



「以前は取引先からの紹介が集客の中心でした。『サイト職人CMS カスタムメイドプラン』を導入して、ホームページが集客の柱になりました。」

株式会社万力 代表取締役 渡部 高大様

産業廃棄物処理会社の株式会社万力(埼玉県上尾市、宮城県仙台市)では、『サイト職人CMS カスタムメイドプラン』を導入することにより、ホームページを集客の柱にすることに成功した。

代表取締役の渡部氏に、『サイト職人CMS カスタムメイドプラン』とウェブラボへの評価を伺った。

もくじ

1. 有害廃棄物の適正処分に強みを持つ産業廃棄物処理会社
2. ホームページが集客の柱になった
3. 突然の社長就任。会社に今最も必要なのはホームページの強化と判断した
4. 何が必要で、何が不要なのか。ウェブラボの説明が一番納得できた
5. 最初のヒアリングが的確だった。強みが伝わるホームページがスピーディーにできた
6. 進化する『サイト職人CMS』を使いこなし、成果を上げたい

有害廃棄物の適正処分に強みを持つ産業廃棄物処理会社

-- 産業廃棄物処理会社として、万力の特色はどのようなところですか。

万力は、特に、少量で有害な産業廃棄物の適正処分を得意とする会社です。

少量で有害な廃棄物とは、たとえば水銀、PCB、アスベストなどの有毒物を含む廃棄物、使い残しの農薬、研究施設から出る廃試薬・生物標本、医療機関から出る廃棄物などです。

こうした廃棄物を安全に取り扱うには、専門的な知識が必要です。処分には様々な法律が関係しますし、法律で定められた書類の発行も要求されます。処分場によって、扱える物質に得意・不得意がありますので、廃棄物ごとに、適切な処分場を選ぶ必要もあります。

当社は、比較的規模の小さい産廃処理会社です。しかし、こうした有害廃棄物を処分する能力の高さなどにより、お客様からも、産廃処理関係者の皆様からも、高いご評価をいただいています。

-- 万力では、ウェブラボの『サイト職人CMS』をどのように活用していますか。

当社では、2009年、ホームページをリニューアルして集客の柱にするにあたり、『サイト職人CMS』カスタムメイドプランを導入しました。

ホームページが集客の柱になった

-- 『サイト職人CMS』を導入して、どのような効果がありましたか。

『サイト職人CMS』で当社ホームページをリニューアルしていただいたところ、次の効果が得られました。



株式会社万力のホームページ

① ホームページからの問い合わせがコンスタントに月10件以上来るようになった

『サイト職人CMS』導入前は、ホームページからの問い合わせが月に1~2件でした。ホームページへのアクセスは、1日20件前後でした。検索エンジン経由でのアクセスは1日10件弱で、そのほとんどは、当社の社名での検索でした。

『サイト職人CMS』導入後は、メールフォームからの問い合わせが月に5件前後、ホームページを見た方の電話での問い合わせも月に5件前後、合わせて10件以上、コンスタントに来るようになりました。この業界で、この立地で、これだけの問い合わせが来るのは、結構すごいことです。

検索エンジン経由でのホームページへのアクセ

スは、1日40件前後と、約4倍になりました。「産業廃棄物 埼玉」といった、発注に直結つながらキーワードから検索されることも多くなりました。

特に、検索キーワード「蛍光灯産業廃棄物」での表示順位は2位、「特別管理産業廃棄物」での表示順位は3位まで上昇しました。

以前は、取引のある処分場や、県の産業廃棄物協会、既存のお客様からの紹介が集客の中心でした。『サイト職人CMS』導入後は、ホームページが集客の中心になりました。

② 問い合わせが受注につながる率が上がった

『サイト職人CMS』導入後は、いただいた問い合わせが、高い率で受注につながるようになりました。ホームページで、当社についてよく調べた上でお問い合わせになる方が、増えたからだと思います。これも、ホームページの内容が充実し、わかりやすくなった効果です。

③ お客様の幅が広がった

『サイト職人CMS』導入後は、埼玉県外、宮城県外など、より広い地域のお客様からお問い合わせをいただくようになりました。

関西や九州など、遠方からのお問い合わせもいただくようになりました。現地の業者をご紹介するなど、これまでなかった形での取引も実現するようになってきました。

また、研究所や学校など、公的な施設からのお問い合わせも増えています。複数の業者を比較されているお客様からのお問い合わせも、多くなりました。ホームページから、当社の信頼性が伝わるようになった効果だと思います。



突然の社長就任。 会社に今最も必要なのは ホームページの強化と判断した

-- 『サイト職人CMS』を導入する前は、ホームページをどのように作っていましたか。

『サイト職人CMS』導入前のホームページは、10年ほど前に、父の知り合いの方に作ってもらったものでした。

-- ホームページをリニューアルした経緯を教えてください。

2009年3月、社長だった父が、70歳で突然他界しました。当時39歳だった私が社長を継ぐことになり、会社をこれからどうしていけばいいのか、必死に考えました。「今うちが最もやらなければならないことは何か?」。私が出した結論は、「ホームページの強化」でした。

-- なぜ、ホームページ強化の重要性が最も高いと判断したのですか。

2007年のリーマンショック以降、景気低迷により、産業界から出る廃棄物自体が減ったことで、当社の売上も低迷していました。売上向上のためには、当社が貢献できる可能性がある方々に、当社の存在を積極的にアピールする施策が必要でした。

ホームページ以外の集客方法も、過去にはいくつか試してみました。タウンページ、郵便局で配られる切手袋、駅の路線図などへの広告は、効果を実感できませんでした。ファックスDMやハガキDMも、何度か打ってみました。しかし、反応はほとんどありませんでした。やはり、お客様にニーズが発生した瞬間にアピールできる手段としては、ホームページが一番優れていると思いました。実際、当時からホームページ経由のお問い合わせは、数こそ少なかったものの、高い率で受注につながっていました。

ホームページの集客力を高めるには、SEOなど、様々な技術があると聞いていました。当時のうちのホームページでは、こうした最新の技術は使っていませんでした。それでもある程度の反応があるわけですから、最新の技術を使ってホームページを作れば、さらに売上につながる集客ができるに違いないと判断し、ホームページ制作会社に、ホームページのリニューアルを依頼することにしました。

何が必要で、何が不要なのか。 ウェブラボの説明が一番納得できた

-- ホームページ制作会社を、どのように探しましたか。

当時、様々なホームページ制作会社から、営業の電話が掛かっていました。その中で特に熱心だった4社に、説明に来てもらいました。



「リーマンショック以降の景気低迷で、売上が低迷していました」

他に、自分でもホームページ制作会社を探してみました。インターネットで検索したところ、ホームページ制作会社は無数にありました。各社のホームページを見ただけでは、どこがよいのか判断が付きませんでした。

「ホームページ制作会社は、どのように選べばよいのだろうか?」という疑問を持ちながら、ネット上のいろいろな記事を読んでいたところ、ある記事が目にとまりました。ウェブラボの山浦代表が、中小企業のホームページづくりについて書いた記事でした。この記事が、私にとって非常に納得できる内容でしたので、山浦氏が代表を務めるウェブラボという会社にも、興味を持ちました。ウェブラボのホームページを見たところ、「この会社なら、私が求めている高度なWeb集客技術を持っている」という印象を持ちました。ウェブラボの提案もぜひ聞いてみたいと思い、ウェブラボのホームページから、『サイト職人CMS』の出張デモを申し込みました。

-- ホームページ制作会社5社の中から、最終的にウェブラボを選んだ理由を教えてください。

一番大きかったのは、ホームページでの集客技術に関する説明が、他の制作会社よりも納得できたからです。たとえば、ページ数やコンテンツ量について、他の制作会社は、「ページやコンテンツがたくさんあっても、どうせ見てもらえないのだから、たくさん作る必要はない」という考え方でした。制作料金も、システムも、ページやコンテンツを数多く作らないことを前提にした仕組みになっていました。

これに対してウェブラボは、「ページもコンテンツも、できるだけ多いほうがいい」という考え方でした。「お客様によって、反応するコンテンツは異なります。ターゲットを絞らないコンテンツを1つ作るよりも、ターゲットを絞ったコンテンツをたくさん作る方が、より多くのお客様に、より確実に反応していただけます」という説明でした。制作料金も、システムも、ページやコンテンツを増やしやすい仕組みになっていました。このように、ホームページでの集客に「何が必要で、何が不要なのか」というこちらの疑問に対し、一番納得の行く回答してくれたのが、ウェブラボでした。

他のホームページ制作会社からは営業マンが提案に来たのに対し、ウェブラボからは、専門知識を持ったホームページ制作者が提案に来てくれました。

た。いわゆる「営業トーク」抜きに、こちらの質問に何でも裏表なく回答していただきました。この点にも、好感を持ちました。制作料金も、他の制作会社よりも納得できるものでした。他の制作会社は、5~6ページで120万円~180万円の制作費を、5年掛けてリース契約のような形で支払う仕組みでした。これに対してウェブラボの『サイト職人CMS』は、制作費を初期費用として支払い、サポート費用とサーバ使用料を月額費用として支払う仕組みです。どちらがリーズナブルかは、一概には言えないと思います。ただ私自身は、途中で解約できないリース契約より、ウェブラボの料金体系の方が良心的だと感じました。もちろん、ホームページをいつでも自分で追加・修正できるシステムも魅力でした。

最初のヒアリングが的確だった。 強みが伝わるホームページが スピーディーにできた

-- 『サイト職人CMS カスタムメイドプラン』でのホームページ制作が始まってから、印象に残っていることがあれば教えてください。

最初のヒアリングが丁寧で、システムチェックだったことが印象に残っています。ウェブラボのディレクターの質問に答えていくだけで、うちの強みや特色を、ヌケ・モレなく伝えられました。「誰に」「何を」「どのように」訴えるホームページを作ればいいのか、最初のヒアリングで明確になりました。最初のヒアリングが的確だったおかげで、うちの強みが明確に伝わるホームページを、スピーディーに完成させることができました。ヒアリング後に提出していただいた第一案には、ほとんど修正の必要を感じませんでした。細かい修正の要望にもすぐ応じていただけたこともあり、申し込みから3ヶ月後には、リニューアルしたホームページを公開できました。

進化する『サイト職人CMS』を 使いこなし、成果を上げたい

-- 『サイト職人CMS』を、どのような会社に勧めますか。

『サイト職人CMS』は、ホームページを自社で更新できることが特長とされていますが、それほど頻繁にホームページを更新しない会社でも、導入するメリットはあると思います。実際、当社もリニューアル後ほとんど更新できていなかったのですが、それでもこれだけの導入効果が得られています。

-- 最後に、今後の抱負をお聞かせください。

今後ホームページは、集客のためにも、お客様のニーズを探るためにも、当社にとってますます重要なツールになるはずです。『サイト職人CMS』も新たにメールマガジン配信機能が追加されるなど、プラットフォームとして進化していていますので、うちでも使いこなし、成果を上げていきたいと考えています。

お忙しい中、有り難うございました。