



まいどありがとうございます！
「元気、笑顔、感謝をまき散らす」
ちらし屋ドットコムです！



ちらし屋のHPはこちら

ちらし屋のチラシ

2020.09.20

月イチでお客様にお届けするユルめのニュースレターです。

間違ひなく加速する
デジタル化の流れには
もろ逆らえませぬ。



河田菊夫

こんにちは！ ちらし屋ドットコム社長の河田菊夫です。一気に涼くなったなあと思ったら、もう9月も終わり。今年もあと3ヵ月です。菅政権の誕生により、ようやくデジタル化への期待が高まってきました。もう言い訳はもう通用しなくなりますから、しっかり取り組んでいきましょう！

ちらし屋の ブログ記事よりPickup!

製造業のお客様がECで直販することも当たり前になりましたね。

コロナ禍においては、人々の生活様式が大きく変化しました。それにあわせて、会社やビジネスの在り方も根本から見直す必要性に迫られました。今回はご相談が急増しているECサイトに関するブログ記事をご紹介します。これまでは、ECといえば小売店の販売チャネルのひとつという認識だったと思いますが、今は業種、業態、法人、個人も関係なく、ECの活用が当たり前になりました。ツールやサービスの選択肢が増えたことで逆に迷ってしまうこともあると思いますが、自社にあった適切な方法を取り入れていただけたらいいと思います。



TITLE ECサイト新規構築等事業費補助金のご相談。

9月1日の投稿

補助金等の支援を上手に活用して新しいチャレンジを！

岐阜県の「ECサイト新規構築等事業費補助金」を活用するためのご相談について記事を書きました。

※申請期間は令和2年9月30日(水)までとなっています

事業への本気度がベースになります。
補助金ありきの安易な取り組みは高確率で失敗します。



TITLE クラウドファンディングの取り組みもサポート。

9月10日の投稿

商品特性や生産状況にあった販売方法を選びましょう。

ECといえばAmazon、楽天、Yahoo!…または自社のECサイトを構築するものだと思っている方も多いですが、今はさまざまな選択肢があり、今回は『Makuake』を提案しました、という記事です。

こだわりの商品を低リスクで販売する手段として
『Makuake』は検討する価値ありです！



実際の記事は、ちらし屋のホームページのブログをご覧ください

Info

kintone特設サイトに
製造業のお客様事例を追加しました。

当社が運営するkintone特設サイトに、関市にある製造業のお客様事例を追加しました。「エクセル・メールでの煩雑な報告業務のムダを改善」というあるあるの業務改善ですので、ぜひ参考になさってください。



Info

FC岐阜は上位を狙える位置をキープ。
クラブは個人スポンサーを募集中です。

いいサッカーを続けて過酷な夏を乗り切ったFC岐阜。コロナ対策で興行・物販の収入が減少しているクラブでは、個人スポンサーを募っています（詳細はクラブHPを参照）。それぞれにできる応援を通じて地元クラブを支えていきたいと思っています。



株式会社ちらし屋ドットコム

〒504-0018 岐阜県各務原市那加西市場町4丁目9-2



0120-5040-92

営業時間：平日(月～金)9時～18時30分



社長・河田菊夫の3Kコラム

菊！聞く！効く！



ご意見・ご感想は
河田菊夫のfacebook・twitter等
お届けください



いつもお世話になります。ちらし屋ドットコム河田菊夫です。
思いのほか好評の3Kコラム。今回は「バナーボタン」がテーマです。昔からあるバナーボタン(バナー画像)ですが、クリックしてもらえるようにこだわることで、成果が変わってきます。

バナーボタンのこと

先日、お客様の新製品が新聞に掲載されました。とっても嬉しいことでしたので、当社のSNSでもシェアをさせていただきました。その新製品の案内ページをお手伝いしたときに、あらためて大切だなと思ったことを今回はお伝えします。

榎本木工さんの新製品「木製ドアオープナー」: http://www.enomoku.jp/door_opener.html



小さなことですが、「バナーボタンの役割」をあらためて考えてみましょう！

さて、今回のお題は新製品の案内ページそのものではなく、そのページに誘導するための「バナーボタン」についてです。右のバナーを見比べてみてください。最初に作成したボタンの案と社内で再検討して最終的に採用したボタン案です。

どうでしょうか?? 全然印象が違いますよね。



最初に作成したボタン



再検討し採用したボタン

言うまでもありませんが、ただ単に製品名が書いてあるだけのボタンよりも、右のボタン案の方が「新型コロナ対策ってどういうことだろう? 見てみよう」となりますよね。ホームページの中にたくさんあるバナーボタンのうちのひとつなんですけど、それぞれのボタンに意味・役割があり、今回のケースでは「新製品ページに誘導するため」「新製品ページを見てもらうため」という役割がありました。「このバナーボタンをクリックしたくなるかな?」「その先のページを見てみようと思ってもらえるかな?」。些細なことですが、見る人のことを意識しながらホームページの更新・活用を継続していきましょう!

「Pageアナリティクス」でバナーのクリック率をチェック!

アクセス数を確認できる「Googleアナリティクス」はよく知られていますが、「このボタン、どれくらいクリックされているのかな?」ということを知ることができる「Pageアナリティクス」という無料ツールもあります。

バナーボタンのクリック率が見える化するツールは「有料」のケースが多いのですが、Google社が提供している「Pageアナリティクス」は「無料」で使えます。ぜひ使い方をマスターして、ホームページの活用・改善に活かしていきたいですね!

詳しい使い方動画を『WEBちらし屋アカデミー』で公開予定ですので、ぜひチェックしてください!



Pageアナリティクス(Chrome拡張機能)

WEBちらし屋アカデミー

- ログイン画面
https://www.chirashiya.com/academy_web/
 - 9月のパスワード Patagonia
 - 10月のパスワード Matutake
- ※パスワードは毎月変更されます