

主に**経営者・役員・営業責任者**の方向け  
WEBを軸にした**集客**のお話です。

(WEB担当・集客担当の方も、ぜひお聞きください)

## withコロナの乗り越え方、 afterコロナの生き残り方

JSK株式会社 住宅産業研究所

高田 宏幸

1

### この講義でお伝えすること

新築一戸建て集客の現状確認

新築一戸建てWEB集客の5大原則

withコロナを乗り越えるWEB施策

afterコロナを生き残るWEB施策

新サービスのご案内（6月まで**無料**）

JSK株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

2

## 住宅産業研究所 高田 宏幸 (たかた・ひろゆき)



**上級ウェブ解析士 (WACA認定)**

**GoogleAnalytics個人認定資格/GoogleAds認定資格**

1978 鳥取県三朝町生まれ  
倉吉東高校 → 早稲田大学  
2002-2005 東京都内ビルダー 営業担当 兼 WEB担当  
2005-2013 (株)ネクスト (現: (株)LIFULL)  
「HOME'S注文住宅」立ち上げに携わる  
2013- (株)住宅産業研究所  
WEB集客に関する執筆・講演・コンサル  
一般消費者 (住宅検討者) 向けセミナー

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

3

## 住宅産業研究所 高田 宏幸 (たかた・ひろゆき)



### 現在の主な取り組み

- WEB集客コンサルティング
- 月刊TACT連載「WEB集客戦略」
- 住宅会社向けセミナー・研修  
メールマナー研修・ホームページ改善セミナーなど
- 住宅検討者向けセミナー  
ビルダーさま主催イベントにおける講師

### 近況

- ほぼ完全リモート勤務 1年経過しました。
- リモート映えライト ついに購入しました。
- clubhouse 3日間だけハマりました。

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

4

## この講義でお伝えすること

### 新築一戸建て集客の現状確認

新築一戸建てWEB集客の5大原則

withコロナを乗り越えるWEB施策

afterコロナを生き残るWEB施策

新サービスのご案内（6月まで**無料**）

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

5

## 1月の住宅展示場来場組数

住宅展示場協議会・住宅生産振興財団

前年比 ▲ **23.74%**

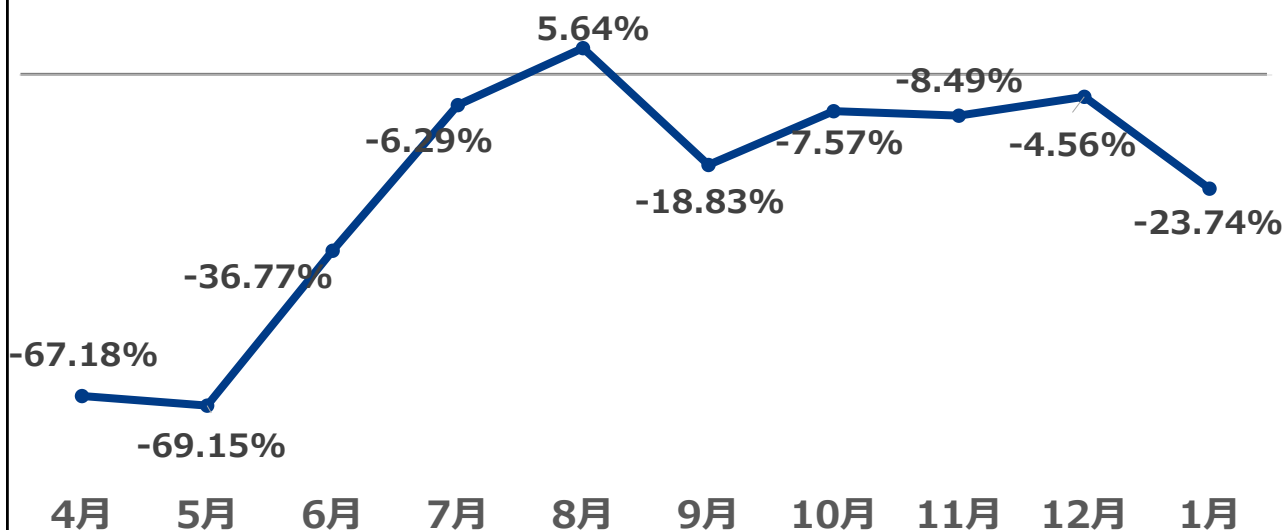
JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

6

## 今年度の来場組数推移

住宅展示場協議会・住宅生産振興財団



JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

## 今年度の累計は・・・

住宅展示場協議会・住宅生産振興財団

19年4月～20年1月：3,493,282組

20年4月～21年1月：2,575,134組

前年比 **▲ 26.28%**

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

## 訪問モデルハウス数は減少

リクルート住まいカンパニー

19年：平均 **2.5社**



20年：平均 **2.2社**

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

9

## 実質的な来場数は・・・

住宅産業研究所・高田の独自集計

19年4月～20年1月：

$3,493,282 \text{組} \times 2.5 \text{社} = \text{のべ } 8,733,205 \text{組}$

20年4月～21年1月：

$2,575,134 \text{組} \times 2.2 \text{社} = \text{のべ } 5,665,295 \text{組}$

前年比 **▲ 35.13%**

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

10

## WEBでは・・・

Google

### キーワード「一戸建て」 Google検索の推移（週ごと）



JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

11

## WEBでは・・・

Google

### キーワード「注文住宅」 Google検索の推移（週ごと）



JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

12

## WEBでは・・・

住宅産業研究所・高田の独自集計

### WEB反響数

前年比 **約 2.85 倍**

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

13

## (まとめ) この1年間で起こったこと

### AISCEAS



(本当はコロナ前から重要だったが)

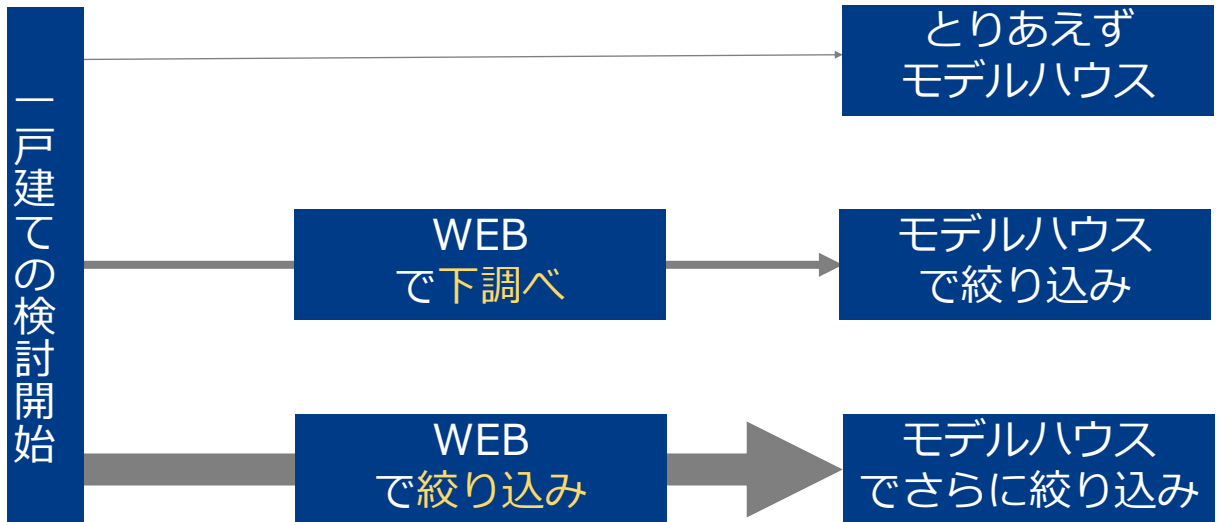
**この段階でのファン化が極めて重要に**

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

14

## (まとめ) この1年間で起こったこと



## (まとめ) この1年間で起こったこと

(本当はコロナ前から起きていたことだが)

**WEBで選ばれなければ  
モデルハウスに来ていただけない**



## (まとめ) これからどうする？

### **withコロナ**：おそらく**2021年**は同じ状況が続く

WEBでの取りこぼしを防ぐため、  
即効性のある施策を、できるだけ早く実施する

### **afterコロナ**：おそらく「**WEBで絞り込み**」は定着する

WEBでのファン化を実現するため、  
「時間は掛かるが本質的な施策」を、この1年で実施する

## この講義でお伝えすること

新築一戸建て集客の現状確認

### **新築一戸建てWEB集客の5大原則**

withコロナを乗り越えるWEB施策

afterコロナを生き残るWEB施策

新サービスのご案内（6月まで**無料**）

## 【1】最大の目的は「会えるお客様の数を増やす」

# 会えるお客様の数を増やす

モデルハウス・イベント・個別相談など（オンライン含む）

- × ホームページのアクセス数を増やす
- × 反響数を増やす
- △ 成約数・売上額を増やす

## 【2】WEB集客は「3要素」の掛け算

**アクセス数** を増やす

SEO・WEB広告  
SNS・メルマガ

×

**反響率** を上げる

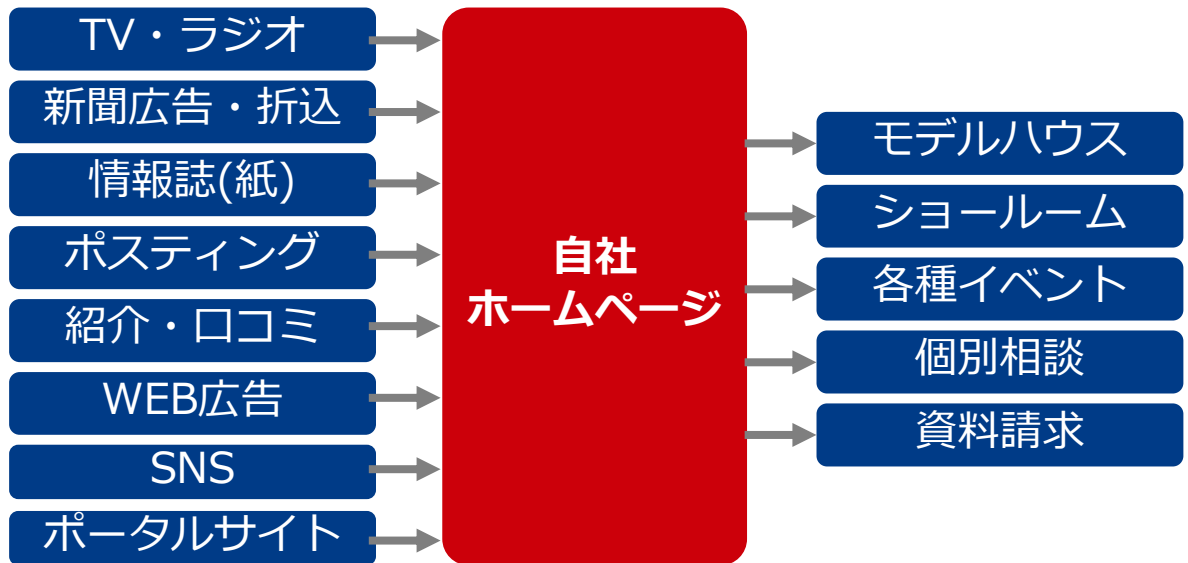
ホームページ

×

**来場率** を上げる

会える反響を増やす  
追客の改善

### 【3】最重要は「自社ホームページ」



### 【4】魔法の杖は「存在しない」



会えるお客様を劇的に増やすツールは**存在しない**

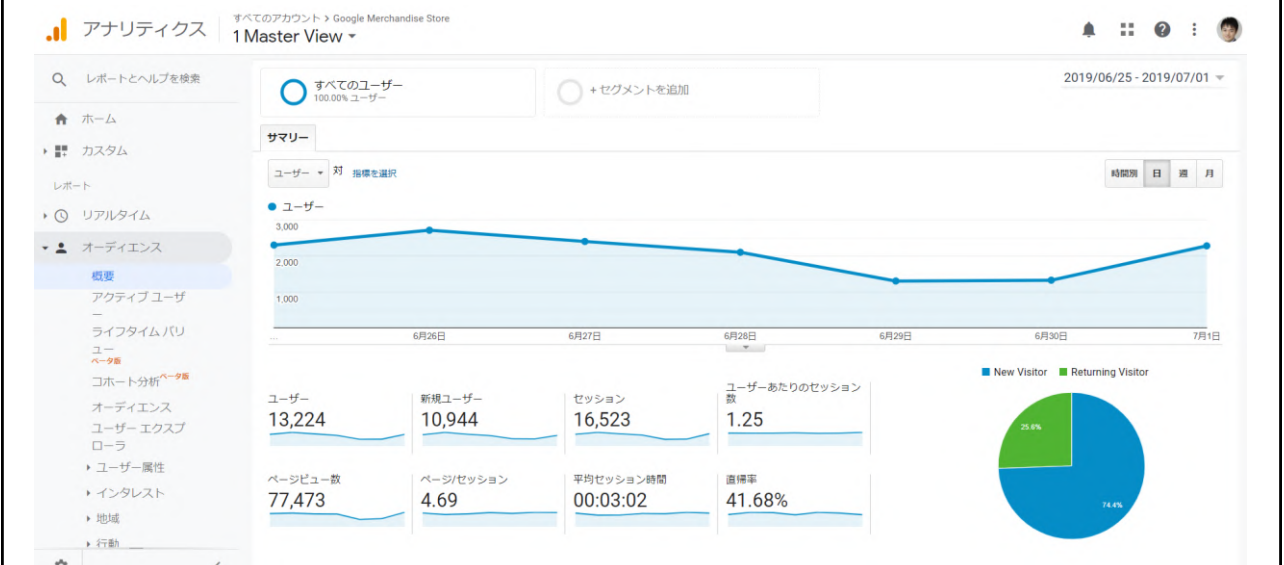
## 【4】魔法の杖は「存在しない」

### 一見「古臭い」施策のほうが、確実性は高い

- ・ ホームページコンテンツの改善
- ・ ブログ・コラムの地道な更新
- ・ 来場予約・資料請求フォームの見直し
- ・ 検索エンジン広告
- ・ メールマガジン
- ・ ポータルサイト

ただし、これらも**魔法の杖ではない**

## 【5】実績は「数字」で判断する



## ここまでのまとめ

### 新築一戸建てWEB集客の5大原則

- 【1】最大の目的は「会えるお客様の数を増やす」
- 【2】WEB集客数 = 「アクセス数 × 来場率 × 反響率」
- 【3】最重要は「自社ホームページ」
- 【4】魔法の杖は「存在しない」
- 【5】実績は「数字」で判断する

## この講義でお伝えすること

新築一戸建て集客の現状確認

新築一戸建てWEB集客の5大原則

**withコロナを乗り越えるWEB施策**

**即効性のある施策** 残るWEB施策

新サービスのご案内（6月まで**無料**）

即効性では・・・

**アクセス数** を増やす

SEO・WEB広告  
SNS・メルマガ

×

**反響率** を上げる

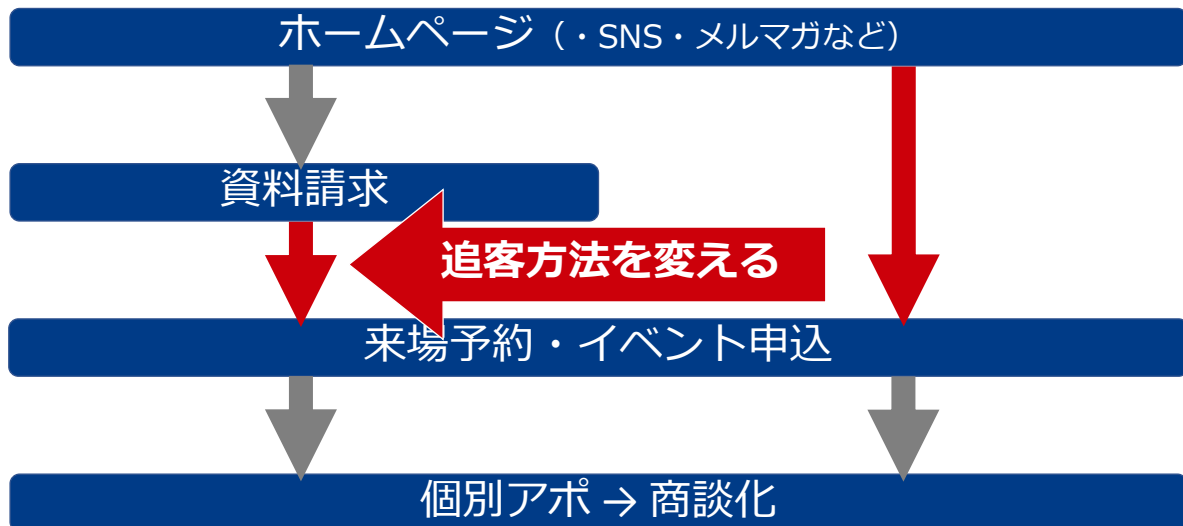
ホームページ

×

**来場率** を上げる

会える反響を増やす  
追客の改善

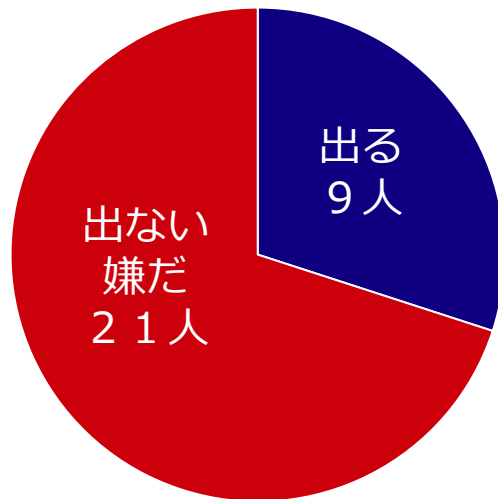
## ホームページ → 商談獲得の流れ



## “電話”ではなく“メール”

住宅産業研究所・高田の独自集計

資料請求した会社から電話が来たら…？



JSK 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

29

## “連絡”ではなく“会話”

このたびはJSKホームに資料請求をいただき、  
誠にありがとうございます。  
お送りした資料でご不明な点がありましたら、  
お気軽にお問い合わせください。  
今後とも何卒よろしくお願いいたします。

このたびはJSKホームに資料請求をいただき、  
誠にありがとうございます。

●●様は、住まいづくりのスタートにあたり、  
気になること・不安なことはございますか？  
よろしければ、このメールの返信で結構ですので、  
ご自由にお書きください。

JSK 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

30

## “1回”ではなく“継続”

その後、家づくりのご計画は、  
順調にお進みでしょうか？

もしも、家づくりに関して、  
お悩み・ご不安がございましたら、  
このメールの返信にて結構ですので、  
お気軽にご相談ください。

お悩み・ご不安を解消できるヒントを、  
ご提供できるかもしれません。

## “営業担当者”より“インサイドセールス”

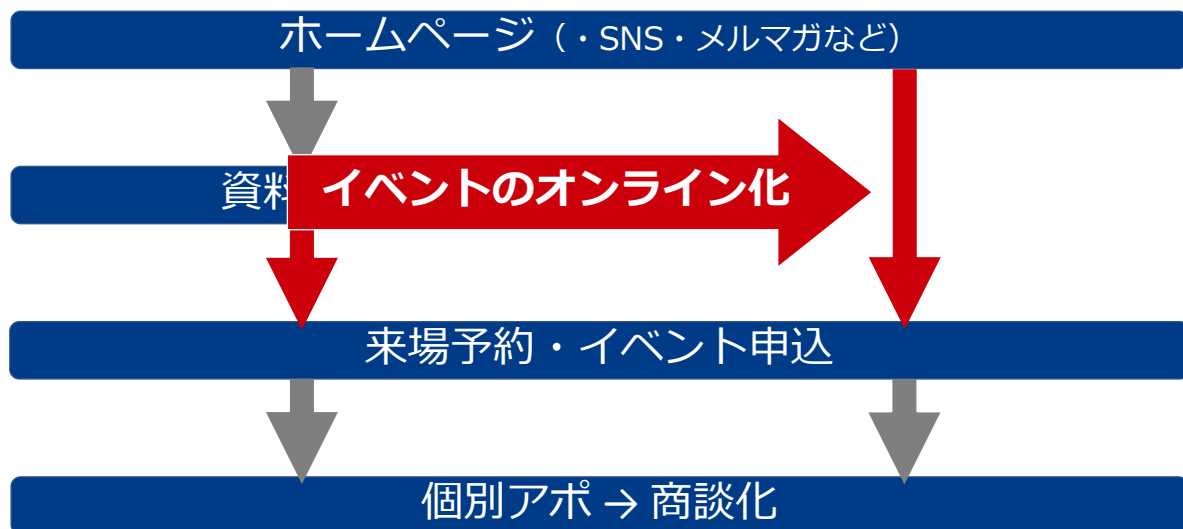
- 対応スピードの向上
- 対応クオリティの向上
- ルーティーンの実効性向上
- 対応履歴がブラックボックス化しない
- 成功パターンの早期蓄積



**資料請求→来場率が50%を超えるケースも**



## ホームページ → 商談獲得の流れ



## オンラインイベントを成果につなげるポイント

### オープン型（事前申込不要）

イベント内容：オンライン見学会（インスタライブ）

主な目的：新規反響の獲得

### クローズ型（事前申込制）

イベント内容：オンラインセミナー・勉強会

主な目的：すでに接点があるお客様のランクアップ  
（検討度が比較的高い）新規反響の獲得

## オンラインイベントを成果につなげるポイント

### オープン型（事前申込不要）

イベント内容：オンライン見学会（インスタライブ）

主な目的：「反響への仕掛け」を最後に！

- 来場予約の促進
- 資料請求の促進

### クローズ型（事前申込制）

イベント内容：オンラインセミナー・勉強会

主な目的：すでに接点があるお客様のランクアップ  
（検討度が比較的高い）新規反響の獲得

## オンラインイベントを成果につなげるポイント

### オープン型（事前申込不要）

イベント内容：オンライン見学会（インスタライブ）

主な目的：新規反響の獲得

### クローズ型（事前申込制）

イベント内容：オンラインセミナー・勉強会

主な目的：「ランクアップへの仕掛け」を最後に！

- アンケートの実施

## オンラインセミナーの開催例



主催ビルダーからの挨拶（1分）  
講師によるセミナー本編  
主催ビルダーによるイベント等の案内（3分程度）  
アンケートの回答依頼

## ここまでのまとめ

### withコロナを乗り切る「即効性ある施策」

- 資料請求いただいたお客様への対応を変える  
“メール”でお客様と“会話”、アプローチは“継続的”に  
インサイドセールスは来場率アップの切り札
- イベントのオンライン化  
新規獲得はインスタライブ / ランクアップはセミナー  
イベントの最後には、目的に合った仕掛けを

## この講義でお伝えすること

新築一戸建て集客の現状確認

新築一戸建てWEB集客の5大原則

withコロナを乗り越えるWEB施策

**afterコロナを生き残るWEB施策**

時間は掛かるが**本質的な施策** (無料で**無料**)

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

39

## 本質的な施策とは…

**アクセス数** を増やす

SEO・WEB広告  
SNS・メルマガ

×

**反響率** を上げる

ホームページ

×

**来場率** を上げる

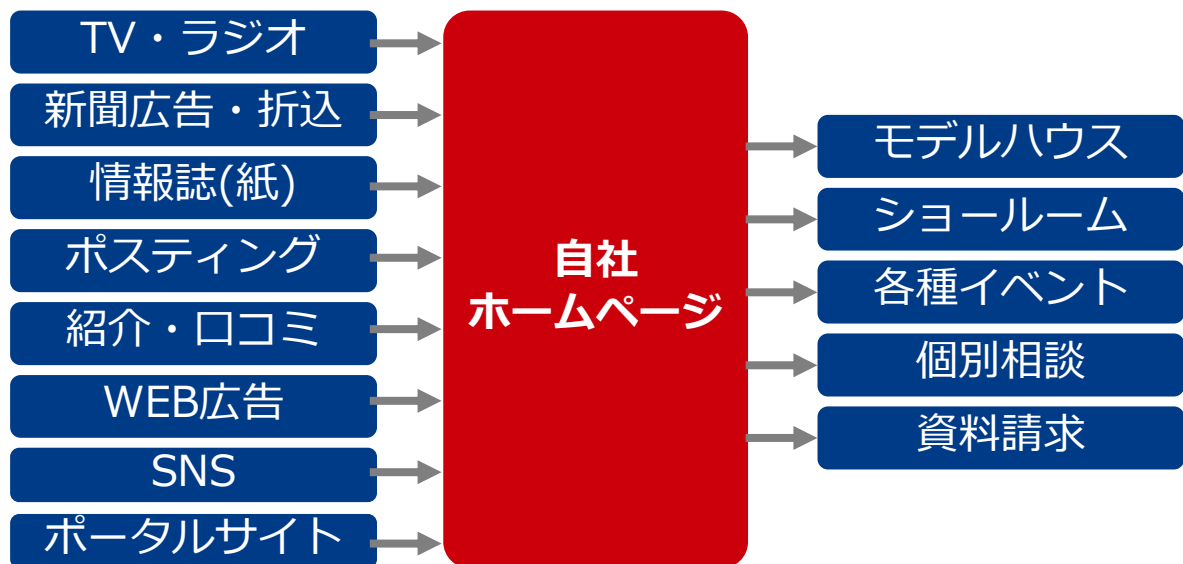
会える反響を増やす  
追客の改善

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

40

## 最重要は「自社ホームページ」



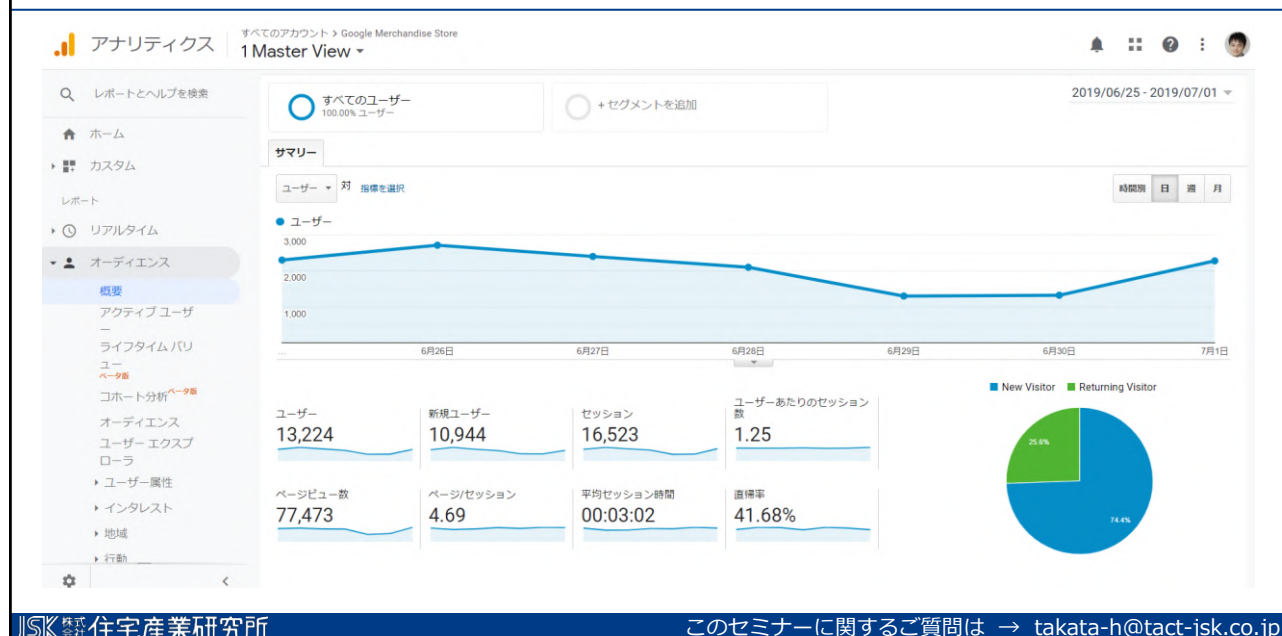
## 自社ホームページ「10のチェックリスト」

- ☐ 自社の「ターゲット」に刺さる内容・見せ方か？
- ☐ 自社の「コンセプト」を伝えているか？
- ☐ 情報の「量」は十分か？
- ☐ お客様に分かりやすい「伝え方」になっているか？
- ☐ 自社の「今の情報」を伝えているか？
- ☐ 情報はお客様に分かりやすく「整理」されているか？
- ☐ 反響（できれば来場予約）につながる「仕掛け」は十分か？
- ☐ …以上のことが「スマホ」で実現できているか？
- ☐ 「自社で情報の更新・修正」がしやすいシステムか？
- ☐ 現状の「WEB経由の来場数」に満足しているか？

## 自社ホームページ「10のチェックリスト」

- ☐ 自社の「ターゲット」に刺さる内容・見せ方か？
- ☐ 自社の「コンセプト」を伝えているか？
- ☐ 情報の「量」は十分か？
- ☐ 「NO」が多いほど
- ☐ 全面リニューアルの必要性は高い！
- ☐ (特に後半5項目)
- ☐ …以上のことが「スマホ」で実現できているか？
- ☐ 「自社で情報の更新・修正」がしやすいシステムか？
- ☐ 現状の「WEB経由の来場数」に満足しているか？

## 実績は「数字」で判断する





## 大まかな意味

### 誘引力

ユーザー数 = ホームページ訪問人数

新規ユーザー数 = 初訪問のユーザー人数

セッション数 = ホームページ訪問回数

## 大まかな意味

### ファン化力

直帰率 = すぐ帰ってしまった訪問の割合

平均セッション時間 = 訪問時の平均滞在時間

ページ/セッション = 訪問時の平均閲覧ページ数



## 大まかな意味

### ランクアップカ

コンバージョン数 = 反響数

コンバージョン率 = 反響数 ÷ 訪問数

## データで分かることはたくさんある

- チラシに載せたQRコード、効果はあった？
- InstagramやYouTube、どれくらい集客に貢献してる？
- WEB広告、反響以外の効果は？
- メルマガ、続けるべき？やめるべき？
- 先月実施したイベントページの改善、効果はあった？
- ターゲットのお客様に、ホームページは刺さっている？
- ホームページの改善、どのコンテンツからやるべき？
- 全面リニューアル前に確認したい、  
現在のホームページの良い点・悪い点は？

## ここまでのまとめ

### afterコロナを生き残る「本質的な施策」

WEBにかかわる施策すべて重要ですが…

- この1年で取り組むべきは「自社ホームページの見直し」  
自社ホームページを多角的にチェックし、  
必要であれば全面リニューアルの決断を  
(それなりに時間かかります)
- ホームページをはじめとするWEB集客の実績は、  
ほとんどが数字で見える化できます。  
実務スタッフも、上司・経営陣も、数字で判断する習慣を！

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

51

## 告知させていただきます。

戸建ビルダー・工務店のWEBご担当者様向け  
「ホームページの集客力を上げる」セミナーのご案内です。

JSK 株式会社 住宅産業研究所

Googleアナリティクスの「住宅会社に必要な機能」だけを解説！

**新築ビルダー・工務店のホームページ分析・改善セミナー**

3/22(月)・3/26(金) 13:00~15:00 オンライン開催 ※両日とも同じ内容です

たとえば  
こんなことが  
分かります

- チラシに掲載したQRコード、効果はあった？
- 自社のターゲット「30歳前後のお客様」は、ホームページの何を見ている？
- 来場予約に至ったお客様は、ホームページ内のどの情報をよく見ている？
- ブログ・Instagram・Facebook、集客にどれくらい貢献している？
- ウェブ広告、代理店からレポートはもらっているけど…実際の効果は？
- ホームページ改善、どのページから手を付ければ良い？
- ホームページ分析で分かった問題点、会社への報告・改善提案はどう行う？

**アクセス数しか見ていないのは、もったいない！**

**アクセス解析ツール「Googleアナリティクス」には、**

**自社のホームページ集客力をアップするためのヒントが詰まっています。**

…とは言っても、Googleアナリティクスは機能が非常に多く、言葉も難解であるため、  
「もっと活用したいけど、敷居が高いなあ…」と、お考えの方が少なくありません。

そこで、今回のセミナーでは、Googleアナリティクスのさまざまな機能の中から、  
「住宅ビルダー・工務店の集客力アップに役立つ機能だけを」「わかりやすく」解説します。  
ホームページの集客力をもっと向上したい方、ぜひご参加ください！

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

52

告知させていただきます。

JSK 株式会社 住宅産業研究所

住宅産業研究所の

WEB集客サポートプログラム

住宅業界のプロ × WEB業界のプロ が、WEB集客レベルアップを支援！

業界専門シンクタンク

上級ウェブ解析士

アクセス増 × 反響増 × 商談増

支援内容・料金の詳細は、裏面をご覧ください

住宅業界・WEB業界に精通した専任アドバイザーが  
新築一戸建てビルダーのWEB集客に必要な  
“3大要素”のレベルアップをお手伝い。  
受注につながるWEB活用を実現します。

アクセスを増やす

WEB広告などの改善によって、  
地元で住宅検討中のお客様を  
自社ホームページへ誘引する

●WEB広告の運用代行  
・検索エンジン広告  
・ディスプレイ広告  
・YouTube動画広告

反響を増やす

ホームページの改善によって、  
お客様を自社のファンにし  
資料請求・来場を促進する

●専社ホームページの  
改善診断・結果報告会  
●ホームページリニューアル  
監修・指導・サポート

商談を増やす

メールによる追客の改善や  
オンラインイベントによって、  
お客様の商談化を促進する

●メール営業の改善勉強会  
(営業・追客担当者向け)  
●オンラインセミナー支援  
事前準備・当日運営・講師

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

53

## この講義でお伝えすること

新築一戸建て集客の現状確認

新築一戸建てWEB集客の5大原則

withコロナを乗り越えるWEB施策

afterコロナを生き残るWEB施策

新サービスのご案内（6月まで**無料**）

JSK 株式会社 住宅産業研究所

このセミナーに関するご質問は → [takata-h@tact-jsk.co.jp](mailto:takata-h@tact-jsk.co.jp)

54

# JSKホームページレポート

株式会社JSKホーム

JSKホームページレポート

対象期間

2021年1月1日

～

2021年1月31日

対象ウェブサイト

https://www.●●●.co.jp/

誘引力 多くのお客様に見られているか？

ユーザー数	新規ユーザー数	セッション数
当月の実績	6,488 B	5,719 B
前月比	7,581 ▲14.4%	6,508 ▲12.1%
前年同月比	5,389 +20.4%	4,570 +25.1%

ファン化力 じっくり見られているか？

直帰率	平均閲覧時間	平均閲覧ページ数
57.00% C	2分01秒 C	2.98 D
▲6.9%	1分56秒 +4.3%	2.89 +3.1%
▲16.0%	2分18秒 ▲12.3%	3.14 ▲5.1%

ランクアップ力 反響につながっているか？

コンバージョン(反響)数	コンバージョン(反響)率
14 F	0.15% F
16 ▲12.5%	0.15% +1.0%
14 0.0%	0.18% ▲17.0%

※前月・前年同月のデータは、Googleアナリティクスの設定により表示と異なる場合があります。

■指標について

本レポートでは、アクセス分析ツール「Googleアナリティクス」で確認できる指標のうち、  
本サイトで発生している「1つのアクセス（誘引力・ファン化力・ランクアップ力）」で確認できる5つの指標を表示しています。  
なお、指標の種類・数値表示より判断しにくいため、一部の指標はGoogleアナリティクスと異なる名称を使用しています。

■リンクについて

同指標と指標との比較の傾向をデータとして、  
A:最良・B:良好・C:平均・D:やや悪化・E:悪化・F:最悪の順に色分けしています。  
各指標ごとに、A～Fの7段階で表示しています。

貴社ホームページの実績レポートを  
当社が自動作成し、メールで毎月お送りします！

# JSKホームページレポート

誘引力 多くのお客様に見られているか？									
ユーザー数			新規ユーザー数			セッション数			
当月の実績	6,488	B	5,719	B	9,480	B			
前月比	7,581	▲14.4%	6,508	▲12.1%	10,944	▲13.4%			
前年同月比	5,389	+20.4%	4,570	+25.1%	7,871	+20.4%			
※前月・前年同月のデータは、Googleアナリティクス									
ファン化力 じっくり見られているか？									
直帰率		平均閲覧時間		平均閲覧ページ数		コンバージョン(反響)数		コンバージョン(反響)率	
57.00%	C	2分01秒	C	2.98	D	14	F	0.15%	F
61.20%	▲6.9%	1分56秒	+4.3%	2.89	+3.1%	16	▲12.5%	0.15%	+1.0%
49.14%	+16.0%	2分18秒	▲12.3%	3.14	▲5.1%	14	0.0%	0.18%	▲17.0%
ランクアップ力 反響につながっているか？									

新築一戸建てWEB集客に必要な  
「8大指標」を、分かりやすくお伝えします！

# JSKホームページレポート

誘引力 多くのお客様に見られているか？						
	ユーザー数		新規ユーザー数		セッション数	
当月の実績	6,488	B	5,719	B	9,480	B
前月比	7,581	▲14.4%	6,508	▲12.1%	10,944	▲13.4%
前年同月比	5,389	+20.4%	4,570	+25.1%	7,871	+20.4%

※前月・前年同月のデータは、Googleアナリティクスの設定により正しく表示されない場合がございます。

他社との比較が可能です！

A	上位10%
B	11～30%
C	31～50%
D	51～70%
E	71～90%
F	91～100%
G	ランク外

# JSKホームページレポート

株式会社JSKホーム

JSKホームページレポート

2021年1月

2021年1月31日

対象ウェブサイト

https://www.●●●.co.jp/

	誘引力 多くのお客様に見られているか？			ファン化力 じっくり見られているか？			ランクアップ力 反響につながっているか？									
	ユーザー数	新規ユーザー数	セッション数	直帰率	平均閲覧時間	平均閲覧ページ数	コンバージョン(反響)率	コンバージョン(反響)率								
当月の実績	6,488	B	5,719	B	9,480	B	57.00%	C	2.98	D	14	F	0.15%	F		
前月比	7,581	▲14.4%	6,508	▲12.1%	10,944	▲13.4%	61.20%	▲6.9%	1分56秒	+4.3%	2.89	+3.1%	16	▲12.5%	0.15%	+1.0%
前年同月比	5,389	+20.4%	4,570	+25.1%	7,871	+20.4%	49.14%	+16.0%	2分18秒	▲12.3%	3.14	▲5.1%	14	0.0%	0.18%	▲17.0%

※前月・前年同月のデータは、Googleアナリティクスの設定により正しく表示されない場合がございます。

■指標について

本レポートでは、アクセス解析ツール「Googleアナリティクス」で確認できる指標のうち、住宅会社のホームページに求められる「3つの力」（誘引力・ファン化力・ランクアップ力）が確認できる8指標を表示しています。なお、指標の意味・数値をより詳細にいただくため、一部の指標はGoogleアナリティクスと異なる名称を使用しています。

指標名	説明	Googleアナリティクス上の名称
誘引力	当ウェブサイトが「多くのお客様に見られているか」を示す指標。	
ユーザー数	3指標とも、一部に違いが生じる場合があります。	ユーザー
新規ユーザー数	当ウェブサイトへ初めてアクセスしたユーザーの数。	新規ユーザー
セッション数	当ウェブサイトへのアクセス回数。1セッションは1回の訪問（1セッション中に複数回のアクセスがある場合あり）。	セッション

■ランクについて

同業他社との比較の参考データとして、本レポートご利用の企業内における競合の順位を、各指標ごとに、A～Gの7段階で表示しています。

A	上位10%
B	11～30%
C	31～50%
D	51～70%
E	71～90%
F	91～100%
G	ランク外

・営業エリアの広狭が影響する一部指標については、（ユーザー数・セッション数・コンバージョン数など）の順位で表示いたします。

2021年4月・試験サービス開始

2021年6月まで無料でご利用いただけます！

# JSKホームページレポート

新築一戸建てビルダー・工務店向け  
新サービスのご案内です。

JSK株式会社住宅産業研究所

2021年4月～6月は無料で利用いただけます！

自社ホームページの  
“集客力”を見える化する JSKホームページレポート

「JSKホームページレポート」は、  
貴社ホームページのレポートを自動作成し、  
毎月、ご指定のメールアドレスへお送りするサービスです。

お送りするレポートのイメージ

※掲載内容・レイアウト・デザイン等は、  
変更させていただく場合がございます。

住宅会社が「ホームページ集客力」を伸ばすために  
必し「集客力」を高めるためのJSKホームページレポートを自動作成！

詳しいご案内・お申込方法は、  
資料をご覧ください。

分析力 しっかり見てほしい					
集客率			平均閲覧ページ数		
当月の実績	57.00%	C	2分41秒	C	2.89
前月比	61.20%	▲6.0%	1分56秒	+4.3%	2.89
前年同月比	49.14%	+16.0%	2分18秒	▲12.3%	3.14

ランクアップ力 広範囲にわたって見るか？					
コンバージョン(広範囲)			コンバージョン(狭範囲)		
当月の実績	14	F	0.18%	F	
前月比	16	▲12.5%	0.15%	+1.0%	
前年同月比	7%				

前月・前年同月のデータもお知らせします。  
過去業績との比較にお役立てください。  
※貴社のGoogleアナリティクスの設定状況により、  
表示できない場合がございます。

2021年4月～6月は無料で利用いただけます！お申込方法は次ページをご覧ください。

WEB集客、必ず成果は出ます。がんばりましょう！  
ご清聴ありがとうございました。

JSK株式会社住宅産業研究所  
高田 宏幸