



# 士業の営業用ホームページは、 段階を切り分けて反応率を改善しよう！

ウェブサイトへの訪問者が少ない

## <第1段階> 改善方法

コンテンツを増やす、リスティング広告を活用する、記事タイトルやディスクリプションを調整する、などの対応で訪問者の数を増やす。

直帰率が高い、滞在時間が短い

## <第2段階> 改善方法

ヘッダー画像の修正を図る。あるいはナビゲーションやメニュー、ボタン等の内容や配置を再検討してサイト内誘導を強化する。

ウェブサイトからの反応率が低い

## <第3段階> 改善方法

不安の解消と安心要素の提供。「他の人も使っているの?」「私も対象範囲に入るの?」を解消し、問い合わせ前の一押し要素も検討。

メールが送信完了まで至らない

## <第4段階> 改善方法

お問い合わせフォームの項目削減を検討。少なければ少ないほど送信しやすくなるため、後で聞ける項目は全て削除する。

返答したら別事務所に依頼済だった

## <第5段階> 改善方法

メール返信、電話折り返しなど、反応までの速度を速める。(ウェブからの問い合わせ客は、不安で再検討するまでの時間が短い)

連絡しても直接相談まで至らない

## <第6段階> 改善方法

返信のメールや折り返しの電話など、対応に不安や疑問を感じて相談まで至らない可能性あり。

直接相談の反応が鈍い

## <第7段階> 改善方法

こちらも直接相談時の内容、対応、雰囲気などに不安や疑問を抱いている可能性あり。客層のズレを感じたらサイトの修正で対応。

相談者が依頼の決断をしない

## <第8段階> 改善方法

ウェブサイトが「大手事務所」の雰囲気にも関わらず、実際相談してみると小さな事務所だったというギャップが要因の可能性あり。