

会計事務所の 経営に役立つ ツール集



HPで年間14件の 新規顧客獲得!

「HPをつくったもののお客は来ない」。
当たり前です。HPで顧客を取れるようにするには
さまざまな仕組みと仕掛けをつくる必要があります。

愛知県一宮市の長尾会計事務所
長税理士・長尾哲也氏は、昨年20
05年の1年間でHP経由による新
規顧客を14件獲得した。そこにはど
のような仕掛けがあるのか。長尾氏
にそのノウハウについて迫った。

年間14件のHPによる新規獲得を
果たした長尾氏。現在は平均700
アクセスごとに1件の新規獲得がH
Pでできる模様。これにより、事務
所にも活気が出ているとのこと。
しかし、長尾氏はHPを立ち上げ
てからすぐに顧客が獲得できたわけ
ではない。現在の状態になるまで試
行錯誤を重ねてきたのだ。

長尾氏がHPを開設したのは20
00年。「今思い返すと、最初のH
Pは自分でも見たくないですね」と

長尾氏は苦笑する。自分が見たくな
いHPとは、どのようなものだった
のか。「開業2年目でしたから、目
的は新規獲得でした。しかし『ど
りあえず作った』という感じで、し
ばらく放置していましたよ」(長尾氏)

翌2001年には、HPをリニュー
ーアル。「開業相談に見えたお客さ
んが、たまたま学校の後輩で、格安
でリニューアルさせていただきました
」と長尾氏。その後、ブロードバ
ンドの普及で、何でもネットで情報
を探す時代へと突入した。それを機
に2003年、二度目のリニューア
ルを実施。「HPをつくりさえすれ
ば、黙っていてもヤフーに掲載され
るのは大間違い」と、検索エンジ
ン対策に乗り出した。この際、検索エ
ンジンで常に上位にくる同業者のH

Pを徹底研究した。

着目したのはHPのタイトル。検索エンジンに引掛かるか否かは、この言葉次第。ここで長尾氏は「愛知県一宮市 税理士 経営計画 パソコン会計 会社設立」などを盛り込んだ。ここで重要なのは「所在地」「手掛けている内容」と、何より「税理士」という言葉だ。

HPで会計事務所を探す際、検索エンジンに最低限入れるのは「税理士 ○○県○○市」というケースが大半。ただ「○○会計事務所」とだけあるのと「税理士」という言葉が入っているのは、アクセス数に数段の違いがある。長尾氏はこの点に気づいた。

これにより、2003年のHP経由の新規顧客は8件。05年には事務所の特徴と方向性を明確にする意味で3度目のリニューアルを手掛け、現在の形に落ち着いたという。

HPのポイント 「敷居の低さ」と「中立性」

何度もHPをリニューアルし、HP経由による顧客獲得を軌道にのせた長尾氏だが、決してHPの知識に長けているわけではない。また、現

税理士

長尾哲也

1969年岐阜県生まれ。1992年税理士試験合格。1999年3月独立、長尾会計事務所開業。2006年は「全員参加の経営」を事務所のテーマに掲げる。



在の長尾会計事務所のHPを見て、一見だけでは顧客獲得につながることは考えづらいところがある。しかし、ここがポイントになる。

HPのつくりをあえてスタイリッシュにせず、身近さ、手づくり感を出し、「敷居の低さ」を演出したのだ。これにより、HPを閲覧した人が電話をかけやすい雰囲気を出している。何でもお洒落につくれ

ばいいものではないのだ。
また、長尾会計事務所のHPでは事務所のアピールは控えめ。ページ上では「税理士の選び方」「新規開業支援」「会社設立支援」など、税理士を選ぶとき、新規開業・会社設立する際のアドバイスを掲載している。これが結果的に好感度アップにつながっている。

新規獲得成功の秘訣を 初めて明かす!

4月25日にビデオ教材「初めて明かす!ながおてつやのHPで年間14件の新規開拓ができる仕組みと仕掛け作り」が弊社から発売されました。長尾氏がHPによる新規獲得成功の秘訣、ノウハウ、プロセスを、余すところなく初公開しております。

ビデオは2巻構成。第1巻では本誌編集長・広瀬元義が長尾氏にインタビュー。対談形式で長尾氏の成功の秘訣に迫ります。5年間にわたり、さまざまな試行錯誤を重ね、HPによる新規獲得を軌道にのせた長尾氏が笑顔で語る一言一言からは、HP製作に関する多くのヒントが見つかることでしょう。

第2巻は、第1巻のインタビューを受け、弊社Webコンサルタント・五十里(いかり)学が長尾氏の成功のポイント、成功事例・失敗事例を分析。そこから何が読み取れるか詳しく解説しております。

(このビデオ教材は、ビデオ2巻+レジュメとなります)

長尾氏のHPによる顧客獲得事例

のうち、実は8割ほどは新規開業・会社設立だという。ニュートラルな内容から、新規開業・会社設立を考えている人がHPを閲覧した結果と分析できる。「敷居の低さ」と「中立性」に重点を置いたHPにより、新規顧客のターゲットも見えてきたとも受け取れる。長尾会計事務所では現在、法人成りの節税シミュレーションなどを無料で実施するなど、新規開業・会社設立を考えている先をサポートし、顧客へと高めている。

料金表は非公開 「まずは面談してから」

長尾会計事務所HPのもう一つのポイントは、料金表を非公開にしていることだ。非公開の理由は、企業規模やサービス内容によって料金はケースバイケースだから。なので、HPを閲覧した先が電話で「料金はいくらか」と問い合わせても「まずは面談してから」と、実際に会うことにしている。面談して企業の概要を求めているサービス内容などを把握して初めて料金が決まるのだ。

また、料金表の非公開は「事務所は料金表の安さで勝負していない」

という意思表示にもなるという。

「契約を逃した例でいちばん多いのは、料金が折り合わないことです。そうした先は早い段階で料金の話になりがちです。恐らくいくつもの事務所のHPを見て料金を比べていると思われます。節税対策で法人成りを検討している場合、節税効果よりも税理士報酬が上回ると判断されたら話が頓挫するケースが多いです。しかし、料金だけでなく、サービス内容で税理士を選ぼうとする人が当事務所のHPを見て面談し、料金で折り合いがつけば、すんなりと成約に結びつきますね」(長尾氏)

HPの仕掛け次第で ”意とした顧客”が訪れる

長尾会計事務所の顧客の自計化率は、ほぼ100%近い。これもHPによる新規獲得の効果だという。HPを見て問い合わせしてくる顧客は、最低限パソコンの知識はある。既に自計化が済んでいるか、今後自計化を望んでいるだろう。長尾氏のHPではトップページに「パソコン会計」とうたっているので、自計化のノウハウを知りたい先が、HP経由で門をたたくそうだ。

会計事務所の 経営に役立つ ツール集



第1巻のインタビューは和やかな雰囲気の中に行なわれた

このように、例えば「会社設立」「経営計画」など、事務所が力を入れていて、力を入れたい内容をHPにリアルタイムで盛り込めば、意とした顧客が自然と訪れるようになるのだ。「HPを見て問い合わせしてくるお客さんは得体が知れず、質が悪い」とは、昔の話といえよう。

大事なものは「事務所の成長、時代の流れに合わせてHPも成長する」ということ。「HPをつくったものの、新規顧客が増えない」とこぼす事務所は総じて「HPをつくりつばなし」なのだ。HPをつくることは目的ではない。あくまでも、新規顧客を獲得する手段。HPもまめに更新し、事務所の成長とともに成長させる必要がある。

また、問い合わせがきたときは「何を見て問い合わせしてきたのか」「HPならばどの部分を見たのか」を絶対確認すること。効果測定をしっかりとすれば、HPのどの部分をどのように改良すべきか、大いに参考にできるだろう。

以上の話からもわかるように、長尾氏はHPによる顧客獲得のために、お金をかけたわけではない。仕組み、仕掛けをいかにつくるかが、成功のカギを握っているのだ。

「初めて明かす!ながおてつやのHPで年間14件の新規開拓ができる仕組みと仕掛け作り」**を申し込みます FAX.03-5791-7822**

お名前		年齢		事務所名	
ご住所	〒	—	金額	22,000円(税込)	お支払 方法
			数量	238059	
TEL				FAX	
E-mail				弊社 記入欄	

お問合せ先

株式会社 **アックスコンサルティング**

☎:0120-244-655 (商品購入専用電話) FAX:03-5791-7822 E-mail:accs@accs-c.co.jp URL:http://www.accs-c.co.jp

〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-19-15 ウノサワ東急ビル3階