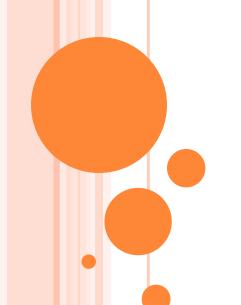
お店や会社の情報発信をしてみよう!

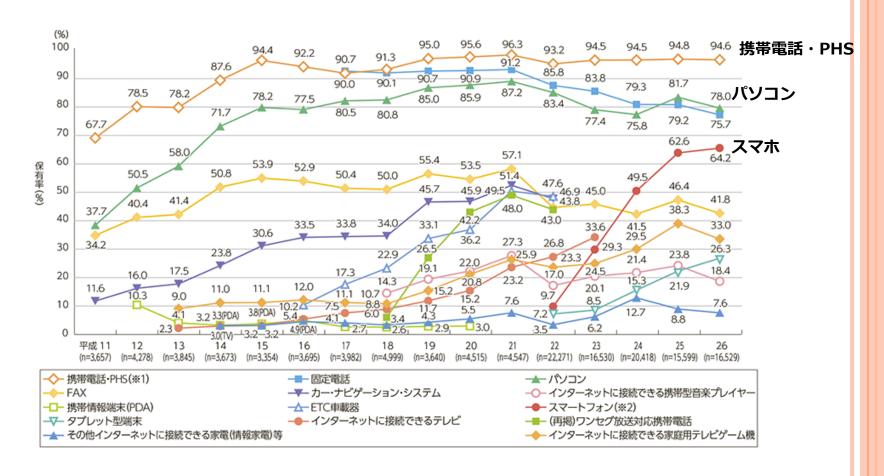
ホームページの発信効果で 伊平屋島の来客者を増やす方法



2016/11/11伊平屋村商工会セミナー資料

オフィスMorie 森江 直子

インターネットの普及状況

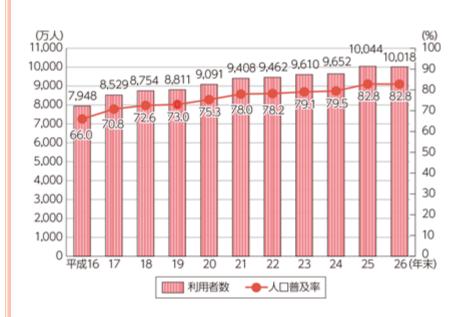


情報通信機器の普及が全体的に飽和状況の中、スマートフォン保有が急速に増加し6割を超える

平成26年末の情報通信機器の普及状況をみると、「携帯電話・PHS1」及び「パソコン」の世帯普及率は、それぞれ94.6%、78.0%となっている。また、「携帯電話・PHS」の内数である「スマートフォン2」は、64.2%(前年比1.6ポイント増)と急速に普及が進んでいる(図表7-2-1-1)。

(平成26年末 総務省 情報通信白書 平成27年版)

インターネットの利用状況





※当該端末を用いて平成26年の1年間にインターネットを利用したことのある 人の比率を示す

【旅行前】 情報収集にインターネットを使う人は 90.8%

旅行前にどんなサイトを参考にしますか?

【旅行中】PCでは約4割、携帯では約半数の人が旅先でもネットを利用

ネットでの情報発信ツールの種類

- oホームページ(Webサイト)
- o ブログ
- oSNS(ソーシャルネットワークサービス)
 - ※人と人とのつながりを促進・支援する、コミュニティ型のWebサイトおよびネットサービス

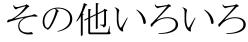
Facebook

Twitter

Instagram

mixi

LINE



(LinkedIn, Google+, Snapchat, SNOW.....)







ホームページ、ブログ、SNS、どれがいいの?

ただホームページを作るだけではダメ!! 売れる、集客できるサイトとは?

- ホームページの目的は?基本情報の掲載、信頼を得たい 集客~問い合わせしてもらう 集客~お店に来てもらう 集客~ネットから購入してもらう 顧客のアフターフォロー(リピーター増)
- ターゲットは?誰が見るサイト?具体的な顧客像⇒ペルソナ
- 自社の強みは?

AIDCASの法則

- oAttention =注目 ●
- ○Interest =興味
- ○Desire =欲求
- ○Conviction =確信
- oAction =行動 ●
- ○Satisfaction =満足

自分が好きな写真を 使いたい⇒× ペルソナが注目する のはどんな写真?

> ペルソナは、どんな内容 を載せれば興味をもっ てもらえるだろうか?

問い合わせや購入への行動を起こ すための誘導は難 しくないか?

サイトリニューアルをして売上が倍増 具体例の紹介

最初のアドバイス

商工会SIFTもホームページのひとつです

- 伊平屋観光ホテル http://www.shokokai.or.jp/47/4735910010/
- o 内間荘 http://www.shokokai.or.jp/47/4735910011/index.htm
- o ペンション山川 http://www.shokokai.or.jp/47/4735910013/index.htm
- 与那原ボヌール http://www.shokokai.or.jp/47/4734810058/
- よなばる食堂 http://www.shokokai.or.jp/47/4734810066/