

# SYOUBUNSYA EXCELLENCE EDITORS

WEB SUCCESS BUSINESS GUIDE

03



WE3サクセス

## クロスメディアのプロ集団 「WEBサクセス」

WEBサクセスは、クロスメディアの手法を用い  
ホームページの「プロモーション、制作、運営」をお手伝いする会社です。  
御社の「情報を伝えたいお客様」に確実に情報を届け、行動してもらうために  
「市場調査・ヒアリング」から始まり、制作からアフターフォロー、リザルトの提供と  
コンサルティングまでの施策をトータルで提案いたします。

# お客様の心を動かす I&D の法則

ところで、あなたはどのようにしてホームページが必要だと思っていらっしゃいますか？  
会社案内やカタログは、何のために作りますか？

**お客様に、御社の商品やサービスを  
購入してほしいからだと思います。**

そのためには、お客様に商品やサービスを知ってもらい、買いたい  
と思っていただき、実際に行動してもらう必要があります。つまり、  
ホームページやカタログなどの販促ツールで、お客様の心を動か  
す必要があるのです。

では、お客様の心を動かすには、  
どうしたらよいでしょう？

WEBサクセスが強く勧めているのは、  
「I&Dの法則」を販促ツールに取り入れることです。

I&Dの法則の I は  
「Information — 情報」

商品やサービスの情報、お問い合わせの方法、会社概要など、  
お客様が必要とする情報が十分に提供されていることが大事です。  
お客様が真剣に購入を検討されている場合は特に、さまざまな疑問  
が湧いてきます。その疑問を解決できる情報が論理的に掲載  
されていれば、あなたの会社を信頼してくれるようになります。

I&Dの法則の D は  
「Drama — ドラマ（ストーリー）」

人は何かに真剣に取り組んでいる姿や、成功までの努力を知った  
とき、感動したり、親近感を持ちます。「人間対人間として、心がつ  
ながること」。販促ツールにもこのような要素が必要です。です  
から、WEBサクセスでは、販促ツールに商品の開発物語、会社  
に対する想いなど、人の存在を感じられるドラマを盛り込むことを  
提案しています。

### WEBサクセスの制作ポリシー



では、いったいどうすれば？

⇒続きはこちら「WEBサクセスクロスメディアコミュニケーションサイト」

<http://www.xmediacom.jp/strategy/index.html>

# WEBサクセスが考えるクロスメディア

# コミュニケーションとは?

## あなたの情報はお客様に届いていない

### — 情報が素通りしてしまう時代

**お** 客様を取り巻く環境が激変しています。  
インターネットやスマートフォン、タブレット端末、多チャンネルのテレビ放送、デジタルサイネージ、街頭広告、新聞、雑誌、チラシ、カタログ…。どこにいても、何かしらの情報が流れていて、お客様に伝えたいと思っている情報が届きにくくなっています。インターネットが一般的になってから、日本に流れる情報の量は爆発的に増えました。お客様の周囲には情報があふれかえっているので、せっかく発信した情報もお客様の記憶に残らず素通りしてもおかしくないでしょう。

その上、あまりにも情報が多いので、お客様は心を閉ざし、簡単に情報を信じなくなっています。そして、パソコンやスマートフォン、タブレット端末を使って、自分で必要な情報だけを手に入れたり、友人からのクチコミなどを頼りにしたりして、商品やサービスを選択しています。

お客様が受動的に情報を待っているのではなく、能動的に情報を探す時代になってしまったのです。

ですから、I&Dの法則で、いくら良い販促ツールを作ったとしても、届けたいと思っているお客様にその情報が届かなければ、何の効果もありません。まず、お客様に情報を届け、興味を持ってもらわなければ、行動してもらうことなど不可能です。

では、お客様に確実に情報を届けるには、どうしたらよいのでしょうか?

それには、情報の渦の中からお客様を引き出す「仕掛け(シナリオ)」を作り、的確なメディアで、届けたい人に、その情報を確実に届ける、という「戦略」が必要です。

その戦略とシナリオが「クロスメディアコミュニケーション」です。

## お客様に行動してもらう方法

### — クロスメディアコミュニケーションでバックアップ

**御** 社も、ホームページや製品カタログ、会社案内、フリーペーパー、テレビ広告、雑誌広告、折り込みチラシと、販売促進活動を行ってきたと思います。

でも、「同じように広告・宣伝しても、モノが売れない。お客様の反応がなくなった。」

このように感じている方も多いのかもしれませんが。

お客様に情報が届きにくくなっているのですから、戦術である販促ツールを個々ばらばらに作って、ただ発信しているだけでは効果が出なくなってきました。

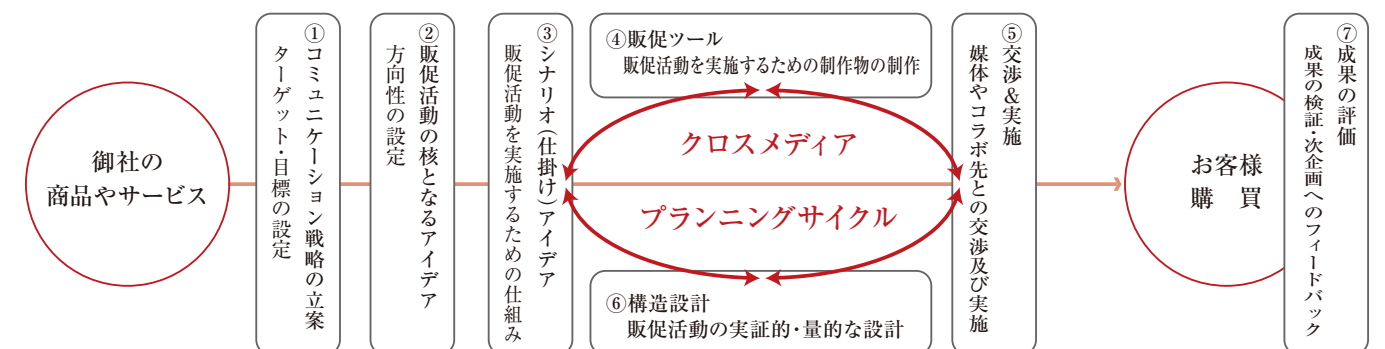
お客様に情報が届かないし、届いても見てくれない。

そんな厳しい環境を打開するために必要なのが、お客様とのクロスメディアコミュニケーション。

販促活動で何をお客様にしてもらいたいのかその最終目的を明確にし、そのために届けたい情報は何か、それはどのようなお客様に届けるのかを絞り込みます。

次に、そのお客様の心理を読み、欲しい情報は何か、それをより欲しいと思わせるにはどのような販促ツールが必要か、その販促ツールにはどのような役割を持たせるのかシナリオを考えます。

つまり、クロスメディアコミュニケーションとは、届けたい本質の情報とお客様との「接点」を効率よく作り、そして「売り上げ」につなげる仕掛けを作ることなのです。





# WEBサクセスが考えるクロスメディア コミュニケーションとは?

ホームページを最大限に活用させる。

## それがWEBサクセスの クロスメディアコミュニケーション

WEBサクセスでは、費用対効果が最も高く、効果測定がしやすいホームページを、最強の販促ツールだと考えています。

なぜならインターネットは、もはや生活基盤を支えるインフラとなっており、そのインターネットの中核をなすものがホームページだからです。

ホームページは、テレビや雑誌などと比べて、掲載する情報量や表現に制約が少なく、タイムリーに情報発信できる点で、非常に優れたツールと言えます。

私たちは、インターネット上でライバルに負けない、選ばれるホームページ戦略を提案いたします。

でも、ホームページは売り上げ向上のための魔法のツールではありません。

ホームページには、その存在を広めなければ、見てもらえないという弱点があります。

ですから、販売促進の戦略を作るとき、お客様がホームページにたどりついて、御社の最終目標に到達できるように、ほかの販促ツールと効果的に結び付ける施策も必要になります。

例えば、潜在的なニーズを喚起したいときや、新しいコンセプトの商品を発売する場合、ホームページだけでは、お客様の注意を引くことが難しいことがあります。

なぜなら、ホームページは検索エンジン経由で利用される場合が多く、お客様が検索キーワードなどを知らなければ、検索しようがないからです。そうすると、お客様はホームページの存在すら知らないで終わってしまうことも起こる可能性があります。

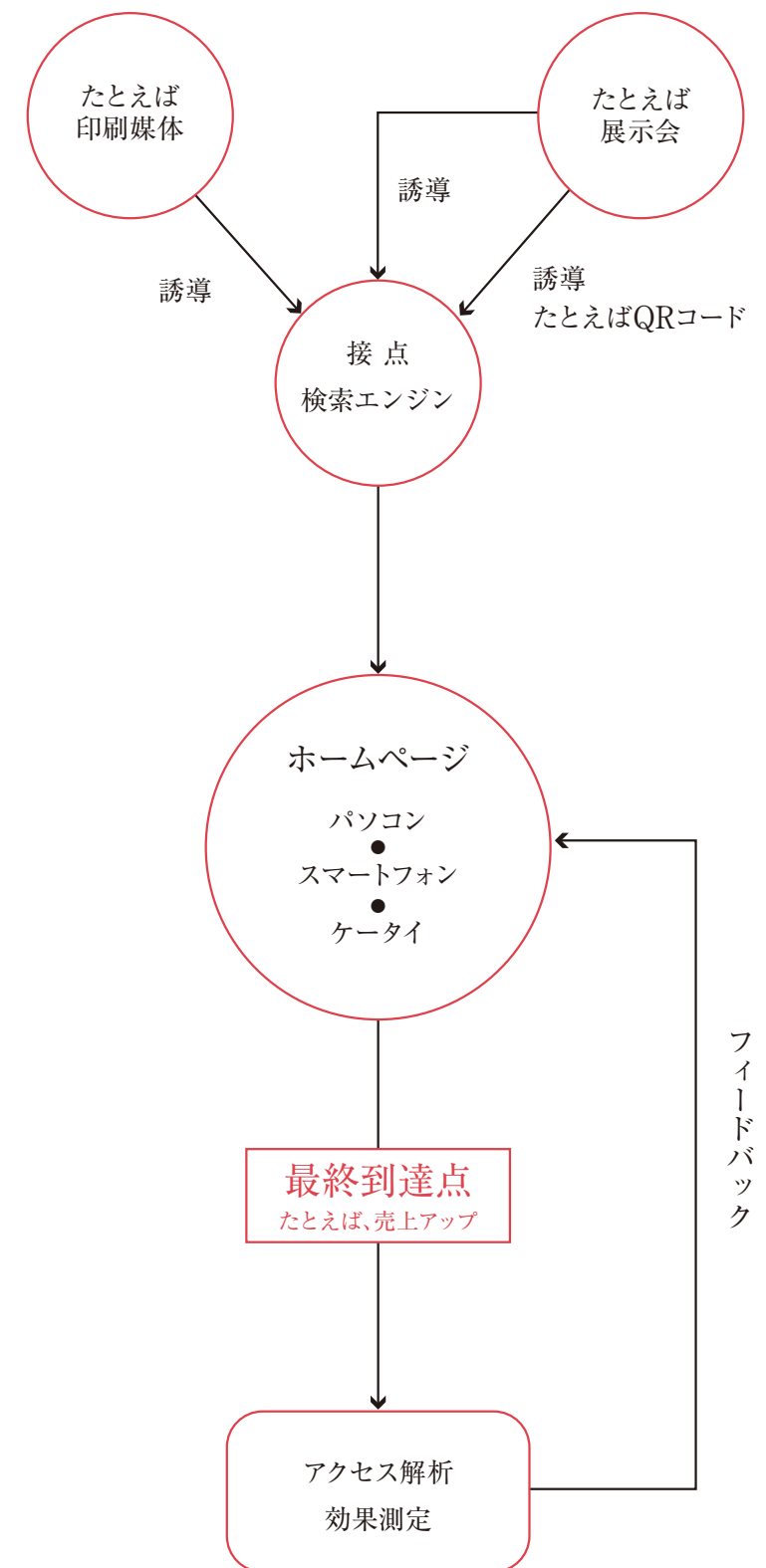
このような場合には、ホームページを補完し、導線を引くための施策（カタログ、広告など）がどうしても必要になります。

御社のお客様は、どのような仕掛けがあるとホームページを見てくれるのか。

WEBサクセスの持つ「最適解」、すなわち多くの解決方法の中で最も良い答えを、御社にも利用していただきたいと考えています。

いつもお客様が中心にあって、営業スタッフ・プロデューサー・ライター・デザイナーが一体となり、とことん販売促進について考え、提案し、実践する。

それがWEBサクセスです。



# WEBサクセスは、こんな会社です。

「WEBサクセスの強みは何ですか?」と聞かれたら、  
私は迷わず「WEBサクセスの強みは、人材です。優秀な人材がいます。」  
そのように答えます。

なぜなら、WEBサクセスの事業を細かく説明したり、こういうサービスをご提供できますと言ったりしても、同じような提案を行っている会社はたくさんあり、本当の強みはなかなかご理解いただけません。

ですから、「私の会社には、優秀なスタッフがいる。だから、仕事を任せてください。」いつもそのようにプレゼンテーションしてきました。

そして、興味をもってくださったお客様が、「岸の言っていることは本当なのか」と試そうとする。そうして試していただいた結果、信用していただけたから、WEBサクセスは継続して仕事が出ているのだと思うのです。信用できない会社では、見積をご依頼いただくこともできません。

私以外のスタッフでも、たとえば「ブログを読みました。Facebookやmixiも見ました。セミナーも聞きました。ファンになりました。だから、ホームページを作ってください。見積をください。何か提案してください。」と声をかけていただいている。そのこと自体に重要な意味があります。たとえ、成約できなかったとしても、声をかけていただいて、プレゼンテーションができたことは自分たちの財産になりますから。

お客様のところに訪問させていただき、応接室に通していただいてお茶をいただく。その機会をいただけるということは、とても可能性の低いこと。飛び込み営業で、応接室まで案内されることはまずありません。

そういう機会をスタッフが自分たちで作っている。お客様に信頼していただいている人材がいる。私はそれをWEBサクセスの強みだと思っています。

クロスメディアで販売促進の展開ができる、集客できるホームページが作れる、そういうことではありません。それは当たり前のことなのです。

私が考える「優秀な人」とは、物事を多角的に捉えることができ、お客様のことを思って仕事ができる人のことです。仕事を紹介していただいたり、お客様を開拓できたりする人は、無意識なのかもしれませんが、お客様の目線で仕事ができる人だと思うのです。

お客様の目線に立っていない人は、仕事を自分で獲得することはできません。

そして、お客様のことを思い続ける継続性が必要です。こういう戦略がいい、このような施策がいいと思いついたら、その考えを深めていって、具体的な形にできるということが大事です。そうでなければ、原稿を書いたり、デザインをするなど、ひとつの形にすることはできません。また、営業担当者でも、そのお客様とは一回きりの仕事で終わってしまいます。

「もう一回来て欲しい」「もう一度、一緒に仕事がしたい。」  
そのように思っただけなのは、お客様のこと、そしてお客様のお客様のことを常に考え続けられるからです。

WEBサクセスのスタッフ全員に、そのように考えて行動してほしいと思っています。そういう人間が集まり、増えることで、WEBサクセスは、より強固な組織になると考えてます。

物事を多角的に捉える人材がいて、その人たちをきちんとマネジメントするための企業戦略があり、みんなのことを考えられる優しい社長がいる会社。これがうまくいく会社なのだと思います。

WEBサクセスは、「ホームページ」や「カタログ」など、お客様が情報を伝える「手段」を作ってお客様のお役に立ちたいと考えている会社です。

「クロスメディア」という販売促進の手法を使用し、

お客様のお役立ち企業を目指すWEBサクセス。

代表の岸から、WEBサクセスは何を考え、

何を目指しているのかを紹介いたします。





ここでいう「手段」とは、私たちが作り出すすべてです。つまり、具体的には、ホームページ、スマートフォンサイト、チラシ・カタログ、動画などすべてを指します。

ただ単に、手段を作るだけではダメなのです。クオリティの高いものを作るのは“当然”のこと。

私たちは情報の担い手です。情報を伝達する手段を作っている会社なのだから、お客様に買っていただいた「もの」が、どのようにお客様のお客様に届いているのかまで関心を持たないといけません。我々が作ったものをお客様がどのように利用して、どのようにご商売されて、どのように売り上げを伸ばしていくのか。そこまで考えて、「もの」を作り出すから私たちはプロと言えるのです。

お客様が私たちに望まれていることは、たとえば、ホームページから資料請求を受けることまでかもしれません。でも、そこで止まっているのではなく、「資料請求を受けたら、次は何をしましょうか?」と、自分たちから提案できること。それが大事です。このように考えられるから、WEBサクセスの存在価値があるし、お客様に喜んでいただけているのだと思います。

まともなものを作ることができないのなら、やめたほうがいいです。お客様に迷惑をかけるので。

### 目指すべき山は決まっている。 WEBサクセスは、 お客様に選んでいただける会社になりたい。

WEBサクセスは、ホームページ制作や印刷が得意な会社ですから、「ホームページを作ってください。」「カタログを作ってください。」そういう相談をいただくのは、ある意味当たり前ではないですか。

でも、それだけではなく、たとえば「うちのお店やたら人が入っているに、利益がいまいち確保できないんだよね。」とか、「引越したいのだけれど、いい引越し屋さん知らない?」とか「やめて欲しくない社員が、実はやめたいって言っているんだよね。」とか、何でもいいので相談していただける会社。お客様に頼りにされ、選んでいただける会社が理想です。

何かあったら相談していただけるということは、「この人たちに相談すると何か解決するのではないか。」「この人たちに頼んだら、売り上げが伸びるのではないか」と期待をしてもらえているということだからです。

WEBサクセスが目指すべき山は決まっていますが、それは何度も言いますがお客様のお役に立つこと。

でも、山を一回登ってみんなで喜んで、また高い山があります。お客様の要求も高くなるし、自分たちの理想も高くなります。

The sky is the limit.  
We are the team WEB Success.



ひとつ制覇したと思っても、まだまだ登っていくべき山はある。  
だから、常にアンテナを張り、どの情報媒体が「今」主流なのか? 「これからは」なにが主流になるのか? をウォッチし続けて、適正な情報媒体をお客様に提供し続けていくための体制を整えました。  
何も効果がないもの、時代遅れのものを作ってしまうのは、ただのゴミを作り出していることと同じですから。

「お客様のお役に立ち続けていること。」  
このことこそ、WEBサクセスの成功だと考えています。



この事業案内は、  
メディア・ユニバーサルデザインの考え方で作られています。



紙には古紙100%再生紙の  
OKマットコートグリーン100を使用しています。



グリーンプリンティングの認定を受けています。



全日本印刷工業組合連合会による  
CSR認定制度の基準を達成しています。

P-00023



©ぶらねっと

★ぶらねっとクンは、正文舎の業務や取組を紹介するときに  
どこからともなく現れるオリジナルキャラクターです。





**WE3|サクセス**

[URL]<http://www.websuccess.jp/>

[お問い合わせフォーム]  
<http://www.websuccess.jp/form/>

**株式会社 正文舎**

改訂版 Ver.4 2013.5

※このパンフレットはオンデマンド機 RICOH Pro C901sで印刷しています。

