込んで来るのはどの単語でしょうか？

例 **頭痛** **腰痛** **肩こり** **膝痛**

この例ではどうでしょう？

例 **頭痛** **腰痛** **肩こり** **膝痛**

どちらも目に最初に目に飛び込んで来たのは、肩こりだったのではないのでしょうか？  
 つまり、目立つというのは、赤色だったり、大きな文字だったりする事ではなく、他と違うということなのです。

学校のクラスに一人だけ金髪の子が居る場合、その金髪の子は目立ちます。でも、みんな金髪で一人だけ黒髪の子が居ると、黒髪の子が目立ちます。

最近はホームページでもブログでも、自分で編集できる領域が増えてきました。折角プロに頼んで全体を良い感じにデザインしても、ご自身がページを編集する際に、ココは大事、ココも言いたい、ココも伝えたいと、あちらこちらを赤にしたり青にしたり、大きくしたりすると結局どこも目立たず、読むお客様を疲れさせてしまうことに繋がってしまいます。

当たり前の基本のキですが、ご自身でホームページやブログなどを更新されている方は、読む方への配慮、やさしさだと思い、再度見直してみましょう。



**藤田憲一**  
 取締役最高技術責任者

朝ドラのあまちゃんにハマっています。

## WEBデザイナーのーちゃん デザインのある生活

### パッケージデザイン

モノを買ったりするとき、ほとんどのモノにはパッケージがありますね。お客様に、買いたい！と思ってもらえるようなパッケージにするには、どうしたらいいのでしょうか。  
 中のモノがユニークなモノならば、パッケージもユニークにする、中のモノが高級なモノならば、パッケージも高級にする、より多くのお客様に買ってもらう為にインパクトのある色・形・手触りにするなどが考えられます。もちろん、中身を想像できるようにするというのも大事なことだと思います。ホームページにも同じことが言えます。

パッケージとまでは言えませんが、自分のお店やサービスやウリをしっかりと表すことができますか？どんな「会社」どんな「お店」というのを伝えることができますか？  
 リウムスマイルでは、今一度ホームページを見直すチェックシートをご用意しております。

[サポート]タブ-[お役立ちツール無料ダウンロード]-[ホームページチェックシート]からダウンロードしてぜひ活用ください。有料となりますが、コンサルタントがチェックするサポートサービスもご提供します！



**のーちゃん**  
 WEBデザイナー

まだ家ではクーラーつけてないです。  
 どこまで耐えられるか…

## じゃすみんの オミセラブ修行日記

### フラットデザイン

今年のトレンドのフラットデザイン。  
 フラットデザインとは、立体的なリッチデザインとは真逆のデザインで、平坦でべたっとしたシンプルなデザインです。最近ではGoogle Playストアのトップページや、Yahooの上部のアイコンもフラットデザインに変わっています。



**じゃすみん**  
 WEBデザイナー

夏バテで食欲が減退気味・・・

フラットデザインは無駄な装飾を一切排しているため、シンプルで分かりやすく、なんといっても作りやすいです。Wordなどでも簡単にフラットデザインのバナーが作れちゃいます。シンプルなデザインスキンをお使いの方は、一度自分で作成したバナーを使ってみてはどうでしょうか。



# オミセラブ

## 8月号

月刊オミセラブ

8

2013

平成25年07月15日発行

発行人 有限会社リウム  
 編集人 穂口大悟

ここで差がつく！  
 TOPページの見せ方 3つのポイント

## ここで差がつく！ TOPページの見せ方3つのポイント

お店のホームページで一番見られるページはどこでしょうか？

多くのお店公式ホームページの場合「TOPページ」のアクセス数が一番多いと思います。つまりTOPページはお店のホームページの「玄関」ですね。

本当のお店の玄関がゴチャゴチャしていると、ご来店されたお客様は帰ってしまいますよね。それと同じく、ホームページのTOPページがゴチャゴチャしていると帰ってしまうお客様が多くなってしまいます。これ大問題だと思いませんか？

ホームページの各ページをよーく読めば、そのお客様にとって、あなたのお店が最高だってわかる（かもしれない）のに、玄関で帰ってしまう。せっかく丹精込めてホームページを作っているのにこれではもったいなさ過ぎます。

じゃあどうすれば良いのか。

- 1.何屋さんかを明確にする
- 2.誰が対象か明確にする
- 3.お店のウリを明確にする

この3つを明確にすることに集中するので。これだけでTOPページのゴチャゴチャがなくなり、ホームページの中にお客様が入ってきてくれるようになります。

### 1 何屋さんかを明確にする

これ、当たり前の話ですが、現実でもお店を見てパッと見何屋さんかわからないと入れませんよね。でも、TOPページをパッと見て何屋さんかわからないホームページって結構多いんです。

言いたいことが沢山あるのはわかります。しかし、そこをググッと抑えてまずは

「このお店は何屋さんやで～」と伝えることが大切です。

例えば、ベタに「○○屋さん」と言い切ってしまうのもアリですし、サービスを象徴するような写真をバナーとTOPに出す…なども効果的です。

### 2 誰が対象か明確にする

これは少し高等テクニックですが是非やっておきたい。TOPページを見た時に（なんとなく）誰向けのお店なのかが伝わるようにするのがいいです。

ターゲットが来訪すると「ここは私向けのお店だ！」と（無意識に）思える感じに。そうすれば自ずとホームページの効果は高まりますね。

明示的に「ママ向けのエステサロン」とか「大人の女性のためのネイルサロン」と言い切ってしまうのもアリですが、言い過ぎるとイヤラシ感が出る場合は暗示的に表現する方法もよくとられます。

たとえば、中高年齢層向けのエステサロンの場合は「シニアのためのエステサロン」とすると反応がよくありません（当たり前か…）ですので、施術写真のモデルの年齢を高めにする、前に出す、おすすめコースに「しわ・たるみ対策」とか「下半身太り対策」などの中高年の女性に共通する悩みを挙げる…など暗に「中高年向けやで～」ということをアピールするという方法がベターです。



代表取締役お客様係  
穂口大悟

首にタオルを巻くのが好きですが、すぐに無くしてしまう…そんな夏です。

### 3 お店のウリを明確にする

「商品のウリ」「人のウリ」「場所のウリ」の3つをTOPページで伝えるようにしましょう。「商品のウリ」は上でも出てきた対象者の悩みを解決するコースをバナーと前に出すことでアピールできると思います。

「人のウリ」はオーナーやスタッフのプロフィールへの誘導をTOPページに付ける、「場所のウリ」は店内の雰囲気がわかる店舗紹介ページへの誘導をTOPページに付けることでアピールできます。

リウムスマイル！の場合はヘッドラインの画像を3種類設定してスライドショー表示ができますので、「商品のウリ」「人のウリ」「場所のウリ」の3つをヘッドラインでアピールすると良いですね！

### TOPページの整理に必要なことは…？

という感じで、TOPページでガーンとアピールするための3つのポイントをご説明しました。テクニック的には上の通りなのですが、作業の前に必要なのは

**「お店のコンセプトやウリを明確にする」**

ってこと。これができていないとTOPページでアピールする中身がありませんよね。

この夏TOPページの修正に取り組んでみようかと思ったあなた！作業にとりかかる前にお店のコンセプトやウリの整理をしてみてくださいね～！

季節のタイムリー感を販売促進に利用しよう！

## 使える！お店のData集

## 夏休み需要を考えよう

例年の8月は猛暑！消費支出は業種業態により差のある月ですが、

- 繁忙月のお店での **繁忙をリピートにつなげるしくみの整備**
- 閑散月のお店での **既存のお客様へのご恩返し**を念頭に販促を組み立ててみましょう！



### 8月のキーワード

- 夏物セール  
夏物衣料・サンダル・帽子
- 帰省・旅行  
ドリンク・お菓子・レジャー用品
- 夏物衣料・小物  
ゆかた・夏スーツ・Tシャツ・サングラス
- 夏美容  
文房具・子供カジュアル・長靴・傘
- 猛暑対策  
ビール、スタミナ食材、夏バテ防止グッズ、冷静メニュー

### 8月の気候

|    | 平均気温 | 最高気温 | 最低気温 | 相対湿度 |
|----|------|------|------|------|
| 上旬 | 28.7 | 33.4 | 25.3 | 67   |
| 中旬 | 28.6 | 33.1 | 25.3 | 68   |
| 下旬 | 28.1 | 32.5 | 24.7 | 67   |

大阪(1971~2000の平均値) 気象庁HP気象統計情報

## 使える！8月のメルマガテンプレート

### メルマガポイント

7月に引き続き暑さ対策も有効ですが、8月は夏休み！お客様の心もちょっぴりウキウキしてるはず！そこを盛り上げて行きたいですね！

- 夏休み
  - キャンプや海水浴
  - 夏祭り
  - 家族旅行
  - 花火
- など、お客様は夏休みのどんなところにウキウキするかを考えてみましょう！

### 8月のメルマガテーマ

夏休みをテーマにメルマガを送るとすると、こんな内容も考えられるっす！

#### エステサロン

「ゆったり・・・夏休みスペシャルロングコースのご案内」

#### ヘアサロン

「13年夏はこの3つのスタイルに注目！」

#### 飲食店

「祭りの後は・・・お寿司でしょ！お持ち帰り歓迎」

お客様が夏休みのウキウキを盛り上げるようなメールを送るっす～！



### メルマガテンプレートを利用しよう！

今回ご紹介したメルマガテンプレートは

リウムスマイル！管理画面「メール」本文「装飾メール」-「メールテンプレート」アイコン

からご利用いただけます！このテンプレートを活用して、オリジナルのメルマガづくりにチャレンジしてみてください！

## ホームページ診断サービス

穂口が直接ホームページを診断し改善のアドバイスをいたします！  
リウムスマイル！クライアントの方は、画像作成サービス（1点）無料プレゼント！

ホームページの内容を、総チェックして改善すべき箇所をアドバイス。  
ちょっとした改善ならアドバイス時間中に一緒にいきます。

- チェックリストによるホームページチェック
- 改善点の洗い出しと、改善方法のアドバイス
- 議事録として今後の作業をメールにて送付

画像作成1点無料プレゼント付（年間1回に限り） 8,400円

画像作成1点無料プレゼント！  
ホームページの健診で出てきた改善に必要な画像（バナー・写真・ロゴ等）を一点に限りリウムのデザイナーが料で作成します。

まずはお気軽にお問い合わせください。

☎ 06-4390-2668

### 浴衣ネイルのポイント

ちほこ様  
8月〇〇日は「大阪花火大会」ですね！💖ネイルリウムスタッフも毎年お店が終わった後に浴衣で繰り出すんですよ～楽しみ！💖💖💖  
そんな浴衣に合うネイルってなかなか難しい…  
だって浴衣に合わせすぎると普段着に合わないし…うむむ💦ってなりますよね。  
そんな方は普段着に合った、和を感じさせるアートと色使いを意識したネイルはいかがでしょう？

おまかせ浴衣ネイル  
！ご予約限定！



浴衣のイメージと普段着のイメージをお伝えいただき、おまかせアートを行います。  
通常8,400円 → **6,300円**

会員様だけの限定商品です！💖  
※花火大会当日直前にはご予約が一杯になりますので、お早めのご予約をおすすめいたします

ご予約はこちら ☎ 06-XXXX-XXXX

ご来店お待ちしております！☺