

売上直結、ネット広告の活用法

2/17火

参加費：2,000円（予約制：定員10名、先着順）
 日時：2月17日（火）18:00～19:30
 ※セミナー終了後懇親会を予定しております。
 場所：弊社会議室（烏丸三条 烏丸ビル2F）
 講師：加藤弘幸（かとうひろゆき）

今、最も費用対効果の高い「PPC広告」を90分でマスター

経産省によると平成24年の消費者向けECコマースの規模は9兆5,000億円と20年の1.5倍に成長。野村総研が昨年発表した予測では今後5年間でさらに倍増する見通しで、30年度には20兆円を超えと言われてい

ます。翌日配送が当たり前となる便利さと、価格訴求と比較が容易なネットの特性から今後もネット市場の拡大はいつそう進むものと思われる。今回のセミナーでは、もう一步ECコマース拡大を進めたい経営者の皆様に、ネット広告（PPC広告）の効果的な運用法に絞った勉強会を開催します。ぜひ奮ってご参加下さい。

2014年度セミナー人気ランキング発表！

第1位：儲かる企業「値決め」の法則とは？

第2位：インフレ時代の「社長の貯蓄術」

第3位：社長の節税＋投資・大研究セミナー

第4位：社長のプレゼン力向上実践セミナー

セミナーにご参加いただいた皆様ありがとうございました！

4月よりさらに皆様のお役にたてるセミナーを開催予定です。年間スケジュール予定は、次号の当コーナーにて発表いたしますのでぜひ楽しみにお待ちください。



加藤弘幸 Profile

大学卒業後、東京海上火災入社。25歳で独立。月収5万円の極貧生活を味わうが、出会いと仲間恵まれ、現在海外含め4社を経営。

最近では売れる仕組みから資産形成・節税対策まで社長の右腕コンサルタントとしても活躍中。

座右の銘は「運命自招」。

京都商工会議所、京都サンガ後援会、京都南ロータリークラブ、京都市中央倫理法人会在籍。



セミナーの収益金は「平和NGO」テラ・ルネッサンスの活動資金に募金させていただきます。

セミナー年間スケジュール予定 Schedule

'14年4月	社長のプレゼン力向上実践セミナー
5月	社長の資産形成力向上セミナー
6月	社長の節税＋投資・大研究セミナー
7月	(特別セミナー 開催予定)
8月	売れる営業社員の作り方セミナー
9月	(特別セミナー 開催予定)
10月	儲かる企業「値決め」の法則とは？
11月	(特別セミナー 開催予定)
12月	インフレ時代の「社長の貯蓄術」
'15年1月	(特別セミナー 開催予定)
2月	売上直結、ネット広告の活用法
3月	(特別セミナー 開催予定)

お申込み受付・お問い合わせ

0120-77-2608

E-mail: info@keio-web.com

※お申込みは営業担当者もしくは、松本までお申し付け下さい

社長の知恵袋2015

～最新のビジネスノウハウをまとめてチェック～

Vol.09

発行日：2015年01月15日

CONTENTS

01	実現する「一年の計」の作り方	01	04	建設労働者確保育成助成金	03
02	「定額購入」がコスト削減のカギ？	02	05	「社長力向上セミナー」のご案内	04
03	訪問者の検索動機に迫る	02			



Point of View

実現する「一年の計」の作り方

From Business Consultant

株式会社京応 代表 加藤弘幸

こんにちは。京応の加藤です。あけましておめでとうございます。旧年中は大変お世話になりました。本年もどうぞよろしくお願いいたします。

1年の計（けい）は元旦にあり。新年を迎え、今年の展開に想いを巡らせる時期ですね。そこで今月は、実現する「1年の計」の作り方についてレポートしたいと思います。

目標実現に必要な11のキーワード

頭の中はやりたいこと、やるべきこと一杯なのに、なかなか一歩が踏み出せず時間だけが過ぎていく…。9月号でも特集しましたがオススメなのが次の11キーワード。

1.誰が 2.誰に 3.何を 4.いくつ 5.いくらで 6.いつからいつまで 7.どこで 8.なぜ 9.どのように 10.誰と 11.誰のために

ご自身が取り組みたい目標をこの11キーワードに照らしてみ、各項目が全て揃っていればすぐ実行に移すことが可能です。

逆に、どれだけやりたいことであって

も、この11キーワードのうち揃っているのが8個以下なら、思いきって短期目標のリストから外しましょう。

例えば「英語が話せるようになる」という目標は5.「いくらで」6.「いつからいつまで」7.「どこで」8.「なぜ」9.「どのように」等を決めなければ永遠に実現しません。

こんな単純なことが目標達成を妨げているのです。逆に前進出来ない理由が分かれば、対策は簡単に打てますね。

この作業を定期的に繰り返すことで、自身の目標を常に実行できるレベルにしておくことができますので、目標達成へのスピードも大幅に上がると思います。

実は「一年の計は元旦にあり」の前に「一日の計は朝にあり」という言葉があります。まず今日一日の計画をしっかりと立てることから始めるのも良いかもしれませんね。

今年も皆様にお役に立てるよう「社長の知恵袋」をお届けしてまいります。本年もどうぞよろしくお願いいたします。



「定額購入」がコスト削減のカギ？

円安が進み、物価上昇も顕著になる中、日々の固定費削減に頭を悩ませている方も多いと思います。そこで今回は「定額購入」による燃料費のコスト削減対策についてレポート致します。

一時の原油高は収まってきたものの、以前に比べて負担感の重いガソリン代。給油の度に「満タン」にされるのがほとんどだと思えますが、実はこのガソリン代、毎回満タンで給油するより、定額購入（例えば7,000円分）の方がお得にガソリンを買うことが出来るんです。下の図をご覧ください。

満タン購入 毎回 50ℓ		ガソリン 単価	定額購入 毎回 7,000円	
購入量 (ℓ)	支払額 (円)		購入量 (ℓ)	支払額 (円)
50	¥8,500	170	41	¥7,000
50	¥7,000	140	50	¥7,000
50	¥10,000	200	35	¥7,000
50	¥7,250	145	48	¥7,000
50	¥9,500	190	37	¥7,000
250	¥42,250	5回合計	211	¥35,000
¥169.00		5回平均 単価/ℓ	¥165.65	

左図は少しオーバーに価格変動したケースで比較していますが、この買い方を使えば、満タンで購入するより確実に安くガソリンを買うことが出来ます。

本当は安くなったときにまとめ買いするのが一番なのですが、ガソリンの場合それも限界があります。

定額購入は高いときには少し量を減らし、安いときに沢山買うことが出来るため、どんな条件下でも同じ効果が期待できるというわけです（^^）これからは「〇〇〇円分！」に言い方を変えて燃料費を節約しましょう！

旬の助成金情報

建設労働者確保育成助成金

ここ数年、建設業者さんにとって訓練を受けた技術者の確保は大きな課題です。そのような建設業の事業主さんに今回ご紹介させていただきたいのが「建設労働者確保育成助成金」です。

この助成金は、従業員の雇用の改善や技能の向上等を図る取り組みを行った場合に、それに掛かった費用の一部の助成を受けることができるというものです。

例えば、従業員の技術向上のために、認定訓練を受講させた場合、従業員1人あたり1日5,000円の助成を受けることができます。また、技能実習の場合は、実施に要した経費の9割を助成してもらえます。（※1つの技能実習に関しては、1人あたり20万円）、詳しい助成コースは以下に記載します。

- (1)認定訓練コース（経費助成）
中小建設事業主又は中小建設事業主団体が、職業能力開発促進法による認定職業訓練を行うこと
- (2)認定訓練コース（賃金助成）
中小建設事業主が、雇用する建設労働者に対して、有給で認定職業訓練を受講させること
- (3)技能実習コース（経費助成）
中小建設事業主又は中小建設事業主団体が、雇用する建設労働者に対して、技能実習を行うこと又は登録教習機関等で行う技能実習を受講させること

その他にも助成金が支給される場合もありますので、詳しくはお問い合わせ下さい。

（きたや行政書士事務所 行政書士 北舎 宏文）



04

最初に何を伝えますか？訪問者の検索動機に迫る

WEB戦略で重要なのは「ターゲット」と「検索キーワード」の設定です。どんな人に向けて情報を発信し、どんな検索キーワードで集客するのか。

ターゲット設定では、既存顧客や理想的な見込み客をベースに、仮想の人物像を作り上げます。・性別・年齢・職業・年収・住所・家族構成・関心ごと…などを商材に合わせて設定しますが、すべての商材に共通して最も重要なのが「検索動機」です。

例えば「リンゴ 品種」での検索を想定した場合。もしあなたがリンゴ農園のウェブサイトを運用しているとしたら、どんなコンテンツを用意しますか？



- ・主な品種の味・食感の違いを表で見せる
- ・取扱い商品の一覧と価格を見せる
- ・産地、交配種、生産量などのデータを掲載する
- ・収穫時期の違いをカレンダーで見せる
- ・たくさんの写真と品種名を並べて掲載する

これらの中からどんな情報をどんな順番で伝えるべきかはターゲットの検索動機によって異なります。

1. 今買える旬のリンゴの品種を調べている
2. 品種の特徴と価格を比較調査している
3. どれぐらいの数の品種があるのか調べている
4. 手元にあるりんごの品種を調べている

それぞれの検索動機に最もマッチしたコンテンツはどれか考えてみて下さい。購買意欲の高い1. 2. をターゲットにするのがセオリーですが、3. 4. に向けて情報提供を行うこともSEOでは有効です。

ターゲットの検索動機を掘り下げれば、より刺さるコンテンツを生み出し、1つのキーワードから多数の切り口を生み出すことも可能になります。

（WEBディレクター 九坪 龍一）



株式会社京応 Keio Company Limited



- 代表 加藤弘幸
- 創業 1992年4月
- 所在地 京都市中京区三条烏丸西入御倉町85-1烏丸ビル2F
- 事業案内
 - ビジネス・コンサルティング
 - 売上UP・集客対策とマーケティング
 - 成長するための組織づくり、チームビルディング
 - 資金繰り改善、財務コンサルティング
 - WEBマーケティング
 - 集客型WEBサイトの制作・管理
 - 販促用ニュースレター・会社案内・名刺
 - iPhone動画マーケティング
 - ファイナンシャル・プランニング
 - 生損保トータルリスクマネジメント
 - 節税・社会保険料削減対策
 - 中小企業オーナー向け資産運用コンサルティング
- ミッション 京応は、お互いに感謝しあえる信頼関係を創造し大切な人の安心と夢に貢献する
- 連絡先 TEL：0120-77-2608 FAX：0120-72-2675
E-mail：info@keio-web.com
www.keio-web.com