



こんにちは、最近スパイスカレーづくりに励んでいるティラノ・クリエイティブ・アーツ株式会社・代表の岡田です。

週末はパパのカレーかな？と妻や子どもからオファーが絶えません。さあ、今日も明日もあさっても、パパカレーだぞおおお！



お子様もばくばく食べれる！ 辛くないスパイスカレーの作り方

まず、スパイスカレーと聞くと辛そうなイメージですが、辛いのは「一味唐辛子」のせい。カレーの基本的なスパイスは辛くありません。通常のカレーよりヘルシーですし、なんか体にいい気がする！
ぜひ、作ってみてくださいね。



お客様
ストーリー

ミスを減らして余裕を増やす、 不動産賃貸管理システム「Simple Up」



今回のお客様ストーリーはユニコム株式会社様。Simple Upについて営業のミツノさんと、総務・広報のヤブシタさんにお話を伺ってきました。「小さな不動産管理会社様は、更新や請求などの管理業務を、記憶を頼りにやっているお店さんも少なくありません。Simple Upを導入いただくことで、請求漏れがなくなり、本来の売上が立てられるようになります」とミツノさん。「エクセルや手帳でやっていた管理業務が、シンプルな操作で完結するようになります。すると、時間が生まれ、お客さまとお会いする機会が増える。そうして、信頼関係も深まり、新しい契約に繋がったりするんです」とヤブシタさん。

Webで効率的に集客することも、地道に足を運ぶことも、どちらも大切です

ミツノさん：「Simple Upの事業をスタートした当初、埼玉を中心に毎日、20軒から30軒飛び込み営業をしていました。実際に訪問してみると、喜んでくれる方も多くて、こちらも嬉しかったです。契約が決まると、とても良好な関係にもなりやすい。だけど、Simple Upはどなたでも導入しやすいよう、価格を抑えていますから、どうしても契約数が足りませんでした。ティラノさんが立ち上げてくれたSimple Upのサー

ビスサイトができてからは、Web広告も打てるようになり、契約数もどんどん増やすことができました。SEOからの流入におい



では、6割もの方がデモ説明の予約をしてくれます。そこから2、3割が契約につながる。足で営業することも大切で、今後も続けていきますが、効率的に契約を増やすには、Web集客は絶対に必要不可欠です」

ティラノさんのWebサイトはエネルギーが溢れてる。だからすぐ問い合わせも出る

ヤブシタさん：「ティラノさんがはじめ作ってくださった弊社ユニコム株式会社のコーポレートサイトを見たときに、すごいエネルギーが出てるなって思ったんです。Simple Upの問い合わせもそこからすでに出ていて、すごいなーWebって、と思っていました。その後、Simple Upのサービスサイトもティラノさんに作っていただいて、しっかり成果が出てる。本気でエネルギーを注ぎ込んでつくってくれてるんだなって思いました。弊社、町田社長も、埼玉にはここまで汲み取って形にしてれるWeb制作会社は他にない。と言っています！」身の引き締まる想いです！本当にありがとうございます！

クラウド型不動産賃貸管理システム「Simple Up」



<https://simple-up.jp/>

ユニコム株式会社が開発・運営する小規模な不動産会社様のための賃貸管理システムです。本当に必要な機能のみに絞り、誰でも直感的に使えるのが特徴です。

最高のパートナーを紹介するコーナー
今月のプロフェッショナル



WEBコンサルタント
松尾 卓

今月のご紹介は「株式会社インハイ」代表の松尾さん。SEOとネット広告を軸に、WEB改善などの様々な施策が可能。中小企業を中心に、WEB集客支援で多くの成果をあげています。

テレアポのバイトで、数字をあげるのが楽しすぎて、大学を留年しかけました(笑)

「今思い返すと、どうやら昔から数字を追いかけるのが好きみたいです。学生時代、引越し会社のテレアポのバイトをしていたのですが、数字をあげるのがすごく楽しくて。全国の売上ランクみたいのが見れるんですが、今日も1位をめざすぞって、まわりがドン引きするくらい働いてました」数字を上げることにとことんこだわる松尾さんは、資料請求単価を半分に下げるなど、すごい成果を何社も出しています。「僕はお客さんとはビジネスパートナーになりたいと思っています。お客さんの事業のことを、深く知って、同じ熱量で一緒に考えたいんです」

お風呂に入っているときも、思いついたらすぐ、お客さんに有益な情報を送ります

「この業界は、とにかく最新の情報を常にキャッチアップしないと生きていけません。時間的にも、金銭的にもかなりの投資をしています。お客さんの役に立つ情報があれば、必要な内容だけ噛み砕き、すぐに送ります。お風呂に入っているときでも、あ！あの情報、あのお客さんに送ったほうがいい！と思いついたらすぐ送ります」と松尾さん。

確かに、私にもよく最新の情報を送ってくれます。実際に体現しているのがすごいです。

「お金さえあれば、大手広告代理店に頼めばいい。だけど、中小企業のほとんどは、限られた予算のなかで、WEB集客をしていかないとはいけません。広告もやりたいし、専門家も入れたい。だけど、そこまで余裕はない。そんな会社の助け舟に僕はなりたいと思っています。関わった会社がどんどん成長するのが、僕のやりがいです。関わった新人の担当者さんで、業績をあげて事業部長にまでなった方がいます。“おかげさまで”

言ってくれて本当に嬉しかったです」人の成長を、自分のことのように喜べる松尾さん。

今後ともよろしく願います！



実際にいただいた
WEBにまつわるQ&A

QUESTION
01

実績数と事業所数を定期的に更新したいです。対応可能でしょうか？

運用サポートに加入いただいている就労移行支援事業所様からのご相談です。弊社でも定期的な数字の変更は可能ですが、WordPressでは、更新したい数字の箇所を誰でも管理画面上で更新できるよう、カスタマイズすることも可能です。「画像で数字をデザインしているので、毎回画像を書き換えなければ…」という方も、うまくWebテキストに組み直し、システムを入れるなど、多くの場合はどうにかなりますのでお任せください。どう運用したいか、どう運用するのがベストかを、すり合わせさせていただき、いちばん効率的な方法をご提案させていただきます。

QUESTION
02

今月のキャンペーンをトップページに打ち出したいです。対応できますか？

運用サポートに加入いただいている埼玉の美容サロン様からのご相談です。定期的にキャンペーンを打ち出すご依頼をいただいております。一口にキャンペーンの打ち出しと言っても、バナーの差し替え、問い合わせフォームへのキャンペーンの文言の表示、キャンペーン選択項目の追加など、やることは様々。スムーズにキャンペーンがスタートできるよう、適用期間や、表示のタイミングなど、決まり次第お知らせくださいませ。

QUESTION
03

スタッフ用にメールアドレスを取得し、使えるようにしたいです。

運用サポートに加入いただいている福岡の福祉事業者様からのご相談です。業務用に新しくドメインを取得し、そのドメインでメールアドレスを取得し運用したいとのこと、かしこまりました。ただ、弊社としては、あくまでWebサイトの運用サポートが業務範囲になってしまいますので、弊社で代行での設定はしていません。そのかわり、クライアント様ご自身で設定ができるよう、マニュアルを用意させていただきました。PDFマニュアルに沿って作業していけば、いつでもメールアドレスの追加ができるようになります。もし、ご不明点がございましたら、お気軽にご連絡ください。



コンセプト・ワーク | なぜこの事業を行なっているのか?を問う

今回ご紹介するのは1日目の次のフェーズ、「なぜこの事業を行なっているのか?」を進めていきます。みなさんの隠された価値観が、より鮮明に浮き彫りになる瞬間です。

1日目：事業の本質的な価値を洗い出す

1. 事業についてインタビュー・フリートーク
2. なぜこの事業を行なっているのか
3. 事業が提供できる本質的な価値とは何か

ココ!

2日目：事業・コンセプトを明確にする

1. 事業の特徴(機能的・情緒的)とは
2. Before & After (顧客の悩みと連れていける未来)
3. コンセプトを伝えるキャッチフレーズ

なぜ、そう思うのですか?を 全員でひたすら問い続ける

まずはじめに、ホワイトボードのいちばん下に、事業内容を書いてください。書き方は、「なぜ、○○○○事業をやりたいのか?」です。それをみんなで考えます。簡単なことでも、何か思いついたら、お手元の付箋に書いて、ホワイトボードに貼っていきます。

はじめは深く考えず、瞬発的な思いつきで大丈夫です。「稼げるから」とか、「楽しいから」とか、表面的な答えで構いません。で

は、さらに問います。「なぜ、稼ぎたいのですか?」「なぜ、楽しいのですか?」と、なぜを繰り返します。「うーん、確かになぜ稼ぎたいのか…、何だろう。みんなはなぜ稼ぎたいと思って?」と、他の社員も「うーん」と考え始めます。「やっぱり、稼げればもっといいサービスが提供できるから?」「幸せにはお金が必要だから?」と、あらたな角度のテーマが生まれます。

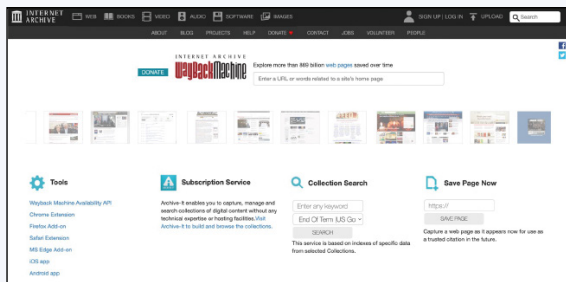


「へー。だれだれさんって、そんなこと考えてたんだ!」と、互いに価値観が共有されていきます。「じゃあさ、何でもっといいサービスを提供したいの?」「うーん、いいサービスを提供したほうが、互いに嬉しいから?」「●●さんは、具体的にどういうときに嬉しいの?」と、よりテーマが深くなっていきます。付箋がどんどん上に伸びていく。これはチャンクアップという手法で、みんなの価値観をより広げ、より深く鮮明にしていきます。



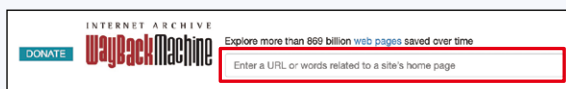
●●● 超効率化! お役立ちITツール紹介コーナー

過去のWebサイトを閲覧できる 無料Webサービス「WAYBACK MACHINE」

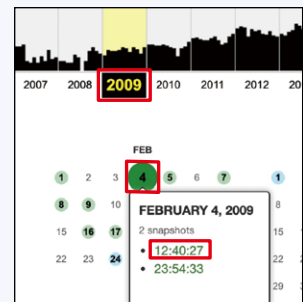


Googleなどで「ウェイバックマシン」と検索すると出てくる無料のWebツールです。

リニューアルする前のWebサイトって、どんなデザインだったかな?と、見返す必要があるときがたまにあります。そんなときはこの「ウェイバックマシン」をお試しください。下記の枠に、閲覧したいサイトのURLを貼り付けます。



閲覧したい「年号」「日付」「記録された時間」をクリックすれば、あら不思議、そのときの思い出のページが表示されるんです。どんなデザインだったっけ?を即解決です!



私、岡田がWebの仕事に就いた時は、「Flash」という、アニメーションでゲームのようにいじれるWebサイトが人気でした。それから、ガラケーでみんながサイトを見るようになり、モバイルサイト制作が急上昇。そして、SEOの概念も進化し、コンテンツ重視のサイトが主流に。スマホファースト、動画、ノーコード、AIと、どんどん進化をしていきます。たまに俳優の「阿部寛」さんのサイトを見ると、すごく安心するのは私だけでしょうか。

貴社のWEBサイトがもっと良くなる!

サイト改善チェックポイント



ファーストビューは3秒で離脱!?コレ欲しい!と思わせるキャッチコピーの作り方

BtoCにおいても、BtoBにおいても、Webサイトのファーストビューというのは非常に重要です。必要な商品やサービスを、あちこち探しているユーザーは、競合サイトをいくつも流して見ていきます。そのなかで「あ!これ探してたサービスだ!」と、ドンピシャで当てなければいけません。それが、ファーストビューにいれるキャッチコピーの役割です。しかし、原稿作成にふだん慣れていない社長や担当者にとっては、書いてみたものの、本当にこれでいいのかな?と、判断が難しい。今回は、簡単なキャッチコピーの作り方をご紹介しますので、ぜひ、一度お試しいただければと思います。

STEP 1

お客様の抱える悩みを書き出そう

ひとつの商品やサービスでも、購買にいたったお客さんが、「もともと抱えていた悩み」というのはいろいろ。うーん、とじっくり考えてみてください。より精度をあげるなら、実際に聞いてみても良いし、アンケートを取ってみても良いと思います。そして、書けるだけ悩みを書き出してください。

書き方のコツは、漫画の中の吹き出しのセリフのように書くこと。感情を込めたお客さんのセリフを想像しましょう。

STEP 2

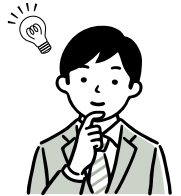
お客さんにサービスを提供し、連れて行ける未来は?

貴社の商品やサービスを受けた後、お客さんはどうなりますか?抱えていた悩みはどう解決されて、そのお客さんが得られた理想の状態はどんなのでしょうか?「ドリルが欲しいのではなく、穴がほしい」これは、そんな問いかけです。ひとりではなかなか出てこなかったら、社内でプレストもしてみましよう。

STEP 3

どんな悩みの人をどんな未来に連れて行けるサービスか

STEP1の悩みを見直し、「うちはコレだ!」という悩みをひとつピックアップ。同じようにSTEP2の連れて行ける未来をひとつピックアップ。その2つを、ひとつのフレーズにつなげます。○○○でお悩みの△△△な方へ。☆☆☆になれる□□□サービスです。と、まとめて見ます。「あ!なんかすごくわかりやすくまとまったかも!」その分面を短くしたり、テンポよくしたりして、まとめていきます。もし、訴求力がUPしたキャッチができたなら、さっそく差し替えて見ましよう。



先月のティラノの動き

埼玉企業の想いを集めた求人紹介サイト「埼玉のあったかい会社」がプレオープン!

埼玉にはたくさんの素敵な会社があって、すごく楽しそうに仕事をする社長や社員がたくさんいて、熱い想いをもっている。そんな埼玉の会社を、もっともっと多くの人に知ってもらいたい。それが「埼玉のあったかい会社」です。

特徴は「理念で探す」という項目。社長の創業ストーリーや、仕事への想いを記事にさせていただきます。それに共感した求職者が、会いにくる。そんなコンセプトになっています。

記事の掲載をしてみたい方はぜひお気軽にご連絡ください。



埼玉の
あったかい会社

<https://attaka-saitma.com/>

感謝の深さと量で報酬が決まる。という考え方が好きです。

中小企業様や個人事業様のサイトにおいて、どれだけセンスのいいデザインが作れても、どれだけカッコいい動きのサイトが作れても、何の反響も起きなければ、それは個人的には無意味だと思っています。何のためにつくるのか、やはりそれは「必要な人に届いて、必要だと確信が持てて、購入や契約に至るアクションを取れる

サイト」をつくること。いいお客さんがサイトから来て、お互いに気持ちよくサービスを受けたり提供できる。「ティラノさんのおかげで、素晴らしいお客さんがたくさんくるようになりました」そんな感謝をたくさんいただき、しっかり稼げる会社になりたいと思っています。

TYRANNO
CREATIVE ARTS

地域に根ざす企業に深く寄り添うWeb制作会社

ティラノ・クリエイティブ・アーツ株式会社の顧客企業は全国に広がり、累計150社以上となりました。新規事業リリース、Webの販路拡大、事業継承に伴うブランディングなど地域企業の課題を深掘りし、解決へ向け、ともに伴走します。

