



# 気づかない「機会損失」 損をしない広告テクニック

「工務店集客NO.1」(株)チタン 代表取締役 中野 泰植

一般財団法人 全国住宅営業認定協会 提携パートナー

## 広告 作の目的はクライアントの「売上増大」

広告会社のデザイナーとして「エステ」「宝石」「自動車」「マンション」など1,000件以上の高額商品の広告を成功に導く。2007年「(株)チタン」を設立。「工務店専門」の広告会社として一般の広告会社にはないノウハウとテクニック(チラシやホームページを作る際、依頼主を徹底的に分析して独自の「強み」を創出)で成果を出す。 広告を作る目的は「依頼主の売上を増大するため」という信念で活動。広告会社でありながら依頼主である工務店の「売上」に対して徹底的に責任をもつ姿勢が多く、多くの工務店から信頼を得ている。

## 過度な「SEO対策」は、今もどきやめよう。

今やお客様の6割は何らかの形でホームページを経由して家を買います。(このことに納得できない方はこの先はとばしてください)。初めてお話しする住宅会社様の場合ホームページでの集客というSEO対策のことを真っ先に上げる方がとても多いです。しかし間違ったSEO対策をされている方が多いです。そしてその方法は間違っていますと言っても理解してもらえません(ひな鳥と同じで一度正しいと覚え込むと修正不可能のようです)。ですので最近では言つのをやめました。このタイプの社長には2通りあります。1つ目は、何の効果もないSEO対策をされている方。何年か前の古い情報を鵜呑みにして、それをそのまま実行されている方です。webの世界の変化は本当に早く、一ヶ月前の情報が全く役に立たない世界です。例えば検索エンジンで上げたいキーワードを無闇に自社のホームページに書き込む方がいますが、これもあまり意味はありません。なぜならGoogleではキーワードは「全体の文章の中での出現率」で判定して、本当に大切なキーワードかどうかをコンピュータで判断しているからです(つまり、自然な文章でないとダメだと言っています)。2つ目は「やってはいけないSEO対策」をやっている会社です。実は過度のSEO対策はGoogleやYahoo!にとっては「邪魔者」以外の何者でもありません。なぜなら彼らの商売である「消費者の望んでいる最適な情報を与える」という目的に合わないからです。そのため、最近多いのが過度なSEO対策をした結果、Googleより違法なホームページだと認識されて、Googleの検索結果に出ないようにされてしまうことです(これをGoogle村八分といいます)。先月Googleの検索の基準がよりいっそう厳しくなり、今までのSEO対策が全く効かなくなりECサイトと呼ばれる小売りの会社がかなり損害を受けました。(結構つづかれたところもあります)。今まで検索上位にくることで集客していたのが全く役に立たなくなったからです。大切なホームページを使い商売をしていく上で、不確実なSEO対策に過度に依存するとは危険だということです。(その前に、何の効果もないSEO対策をして、やっただけで集客は減り、それ以前の問題のほうが)。