

全国4万5千人の経営者に贈る 経営者の“経営力”を上げる情報誌

# 経 営 者 通 信

Keiisha Tsushin  
Vol.34 January 2015

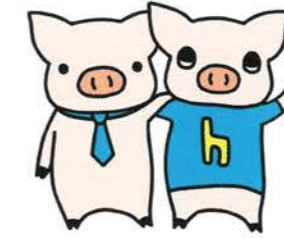
VOL.  
**34**  
2015 新春号

## Webマーケティング戦略を 月額9万円ですぐ成功に導く

CHECK

Special Interview

代表取締役  
ヘノブファクトリー  
谷脇しのぶ



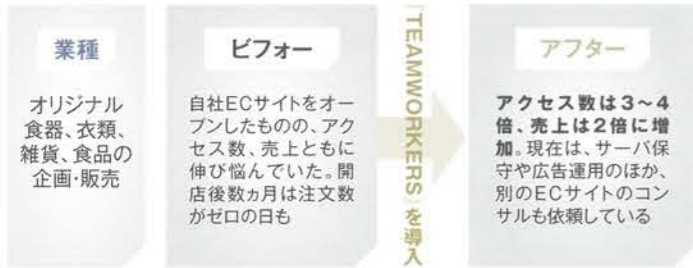
happy hunting ground  
**HENOBU FACTORY**

株式会社ヘノブファクトリー  
<http://www.henobu.com/>

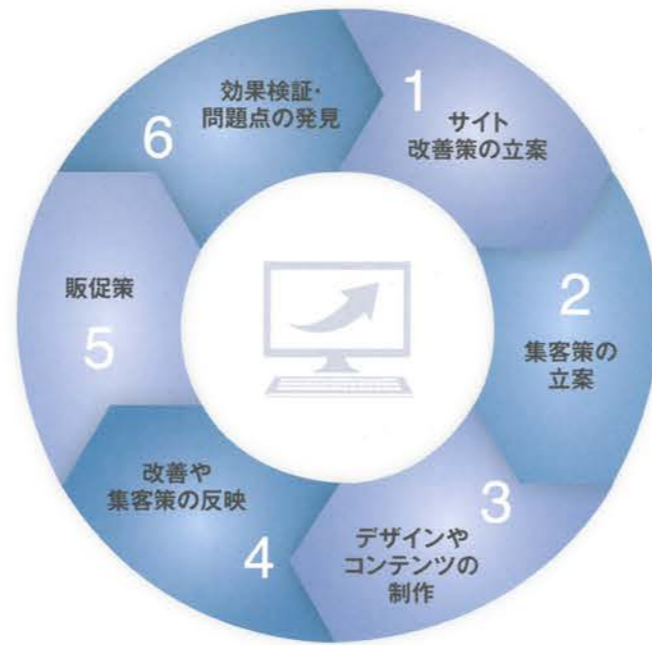
■ 導入事例①  
Webからの受注件数ゼロから導入数カ月で4件の受注に成功



■ 導入事例②  
アクセス数は3~4倍、売上も2倍に急増



■ 売上を上げるサイト運営サイクル  
6つの施策を回せ



「TEAMWORKERS」は6大施策をオールインワンで提供

■ 「TEAMWORKERS」と専門会社の比較  
複数の企業に依頼していた内容をワンストップ・低コストで実現

内容	分析	集客	デザイン	改善	販促	提案	品質費用
コンサルタント	◎	×	×	×	○	◎	20万円~
集客対策サービス	△	◎	×	×	○	△	10万円~
制作会社	△	△	◎	△	×	×	5万円~
TEAMWORKERS (へノブファクトリー)	◎	◎	◎	◎	◎	◎	すべてこみで約9万円~

※○は広告費やツール利用金が別途発生

「どの程度、コストが軽くなりますか。在宅ワーカーを活用した当社のサイト運用代行プラン『TEAMWORKERS』を例に説明しましょう。当社の試算では、戦略立案や実作業をすべて専門会社に委託した場合の月額コストは45万円以上。一方『TEAMWORKERS』の場合、月額約9万円から利用が可能。通常の5分の1のコストです。」

「在宅ワーカーを活用する際の注意点を教えてください。」

教育体制を整備し、実践的なノウハウをもつWebサービス会社が提供する在宅ワーカー活用型の運用代行サービスの利用をお勧めします。そうした会社なら、在宅ワーカーの能力の目利きと育成ができ、アウトプットの品質も保証してくれるからです。ちなみに当社

Webマーケティングに特化した在宅ワーカーの活用についてのお問い合わせ・資料請求はコチラまで  
**03-5360-8853**  
(平日9:30~18:00)

『経営者通信』読者限定  
御社のWebサイトの無料診断を行います！  
チームワークス 経営者通信 検索  
<https://www.teamworkers.jp/LP/>  
※ホームページにお問い合わせフォームもあります  
へノブファクトリー 検索  
<http://www.henobu.com/>

「今後のビジョンを聞かせてください。」

当社のスタッフの約7割は女性。出産や育児といった人生の分岐点がある女性は、高いスキルがあっても会社で継続的に働くのは困難な現実があります。これを打破するため、当社は組織に属していてもスキルを活かせるインフラ整備に力を入れています。

在宅ワーカーが企業のWeb担当者として場所や時間に縛られることなく成果を上げ、将来的にテレワーカー（在宅勤務者）として安定した仕事ができる。こうした、誰もが安心して働ける社会の実現に貢献するWebサービスを提供し続けたいですね。

株式会社へノブファクトリー  
設立/2006年6月 資本金/450万円 売上高/1億2,500万円(9期見込み) 従業員数/14名(2014年11月現在)  
事業内容 / Webサイト制作全般、サイト運営代行・コンサルティング業務、自社メディア運営、セミナー、eラーニングスクール運営ほか

サイト黒字化のノウハウを体系化したWebサービス会社の挑戦

# Webマーケティング戦略を月額9万円で成功に導く

Webマーケティング分野でいま、新しいカタチの在宅ワーカー活用法が浸透しつつある。その理由について、Webサイト運用代行で多くの実績があるへノブファクトリー代表の谷脇氏は「経験値の高い在宅ワーカーなら、低コストで質の高いWebマーケティングが可能なのに多くの経営者が気づき始めたからだ」と指摘する。企業と在宅ワーカーの間でなにが起きているのか、谷脇氏に聞いた。



へノブファクトリー 代表取締役 谷脇しのぶ たにわきしのぶ

1974年生まれ。2004年に個人事業としてWebサイト制作・運営サービスをスタート。2006年にアイデアをトコトコ出して「お客さまのWeb戦略をカタチにする会社」として株式会社へノブファクトリーを設立し、代表取締役に就任。ジャンルを問わず、Webを活用したマーケティング戦略の立案から制作までを一貫して行うワンストップサービスで多くの企業から支持を集めている。

総合的なWeb戦略を有する在宅ワーカーを活用

「Webマーケティング分野で注目されている在宅ワーカー活用法を教えてください。」

「自社の戦略パートナーとして在宅ワーカーを活用する方法です。従来は在宅ワーカーに低価格の下請け的な仕事を発注する企業がほとんどでした。クラウド・ソーシングを利用して、最安値を提示した在宅ワーカーに部分的なサイトデザインを発注する、といったケースがその代表例です。」

「ただし、いくら低コストでも、それはムダな投資。デザインの改善だけでは売上拡大は期待できないからです。しかし、Webマーケティング戦略の知識をもった在宅ワーカーを活用すれば、コストをかけずに質の高い戦略立案やサイト運営を行うことが可能です。」

「どのような在宅ワーカーなら質の高い戦略立案などが可能なのですか。」

「一定程度のキャリアがあり、経験値の高い、他社の成功例や失敗例を豊富に蓄積している在宅ワーカーです。」

「効果のあるWebマーケティングを推進するには、弱点診断に基づいたサイト改善策、費用対効果の高い集客策の立案、それらをカタチにするデザインやコンテンツの制作。この3つを前段階として行う必要があります。そして、改善策をサイトに反映させつつ販促策を実施。最終的に一連の施策の効果を検証して新たな改善点を発見する、という

教育体制と実践ノウハウの有無をチェックせよ

「他社事例ならコンサルタント会社もたくさんありますよね。」

「コンサルタントには実作業能力やクリエイティブスキルがないので結局、別の委託先にコストをかけて外注せざるを得ません。そうすると、施策の意図や目的、サイトの想いなどが伝わらず、失敗に終わる可能性が高いのです。」

「これらを解消し、コスト負担を軽減するのが、戦略型在宅ワーカーです。各領域の専門会社と同等以上のスキルがある優秀な在宅ワーカーが自社サイトの担当としてしっかりWeb戦略を実現できれば、低コストかつオールインワンでサイト改善を行うことが可能です。」

Webマーケティングで直面しやすい5大問題

- ・ 自社サイトの弱点がわからない
- ・ 効果的な集客施策がわからない
- ・ デザインを一新したいがどう直せばいいかわからない
- ・ 自社に専任スタッフがいない
- ・ 専門のプロに運営を丸投げしたいがその予算がない

サイト運営に実績がある運用代行会社がたばねる在宅ワーカーを活用すれば、5つの問題を軽減できる

たPDCAサイクルをまわし続けなければなりません。その際に大切なのは他社の事例に照らし、自社サイトを客観視すること。有効な改善策はそこから見いだせます。