

CASE STUDY 3

金融コンサル業

FPオフィス福岡株式会社

所在地 福岡市中央区天神2丁目2-12 T&J ビルディング 7F



公式Instagram



FPオフィス福岡(株)

テーマ

レッドオーシャンFP業界でのデジタル戦略 紹介頼みの集客から「特定の悩み層」へのインバウンド体制へ転換

支援前の課題

HPなし・認知不足

公式HPが存在せず、インターネット経由での認知拡大やインバウンド集客（問い合わせからの受注）の手段がない状態だった。

現場のデジタル抵抗

SNS発信が散発的で競合との差別化が図れず、潜在顧客へのリーチが限定的だった。

紹介依存からの脱却

新規集客が紹介に偏り、安定した見込み客の獲得導線が整備されていなかった。

支援内容・プロセス

01

集客導線設計とロードマップ

事業内容をヒアリングし、メディア露出を視野に入れた企業ブランディングとHP制作の全体像を決定。

02

戦略図提示とHP・SNS連携

独自理論に基づく集客ファネルを提示。ターゲットの悩みを深掘りし、訴求内容を具体化。

03

SEOとLINE/メルマガ構築

「FP 福岡」での上位表示に向けたキーワード選定と、LINE公式アカウントによる顧客育成を整備。

04

コンテンツ制作とMEO強化

HP掲載用「パワーワード」の選定とGoogleマップ口コミを増やす運用ルールを助言。

05

最終確認と運用体制整備

完成後のHPの運用フローを確認。専門家としての信頼性を高めるデジタル基盤の自走体制を確立。

支援後の成果と今後の展望

インバウンド集客

体制確立

強化

SEO・MEO

構築完了

LINE 活用

戦略的なHP構築と集客ファネルの整備により、**紹介頼みから「特定の悩み層」を惹きつけるインバウンド体制へ転換**。今後はテレビ出演等のメディア露出を強化し、デジタルマーケティングの完成度を高めていく。