

ホームページが必要か確認するチェックリスト

ホームページを作る前に、自店に本当に必要なかを確認してみてください。

01 現在の状況

☐ 新規のお客様が主にどこから来ているか把握している

ホットペッパービューティー、Google検索・Googleマップ、Instagram、紹介、通りがかりなど、実際の来店経路が分かっている。

☐ ホームページを見る可能性がある人を具体的に想定できる

店名を検索した人、予約サイトで比較している人、Instagramで店を知った人、紹介されて来店前に確認する人、求人を見て店について調べる人など。

02 今使っている媒体だけでは足りないもの

☐ お客様から何度も聞かれることがある

駐車場、料金、追加料金、施術時間、子ども連れ、対応できる施術、キャンセル、初回来店時の流れなど。

☐ ホットペッパービューティーだけでは十分に伝えられないことがある

店の考え方、得意な技術、使用している薬剤、施術へのこだわり、他店との違いなど。

☐ Instagramでは必要な情報が埋もれてしまう

初めての方への案内、料金、スタッフ紹介、店のコンセプトなど、いつでも見られる場所にまとめておきたい情報がある。

☐ 店名で検索した人に見せる公式ページが必要だと感じる

営業時間、料金、スタッフ、アクセス、店の特徴などを、自店が管理する正式な情報としてまとめておきたい。

☐ 採用について、求人票だけでは伝えきれないことがある

店の雰囲気、スタッフ、働き方、教育方針、客層、仕事環境など、応募前に詳しく見てもらいたい情報がある。

03 ホームページの役割と公開後

☐ ホームページに何を担当させるのか説明できる

公式情報をまとめる、店の特徴や考え方を伝える、初めての人の不安を減らす、比較検討の材料にする、採用に使うなど、具体的な役割がある。

☐ ほかの媒体とホームページの役割を分けられる

ホットペッパービューティー、Instagram、Googleマップなどと、ホームページの役割を整理できている。

☐ 料金や営業時間などが変わったときに更新できる

自店で更新するのか、制作会社へ依頼するのかが決まっている。

☐ 公開後もホームページを維持する理由がある

公式情報、店舗紹介、採用など、作った後も継続して使う目的がある。

最後に、この3つを確認してください

☐ 今使っている媒体だけでは足りない情報や役割がある

☐ その不足をホームページで補うことができる

☐ 作った後もホームページを維持する理由がある

3つすべてに「はい」と答えられるのであれば、ホームページを作る目的は明確です。

反対に、ホットペッパービューティー、Instagram、Googleマップなどで必要な情報を十分に伝えられており、集客・採用・店舗情報の発信にも困っていないのであれば、急いでホームページを作る必要はありません。