

2017

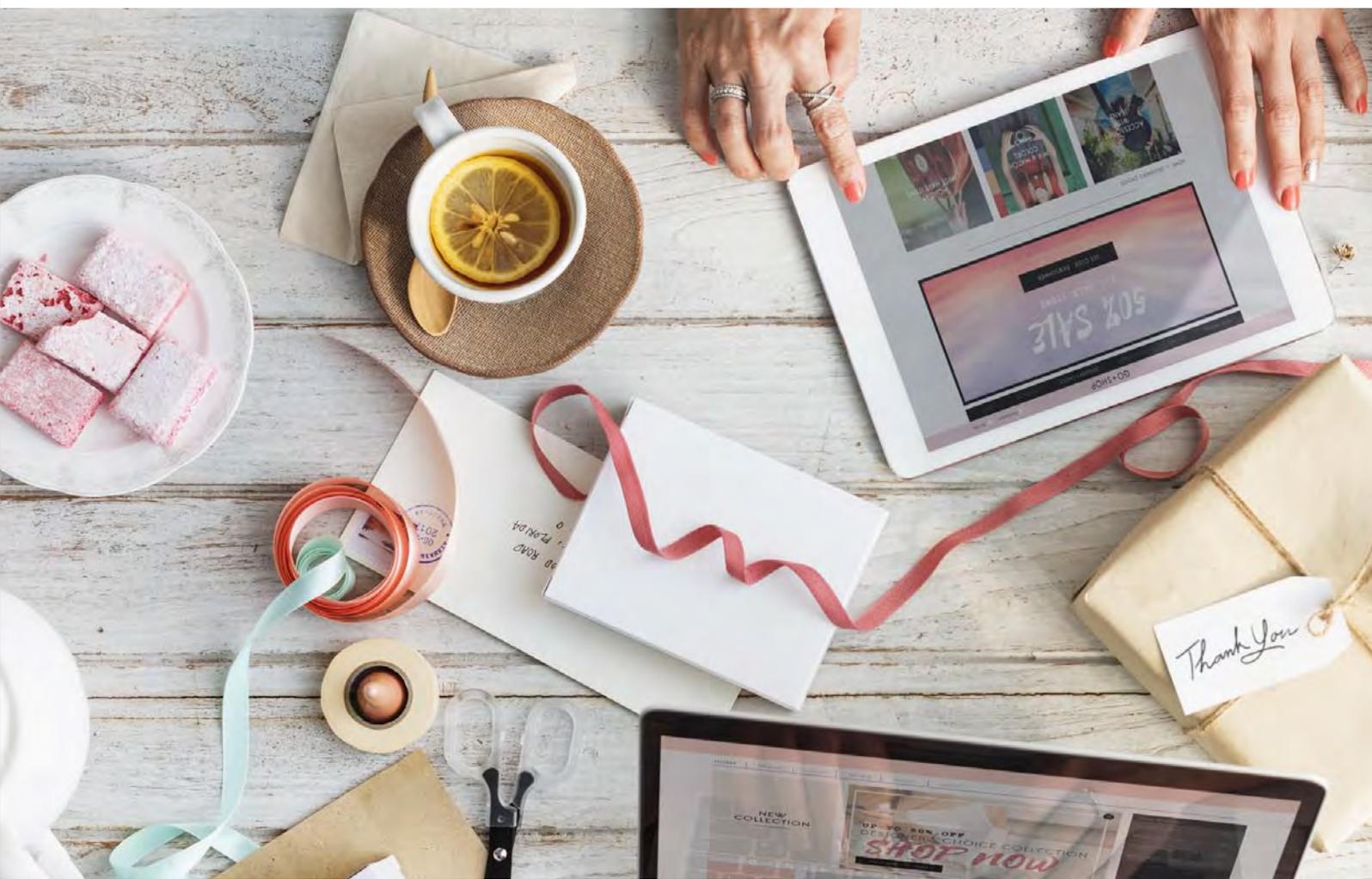
ステキなお店をつくる情報誌

10

月刊

# オミセラブ

vol.71



## CONTENTS

そもそもホームページってなぜ作るの？

10月のセミナー・イベント情報

今月の情報発信のヒント

お店にオススメの一冊

「女性の「買いたい」を引き出す 魔法の営業トーク」

Column - ホームページのアクセス数アップの方法-その2

Column - お客様が見やすいホームページを作成するためのヒント

Column - 検索結果の画像に注意！



穂口大悟  
代表取締役 お客様係

9月になると、地元では「だんじり祭」一色に。  
今年も盛り上がって来ました～

# そもそもホームページって なぜ作るの？



**お**店やサロンを開業すると、ホームページを作成して公開するのが当然！と思われるオーナーさんも多いでしょう。まあ、それは当然なのですが、なぜ当然なのでしょう。「ホームページとは何のために作るのか？」と、ちょっとだけ掘り下げて考えると、自分のお店のホームページに必要な（欠けている）ところが見えてきたりします。

リウムでは、お店のホームページがなぜ必要なのかということについて、「お客様に、自店のステキを丁寧に説明し、他店との競争を避けるため」と考えております。

世界にはライバルは多く、お客様のニーズは多様化し、さらにお店で提供するモノはサービス化し説明しづらい・・・となると、必然的に競争がおきます。多くのお店がお客様の目にとまるために競争を行うとどうなるか。わかりやすくちがいを出すために価格を下げる価格競争になることが多いです。価格を下げてお客様にアピールする作戦は、販売量の上限が限られる小さなお店向けではありませんね。だからと言って、宣伝の量や奇抜さで競う宣伝競争に名乗りを上げ、過剰なセルフブランディングを行うのも嫌な感じです。

だから、ライバルとは違う！という非競争のコンセプトを固め（オミセラブ7月号参照）、そのコンセプトを商品化したオンリーワンメニューを開発し（オミセラブ8月号参照）販売することで、価格や奇抜さではない部分でちがいを出していくのが小さなお店の成功への道となるのです。そして、このちがいを丁寧に説明するのがお店のホームページの本当の役割なのです。

## 非競争のコンセプトを、 すべてのページに反映させましょう

リウムスマイル！には業種別のお手本が用意されていますが、そのすべてのページに自店のコンセプトを反映するように意識して作成することで、「他店とのちがいを伝えること」になります。小さなアロマサロンの例で、具体的に考えてみましょう。

### コンセプト

小さな子どもがいるママさんの安眠と女性の美をアロマでゆっくり取り戻すサロン

### オンリーワンメニュー

ママのためのぐっすり安眠アロマ

例

### TOPページ

ヘッドライン部分などの目立つ部分で、「ママのため」「安眠」「女性の美」というメッセージを打ち出します。また、コンセプトを具体化する「オンリーワンメニュー」ページへのバナーをTOPにレイアウトし、ライバルとの「売っているもののちがいを」表現します。

### サロンコンセプトページ

サロンのコンセプトである「小さな子どもがいるママさんの安眠

と女性の美をアロマでゆっくり取り戻すサロン」のことを説明するとともに、サロンの技術がママのためにどのように工夫されているのか、サロンの場所やおもてなしがママのためにどのように工夫されているのか、サロン名の由来はママとどんな関係があるのか等を説明します。

### セラピスト紹介ページ

セラピストのプロフィールや自分のストーリー（マイストーリー）にも、自分のママとして経験した不眠や、美容がおろそかになってしまったことを書いて、これからサロンに来られる方の共感を得られるようにします。

### よくあるご質問ページ

「子どもを連れて行ってもよいですか」「土日は空いていますか」「ショートコースにしてもらはることは可能ですか」など、ママから寄せられるであろうよくあるご質問を想定して公開しておく、サロンがママ向けであることが明確になります。

### お客様の声ページ

お客様から頂いたアンケートなどのお声も、ママの、安眠や美容に関する声に限定して多く掲載するようにし、サロンのコンセプトが伝わるようにします。

### 本当は自店の「分身」

例のように、コンセプトをすべてのページに反映させていくと、ホームページはあたかもお店のオーナーが実際に熱く語ったように丁寧なものになります。そう、ホームページはネット上のお店の分身なのです。未だお会いしていないお客様にオーナー自ら自分の想いやお店での工夫や魅力を伝えるように、ホームページで丁寧に説明すれば、きっとライバルとの競争に巻き込まれることなく、本当にお越しいただきたいお客様に選ばれるお店になると思います。

現在ホームページの活用に悩んでいたなら、ぜひコンセプトを全ページに反映させる取り組みを行ってみてくださいね。

### 自分で内容を修正したら・・・デザインもワンランク上に！ ホームページの見た目ブラッシュアップサポート

「自分でなんとかホームページ作成・更新してきたけど、もうちょっとシュッとしないかな・・・自分では限界・・・」なんていうお悩みを抱えていませんか？  
あなたのホームページデザインを総チェックし、デザイン的に改善できるポイントと操作方法をお伝えします。見た目がいまいち決まらないとお悩みのお客様に最適です。  
詳しくはリウムスマイル！HPの「サポートサービス」をご覧ください。

# 10月のセミナー・イベント情報

## Seminar Schedule

S M T W T F S

1	2  予約管理 14:00  画像作成 16:00	3  ブログ&FB 9:30	4  メルマガ 9:30	5	6  デザイン 14:00  チョイ聞き 16:00	7
8	9	10  チョイ聞き 14:00  予約管理 16:00	11	12	13	14
15	16  デザイン 16:00	17	18  予約管理 9:30	19  メルマガ 14:00  ブログ&FB 16:00	20  画像作成 9:30	21
22	23	24  デザイン 9:30  ブログ&FB 14:00	25  チョイ聞き 9:30  画像作成 14:00	26	27  メルマガ 16:00	28
29	30	31	1	2  デザイン 14:00  ブログ&FB 16:00	3	4



### 【無料】チョイ聞き質問会

リウムスマイル! を作ったリウムメンバーに直接操作やシステムの応用について質問できる2時間のゆる〜い質問会です。



### ブログ&Facebook活用 情報発信レッスン

ブログの書き方と書き続けていくための計画の立て方、そしてSNS活用のコツをお伝えするレッスンです。



### 予約管理と顧客カルテで接客向上レッスン

「予約カレンダー」を使って予約管理を楽に行い、「顧客カルテ」で接客やフォローに活かす方法を勉強するレッスンです。



### ホームページデザイン総チェックレッスン

プロのデザイナーからのホームページのアドバイスを聞いて、現在のデザインから更に素敵なデザインにするレッスンです。



### ファンをつくるメルマガフォローレッスン

見込みのお客様や、ご来店頂いているお客様をメルマガでフォローするしくみを作って、ずっと愛されるサロンに。



### オリジナルヘッドライン画像作成レッスン

画像作成ツールを使って、ヘッドライン画像を自分で作る方法をお伝えします。作り方を知れば、ご自宅でもできるように!

## セミナー・イベント お申し込みについて

- リウムスマイル! ホームページの「セミナー・イベント」カレンダーよりお申し込みください。  
URL: [http://riumsmile.jp/calendar\\_11.html](http://riumsmile.jp/calendar_11.html)
- セミナー参加費: ユーザー様 3,000円/ユーザー様以外 5,000円 ※チョイ聞き質問会は無料
- 各セミナー・イベントは前払い制となっております。受講日までにお支払いお願い致します。
- 講座には「パソコン(無線LAN内蔵のもの)」をお持ちください。 ※チョイ聞き質問会は不要





今月の情報発信の

# ヒント



ホームページのブログやメルマガなどで  
お客様にお役立ち情報をお伝えするためのヒントをお伝えします！

## 秋の旬とイベントにのっかる！



夏を引きずる9月から10月になると、気候は一気に秋！  
旬の味覚の便りが届き始め、人々の行動も良好な気候に活発化します。

販促ネタには事欠かない季節！

- 旬の味覚を取り入れた企画
- 秋の行楽や気候の変動を取り入れた企画
- 行楽による疲れのケアや季節の変動による健康関連情報等の旬やイベントにのっかった情報発信を行いましょう！

最高気温	23.3	最低気温	15.7
平均気温	19.0	相対湿度	65

大阪(1981~2010の平均値) 気象庁HP気象統計情報



## 10月のブログ・メルマガのヒント

例にあげたキーワードから、自分のお店やサロンでどんな情報発信ができるか考えてみてください。  
最初は上手にできなくても、慣れていくとコツが掴めるものです！

### 10月のポイント

10月になると一気に秋！  
短い間ですが過ごしやすい気候になります。  
夏からの急激な変化で、体調を崩す方が多くなるのもこの時期です。

### 10月の行事・暦・祭り

- |              |                |
|--------------|----------------|
| 10月01日：衣替え   | 10月09日：体育の日    |
| 10月03日：亥の子   | 10月14日：灘のけんか祭り |
| 10月04日：十五夜   | 10月20日：秋土用入り   |
| 10月07日：長崎くんち | 10月22日：時代祭     |
| 10月08日：寒露    | 10月27日：秋土用の間日  |

### 10月のキーワード

- 季節キーワード  
衣替え・スポーツの秋・食欲の秋・紅葉・ハロウィン・レジャー
- 残暑対策  
スタミナ食材・スポーツ飲料
- 衣料品  
スポーツウェア・ビジネス着・ジャケット・ウォーキングシューズ
- その他  
園芸用品・新学期の文房具等・入浴剤
- 旬の食材  
かぼちゃ・しめじ・松茸・秋刀魚・栗・柿



9/15  
発売!

# 女性の「買いたい」を引き出す 魔法の営業トーク

著者  
長谷部あゆ  
HASEBE AYU

売上を伸ばしたければ、  
女性客の心をつかみなさい!

- ◆女性の買い物の主役は、商品ではなく「自分」
- ◆「あなただけトーク」でオンリーワンを伝える
- ◆マニュアルトークだと思われるNGフレーズ
- ◆雑談から購入につなげるコツ

今日から  
使える  
セリフ満載

定価(本体1500円+税) 同文館出版

お店におすすめの一冊!

## 女性の「買いたい」を引き出す 魔法の営業トーク

売上を伸ばしたければ女性客の心をつかみましょう!

- ◆女性の買い物の主役は、商品ではなく「自分」
- ◆「あなただけトーク」でオンリーワンを伝える
- ◆マニュアルトークだと思われるNGフレーズ
- ◆雑談から購入に繋げるコツ

今日から使える、  
女性向け営業トークの  
ノウハウが満載

単行本: 216ページ 出版社: 同文館出版 (2017/9/15)

### 著者 長谷部あゆさんからのメッセージ

「この商品は絶対お買い得ですよ」というのを、「僕が〇〇さんだったら、絶対にこの商品を買います!」と言い換えると、女性の気持ちは「買いたい」に動くことを、ある企業様への研修で解説しました。すると、それを聞いていた社員さんが「まるで魔法じゃないですか!」とおっしゃったのです。

言葉の使い方ひとつで、女性の買いたい気持ちは一瞬にして「買いたい」となったり、「やっぱり今は買わない」となったり、さらには「あの店では絶対に買いたくない」となったりするのです。まるで魔法をかけられたみたいに一瞬で気持ちが変わるのです。(男性には理解でき

ないかもしれませんね)

そこで、男性にも女性にもわかりやすく使っていただける、女性の「買いたい」を引き出す営業トークのバリエーションをまとめようと思い、本書が生まれました。私が体験して効果があった営業術をベースに、「誰もがすぐに使える実践ノウハウ&現場で使えるトーク術」を惜しみなく提供します。

女性がおもわず買ってしまう「あなただけトーク」の数々をマスターして、あなたの営業にお役立てください。



長谷部 あゆさん (旧姓・前川あゆ)

「共感される人材」育成講師/(株) Shuka Berry代表取締役  
化粧品の店頭販売、住宅リフォームの営業、法人向け広告企画営業で、売上日本一に。現在は全国で「営業」「接客」「販売促進」「ブランディング」の講演・研修を行う他、経営者を対象に「講師育成」「著者育成」を行う。20年以上の現場経験を活かした「再現可能な行動」を教えることで、研修やセミナーを「一過性のイベント」ではなく「目的を達成するための手段」にし「結果を出す」ことを使命としている。著書に『セミナー講師養成率NO.1のセミナー女王が教える売れるセミナー講師になる法』『「ストレスフリー」な営業をしよう!お客様満足とことん引き出す「共感」の営業』(同文館出版社/著者名:旧姓の前川あゆ)がある。

## amazonキャンペーン 9月21日(木) 5:00~23:59

9月21日(木)にamazonにて『女性の「買いたい」を引き出す 魔法の営業トーク』をお買い上げの方に全員に

- ◆ 営業マン応援LINEスタンプ
- ◆ 『長谷部あゆをピンチから救った魔法の言葉とエピソード集』pdf
- ◆ 長谷部あゆへの『女性客への接客や営業や販売に関する「質問チケット」』
- ◆ 長谷部あゆのシークレットセミナー(動画)『女性の「買いたい」を引き出す 魔法の営業トーク』 無料視聴

をプレゼントいたします。(10月中旬)

この機会にぜひ、本書をお手に取ってくださいね。

詳細、お申込みは長谷部あゆ(前川あゆ)公式ホームページのTOP部分から「女性の「買いたい」を引き出す 魔法の営業トーク」キャンペーンページにて。

▶ [https://0009.s1.riums.jp/webform\\_20.html](https://0009.s1.riums.jp/webform_20.html)



530-0001  
大阪府大阪市北区梅田1-11-4 大阪駅前第4ビル9階 923-749号  
株式会社Shuka Berry (シュカベリー)

TEL. 050-3369-1667  
E-MAIL. jimukyoku@c-shuka.com  
HP. <http://shukaberry.com/>

## システム開発裏話

### ホームページの アクセス数アップの方法 (その2)



藤田憲一 取締役最高技術責任者  
広島カーブ強いですね…。

今月も先月号に続いて、ホームページのアクセス数アップの方法についてのお話します。

(先月号では、アクセス数アップを試みる前にすべきこととお話させていただいておりますので、まだお読みになられていない方は、「リウムスマイル！」ホームページ内の月刊オミセラブのバックナンバーからダウンロードして、是非ご一読ください)

さて、グーグルの人に直接聞いた、ホームページのアクセス数アップの方法について、今回は引っ張らずに結論から申し上げます。

実際には、アクセス数アップの方法と尋ねたわけではなく、「グーグルで検索した時に上位に表示される方法は？」というものです。

グーグルさんの答えは、「そのキーワードで検索した人にとって役に立つ順に表示されます」というものでした。具体的に言うと、例えばシミを消したい、なんとかしたいと考えている方が、「シミ対策」、「シミの消し方」などと検索した場合に、**その方に役に立つ情報が詳しく、そしてわかりやすく述べられているページが、検索結果の上位に表示されますよ**ということでした。

グーグルがそれをどう判定しているかは公開されていませんが、グーグルさんの回答から推察するに、単に「シミ対策 8,000円」とだけ書かれたページよりも、シミの対策、ケアについての注意事項から、その具体的な施術

内容、リスクに至るまで、詳しく書かれているページの方が上位に表示されることは間違いありません。

これは私が日ごろ思っていることなんですが、SEO対策（インターネット検索結果の上位に表示されるための対策）って、ダイエット方法にとっても似ています。

有効なダイエット方法って、もう答えは出てるんです。それは、「摂ったカロリーよりも、多く消費するように生活すること」です。

世の中にある数多のダイエット方法は、これができるだけ効率よく、できるだけ長続きできるように工夫を凝らしているだけで、原理原則はすべてこれに尽きます。

「飲むだけで痩せる!」、「寝るだけで痩せる!」

そんなうまい方法が実際には存在しない、あるいは、あったとしてもリスクが伴うダイエット法であるように、ホームページのSEO対策も同様に、うまい方法はありませぬ。

あなたのお店のペルソナさん（想定しているお客様像）が困りであろうことの原因や、それを解決するあなたの技術、サービスについて、詳しく丁寧に語ったページを増やしていくことが、お店のホームページのアクセス数アップへの王道です。

これを読んで、「よし!」と思われた方は、まず1ページ、入魂のお客様へのお役立ちページを書いてみてください。

スッキリとまとまったお客様が見やすいホームページを作成するためのヒントとして、

- 1) 画像の大きさを揃える
- 2) 視線の動線を考える
- 3) 文字の装飾

という3つの重要なポイントをご紹介します。

#### 1) 画像の大きさを揃える

これは前々回のオミセラブコラムでもご紹介いたしました。ホームページ内で使用するすべての画像（ヘッドライン画像などの特殊画像以外）の、画像サイズを合わせていただくだけで、ホームページの見た目がグッとよくなります。

横向きの写真や、縦向きの写真もあるかと思いますので、「リサイズ」や「トリミング」機能をご利用になり、画像のサイズを変更してみてくださいね。

#### 2) 視線の動線を考える

ホームページを見る時、人間の目は「F」の形で目線が動いていくそうです。

まず、上部で左から右、その後上から下に動くと考え、「上部の右端」と「ページ下部」にホームページのゴール、つまり「ご予約フォーム」などを設置していますか？また、「いきなり予約は・・・」という方のために「お問

合せフォーム」や、「フォームでの申し込みは怖い・・・」という方のために「電話番号」を表示させておくとも尚良いですね！

#### 3) 文字の装飾

文字の装飾とは、文字のサイズを変更したり、文字色を付けたりといろいろありますが、やり過ぎは本当に見づらいです。

装飾していくうちに、いろんな箇所にいろんな装飾を追加していき、最終的にどこを目立たせたいのかわからないホームページをよくお見掛けします。

本当に重要な目立たせたい箇所にのみ、ホームページで統一した装飾をつけるようにしてみてください。

また、「見出し」や「特記」などのスタイルもご用意しておりますので、うまくご利用いただいて、文字の装飾は必要最低限にされることをおすすめいたします。

プロが作成したカッコイイホームページには、実は文字の装飾ってほとんどされてないんですよ！

今回ご紹介した3つのポイントは、お客様に見ていただきやすいホームページを作成するのに一番基本的なポイントですが、かなり重要な内容です。

一度、ご自身で作成されているホームページと見比べてみてくださいね～！

## デザインのある生活

### お客様が見やすい ホームページを作成する ためのヒント



の一ちゃん WEBデザイナー

リウムが長堀にお引越して1年が経ちました～！

## オミセラブ日記

### 検索結果の画像に注意！



じゃすみん WEBデザイナー  
涼しくなってきましたね。

大手検索エンジンの「Google検索」や、自分の好きな写真などシェアできるサービス「Pinterest」などで、例えば『アロマ』と検索すると、検索結果に沢山の綺麗な写真が表示されます。レイアウトも色味も綺麗な写真ばかりで、自分のブログやホームページに載せたい!と思う方もいるかもしれませんが、実はそれ、ダメなんです。

「Google検索」や「Pinterest」などの検索結果に表示される画像は、著作権フリーではない画像が多くあります。なので、単純に検索して表示された画像をそのままブログやホームページに使用してしまうと、著作権法違反になります。(Pinterestでシェアしている時点で著作権違反になっている画像も多く存在します)

「じゃあどうすればいいの?」という方には、ご自身の

手で写真を撮っていただくか、それが難しい場合は写真素材サイトさんからダウンロードしていただくことをおすすめします。

今は無料の写真素材サイトでも、有料の写真素材サイトに負けないほどの幅広い種類の写真を取り扱っています。人物のシチュエーション写真はやはり有料の写真素材サイトが上ですが、小物などでは無料の写真素材サイトも負けていません。

無料なら「写真AC」や「ばくたそ」、有料なら「fotolia」や「PIXTA」などいろいろと写真素材サイトはありますので、その中から気に入った写真をダウンロード（購入）するのが一番です。もちろん、商用利用できるかどうか、利用規約はしっかりとご確認くださいね。