

EPISODE II



「ホームページで顧客Get」

ひろはた しんじ
廣畑 信二先生
主な業務：「会社設立」など

1 自営が夢

私が、なぜ行政書士という職業を選んだかという、私は、サラリーマン時代から自分で事業をすることに凄く憧れていました。しかし、商売を始めるにしても、「売るべき商品はない」「事業のアイデアもない」「お金もない」ので、「何か資格を持っていれば、独立しても何とか仕事になるんじゃないか？」という単純な発想からでした。

ただ、これは大きな間違いでした。資格を持っていても自然と仕事が湧いてくるというような妄想はすぐに打ち砕かれました。何と独立して最初の3ヵ月に稼いだ額は、5,000円でした(涙)。この期間は相当焦りました。夜も不安で眠れなくて、外が白んでくるまで布団の中で、モゾモゾしていたものです。なにしろお金がないので行政書士の仕事を選んでいるわけですから。すでに3ヵ月目には手持ちのお金がゼロという状態でした。そんな極貧の時代もありましたが、独立2年目にして月数十万円を稼げるようになりました。

2 現在の中心業務

現在は、会社設立業務をメインにしています。でも、その切り口になっている業務は、事業計画書の作成です。

行政書士の業務は、士業の中でも最も業務範囲が広いといわれています。でも、その幅広い業務の中にも事業計画書の作成は、行政書士の業務としては、どの業務案内のパンフレットを見ても掲載されていませんでした。そこで、これなら同業者と差別化が図れると思いました。

では、なぜ私がこの事業計画書の作成のサポートを業務にしているかといいますと、前職で商品部として配属されていた時に、多くの企画書や販売計画書等を作成してきました。そこで、ある問

題に気づいたからです。

それは、計画書等を作っても、それが進捗管理のツールとして使われることが非常に少ないということです。計画は日別・月次・年次と作成するわけですが、それを有効的に活用しているとは決していえませんでした。計画と実績を分析し、その差異の原因が何かを把握して、それに対する対策が講じられていなかったわけです。そのために得てして短期的な戦略ばかりに目を奪われ、長期的戦略が疎かになっていたような気がします。

確かに、日々商売をしているわけですから、もちろん短期的な戦略も重要です。でも、本当にその事業に悪影響を与えている原因の改善は、長期的な戦略を立てないといけないものが多いと思います。そうでないと、企業の永続的な運営はあり得ないのではないかと思います。

私はこのようにして事業計画書の重要性を痛感しました。現在でも多くの企業で、この事業計画書を進捗管理のツールとして十分に活用しているところは少ないといわれています。

そこで、私は事業計画書の重要性を、経営者になろうとする人に認識してほしいという思いから、事業計画書の作成サポートを業務の1つにしようと考えたわけです。

3 実際の営業方法

私の場合、ほとんどはホームページからの依頼ですので、やっていることはそれにつきます。現在は、他に営業は一切やっていません。

実は、開業当初したことは、とりあえず知人に名刺を配って回ったことでした。でも、行政書士って一般の人からみたら実際に何の専門家なのか分からないんです。この現実には本当にショックでした。名刺を配ってみて実感しましたね。だから、やみくもに名刺を配っても、よほどのことがない限り印象に残らないと思います。

そこで、違う営業方法を考えようと、費用がわりと安く済むホームページを立ち上げてみました。当時アクセス数をとにかく増やそうと、自分でいろいろ研究もし、自己流でしたがヤフーの検索で1ページ目に表示されたこともありました。で

も、せっかくアクセス数はあるのに、依頼となるとまったくありませんでした。ここで、ものすごく考えてしまいました。いったい何がいけないのだろうと。自分で徹底的に考えましたがこれといった解決方法は浮かびませんでした。

そこで、ホームページの専門家にそのことを相談してみました。もちろん有料です。この内容は企業秘密ですので話せませんが、その結果、今では、多いときは1日のアクセスが1,000件を超えることもあり、ホームページから、どんどん依頼がくるようになりました。

今考えてみると、もちろん自分で考えることは重要ですが、なんでもかんでも自分だけでやるには限界もあります。ですので、資金を先行投資というかたちで、その筋の専門家に相談したほうがいいかもしれませんね。私はこのおかげで、安定して依頼がくるようになりました。

4 具体的なホームページ戦略

まず、ホームページの位置付けですが、ホームページはあくまでもインターネット上のバーチャルオフィスであって商材やサービスの提供の場なのです。

それに対して、メルマガやブログもありますが、これらは個人のブランディング(信頼性を高め顧客をファン化する)ツールでもあり、商材やサービス提供の場であるホームページに誘導するのが目的なのです。

たとえば、会社を設立したいという人がホームページ上でそれを頼める行政書士を探していただきます。これはインターネットの特性なのですが、そういった人は緊急性はないが、ある問題について知りたいと思ってサイトに訪問する、いわゆる「そのうち客」の場合が多いんです。そういった顧客は、実際に問題解決に遭遇したときに、再度当サイトに訪問してもらえるとという保障はまったくありません。そこで、必要になるのが、再度当サイトに訪問してもらう対策なのです。

それで、必要になるのが最初に訪れた顧客のアドレスを収集して、継続的に接触することにより、再度サイトに訪問していただけるための仕掛けで

す。その仕掛けが無料ツールにより顧客のアドレスを収集し、そのアドレスに対してメルマガを定期的に配信するというものです。私の事務所の無料ツールとしては、「事業計画作成フォーマット」「定款サンプル・テンプレート」「無料レポート」などがあります。

あとは、サイトのテーマの絞り込みと他のサイトにない特色を出すことですね。

顧客は、問題解決のためにサイトを訪れるのですから、1サイトにいろいろな業務を羅列してあるのは無意味だと思います。1サイト1業務が理想でしょう。そして、ニッチな業務を見つけるとか、他にはないサービスや商材を提供するなどの、他サイトとの差別化が必要でしょう。もちろん、顧客からみて、当サイトの管理者は、その問題に関してかなりの情報を持っていて、その問題の解決方法を熟知した、信頼できる専門家であると思わせなければならないことは、いうまでもありません。

5 工夫点

私は、アフターサービスを心がけています。会社の設立だけだと設立したらそれで終わりです。そこで、その後も継続して関係ができるように、記帳代行を請け負うようにしています。ただ、これに関しては、会計専門の業者に依頼しています。あくまで、顧客と継続して接触するためにです。これを自分でやっていたら他の業務が滞ってしまうからです。

6 読者へ一言

とにかく考えたことは実行に移してみることで。自己反省も含めてですが、私が感じるのは、士業の先生方は戦略を練るのは大好きなのです。しかし、それを行動に移すことができる人はまだまだ少ないように思います。

初めからすべてがうまくいくわけがありません。でも、それもやってみなければ分からないのです。戦略を考えてみたらとにかくやってみましょう。ある程度一定の量をこなさなければ、結果はみえてきません。