

INDEX

1 ■ お客様の悩みは何だろう？
：自分で作る・ホームページ

2 ■ 脱素人宣言！ティッシュ箱から学ぶ配色センス：色のふしぎ
■ トイレ先進国、日本：コラム
■ 編集後記

自分で作る・ホームページ

お客様の悩みは何だろう？



こんにちは！ レリッシュです！ 突然ですが、お客様の悩みって何でしょうか？ レリッシュで言えば、お客様に替わって専門的で人手の掛かるホームページの制作や更新を行い、管理と運用までお手伝いすることで経営力の向上に役立つ事であると大卒の理解をしております。

ホームページは素人の方でもその気になれば作成できます。しかし、素人の方が作成したものとプロが作成したものでは、その品質の違いは誰が見ても一目瞭然。見て頂いた方に与える印象は、その会社・組織の品質や品格をイメージさせ固定観念化させてしまいます。チープな印象を与えるか、格式高く信頼性が高い印象を与えるかでお客様にご選択頂けるかを決める要素にもなります。また、外観だけでなく機能面など運用の効率化においても多くの実績で培った経験が生かされた提案をさせて頂く事で、お客様の経営力の向上に役立つと考えています。

● 売上を上げてください！ …の前に

ホームページを公開すればすぐに売上が上がると思っていらっしゃる経営者は少なくありません。数ある相談の中でも「売上を上げたいが、どのようなホームページにすれば良いですか？」と素朴かつ率直なご質問を頂く事があります。

そんな時は、「**あなたならどのようなホームページからなら購入しても良いと感じますか？**」と逆に質問をさせていただきます。

すると意外なくらい明確な答えが返ってきます。品揃えが豊富で、値段が安くて、商品紹介が丁寧で、検索がしやすく、注文に手間が掛からなくて、決済方法が色々あって、返品もできて、送料が無料で、サポートがしっかりしていて、会社が信頼できて・・・と、どれもウン、ウン、と頷ける答え。自分で、答えを持っているじゃないですか！？

だから難しく考えず、自分がお客様だったらという視点で素直に整理すれば良いと思います。自分たちが提供できている事とできていない事、お客様に喜ばれる事。大切なのはホームページを訪問した方にどのように感じて頂き、どのような行動を取って頂きたいかを明確にする事です。それをホームページ上の導線として設計するのが我々プロの仕事と心得ます。

公開後は運営側が意図した導線を訪問者が辿ったかどうかを検証するのです。意図した導線を辿らなかったとしたら、お客様が興味をもって導線を辿って頂ける工夫をしなければならいかもしれません。また、意図した導線を辿っているにも関わらず行動に結びつかなかったなら、その意図はお客様のニーズを捉えていないかもしれず、意図の見直しが必要かもしれません。

● ホームページは経営者の戦略を映した鏡

お客様の悩みを解決することを柱としたホームページは、結果として売上に反映します。お客様は商品そのものを買に来たのではなく、**悩みを解決できる手段**である商品を購入しに来たのです。

お客様の悩みは千差万別。そして悩みを解決する方法も一つではありません。同じ商品を売っていたとしても売り手が10人いれば10通りの使い方があり、それぞれがお客様の悩みを解決する方法となるでしょう。

単なる商品の陳列はそろそろ卒業し、取り扱う商品によって、どのような方がどのように幸せになるのかまで伝えるホームページ作りにチャレンジして頂き、ホームページを日々進化させて頂きたいと思います。



脱素人宣言! ティッシュ箱から学ぶ配色センス

書類を作る時。カラフルにしたいけれどセンスないからなあ…。
などと配色を敬遠している人はいませんか？
今回は、ちょっとした気遣いであっと言わせる色の選び方を伝授しちゃいます。



身近にあふれる
色使いのヒント。
どんどん活用
しちゃいましょう!



1. 同系色のみ使う

赤だったら赤、青だったら青で、その濃さや薄さで表現するようにします。
自然とまとまりが出てきます。



2. 隣の色を使う

Excelのカラーパレット(もしくは虹など並んでいる色)から、隣り同士になっている色を選ぶ方法です。



3. 2色+1色

いろいろな色を使いたい気持ちをグッとこらえて、1と2を参考に2色選び、そのみ使用します。どうしても他の色も使いたい場合は、すでに選んだ色のバランスを決めてから、ワンポイント程度に1色使うようにします。



4. 身の回りの配色を真似する

たとえば5個全ての色が違うティッシュ箱。見方を変えれば、一流デザイナーが配色を施した立派な配色サンプルです。
これを真似しない手はありません。1箱でも背景と文字の組み合わせを得ることができます。その他、雑誌の表紙やお菓子の箱、カップラーメンからだって学べます。

コラム

トイレ先進国、日本



「日本の温かい便座が恋しかった」と言ったのは、世界的大スターの Madonna。ウィルスミスやレオナルド・ディカプリオも、自宅に日本製のウォシュレットを設置。
日本では当たり前にあるウォシュレットですが、海外ではまだ馴染みが無く、セレブ御用達の品のようです。

温かい便座。お尻&ビデ用のシャワーと乾燥機。用を足す時に音が出て、使用後は勝手に流してくれる。最近では、蓋まで自動で開閉。
親切すぎる日本のトイレに、訪日外国人は一様に驚くそうです。
最近では、米国のソーシャルニュースサイト『Digg』で、「日本のトイレがハイテクすぎる」と大きな話題に。

さて、ウォシュレットは日本だけのものなのでしょうか？
国内シェア首位のTOTOは、海外進出も行なっておりますが、道るのは平坦ではないようです。
米国ではウォシュレットをバスタブの隣に設置するため、電気配線への工夫が必要なほか、CMでは「おしり」など言葉に関する規制が厳しく、未だ一般的ではないそう。
イメージ戦略だけでなく、「まずは体験」と病院やスポーツ施設への売り込みを続けているらしいです。
ウォシュレットが、海外でも一般的になる日は来るのでしょうか？

それにしても、日本人のトイレにける情熱は『異常』と言っても良いかもしれません。
さすが清潔好きな日本人。まさにトイレ先進国です。

レリッシュのスタッフブログほぼ毎日更新中!
http://www.rel-ish.co.jp/staff_blog/

編集後記

制作スタッフからの一言です!



- ヒゲッチ > 70歳を過ぎて2回もエベレストを登頂された三浦雄一郎さんの人間力を生で聞く機会がありました。私も老いて尚若くありたい!
- ベベ > マニキュアを5本買いました。除光液も買って、後はデザインを考えて塗るだけ! あ、白ノートPCのデコレーション用です。
- iori > 7月からは環境が色々変わる事になりそうです。電話嫌いな私が連日電話三昧!
- ヨッシー > マイケルジャクソンの訃報にショック。世界的大スターの死に、一つの時代が終わったような喪失感を覚えます。
- チョコバナナ > 最近、パン作りにハマってます! やっぱ、手作りがとってもおいしいです! (まあ、機械任せですけど。。。)
- MoEgi > エンストしまくって卒検落ちたり… いろいろありましたが、やっとバイクの免許取得! 次はバイク購入です!

編集・発行: レリッシュ株式会社 **Rel-ish**

〒194-0011 東京都町田市成瀬が丘3-4-3
カイセ工業事務所2階

0120-212367

受付時間: 平日AM8:30~PM17:30

<http://www.rel-ish.co.jp/>

《所属団体》

- ・町田商工会議所 - 第八期サービス業部会 幹事
- ・NPO法人ソフトウェア振興会 - 2008年度 理事/研修委員会 副委員長
- ・社団法人町田青年会議所 - 2009年度 理事/拡大研修委員会 委員長
- ・社団法人町田法人会 - 青年部会:平成21・22年度 総務・広報委員会 委員長
本部: 広報委員会 委員