

<集客手法 リアル+ネット集客19>

リアル集客 8

1 新聞折り込み広告

新聞に折り込まれることで、ターゲットに直接届くチラシ広告。

一枚物のチラシを作り、折り込みを依頼するもの(新聞配達店に持ち込み、新聞折り込み広告仲介業者の利用等)や、折り込み広告として発行されているタウン情報誌に広告掲載を依頼するものがある。

一枚物のチラシの作成:プリントパック、ラクスルなどのサービスを使い自分で作成できます。自分でチラシを作成する時は、タイトル、文章の構成、画像、文字の大きさ等、工夫が必要です。参考料金:プリントパック A4 光沢紙 1000 部で 2000 円程度(7 営業日)

<かみやま voice>

2015 年から毎月開催していた遺言講座については、毎月地域のタウンニュースに広告を出していました。

遺言講座の集客は、この折り込み広告と Facebook ページ、ホームページのみで、毎月10名を超える参加者を確保していました。(1 年目は 5 名から 10 名)

出稿料は、毎月出稿することを条件に、25,000 円+消費税でした。

これは、定価の半額以下のようです。

タウンニュースの広告デザインは、次の通りです。

改訂前が 2017 年までのもの。

その後、改訂し、講座の様子画像を入れたところ、反響が良くなりました。

改訂前 顔写真が目立つもの

「**知ってあんしん！遺言教室**」
日曜開催 好評セミナー
遺言書について学べるセミナーが2月12日(日)、杜のホールはしもと(ミウイ橋本8階)本内で開催される。毎回好評のセミナー。当日は行政書士の上山雅子氏が「相談でもめないための遺言書」について、実例や

文例を用いて分かりやすく講義。申込は左記へ。

日時 2/12日 10:00 ~ 11:30
会場 杜のホールはしもと(ミウイ橋本8階) セミナールーム2
料金 資料代 1,000円 定価 10名
講師 上山 雅子氏 (かみやま行政書士事務所代表)

問合せ・申込 ☎042-707-0451

改訂後 講座の様子画像

無料相談付き「遺言講座」
今年も相続と遺言書のルールが変更
「遺言書」について学べる講座が2月20日(木)、杜のホールはしもと(ミウイ橋本8階)で開催される。先着10名。行政書士の上山雅子氏が「相談でもめないための遺言書」の実例や昨年の変更点を分かりやすく解説。申込は左記。

講座の様子

日時 2/20日 13:30 ~ 15:00
会場 杜のホールはしもと(ミウイ橋本8階) セミナールーム2
料金 資料代 1,000円 定価 10名
講師 上山 雅子氏 (かみやま行政書士事務所代表)

問合せ・申込 ☎042-707-0451

2 ポスティング広告

一枚物のチラシやパンフレットを郵便受けに投函する手法。

自分で一軒一軒回る方法と、業者に頼む方法がある。

ポスティングするチラシ作成については、1の新聞折り込み広告を参照のこと。

<かみやま voice>

何事も経験と思い、開業一年目に一度だけポスティングをやってみました。

自分自身がポスティング広告をゴミに感じてしまうことが多いのと、自分で経験してみて合わないと感じたため、その後は行っていません。

但し、取っておくポスティング広告もありますし、実際ポスティングの成果は0ではないようなので、試してみる価値はありそうです。

ポスティングを業者に依頼することもできるようですが、私は利用したことがありません。

マンションなどの集合住宅によっては、ポスティング禁止の場所もあると思います。

3 DM(ダイレクトメール)

個人または法人宛に、パンフレットやカタログ・チラシ、手紙を郵送する手法。

開封してもらうための工夫として、クラフト封筒が良いというテクニックがあるらしい。



理由は、役所からの送付物と勘違いするかららしいが、最近の役所からの送付物はクラフト封筒ではないため、古い情報と思われる。

また、クラフト封筒を使い無記名で郵送する、またはポスティングすると、何の手紙なのか気になって開封されるというテクニックもあるらしい。

これも単なる開封されるためのテクニックなので、まったくお勧めしません。

<かみやま voice>

普段から自分宛に届く DM に注目しましょう！

開封する DM と開封せずに捨てる DM の違いが分かると、自分が DM を出す時の参考になるはずです。

また、何だろう？と気になって開けたら、必要のない DM だった場合、かえって相手への印象が悪くなる場合もあると思うので、その辺の感情も体験の上知っておくといいでしょう。

私の場合、思わず開封してしまったものに、スマートレターがあります。

一度だけお会いしたことのある弁護士事務所からだったこともあります。小冊子在中の文字もあり、気になって開封しました。

結果、必要のない冊子でしたが、開封テクニックとして勉強になりました。

<スマートレター>



✓ 大きさ 25cm×17cm (A5ファイルサイズ)

✓ 厚さ 2cmまで

✓ 重量 1kgまで

✓ 料金 180円

A4 二つ折りの用紙がちょうど入る大きさです。

郵便局で購入でき、1 キロまで一律料金なので、小冊子も送れます。

拙著「ひとり行政書士の開業・集客・受任ガイド」も、ちょうど入りました。

4 FaxDM

主に法人宛に、チラシや案内を Fax する手法。

商工会議所に入ると、割と頻繁に FaxDM が送られて来る。(私の経験談)

<かみやま voice>

FaxDM は、BtoB なので、例えばうちの事務所であれば、所属している商工会議所や法人会からセミナーの案内が頻繁に届きました。

必要のない DM ばかりで、用紙とインクの無駄遣いだなと思いつつ、送信先へクレームを言うこともできず、困っていましたが、商工会議所を退会してからは、まったくなくなったため、あの大量の FaxDM は、すべて商工会関連だったことがわかりました。

今は Fax をイーFax に変えたので、法人会からたまに送られてくる FaxDM は、メールで受信し、PDF で開くようになりました。

これだと、用紙もインクも使わないので、受信しても不快感がほとんどありません。

参考までに、私が利用しているイーFax は、月額 1,500 円+消費税です。(1,800 円に値上げのようです)

登録手数料	お支払いプラン	受信	送信	お支払い方法
1,000円(税別)	<月払いプラン> 1,500円/月(税別) <年払いプラン> 18,000円/年(税別)	毎月150ページ まで無料 (151ページ目以降) 10円/ページ	毎月150ページ まで無料 (151ページ目以降) 10円/ページ(国内) ※国外への料金表はこちら * 1ページは60秒ごとに計算されます。	クレジットカード 銀行振込 口座振替

<https://www.efax.co.jp/> 30日無料トライアルあり

また、知り合いの社労士さんがセミナー案内を企業に送る際に FaxDM を使うと聞いたことがあります。が、一定量苦情の電話は入ると話していました。

但し、申込みもあるそうなので、相手先の状況を理解した上で利用すれば、効果があるのかもしれない。

相手が必要な情報であれば、FaxDM でも問題なく受け取ってもらえるかもしれません。

5 紹介

お客様や知人から、購入者を紹介してもらう手法。

行政書士の場合、他士業だけでなく、同業者からの紹介も多い。

ただし、面倒な案件やグレーな案件だから回って来るケースもあるようなので、注意も必要。

<かみやま voice>

私の場合、障害福祉サービス施設指定申請は、原則、お客様からの紹介のみ受任していました。これは、施設によって要件等様々なので、専門(障害福祉施設の種類)を絞るためでもあります。

また、障害福祉サービス施設指定申請の場合、お金儲け目的で始めるグレーなケースもあるため、よくわからない人や法人からの相談や依頼には、かなり慎重に対応する必要があります。紹介であれば、理念のある人からは、同じタイプの人を紹介いただけるので、ある程度安心して受任できると思います。

もちろん、ホームページからの相談や依頼には対応していますが、簡単に受任せず、入念な打ち合わせを対面で行っています。

また、税理士さんからの会社設立や飲食店の営業許可については、紹介を受けたことが何度かあります。

中には、税務顧問を依頼することを条件に、許認可業務を任せたいという税理士さんもいましたが、私はお断りしました。(基本的に、条件や縛りのあるものはお断りしています。おそらく、

相手主導で、相手の利益が多くなるしくみだと思うからです)

士業には、紹介だけで売上を作っている事務所もあるようですが、「紹介なので、料金を安くされる」という声も時々聞きます。

紹介は1つの集客手段ではありますが、リスク管理のためにも、紹介だけに頼るのではなく、いくつかの集客手段を持つておくことをお勧めします。

6 テレアポ

電話営業。

ターゲットのリストを入手し、電話で売り込みをする手法。

開業すると、広告会社やホームページのSEO等の営業から電話が時々入るため、電話営業への印象がかなり悪くなるかもしれません。

<かみやま voice>

開業して驚いたのは、営業電話が多いことです。

特に、様々な広告媒体、SEO 対策の営業電話は、連続でかかって来ることもあります。

この体験を通して思うのは、こちらの貴重な時間を営業電話に使いたくない、ということです。着信が携帯番号だと、問い合わせかもしれないと思いかけ直すため、そこで営業されると本当にがっかりします。

この経験から、私の場合は、自分が電話営業することは有り得ないでしょう。

ただし、時間がある時は、営業の内容を聞いてみることもあります。

広告の場合は、内容と料金を聞くと、どんな広告がどれくらいの料金で出せるのかがわかるので、相場感がつかめます。

SEO やネット広告の場合は、こちらに少し知識があるため、どの程度わかっている営業なのか、SEO として具体的に何をするつもりなのか、聞いてみたい気持ちもあります。

SEO の場合は、詳細は事務所に伺いたいという流れになるため、今のところ必要ありませんと断って終わりにしています。

7 看板・電光掲示板広告

看板広告:電柱や建物に設置された看板を使った広告。

電光掲示板広告:役所や病院に設置されたり、建物外壁に取り付ける、文字や絵が動く、あるいは動画が流れる広告。

チラシや電話で営業される場合あり。

<かみやま voice>

看板はあちこちに設置されているので、今後は注意して見るようにするといいいでしょう。

日頃、どれだけ見えていなかったか、わかるはずです。

見えていなかったということは、こちらが出した看板も、見えていない可能性があるということです。

市役所の入り口に入ってすぐのインフォメーションコーナーに、電子公告が流れるパネルが設置してあり、以前、そこに動画広告を出したことがあります。

3年縛りの契約のため、3年間広告を出しましたが、そこから問合せが来たことはありません。

数回知り合いから電話をいただき、「市役所に行くことが多いので、その度にタッチしている」という話を聞きました。

知り合いはお客様でも見込み客でもないもので、広告効果はなかったかなと思います。

市役所のインフォメーションコーナーということもあり、事務所の信用を示すためにも出してみたのですが、やめた今、パネルには空欄が目立ち、私以外の人たちも、広告をやめたことがわかります。

おそらくみなさん、効果がなかったのでしょうか。

料金は、3年契約で、年間18万円プラス消費税です。

<タッチパネルの電光掲示板広告>



タッチパネルの広告になっていて、タッチすると全画面広告に変わり、動画が流れます。

8 封筒広告

役所、郵便局が窓口で渡す封筒に印刷される広告。

納税通知用封筒等、用途の限られた封筒に印刷されるものもある。



参考:狭山市ホームページより

掲載場所市民課の窓口でのお持ち帰り用封筒の裏面の枠内

規格封筒裏のタテ 85 ミリメートル×ヨコ 110 ミリメートル

掲載料金 1 枠 1 万枚(約 2 か月) 50,000 円

募集枠数 2 枠

<かみやま voice>

何度か電話営業がありました。封筒広告は出したことはありません。

看板と同じで、封筒広告の内容を覚えていることがないため、効果はあまり期待できないと感じたからです。

私の知り合いの行政書士さんは、郵便局の封筒広告を出して、すぐに一件遺言書の問い合わせが来たそうですが、その後、問い合わせは続いていないそうです。

コスパとしては、一件取れば充分とも思いますし、渡される場所が役所や郵便局のため、行政書士業務と相性はいいかもしれませんので、出してみてもいいかもしれません。

<リアル集客全般について>

全体的にリアル集客の広告料金は、効果と比較して高めに感じるかもしれません。

私自身、継続的に出していた広告は、新聞折り込み広告のタウンニュースと、3年間出した市役所入り口の電光掲示板広告です。

継続することは重要かもしれませんが、電光掲示板のように、1件も反応がない場合もあります。

タウンニュースの広告は、遺言講座への集客と、ターゲットと目的が明確だったため、反応があったのだとも思います。

広告を使う場合は、ターゲットと目的を絞り、明確にした上で継続すると、効果が期待できるでしょう。

ただし、すぐに反応がなくても、数年後に問い合わせにつながる場合もあるため、見極めが難しいですね。

ネット集客 11

1 メルマガ

登録者に対し、定期的にメールで情報発信するもの。

リアルタイムで発信するメルマガと、複数回分作成したメールを数回に分けて発信するステップメールがある。

<かみやま voice>

私が発行しているメルマガは、週に一度リアルタイムで配信しているものです。

行政書士や開業者に向けて、情報発信することを目的に配信しています。

「メール商人」というサービスを利用しています。

ステップメールは、あらかじめ複数のメルマガを作成しておくことで、登録者に対して自動的に連続してメール送信ができるため、メールセミナーや回数を決めた配信に向いています。ただし、リアルタイムに集客したい場合、告知したい場合には向かない、あるいは工夫があるので、注意したいですね。

メールマガジンは、スタンド選びに悩むこともあると思います。

無料で使う場合、発行通数等に制限があるため、いずれ有料になることを考えて選ぶことをお勧めします。

また、以前無料ツールのメルマガスタンドを使用した際に、パスワードを含む情報漏洩があり、大事なメールアドレスが使えなくなるということがあったため、私は有料スタンドしか使わないことにしています。

2 ホームページ・Web サイト

Web 上に特定ドメイン名(〇〇.com など)で公開された複数のページの集合体のこと。

この集合体(サイト)の最初のページをホームページというが、Web サイトのことをホームページと呼ぶのが、日本では一般的になっている。

<参考>

かみやま行政書士事務所 <https://kamiyama-office.com/>

行政書士の悩みを解消するショッシーブログ <https://shossy.com/>

<かみやま voice>

事務所のホームページや、専門ごとのホームページを持つことは、集客に欠かせないだけでな

く、信用にもつながります。

2010年には10%未満だったスマホ普及率は、5年後には70%を超えています。電車や歩道で、多くの人がスマホ片手に何かをしているのを見れば、普及率が急速に伸びていることは疑う余地はありませんよね。

それなのに、まだホームページを持っていないなんて、もったいないです！

ホームページと言えば、4年くらい前までは専門的なことを知らないと検索順位が上がらないのが常識でしたが、今は、検索順位を上げるためには役立つ情報や悩みに答える記事を書くかありません。

地道にコツコツ専門的な記事が書けることが、検索順位を上げる唯一の方法です。

ポジティブに考えれば、**誰にでもチャンスがある時代**、ネガティブに考えれば、記事制作にお金をかけられる大手企業が有利となります。(1記事数千円で記事を外注する企業サイトは、SEOに沿った記事を大量に掲載できるため、順位を上げるのが早いという見方もあります) 大手が競合にならない業務を選ぶと、SEOもやりやすいはずです。

また、ネット集客は、すべてホームページとの組合せが可能です。

ホームページと組み合わせることで、自動的にお金が入るしくみを作ることができます。

ホームページ上で商品サービスを売ることは、今や誰でも簡単にできるのです。

まずはホームページを持つことをおすすめします。

3 ランディングページ(LP)

Web上で、1つの商品・サービス、イベント等を広告する縦長のページのこと。

キャッチコピーから始まり、ベネフィット、お客様の声、実績、保証、金額、特典、申込みが、一般的な構成。

<参考>

<http://www.seaphonia.jp/campaign/B0001/A0010.html>

化粧品のランディングページ例

<https://www.crossoffice.jp/promotion/lpc/>

レンタルオフィスのランディングページ例

<かみやま voice>

誰でも一度は目にしたことがある縦に長い広告ページが、ランディングページです。

複数の記事をあげて読んでもらうホームページとは違い、一枚物のランディングページは

PPC 広告やリスティング広告と組み合わせたり、SNS やブログで告知するのが基本です。

行政書士の先生にも、ランディングページを使って広告している方はいますが、制作と広告費用が数十万から数百万と聞きます。

広告費用だけでも、月100万近くかけている方も珍しくないようです。

今はペライチのような無料サービスを利用して、誰でもランディングページが制作できるので、費用を抑えることは難しくありません。

ただし、作り方にはコツがありますので、まずは日頃から心を動かされる、読みたくなるランディングページとはどんなものなのか、注目しておきたいですね。

<参考> 私がペライチで作ったランディングページ例

https://peraichi.com/landing_pages/view/shossyonline

ショッシーオンラインのランディングページ

https://peraichi.com/landing_pages/view/hp-online

行政書士専門ホームページ制作オンラインセミナー

4 ブログ

Web サイトの一種で、情報記事を書き溜めるもの。

ブログは、Web上の記録を意味する Web+Log=blog という造語。

ブログで商品を紹介してアフィリエイト収益を得たり、Google アドセンス(広告)のようにアクセスから広告収入を得る、ブロガー、アフィリエイトと呼ばれるプロもいる。

<参考>

マナブログ <https://manablog.org/>

行政書士のブログは、ブロガーやアフィリエイトとは目的が違うもの。

自分の活動を記録しつつ、仕事やセミナー等につなげる目的で運営するのがおすすめ。

<かみやま voice>

私はショッシーブログとアメブロでひとり行政書士ブログを更新しています。

どちらも行政書士向けに、自分の日常や体験について発信しています。

アメブロは開業準備中の 2013 年7月1日から 2015 年 8 月 31 日まで、毎日欠かさず更新し、その後、ショッシーブログへ移行しました。

この 2 つのブログの使い分けも面白そうだなと思い、2017 年 5 月にアメブロを再開しました。

2019 年 1 月からは、アメブロの毎日更新を再開し、現在も更新継続中です。

頻繁(毎日がおすすめ)に発信する媒体があるというのは、ターゲットを絞っている場合、接触回数を増やすために特に有効と感じています。

ブログは自分を知ってもらふ発信の媒体として、かなりお勧めです。

<参考>

<https://shossy.com/>

行政書士の悩みを解消するショッシーブログ

<https://ameblo.jp/shigyo-kamiyama/>

ひとり行政書士で自由に生きる(かみやまアメブロ)

5 オウンドメディア

企業が自社で所有するメディアのことで、一般的には Web マガジンを指す。

SNS などのソーシャルメディアに対して、自社の Web サイトをコンテンツメディア化して、検索されるしくみ作りから始まったもの。

<参考>

<https://liginc.co.jp/>

LIG (早くからオウンドメディアに力を入れ成功しているWeb制作会社)

<かみやま voice>

ショッシーブログ(以前はショッシーサロン)が目指したのは、このオウンドメディアでした。

仲間や提携先、業界について、インタビュー記事や紹介記事を載せたり、執筆をお願いしたりという形を取って行きたいと考えていましたが、なかなか十分な時間が取れず、断念していました。

1人というのは、取り掛かるのは早くていいですが、分量的に限界もあります。

ショッシーオンラインでは、開業者や軌道に乗っている行政書士のインタビューや紹介記事なども掲載して行きたいと考えていたのですが、インタビューは試みたものの、再現性のない話が多く、記事化に進んでいません。

行政書士の業界というのは、ちょっと特殊な世界のようなですね。

6 YouTube

無料で利用できる動画共有サイト。SNSのひとつ。

動画視聴回数により広告収入が入ることから、Youtuber と呼ばれるプロもいる。

広告収入の金額は、1再生数当たり0.3円などと言われているが、チャンネルに付く広告や視

聴者のレベルにより変化するようだ。

<参考>

<https://www.youtube.com/channel/UCFB8KfBqnCORjn1NgogtNFQ>
行政書士かみやまのひとりで自由に開業ちゃんねる

YouTube チャンネルでは、動画のほか、毎週ライブ配信も始めました。
ライブ配信時の動画は、アーカイブとして残ります。

<かみやま voice>

動画セミナー等、動画作成には興味があり、ショッシーオンラインのメインコンテンツも勉強会開催時の講義動画となっています。

一時は YouTube よりもプライバシー設定が細かくできる vimeo というサービスの利用を試みましたが、YouTubeの手軽さの方に使いやすさを感じ、戻しました。

YouTube も vimeo も、作成動画のファイル変換に時間がかかり、一度に大量の動画をインターネット上にアップするのが難しいことが悩みでしたが、CPUや動画処理能力の高いメモリを内蔵したPCを購入したところ、だいぶ改善されました。

動画を商品サービスとする場合は、ある程度の初期投資は必要になるでしょう。

とは言え、5年前とは比べものにならないくらい、簡単で利用しやすくなっていますので、どなたでも気軽に利用できると思います。

YouTubeアカウントは無料で作れますし、チャンネル開設も無料で簡単にできます。

収益を手に入れるのはハードルが高いですが、自分の動画を保管する場所と考えれば、気軽に利用できるはずです。

非公開や限定公開の設定ができますので、動画を保管しても、誰にも見せないことも可能です。

また、zoom を利用したオンラインセミナーは、記録することができ(有料コース)、記録した動画をYouTubeに上げることは、簡単にできます。

カットなどの編集には、無料有料のアプリやソフトが必要です。

7 リスティング広告

Google や yahoo!などの検索エンジンで、ユーザーがあるキーワードで検索した時に、その検索結果に連動して表示される広告。

一般的に、「1クリック〇〇円」で課金される。

人気ワードは、1クリック数千円になるものもある。

次ページの画像は「会社設立」で検索した結果を示す画面です。
上位表示されるものには「広告」の表示があり、リスティング広告だと分かります。
(広告には広告とわかるような表示を付けることが義務付けられています)
つまり、「広告」の表示のないものが、自然検索で1位のページです。

Google

会社設立

約 181,000,000 件 (0.62 秒)

広告 · www.vs-tokyo.com/ ▼ 0120-817-801

会社設立の手続きを自宅で完結 - 起業家支援に特化した専門家

初めての**会社設立**の方、コストを抑えたい方など、**会社設立**ならベンチャーサポートにお任せ下さい。起業家支援のベンチャーサポートだから、起業時の融資をしっかりとバックアップ。融資の相談は無料。融資・節税の相談も可能・無料相談・即日対応も可能。

株式会社設立 - ¥202,000 - 自分で作るより安い・もっと見る ▼

助成金申請サポート 知らない人だけが損をする助成金 要件や手続きを専門家がアドバイス	法人成りのメリット 法人口座で取引先とやり取りできる 融資・節税・助成金の面でも有利に
---	--

広告 · www.freee.co.jp/ ▼

会社設立を自分でカンタンに - 【無料】会社設立freee

10項目を入力するだけで、**会社設立**に必要な書類を一括作成！電子定款にも対応。日本全国どこでも**会社設立**が可能！**設立**にかかる手間とコストを削減できるのは**会社設立freee**。デザインがわかりやすい・知識0でも書類作成が簡単・定款もかんたんに作成。

初めての会社設立はこちら・個人事業主の方はこちら・電子定款で印紙代4万円削減
書類の一括自動作成 - ¥0 - 一度入力するだけ・もっと見る ▼

広告 · www.oc-tax.biz/ ▼ 0120-044-054

総額16万円のみで会社設立 - 全国で圧倒的な実績

設立費用を4万3千円特別割引！融資・助成金もお任せ。最短1日/渋谷駅すぐ。何度でも無料相談・親切、丁寧、迅速な対応・最安コストで最大サービス・合同**会社**なら1万7千円。

www.firststep.jp › ... › 会社設立 ▼

初めて会社を立ち上げる人は知っておくべき！会社設立で失敗 ...

2020/02/18 - **会社設立**のプロ集団「ファーストステップ」の編見です。今回は、起業を考えておられる方へ向けて、**会社設立** (法人化) の方法やそのメリット・デメリットについてわかりやすく解説したいと思います。時代は空前の起業 ...

<かみやま voice>

私はリスティング広告を使ったことはありません。

ホームページに関しては、自然検索で検索してもらおうための研究ばかりしていて、お金をかけて自分のページを上の方に表示してもらおうことはしていません。

「広告」の表示のないものが自然検索されたものになりますが、次のページの図のように「障害福祉施設申請サポート」で検索した場合、かみやま行政書士事務所のページが自然検索で1位になっています。(2021年2月現在)

494万件中の1位ですから、まあまあインパクトのある数字ですね。

この状態になるよう工夫することで、リスティング広告の費用を節約することになりますし、永続的に検索されることが可能になります。



The screenshot shows a Google search for "障害福祉施設申請サポート". The search bar contains the text "障害福祉施設申請サポート". Below the search bar, there are navigation icons for "すべて", "ニュース", "画像", "地図", "ショッピング", "もっと見る", "設定", and "ツール". The search results are as follows:

- 約 4,940,000 件 (0.39 秒)
- https://kamiyama-office.com › shougai-fukushi01 ▼
障害福祉サービス施設指定申請サポート - かみやま行政書士...
かみやま行政書士事務所は、障害福祉サービス施設指定申請と指定後の運営サポートをいたします。指定申請には面倒な行政手続きがたくさんありますので、専門家にお任せいただくことをお勧めします。
- https://www.shigyo.co.jp › kyoninka › shougai-hukushi ▼
障がい福祉サービス事業 | 東京・名古屋・大阪の行政書士法...
障害福祉サービスの申請には、障害者自立支援法に関する法的な知識だけでなく障害福祉・児童福祉に関する専門的な知識が...施設入所支援、居住支援系事業の指定申請、下記の居住支援系サービス事業の自治体への指定申請を代行します。
- https://www.city.funabashi.lg.jp › fukushi_kosodate ▼
指定障害福祉サービス事業者等の指定(更新)・変更・廃止...
2021/01/18 — ページでは、障害福祉サービス等（相談系を含む）の指定・更新・変更・加算の申請書類を掲載しております。障害児通所支援等（...9, 昼間実施サービス及び施設入所支援に係る記載事項（障害者支援施設）, 10, 従業員の...
含まれない: サポート | 含めて検索: サポート
- http://www.kaigo88.com › syougai ▼
障害福祉サービス事業者指定申請の流れと費用 [介護事業 ...
介護事業サポート事務局は開業、立ち上げに必要な会社設立、指定申請の手続きを格安・許可保証付の安心サービスで...は、「身体障害者福祉法」「知的障害者福祉法」といったように、障害の種類に応じて区分されており、施設・事業の...
- https://www.city.kawagoe.saitama.jp › jigyosha_shitei ▼
障害福祉サービス事業者等の指定申請について/川越市
2021/01/22 — 事業者等の指定を受けるためには、指定障害福祉サービス・指定障害者支援施設の場合は川越市が定める条例及び規則に定める基準を満たすことが必要です。（川越市の基準は下記省令等で定める国基準と同内容のため、下記...

8 専門サイト広告

専門サイトと呼ばれる Web サイトに広告料を支払い事務所情報等を掲載するもの。

<参考>

遺産相続なび_ <https://www.i-sozoku.com/>

<かみやま voice>

専門サイトからの営業電話が来たことは何度かありますが、ホームページ他からの問い合わせや依頼が来ているので、私は必要ないと感じています。

要するに広告掲載と同じなので、月に数万円を 2~3 年分先に支払うケースが一般的なよう

です。もちろん、途中解約はできません。

実際、専門サイトから問い合わせが来ているのかどうかは分かりませんが、専門サイトは無くなる可能性もありますし、自分のホームページを育て、検索してもらい、問い合わせをもらうことに注力した方がいいと思います。

9 Facebook

SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)の1つ。

個人が個人とつながるサービス。

<かみやま voice>

Facebook は、あくまでも個人と個人がつながるサービスです。

例えばセミナー告知をしても、友だちや自分をフォローしてくれる人にしか知ってもらうことができません。

「いいね！」を 1000 くらいもらえる人ならそれでも効果がありますが、10 とか 20 の「いいね！」では、告知にはならないでしょう。

Facebook は自分の活動や想いを知ってもらう場として、つながりを広げて行くことをお勧めします。

10 Facebook ページ

Facebook 上で作れるページで、一般的に企業や事務所、コミュニティが作るファンページ。

個人ページと違い、「いいね！」でファンを作る。

インサイトというアクセス分析や、広告が出せるのも特徴。

<参考>

<https://www.facebook.com/kamiyamaoffice>

行政書士専門ホームページ制作講座ページ

<かみやま voice>

Facebook のアカウントがあれば、Facebook ページを作ることができます。

この Facebook ページを作ると、Facebook 上に広告を出すことができるので、事務所のページや、専門業務ごとのページを作るといいでしょう。

Facebook ページの広告は、ある程度ターゲットを絞れることと、比較的安く広告が出せるの

がメリットだと思います。

また、手順も簡単なので、広告初心者でも、出しやすいはずです。

ただし、Facebook との相性も考えながら、ある程度戦略的に利用しましょう。

11 Twitter

140 文字以内の短文「ツイート(つぶやき)」の投稿を共有するウェブ上の情報サービス。

URL は22文字に換算される。

匿名性が高く、利用者の IT リテラシーは、他の SNS に比べ高め。

<かみやま voice>

ツイッターは、ビジネスには活かしづらいと言われていましたが、今は違います。

情報発信しながらフォロワーを増やし、集客にも活かして行きましょう。

重要なのは、見込み客(お客様になる可能性のある人)に向けて、有益で役立つ情報を発信し、フォローしてもらうことです。

また、フォローしてもらうためには、プロフィールに誘導すること(プロフィール欄にフォローボタンがあるから)、フォローしたいと思わせるプロフィールにすることも必要です。

どうしたらプロフィールを見たくなり、フォローしたいと思われるのか、しっかり研究しましょう。

自分のどのツイートがよく見られているのか、どのツイートからプロフィールに誘導されているかを日々チェックしてください。(アナリティクス機能あり)

ネットの利点は分析が容易なことです。

ただ続けるのではなく、分析しながら、戦略を立てましょう。

<集客ツールは組み合わせよう>

集客ツールは、組み合わせることが重要です！！

集客ツールとして活用する場合、いくつかを組み合わせることで効果が出ます。

特にネット集客ツールは、リンクを貼ることで、問合せや申込みに誘導させることが重要です。

Facebook や Facebook ページにブログやホームページの URL を貼り、そこをクリックして記事を読んでもらいましょう。

ブログとホームページの両方を活用し、それぞれの記事の中でリンクを貼り合うのも、ページの価値を上げるお勧めの方法です。

<組合せの例>

- Facebook でブログ記事を紹介。
- ブログに誘導し、ブログ記事の中でホームページの URL を紹介。
- ホームページへ誘導し、ホームページのサイドバーからメルマガ登録してもらう。
- メルマガでは、自分の商品・サービスを紹介。問合せや購入につなげる。

無断転載、他人への配布等を禁止します

記事の最終更新日 2021/6/30