

葬祭業向け WEB集客セミナー

月間
施行件数

25件の地方葬儀社でも

自社HP集客
の施行件数が

たった4か月で単月**5件増**

大手葬儀社でなくても簡単にはじめられる葬儀社のWEB集客セミナー

WEB集客に成功している葬儀社のたった一つの共通点

自社HPからの集客を
増やすための法則は
あまりにもシンプル

**「知っているか
知らないか」**

たったそれだけで
簡単に翌月から集客ができる

だからこそ全国で成果が出ている葬儀社が続々と増えてきております

成功事例その①

たった1か月で
HP問い合わせ数が
**2件から12件に
UP!**

千葉県 K社

成功事例その②

たった1か月でHPからの
有料会員数を
**3件から14件
獲得!**

静岡県 I社

成功事例その③

たった3か月で
Web経由の施行数が
**2.6倍に
UP!**

神奈川県 T社

オンライン開催

PC・スマホがあれば
どこでも視聴OK!

2022年

月

6月20日・**7月1日**

2022年

金

10:00~12:00 (ログイン開始9:30~)

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます

【葬祭業向け】Webマーケティングセミナー[お問い合わせNo.S087157]

主催



船井総研セミナー事務局

E-mail:seminar271@funaisoken.co.jp

株式会社船井総合研究所

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル
お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNO・お客様氏名」を明記のうえ、ご連絡ください。

Webからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp])右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。

087157

月間施行件数が25件の葬儀社が自社ホームページから 5件/月増となった理由とは？

たった4か月で地方葬儀社でも自社ホームページからの施行が5件/月増となったと聞けば、耳を疑う葬儀社も多くいらっしゃるかと思います。ただ、この実績は1社に限ったわけではありません。例えば・

- ・ 月間施行件数経由30件の葬儀社が、5か月で自社HP経由の施行数が**1.9倍**に！
- ・ Webマーケティングを取り組み3か月で月の売上が**210万円UP**！
- ・ 自社HP経由の問い合わせが、2か月で**2.6倍**に！

といった、素晴らしい成果が続々と増えています。

ところで、皆様はWebマーケティングに対してどのようにお考えでしょうか？

「Web広告に毎月10万円ほど使っているが、目立った成果が出ていない」

「過去にWebマーケティングにチャレンジしてみたが、成果が出なかった」

「薄々WEB経由のお客が増えてきているのはわかっているけど、取り組み方が分からない」

Webマーケティングで成果をあげられている経営者様も、始められる前は同じような悩みを抱えていらっしゃいました。確かに、葬儀社のWebマーケティングは他業界に比べ、非常に難しいといわれています。また、大手ポータルサイトは施行件数を伸ばし続け、勢いが増すばかりです。

-地域密着型の葬儀社がWebマーケティングで成果を上げるためには？

ポータルサイトと真向勝負するのは非効率であり、大きな成果に結びつけることは不可能です。また、「ホームページをリニューアルするだけ」や「Web広告に多くの金額を使用するだけ」では、絶対に売上にはつながりません。

重要なのは、“地域密着型の葬儀社だからできるWebマーケティング術”に取り組むことです。この“葬祭業Web戦国時代”でも大きな成果に結びつける方法を、全国の葬儀社に向けて分かりやすく解説いたします！

Next：Webマーケティングに成功する葬儀社の特徴は？>>

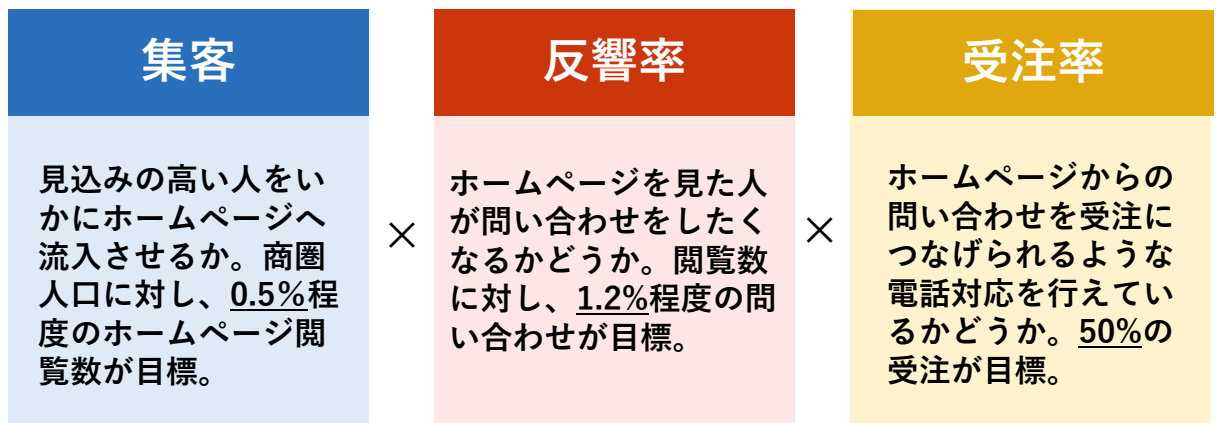
Webで成果を出している葬儀社には 3つの特徴があった！

Webで成果を上げている葬儀社には、3つの特徴があります。

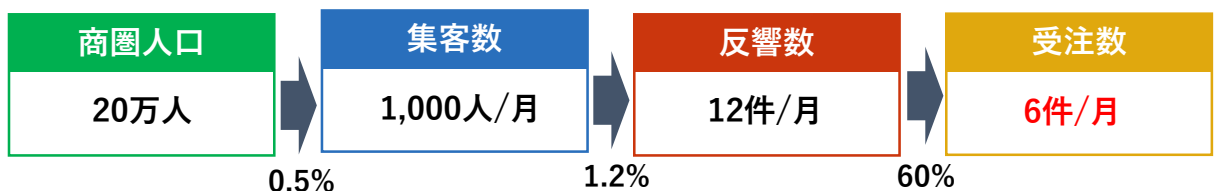
- ・担当者任せにせず、**経営者も含めて**Web戦略を考えている。
- ・認知度を上げるための**リアル販促**（チラシ・看板等）を行っている。
- ・ホームページのリニューアルだけでなく、**継続した改善**を行っている。

この3つのことを意識し、Webマーケティングを行うことが重要です。では、具体的に、成果を出すために、どのようなことを行えばよいのでしょうか？

まずは、「集客」・「反響率」・「受注率」の3つをバランスよく伸ばしていかなければなりません。それぞれの言葉の意味と具体的な数値目標は、以下の通りになります。



商圏人口が20万人の葬儀社では、以下のような数字が一つの目安になります。



このように「集客」・「反響率」・「受注数」をバランスよく伸ばすことができれば、商圏人口20万人の葬儀社で6件/月の受注をWebから獲得することができます。次ページより、上記の3つの要素について解説をさせていただきます。

Next：見込みの高い人を集めるためには？ >>

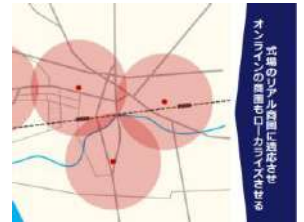
会館数2会館の葬儀社で、HP閲覧数が2倍以上にアップ！コストは驚きの0円

前のページにある通り、まずは“集客”に注力していかなければなりません。

集客において重要なのは、“見込みの高い人をいかにホームページへ流入させるか”です。見込みの高いお客様というのは、“①商圈範囲内”で“②葬儀のことを考えている（今すぐ客）”です。この2つの観点が意外と忘れがちになってしまいます。

-Point①商圈範囲内のお客様を獲得するために行うべきことは？

“商圈範囲内”とは、一般的な家族葬モデルの場合、式場から半径3km程度。この辺りをチラシなどのオフライン販促とWeb広告を一緒に強化していかなければなりません。日本で最も利用されているGoogleの広告では、“半径〇km”といった細かい設定をすることが可能です。



-Point②葬儀のことを考えている（今すぐ客）を集客するためには？

“葬儀のことを考えている人（今すぐ客）”を集めるために、地域密着型の葬儀社にとって重要なのは、「地域名 葬儀」や「地域名 家族葬」と検索した際に一番上に表示させることです。ここで違和感を覚えた方もいらっしゃるのではないのでしょうか？

「ポータルサイトと真っ向勝負しないといっているのに上位に表示ができるの？」

実は、商圈人口30万人の葬儀社で2会館を経営する葬儀社K様でWebマーケティングに取り組んで、4か月で以下のような事例が生まれました。

	10月	11月	12月	1月
地域＋葬儀	8位	7位	3位	1位
地域＋家族葬	11位	8位	4位	1位

▲検索順位の推移



▲HP閲覧数の推移

上位に表示させるために掛かったコストは、まさかの0円。検索順位は、それぞれのキーワードで1位になりました。それと連動し、ホームページの閲覧数は680人/月が、なんと1714人/月と大幅に上がりました。このように地域密着型の葬儀社でも上位に表示させることは可能です。

また、もう一つ重要なこと。それは、“自社名をいかに検索数してもらえるか”です。これに関しては先述の通り、リアルでの認知度を増やしていくための活動が不可欠です。

Next：問い合わせするホームページとは？>>

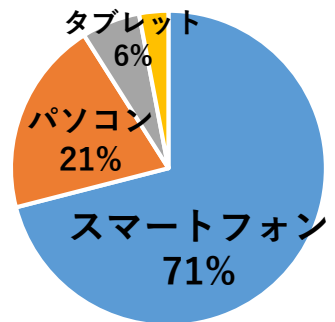
問い合わせ数が1か月で 4倍以上につながるホームページとは？

次に注力をしていかなければいけないのが“問い合わせ率”の向上です。

葬儀社のホームページにとって問い合わせ率アップには、①いかに使いやすいか？
②今すぐ客をターゲットとしているか？の2つがカギです。

-Point①使いやすいホームページとは？

葬儀社様でよくあるホームページは、コンセプトや理念の打ち出しを行い、パソコンで見ると一見デザインはきれいなものの、“問い合わせがしづらい”、といったものです。葬儀社のホームページを閲覧する人は、右の図の通り、70%以上がスマートフォンからの流入です。まずは、パソコンで見栄えのいいホームページを作る前に、**スマートフォンで問い合わせしたくなるようなデザインにしましょう。**



▲HP流入数の内訳

-Point②今すぐ客に問い合わせをしてもらうためには？

今すぐ客の問い合わせ数を増やすための施策として、“仮会員制度”というものがあります。この制度を導入したことにより、1か月で問い合わせ数が**4倍以上**実現することができました。

“仮会員制度”とは、入会金を葬儀時にお支払いいただければ、会員価格が適用されるという制度です。今までであれば、ホームページに会員価格の打ち出しをしているため、会員価格を知った非会員の方が離脱してしまう可能性がありました。このように、非会員の今すぐ客を獲得できる会員制度はホームページに設置することにより、ホームページからの会員入会数が増加します。

仮会員制度の設置のポイント

- ・入会金は葬儀時の支払いをOK
- ・生前のお申込み限定とする
- ・通常の会員と差別化するための2週間から1か月程度の期限を設ける



▲仮会員後の会員入会数の推移

注意すべき点として、有効期限を設ける必要があるため、有効期限までに本会員への入会or施行に繋がらない場合は後追い電話をしなければなりません。次のページで電話対応についてご説明します。

Next：問い合わせから受注につなげるための電話対応 >>

問い合わせから受注に結び付けるためには 受電対応と架電対応にコツがあった！

受注率アップのためには、電話対応を強化することが必要です。いくら、Web広告に金額を払ったり、ホームページのリニューアルを行っていたとしても、売上アップ・件数アップには直結しません。受電対応と架電対応をしっかり強化していくことが大事です。

-意外とよくある受電対応による失注…。

受電対応について各葬儀社様に話を聞くと、「私たちは失注などありません」とよくお答えいただきます。しかし、実は意外と失注していることがよくあります。例えば、「葬儀の費用はいくらですか？」と聞かれ、来館誘導や会員入会、施行につなげることができなければ「失注」としてカウントし、対応方法を見直していきましょう。

-問い合わせから受注につなげるためには、架電対応が必須！

架電対応とは、“資料請求などの問い合わせがあった場合、適切なタイミングで電話をすることができているかどうか？”ということです。

“資料請求のお申込みがあったから、資料を送っただけになっている”と受注につなげることはかなり難しくなります。大手のポータルサイトと自社の資料請求を比較検討された場合は、打ち出しの金額の低さにより、ポータルサイトへ依頼することになってしまいます。

商圏人口13万人で3会館を営むS葬儀社様では以下のような取り組みを行い、**資料請求後の施行数が80%**を超えています。



重要なのは資料請求後5分で架電し、来館誘導や会員入会、施行に繋がらなかった場合は、資料が届く2, 3日後には再度電話をしましょう。ホームページからの問い合わせが無駄にならないよう電話対応をしっかりと強化していきましょう。

Next：Webマーケティングで確実に成果につなげる方法は？ >>

葬儀社に必要なWebマーケティングが たった2時間で分かるセミナーをご用意！ 成果が出るポイントをお伝えいたします！

ここまで読んでいただき、誠にありがとうございました！

いかがだったでしょうか？お伝えしたポイントを以下のようにまとめさせていただきます。

Webマーケティングに必要なポイント

- ☑担当者任せにせず経営者も含めてWeb戦略について考えていく
- ☑認知度アップのためのリアル販促を同時に強化していく
- ☑集客×反響率×受注率をバランスよく伸ばしていく
- ☑ホームページはブランディングではなく、まずは“使いやすさ”から
- ☑仮会員制度を導入する
- ☑受電・架電対応を強化する

私たち船井総合研究所では、2004年から葬儀のコンサルティングを行っており、現在では120社以上の葬儀社様とお付き合いさせていただいております。そして、各社地域密着型の葬儀社だから取り組めるWebマーケティングを行い、業績アップを実現しています。

本誌でお伝えした内容は、【葬祭業】Webマーケティングセミナーの一部をご紹介させていただきました。紙面の都合上、Webマーケティングを成功させるために必要なことを1割程度しかお伝えすることができておりません。当日は“葬祭業Web戦国時代”を戦っていくためにどうすればいいのか、を分かりやすく解説いたします。

オンラインなのでスマートフォンやパソコンがあれば、どこでも視聴することが可能です。是非皆様とお会いできることを楽しみにお待ちしております。

株式会社船井総合研究所
ライフイベント&エンターテインメント支援部
ライフイベントグループ 一同

葬儀社にとってWEBマーケティングは必須！ 成功事例を踏まえて分かりやすく解説します。

【葬祭業向け】Webマーケティングセミナー

オンライン開催 ※全日程とも内容は同じです。ご都合の良い日程を以下よりお選びください。

2022年 **6月20日(月)**・**7月1日(金)**

申込期限:6月16日(木)

申込期限:6月27日(月)

開催時間

10:00~12:00(ログイン開始9:30~)

※オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索

一般価格

5,000円(税抜)
5,500円(税込)／一名様

会員価格

4,000円(税抜)
4,400円(税込)／一名様

1つでも当てはまる方は、セミナーにご参加ください。

- ☒ ホームページからの**問い合わせが1ヶ月に1件程度**
- ☒ 過去にWEBマーケティングに取り組んだが、**上手くいかなかった**
- ☒ ホームページを**リニューアルしたが、反響が伸び悩んでいる**
- ☒ WEBを全て**担当者任せにしている**経営者様

講座	セミナー内容
第1講座	Webマーケティング成功事例紹介 Webマーケティングで売り上げを伸ばし続けている会社が、どのようなことを取り組んでいるか詳しく紹介いたします。 株式会社船井総合研究所 ライフイベント&エンターテインメント支援部 ライフイベントグループ 園田 達彦
第2講座	WEBマーケティングの取り組み方 Webマーケティングを始めるうえで必要な目標(KPI・KGI)の設計方法について詳しく解説いたします。 株式会社船井総合研究所 ライフイベント&エンターテインメント支援部 ライフイベントグループ 園田 達彦
第3講座	まとめ講座 本日のまとめと、すぐに取り組むべきこととお話します。 株式会社船井総合研究所 ライフイベント&エンターテインメント支援部 ライフイベントグループ マネージャー 野町 惇斗

お申込みはこちらから



右記のQRコードを読み取りいただきWEBページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」で検索しご確認ください

セミナー情報を下記WEBページからご覧いただけます！

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/087157>

※当セミナーは経営者向けセミナーとなりますので経営者の方が必ずご参加ください。

TEL:0120-964-000(平日9:30~17:30)



葬儀社に必要な Webマーケティングが たった2時間で分かる セミナー

オンラインだからPC・スマホでもOK

【参加者特典】
個別相談
Web診断レポート

2022年6月20日(月) 2022年7月1日(金)

全日程10:00～12:00(ログイン開始:9:30～)

「Webが重要なのは分かるけど難しそう…」
「ホームページからの問い合わせが来ない」
明日から取り組むべきことが
よく分かる！

葬儀社の比較は紙からWebへ。
ポータルサイトの勢いが増す中、
自社でも取り組むことができる
Webマーケティングとは？

全国の事例
多数公開！



【葬祭業】Webマーケティングセミナー

こちらの案内をご覧いただいている経営者の皆様へ

コロナウイルスの感染拡大のニュースが始まって、約2年半以上が過ぎようとしています。
件数・シェアが減少し、売り上げが下がったという葬儀社様も多くいらっしゃるかと思います。このような
厳しい状況の中でも、件数アップしている葬儀社様がいらっしゃいます。

それらの葬儀社様に共通して言えるのは、「**Webマーケティングに力を入れている**」という点です。

50歳以上のスマートフォンの利用率は急激に拡大し、コロナウイルスの影響により、Webを使って葬儀社を探す人が拡大しています。この勢いは、まだまだ拡大していくといえるでしょう。

しかし、葬儀業界でWebマーケティングを本格的に強化できているという葬儀社は多いとは言えません。
だからこそ、“他社との差別化を図るために”・“今後の業績アップにつなげるために”、Webマーケティングを今から始めていくべきです。

今回のセミナーでは、月25件の葬儀社がWebマーケティングを強化し、5件/月増加した葬儀社の事例をメインにお話しさせていただきます。皆さまにとって、“即時業績アップにつながる”内容であること間違いありません。まずは、経営者様自身で、情報を見て、確かめていただければと思います。

セミナー特典として、“**コンサルタントとの無料経営相談**”と“**貴社がまず取り組むべき施策が分かるWebマーケティングレポート**”をご擁しておりますので、是非ご活用ください。ぜひ、皆様とお会いできることを心から楽しみにしています。

株式会社船井総合研究所
ライフイベント&エンターテイメント支援部
ライフイベントグループ 一同