

シリーズで時流に基づいたホームページ(HP)のコンテンツの見直しについて述べているが、今号では「よくある質問」ページ(以下、FAQページ)と記載する)について述べたい。

FAQページはその施設に對してよく寄せられる質問と答えを掲載しているページである。昨今ではこのコンテンツを作成する施設が増えている。

多い状態ではお客さまは予約しづらいのである。一例を挙げると、温泉の利用時間や荷物預かり、駐車場の有無など、基本的なものを含めて記載しておいた方が喜ばれる。このコンテンツをまとめる際に一番参考になるのが、当然ながらお客さまからのお問い合わせである。頻出する質問は、どのお客さまも疑問に感じられていることなの

インターネット 第134回

徹底集客

お客さまの予約に至る行動を想定すると、HPのTOPや主要ページ(客室、料理、温泉、宿泊プラン)を閲覧し、良さそうだと感じた後、実際に宿泊を想定し始める。すると、さまざまな不明点が生じてくる。

FAQページは、その不明点を解消し予約へと向かわせる後押しをするコンテンツとなる。不明点、不安の

ど、個人旅行のお客さまとは質問の内容がガラリと異なるため、別途設置している施設が多いようである。また、もう一步進んでいる施設はFAQページを利用して、自施設の強みを伝えようと努力している。例えば、「Q.赤ちゃんに優しい宿とありますが、具体的にどのような部分でしょうか?」「A.ベビーベッドのご用意やオムツは替え放題です(略)」などのように質問形式をとりつつ、強みをさりげなく伝えている。

HPの最新トレンド(よくある質問ページを見直そう)

FAQページは、比較的閲覧数の多いコンテンツであるので、このような手法も視野に入りたい。FAQページを作ったとしても、作ったままという施設も多いと思うが、今一度見直しをして、有効活用してほしい。

(株)株式会社アピリティ
 コンサルタント・株式会社ブライムコンセプト 内藤英賢 〓隔週掲載