

WEB MESSAGE STOCK PERFORMANCE

BLOG WORK IDEA MARKETING

SEMINAR

CHECK POINT NETWORK

【WEB集客、なぜ失敗する？】
一貫性のないWEB施策が一番よくない
～失敗するWEB集客～

COMPLIANCE FAQ GLOBAL ECONOMY

MONEY FUND

COMMUNICATION



このようなお悩みありませんか？

本レポートは以下のようなお悩みを抱える塗装・リフォーム会社様向けレポートです。

- ホームページを作ったのに問い合わせが増えない
- リスティング広告を出しているが費用対効果が合わない
- InstagramやYouTubeを運用しているが反響につながらない
- チラシを見たお客様がWEBで離脱している気がする
- 店舗やショールームの強みをWEBで伝えきれていない
- 施工事例・口コミ・保証・価格ページが弱いと感じている
- 問い合わせ数だけでなく、成約率や粗利額まで改善したい

1つでもあてはまる場合、

すぐに本レポートを無料ダウンロードすることをオススメします。

本レポートでわかること

- ✓ 塗装会社のWEB集客が難しい理由
- ✓ 広告・SNS・HPが成果につながらない本当の原因
- ✓ 問い合わせ前に比較される時代のWEB対策
- ✓ チラシ・店舗・WEBを連動させる導線設計
- ✓ 営業前に信頼を作る「0次接客」の考え方
- ✓ リスティング広告で見るべきCPA・CVR・粗利額の考え方
- ✓ 反響を取りこぼしている会社のチェックポイント

地域一番店を目指す経営者さま、ぜひ経営に役立ててください！

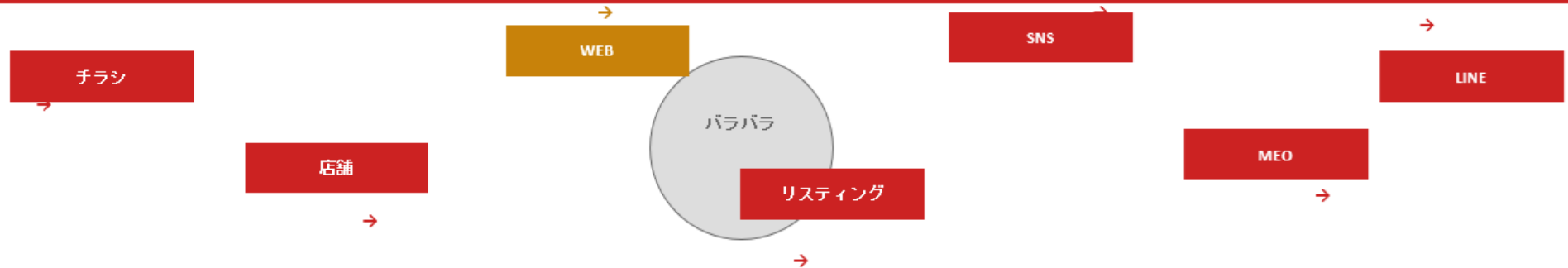
02 WEB施策が失敗する本当の原因

施策が悪いのではない。バラバラに動いていることが悪い。

多くの塗装会社がやっているWEB施策



しかし成果が出ない会社は—すべてが別々の方向を向いている



一貫性のないWEB施策は、広告費を静かに溶かす。

13 失敗するWEB集客チェックリスト

あてはまる項目が多いほど、反響を取りこぼしている可能性があります

失敗するWEB集客チェックリスト

<input type="checkbox"/> チラシ・店舗・WEBのメッセージがバラバラ	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ホームページの施工事例が少ない（30件未満）	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> 店舗やショールームの魅力がWEBで伝わっていない	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Google口コミ対策ができていない（件数・返信なし）	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> リスティング広告のCPAしか見ていない	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

診断結果

0~3個	4~7個	8~11個	12個以上
WEB導線はある程度整っています	施策が分断され、反響を取りこぼしている可能性があります	WEB集客の再設計が必要です	単発施策ではなく、販促全体の導線設計から見直すべきです

チェックが多い会社は、広告費を増やす前に導線を整えるべきである。

モザイクなしはダウンロードフォームへ！