

＼**441**人の営業支援で分かった／

税理士・会計事務所

ホームページ制作の **成功**の秘訣



これができていないと失敗する!?

士業ブランディングプロデューサー
小川 琢弘 著

はじめに

本ガイドブックをダウンロードいただき、ありがとうございます。

弊社では土業のホームページを制作するだけでなく、土業向けホームページの勉強会&質問・相談会を毎週開催しております。

参加者の方からは、

- 「質問や相談をしたいけど、誰に聞いたらいいかわからない」
- 「作った方がいいと聞くけど、どんなホームページを作ればいいかわからない」
- 「WEB集客はそこまで考えていないが、ホームページを作った方がいいの？」
- 「とりあえずホームページはあるが、うまく活用出来ていない」
- 「ホームページを作ったけど、何を更新すればいいかわからない」

といった質問やご相談をよくいただきます。

ホームページ制作会社が言うとお営業にしか聞こえないのですが、土業の方にはホームページを作ることをおすすめしています。周りの土業がホームページを持っているので、とりあえず作ろうと思っている方もいるでしょう。

しかしながら、目的を決めずにホームページを作るのはおすすめしていません。

- 「ホームページを紹介営業用に使いたい」
- 「ホームページを使って集客をしていきたい」
- 「ホームページで事務所の情報をもっと発信したい」

など、ビジネスにおいてどのように活用するのかまでを考えた上で、ホームページを作成してください。

ホームページは、あくまでも情報発信をするツールです。

作る目的によって、ホームページの使い方、作り方が異なってきます。

本ガイドブックでは、ホームページを初めて作る方やホームページをうまく活用できていない方向けに、土業はどんなホームページを作ればよいのか、どうやって運営していけばよいのかを判断いただけるように、解説をしていきます。

ぜひ事務所のホームページ作りの参考としていただければと思います。

目次

はじめに	1
第 1 章 ホームページを作る目的	4
1 事務所が存在していることだけを伝えるホームページ	
2 お客様を選ぶためのホームページ	
3 集客するためのホームページ	
第 2 章 事務所ホームページと業務特化ホームページ	7
1 事務所ホームページを作成するメリット	
2 業務特化ホームページを作成するメリット	
コラム 「税理士 ○○駅」で検索するタイミングはいつ?	11
第 3 章 ホームページ作成のポイント	12
1 事務所・サービスの強み	
2 お客様の声・事例	
3 代表者挨拶	
4 問い合わせの流れ	
5 写真	
第 4 章 ホームページを運営する際のポイント	16
1 ホームページの更新をしない	
2 更新をしたいなら、更新体制をつくる	
3 更新するなら、どんなコンテンツを載せればよいか	
付録 これができていると失敗する ホームページ 18 のチェックリスト	19
おわりに	20

第1章

ホームページを作る目的

ホームページは作る目的によって、作るホームページの種類やコンテンツ、運営の方法が変わってきます。この章では、ホームページを作成する上で、一番重要なホームページを作成する目的についてお話しします。

ホームページをなぜ作るのか？

作る目的から考えたときにホームページは、下記3つのタイプに分けられます。

- ①「事務所が存在していることだけを伝えるホームページ」
- ②「お客様を選ぶためのホームページ」
- ③「集客するためのホームページ」

1 事務所が存在していることだけを伝えるホームページ

事務所が存在していることだけを伝えるホームページとは、紹介メインで集客ができており、事務所の紹介・案内を目的としたホームページです。名刺代わりのホームページとも言われたりしますが、まさに事務所の概要だけが載っており、事務所がきちんと存在していることを伝えるホームページです。

事務所のことを紹介された方は、まず事務所が存在しているかどうかをインターネットで検索します。検索した時にホームページが見つからないことで、仕事につながらなったり、他の事務所に仕事をお願いしてしまう可能性もありますので、ホームページは必ず作りましょう。

このタイプのホームページを作る際の注意点として、長年やっている実績があることが重要になってきます。地域で名が知られている事務所であれば、情報量の少ないホームページで問題ないからです。

しかし、これから開業される方や紹介だけでは集客が不十分な方は、これから紹介する「お客様を選ぶためのホームページ」「集客するためのホームページ」のどちらかで作るようにしてください。

2

お客様を選ぶためのホームページ

お客様に選んでもらうためのホームページと間違えるかもしれませんが、お客様を選ぶためのホームページです。

お客様に選んでもらうために、提供しているサービスや強み・特徴をホームページに記載している方はいますが、「こんな方と仕事がしたいです。」とか、「こんな方とは仕事をしたくないです。」とはっきり書かれている方は少ないように思います。

私の知り合いの公認会計士さんの例でお話しします。

彼はデューデリジェンスや監査業務をメインでやっていたので、直近で税理士業務をする予定はなかったのですが、今後のことを考え、独立開業の際に税理士登録をされました。

ここから彼の悩みは始まるのですが、税理士会の名簿に載ってしまったことで受けたくない確定申告の相談が増えてしまったのです。

集客に困っていないのでホームページを作らないということでしたが、お付き合いしたいお客さんを選ぶためにも、「この業務はやっていない。売上〇億円以上の法人を対象としている」とスタンスを明確にするためにホームページの作成をおすすめしました。これがお客様を選ぶためのホームページです。

独立したての頃ですと、お客様を選ぶことはなかなか難しいかもしれません。しかし、かなり安い報酬で仕事を受けて、他の事務所がやりたくない業務ばかりやり続けるのも、面白くないですね。開業時のお客様の顧問料が上げられず困っているという話はよく聞く話です。

お付き合いしたい企業の条件や自分のスタンスをホームページに記載するのも一つの戦略だと思いますので、ぜひ考えてみてください。

3

集客するためのホームページ

集客するためのホームページは、インターネット経由で新規顧客を獲得するためのホームページです。

ホームページを作れば新規顧客が獲得できると勘違いされている方もいらっしゃいますが、作っただけでは問い合わせは来ません。

新規顧客を獲得するためには、

- 「どんなキーワードでホームページを検索してもらうか」
- 「どんな情報を発信するか」
- 「どうやってお問い合わせにつなげるか」

といったことを考える必要があります。

SEO 対策と言われる、検索結果で上位に表示されることももちろん大事ですが、それぞれが機能していないと新規顧客の獲得は出来ません。

ホームページに来てすぐ問い合わせということは、なかなかないと思いますので、ホームページのコンテンツやダウンロード用の小冊子、メールマガジンなどでの情報発信も必要となります。

ホームページを一回だけではなく、何回も見てもらえるような仕掛けを作り、見込み客を育てていきましょう。

第2章

事務所ホームページと業務特化ホームページ

土業のホームページでは、集客をするために掲載するサービス・業務の内容によって、ホームページを複数作る方が増えてきました。

掲載する情報で分けると、「事務所ホームページ」と「業務特化ホームページ」の2つのタイプのホームページに分けられます。

この章では、それぞれのタイプの特徴とメリットをご紹介します。

事務所ホームページの特徴

「事務所ホームページ」は名前の通り、事務所の紹介をすることを目的としたホームページです。事務所で提供しているサービスや事務所の情報をお伝えするもので、会社パンフレットのWEB版だと思っていただければよいです。ですので、一つの業務だけ紹介するのではなく、全ての業務を満遍なく紹介していただくのが特徴です。WEB集客でも使いますが、紹介営業のときにも使うホームページです。

業務特化ホームページの特徴

「業務特化ホームページ」は、一つの業務に絞って作成するホームページです。業務特化ホームページを、各土業がどんな業務で作っているのかを簡単に紹介します。

税理士……………「相続税」「会社設立」「創業融資」「事業承継・M&A」

社労士……………「助成金」「障害年金」「就業規則」

弁護士……………「交通事故」「離婚」「債務整理」「刑事事件」

行政書士……………「許可申請（建設業・民泊）」「就労ビザ申請」

司法書士……………「相続」「遺言書作成」「登記」「家族信託・民事信託」

上記のような業務で、「相続専門」「〇〇相続センター」といったようにホームページを作ることで、専門家として見せることができます。

1

事務所ホームページを作成するメリット

「事務所ホームページ」を作成するメリットについて、ご紹介していきます。

① 事務所のことを伝えられる

1つめのメリットは、事務所のことを伝えられることです。前章で、事務所の存在をお伝えしようとして紹介しました。

業務ごとにホームページを分けて作る方が増えている一方で、ホームページをまだお持ちでない事務所も多数あります。事務所ホームページを作ることで、事務所が存在することはもちろんのこと、事務所の基本的な情報やサービスについても伝えることが出来ます。

また事務所の雰囲気もお伝えすることが出来ますので、無料のソフトでとりあえず作成したものではなく、見た目も意識したデザインのホームページを作成することをおすすめします。

ホームページも対面と同じで、印象が良いと信頼できる事務所だと思わせることができます。

② お客様を選ぶことができる

2つめのメリットは、ホームページがあることでお客様を選ぶことができる点です。他事務所との価格競争で、顧問料や料金が下がってはいないでしょうか？ 競争に負けないために価格勝負でいくのか、サービスの質で勝負するのかによって、来てほしいお客様も大きく変わってきます。また価格勝負であったとしても、ある程度決められた条件にあった方にしかサービス提供をしないと思います。

ですので、どんなお客様とお付き合いをしたいのかを、しっかりと明記しましょう。例えば顧問サービスの場合、毎月訪問するのか来所してもらうのかによって、大きくコストも変わります。

ホームページを見て選んでいただくことも大事ですが、お付き合いをしたいお客様を選ぶことも大事です。選べるのであれば、自分に合うお客様と末永いお付き合いをしたいですね。

3 地域で信頼できる事務所アピール

地域で同じような業務をされている土業の方は、他にもいらっしゃるかと思います。差別化をはかる上で、事務所の強みや特徴をアピールできるのも、事務所ホームページを作るメリットです。

事務所の名前や事務所の看板に載っている業務内容だけでは、他事務所との違いを説明するのは難しいです。ホームページでは他事務所との違いとして、事務所の強みや特徴を文章だけでなく写真も使ってお伝えすることができます。ホームページに詳しく情報が載っていると、それだけで信頼度も増します。

また、地域のお客様からどのような評価をもらっているのかを、お客様の声や実績といった形でアピールすることもできます。

4 紹介営業がしやすくなる

土業の方の営業方法で最も多いのが紹介営業です。何も無い状態で紹介をするのは難しいですし面倒ですが、ホームページがあると、紹介営業がしやすくなります。

「こんな悩みや困っている人がいれば紹介してほしい」とお願いをされているかと思いますが、紹介する方が先生のことをどのように紹介されているか、しっかりと把握できているでしょうか。

もしかしたら、先生の強みや特徴までお伝えできておらず、ミスマッチが起きていたり、紹介につながっていないこともあるかもしれません。

ホームページに詳しく情報が載っていれば、紹介する方に「ホームページを見てもらった上でニーズに合いそうであれば紹介しますよ」と伝えることができます。ホームページがあることで、紹介営業が今まで以上にしやすくなります。

2

業務特化ホームページを作成するメリット

「業務特化ホームページ」を作成するメリットについて、ご紹介していきます。

① 専門サイトなので、コンテンツが作成しやすい

専門家として、業務特化ホームページを作るのであれば、やはり検索順位を気にしなければなりません。

後掲「第4章 ホームページを運営する際のポイント」でもホームページの更新について触れていますが、検索順位を気にするならば定期的な情報発信をすることが求められます。

また、ホームページにアクセスした方は、専門家の考えや発信している情報を必ずチェックしますので、しっかりコンテンツを作りましょう。

② お困りごとで探されたときに、専門家だと見せることができる

業務特化ホームページを作る理由に、専門家っぽく見せるというのがありますが、それよりも大事なのが、お悩みをお持ちの方がどのようにホームページを検索するかということです。

例えば、渋谷駅付近で「税理士」を探されている方は、「税理士 渋谷駅」と探すはずですが、相続税の相談をしたければ「渋谷駅 相続税」、相続のことを考えるのが初めだと言う方は、「渋谷駅 相続」や「渋谷駅 相続 相談」といった内容で検索されます。初めての相続で悩んでいる方が、「渋谷駅 税理士」とは検索しないはずですが、

ですので、検索してくるであろう言葉を想定して、業務特化ホームページを作れば、専門家っぽく見せることができるのです。

コラム 「税理士 ○○駅」で検索するタイミングはいつ？

ホームページをすでにお持ちの方は、「地名や駅名で検索される時のSEO対策をしましょう」と言われたことがあるかもしれません。ホームページを作る際の事前調査が重要と言われるのもSEO対策のためです。せっかく事務所のホームページを作るのですから、なれるのであればWEB上だけでも地域で一番の事務所になりたいですよ。

そもそも、「地名・駅名 + 税理士」で検索されるタイミングはいつなのでしょう。 「地名・駅名 + 税理士」で検索されるタイミングは大きく分けて、「創業・会社設立で税理士を探しているタイミング」と「税理士変更を検討しているタイミング」の2つです。

① 創業・会社設立で税理士を探しているタイミング

初めて税理士を探す方は、特別なことがない限り、会社に近い税理士を探します。そのとき「地名・駅名 + 税理士」で検索をしホームページをいくつか見比べます。

ですので、創業間もない企業をターゲットにしている方は、初めて税理士を探している方向けのコンテンツをホームページに載せることをおすすめします。初めて税理士を探す方にとって、何を基準で選べばいいのかが全くわかりません。選ぶ基準や注意点などをお伝えいただくだけで、信頼度が増し、問い合わせをしてもらいやすくなります。

② 税理士変更を検討しているタイミング

税理士を変更したいと思う理由として、現在の顧問税理士の対応が悪い、顧問料が高い、経営の相談に乗ってくれない、事業承継のタイミングで高齢の税理士から若い税理士に変更したい等の理由が挙げられます。

他事務所からの変更・乗り換えをする方をターゲットにする場合は、税理士変更を考えている方向けのコンテンツをホームページに載せることをおすすめします。税理士変更を考える理由や税理士変更をする際の注意点を載せることで、相談のお問い合わせがもらいやすくなります。

第3章

ホームページ作成のポイント

信頼できると思わせるため、ビジネスにつながるためには最低限のコンテンツを作成する必要があります。

「顧客を選ぶためのホームページ」「集客するためのホームページ」どちらを作成する場合にも気にすべき5つのポイントをご紹介します。

1 事務所・サービスの強み

今回ガイドブックを書くにあたり、あらためて土業のホームページを100サイトほどチェックしました。衝撃的だったのが、事務所・サービスの強みや特徴の説明が書かれていないホームページが多いことです。他のサービス業であれば、こんなことはないですね。

例えば、ラーメン屋であれば、スープの味だけでなく、何で出汁をとっているか、麺の太さ、素材、どんなこだわりを持っているかなど、色々と特徴・強みをアピールして他店との差別化を図っていますよね。

相談しようと思っている方は、必ず複数の事務所ホームページを見て、それぞれの事務所がどんな強みや特徴を持っているかを確認し、どこに相談しようか比較をします。強みや特徴が他事務所と比較した際に、わかりやすいもの、あなたに依頼をしたくなるようなものが書いてあれば、相談をしようと思っただけのはずです。例えば、実績をアピールするのであれば、「経験豊富」といった抽象的な書き方ではなく、「〇〇件以上の相談実績」や「〇〇年以上の経験」といった数字の入った具体的な書き方をしましょう。

逆に強みや特徴が載っていなかったり、わかりにくいものだと比較の対象から外れてしまいます。わかりにくいものの例で、よく若さアピールをする方がいらっしゃいますが、業務の内容やターゲットによっては若い方よりもベテランの方が好まれるケースもあります。ご自身で特徴・強みだと思っているものが、相談者にとっての特徴になるのかを考えて、書きましょう。

2

お客様の声・事例

先生ご自身で、私は「これが強いです」「経験豊富」などと語られても、なかなか信じてもらえないのが、士業のサービスです。初めて購入する・体験するサービスの場合、口コミや他者評価を気にされると思います。

それと同じで、先生のサービスを過去に受けられた方がどのような評価をしているのかが、これから依頼しようとしている方にとっては非常に重要な情報なのです。お客様の声や事例はホームページに掲載しましょう。

開業したばかりですとお客様の声や事例を集めるのが難しいと思いますので、独立をされる予定の方は、事前にお客様や推薦者の声を集めておくことをおすすめします。

3

代表者挨拶

士業は「先生＝人」が商品ですので、どんな商品なのかをしっかりと説明する必要があります。商品がよくわからないと信頼できませんよね。ですので、ただ代表あいさつを載せればいいのかというわけではありません。何を書いたらいいかわからないので、二、三行だけでいいという方もいらっしゃいますが、それでは先生の良さが伝わりません。また、どんな人なのかかわからないと不安で頼まなくなる人もいますでしょう。

どんな想いで事務所を運営されているのか、なぜその仕事をやっているのか、どんなビジョンを持っているのか、などをあいさつ文を載せていただければと思います。

あいさつ文を書く際の注意点として、2点気をつけてください。

- ① 実績・経歴を入れていただいてもよいですが、実績や経験が豊富でも「この人は偉そうな感じがして、私には合わない」と思われてしまってはダメです。
- ② 過去に勤務されていた事務所名を入れる方がいらっしゃいますが、大手の事務所であろうとアクセス者は知らないと思っていただいた方がいいです。

4

問い合わせの流れ

普段生活をしている中で、税理士、司法書士、弁護士などの士業の方に何かをお願いすることは、あまりないかと思います。

今までに経験のない困ったこと、悩みがあって、相談をするために問い合わせをする方がほとんどです。そのようなお客様はどうやって相談をすればいいのか、進めていくのかわかりません。初めてのお客様が安心して問い合わせ、相談できるようにするには、どうやって相談・解決までの流れのコンテンツを作成すればいいのかをご紹介します。

初めて相談される方にとって、どのような流れで進んでいくのかが不安です。

- 「どれくらいの期間で解決するのだろうか？」
- 「どれくらい打ち合わせが必要なのだろうか？」
- 「無事に解決するのだろうか」

といった不安を解消するために、問い合わせ・初回相談から依頼完了までの流れと大体の期間をお伝えしましょう。

また初回相談をしたら必ず契約しなくてはいけないのではないかと不安になる方もいらっしゃると思います。初回相談のみで終わる場合、どうなるのかの記載があると相談者は安心です。

初回相談無料と謳っている事務所も増えてきましたが、初回相談は無料、30分は無料、〇〇の相談であれば無料、と事務所によって提示の仕方が異なります。また原則、無料相談は実施していない事務所もあります。気持ちよく相談していただけるように、どの段階からお金が発生するのか、明記しましょう。

相談したいと思った方が、問い合わせしやすいように、電話と問い合わせフォームも用意しましょう。電話や問い合わせフォームの案内ですが、ホームページの上部だけでなく、相談したい方の目につくような場所にも配置しましょう。

他社サービス利用の際に、問い合わせや購入をしようと思っても、それらしいボタンがなくて問い合わせや購入をあきらめたご経験はないでしょうか？

せっかくホームページに来てもらったのに、問い合わせ方法がわかりにくくてサービスにつながらないのは非常にもったいないです。問い合わせから相談・解決までの流れの説明の中にも、問い合わせページへのリンクや電話番号を記載しましょう。

5 写真

士業は「先生＝人」が商品ですので、どんな人なのかかわからないと、ぜひ相談をしたい！とはならないですよ。[自分の顔は載せなくていいよ]という方がいらっしゃいますが、あなたが相談する立場だった場合、どうか考えてみてください。どんな雰囲気の方なのか、事前に知りたくないでしょうか？

また、相談する内容が他人に知られたくないようなデリケートな内容の場合、信用できるかどうか気になります。

信頼してもらうためには先生の顔写真を載せることが重要です。

しかしながら、ホームページはあるけど、文字や素材の写真だけという士業のホームページをよく見ます。先生の写真が載っていると思ったら、証明写真を載せている方も多いですね。

信頼できそうと思わせることが重要だとお伝えしましたが、少し怖そうな顔の証明写真で頼みたいと思っていただけそうでしょうか？

相談したいと思っていただけるように、少し笑顔の写真を載せてください。

そのために、証明写真や写真スタジオで撮るのではなく、ホームページ用に先生の写真と事務所の雰囲気がわかる写真を撮りましょう。

事務所の写真も載せる必要があるの？と思われるかもしれませんが、初めて相談に行く方は、どんな雰囲気の中で相談に乗ってもらえるのか心配です。

カメラマンに来ていただいて事務所で写真撮影することをおすすめします。お客様の相談に乗っている風景やデスクで仕事をしている写真も撮り、普段の様子も伝えることで信頼感・安心感を与えていただければと思います。

第4章

ホームページを運営する際のポイント

ホームページを作った後は、どう運営していくかが課題です。ホームページは開設してからが始まりで、どんどんページ作らなきゃいけないという方もいらっしゃいます。

土業のホームページをかしこく運営するための方針としては、「ホームページを更新しない」「更新するなら運営体制をつくる」の大きく分けて2つだと考えていますので、ご紹介していきます。

1 ホームページの更新をしない

ホームページに関する書籍やホームページの運営についての記事を読まれたことがある方は、おかしなことを言っているなと思われたのではないのでしょうか。

普通のホームページ制作会社、SEO対策会社は、「ホームページは定期的に更新をしろ」と言っています。しかし、私どもは土業専門のホームページ制作会社ですので、更新しないという選択肢も有りだと考えております。

では、なぜ更新をしなくていいのかを、土業のホームページの例でご説明しましょう。

そもそもですが、ホームページを更新する目的は、Google や Yahoo! の検索結果の上位に表示されやすくなることで、ホームページへのアクセスを増やすためです。

更新を定期的にできていればいいのですが、なかなか時間も取れず更新できない方も多いと思います。

ホームページの新着情報の欄で、「夏季休業のお知らせ」「GW 期間中の営業についてお知らせ」「年末年始の休業のお知らせ」といったように、休みのお知らせだけ掲載しているホームページをご覧になったことはないでしょうか？

実は、休みのお知らせや「ホームページを作りました」「リニューアルしました」という情報だけ掲載しているホームページは意外に多いです。休みのお知らせ以外、全然更新をしていないホームページを見ると、残念な気持ちになりますよね。

信頼感を下げるくらいであれば、ホームページの更新をしないのも一つの手だと考えております。

士業の方がホームページを更新しなくていいと考える理由に、紹介での営業が多いことにあります。

紹介営業用にホームページを作る方もいらっしゃると思います。その場合、事務所名や先生の名前で検索されると思いますので、名前で検索されたときに上位に表示されることだけを考えて運営すればいいのです。

実は、ホームページ更新の頻度よりも他事務所と似た事務所名で開業しないことがポイントだったりします。「地域で同じ業務をしている競合との調査をしましょう」はよく聞きますが、「地域で同じような事務所名との競合調査」って実はやっているところが少ないです。法人なら当たり前のことなんですけどね。

2 更新をしたいなら、更新体制をつくる

ホームページを使って定期的に情報を発信していきたいとお考えの場合、ちゃんと更新できる体制をつくることをおすすめしています。

200 ページ以上作っても、最近更新をしていないためか「地域名 税理士」の検索順位が 20 位以下の事務所ホームページもあります。ですので、検索順位も考えた場合は定期的な更新が必要となりますが、業務知識のない職員の方に更新をお願いすることはできないかと思います。

コンテンツを書く方は、基本的には先生もしくは業務知識のある職員さん。外注でお願いする場合は、士業専門でライティングをやっている制作会社かライターになるでしょう。そこまでコストや時間をかけることができればいいですが、多くの事務所がなかなか難しいと思います。

事務所のメルマガやニュースレターの発行と同じで、継続することが大事です。誰がいつ、どのような内容を書いていくかを決め、無理のない範囲で更新できる体制をつくりましょう。どのような内容を書けばいいかは次でご紹介します。

もし開業前の方が本ガイドブックをご覧になっていれば、開業前にコンテンツをまとめて書かれることをおすすめします。

3

更新するなら、どんなコンテンツを載せればよいか

ただ更新をすればいいわけではなく、コンテンツを読んでもらった上でビジネスに繋げなければなりません。問い合わせや資料ダウンロードなど、アクションを起こしてもらうためには、アクセス者に読みたいと思ってもらえるコンテンツを載せる必要があります。

法律が変わったというニュースを更新しているホームページも見ますが、アクセス者にあまり見られていないという話も伺います。

専門的な難しい内容であれば、まずは興味を持ってもらい、「もっと情報が欲しい」とか「難しそうなので相談したい」と思ってもらえるようなコンテンツにする必要があります。

最近お客様からいただいた相談や事例の紹介をわかりやすく書いていくのがおすすめです。他者の相談内容や事例を見た同じ悩みを抱えている方から相談があるかもしれません。

問い合わせやサービスに繋げるために、コンテンツの最後では問い合わせページや案内のページに誘導をしましょう。

また、お客様の声も定期的に追加していきましょう。アクセスした人にとって役に立つ情報・コンテンツを継続的に追加更新していくことが重要です。

付録 **これができていないと失敗する**

ホームページ 18 のチェックリスト

<input type="checkbox"/>	ホームページを作る目的（ビジネス上の目的）を設定していますか？
<input type="checkbox"/>	目的達成の目安となる KGI/KPI が設定されていますか？
<input type="checkbox"/>	ホームページの目的、ターゲット、見た方にどうなってほしいかが明確になっていますか？
<input type="checkbox"/>	どういうキーワードで検索されるか考えてホームページを作成していますか？
<input type="checkbox"/>	事務所の特徴や選ばれる理由など他事務所との違いがわかるページは作成していますか？
<input type="checkbox"/>	事務所の特徴、強みがお客様目線での強みになっていますか？
<input type="checkbox"/>	ホームページを見た方が不安になるようなデザインではありませんか？
<input type="checkbox"/>	先生の人柄や事務所の雰囲気わかるような写真は掲載していますか？
<input type="checkbox"/>	代表者の挨拶や想いを掲載していますか？
<input type="checkbox"/>	お客様の声や事例が掲載されていますか？
<input type="checkbox"/>	問い合わせから依頼までの流れが記載されていますか？
<input type="checkbox"/>	問い合わせをしやすいように、問い合わせ先が目立つ場所にありますか？
<input type="checkbox"/>	問い合わせフォームが使用できるか、自動返信メールが届くか確認してありますか？
<input type="checkbox"/>	訪問者の動きを考えて、情報収集や問い合わせなどアクションを起こすリンクが張られていますか？
<input type="checkbox"/>	ニュース、インフォメーションが数年前の休業のお知らせでストップしていませんか？
<input type="checkbox"/>	スマホに対応していますか？
<input type="checkbox"/>	アクセス解析ツールを導入してありますか？
<input type="checkbox"/>	ホームページの検索順位やアクセス数は定期的にチェックしていますか？

おわりに

最後までご覧になっていただきありがとうございました。

貴事務所での、ホームページ作り、運営の参考になりましたでしょうか。

本ガイドブックでお話しした内容は、基本的な内容になりますので、実際にホームページを作成したり、運営する上で悩まれることもあるかと思います。

士業専門ホームページ制作サービス【ゼロワン】では、士業の方を専門としたコンサルタントがホームページの制作サービスをご提供しております。また、定期的に無料の勉強会、個別の相談会も行っております。

貴事務所の状況やお考えに合わせて、ホームページの作成、活用法をアドバイスできますので、どうぞ遠慮なくご相談ください。

▼お問い合わせ・ご相談フォーム

<https://shigyou.uxme.jp/contact/?1gb>

▼お電話でのお問い合わせ・ご相談はこちらからお待ちしております。

050-3138-2230

税理士・会計事務所 ホームページ制作の成功の秘訣

< 著者プロフィール >

株式会社 think shift 小川 琢弘 (おがわ たかひろ)

大学卒業後、コンサルティング会社・広告代理店・マーケティング会社・WEB制作会社・会計事務所向けコンサルティング会社を経て、創業メンバーとして、株式会社 think shift へ入社。

これまで 400 名以上の士業、コンサル、コーチ業の方のホームページ作成、チラシ作成、WEB 広告運用を支援。

WEB・リアル双方の広範囲において実績をもち、全体をみすえたブランディング・マーケティングには定評をいただく。

< 株式会社 think shift >

〒160-0023 東京都新宿区西新宿 7-22-34

TEL : 03-6908-5988/ 050-3138-2230

URL : <https://shigyou.uxme.jp/>
