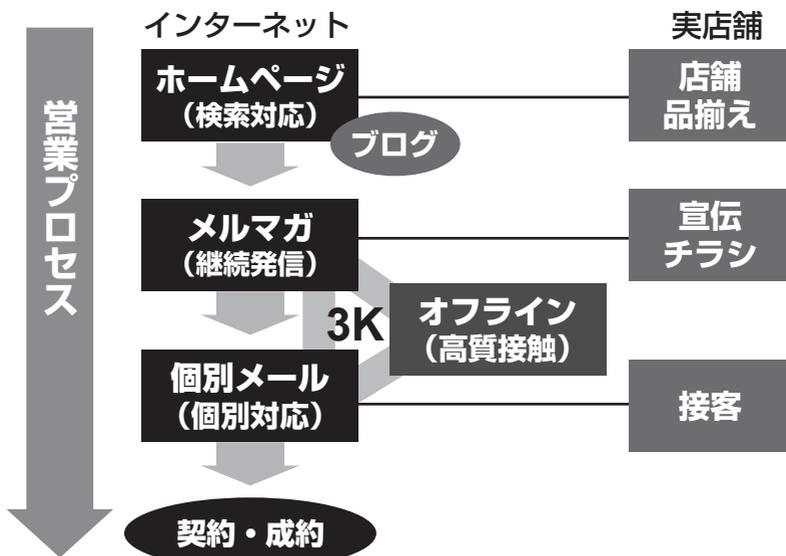


ネット活用3点セット



ネット時代への期待は大きく、成功事例ばかり目に入りますが、ネットでのビジネスは簡単ではありません。ネット通販など成功例が話題になりますが、その影には10倍を超える失敗事例があります。

ネットを着実に活用するには、以下が必要です。

ホームページ (HP) は、店舗。品揃えや徹底したSEO対策や回遊性を計算します。検索されて、ヒットしなければビジネスとし

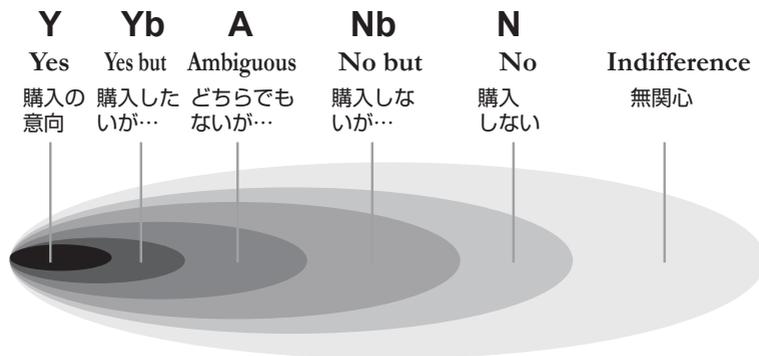
ては難しくなります。

メルマガの発行は必須。実店舗のチラシと同じで、テーマを持つことが必要。「3K」での継続発信と同じ機能で、信頼醸成を図ります。

個別メールは、HPやメルマガから問合せや資料請求などに対する、丁寧なメール。これは実店舗の接客にあたります。

ブログは、HPとメルマガの中間に位置し、頻度と話題性があれば価値は高まります。

YANの法則（個客スペクトルの法則）



個客循環とも関連するのが、個客心理のスペクトルです。これをYANの法則といい、現在の個客の関心の度合いを明確化することをすすめています。

Yes **Ambiguous**（どちらともいえない）**No** を段階分類して、頭文字をとっています。

個客の関心度合いは固定したものではありません。

個客の状況、情報の多寡や立場によっても

大きく異なります。

例えば、以前は必要と思わない商品も、きっかけがあれば急に欲しくなることもあるでしょう。

法人営業でも、営業段階を設定しておき、個客には個客段階を上昇してもらいます。

無関心（Indifference）客も、Yes 客に変貌することも希ではありません。営業段階、販促プロセスとツールの設定で大きく変化を起こすための指標のひとつです。