

ホームページ作成についての一考察 (Ver.3)

2016年06月12日
中小企業診断士
米山 憲一

はじめに

ホームページを作成する事は、①当社の認知度を高める、②問合せ件数を増やす、③当社の製品特徴(技術力)を知ってもらう・・・など色々なメリットが考えられますが、様々な事が表現できるだけに、目的を明確にしないと散漫な印象を与えるホームページになってしまう可能性もあります。

また、対象とするお客様が個人(一般消費者)と法人ではその購買行動が違うため、訴求する相手や内容を明確にしないといけません。

本稿ではコンテンツ掲載前のホームページ作成時の留意点、設計手順などに関し記述します。

ホームページ作成時の留意点

- * ホームページは営業拡販ツールの1つですので、他の拡販ツールとの統合性を考えて作成します。
- * 顧客は、同じ企業内でも購買部門(価格・納期)、製造部門(保守・メンテ性)、開発部門(カスタマイズの有無・技術力)で関心内容が異なるため、誰に訴えたいかは、具体的にイメージします。
- * 他社の同じ商品の特徴を捉え、自社商品は何が優位か(売れる理由)を明確にして、その特長をわかりやすく表現します。
- * ホームページは24時間、365日の営業員と考え、自社の営業部にぜひ訴えて欲しい内容をイメージすると作成しやすいかもしれません。

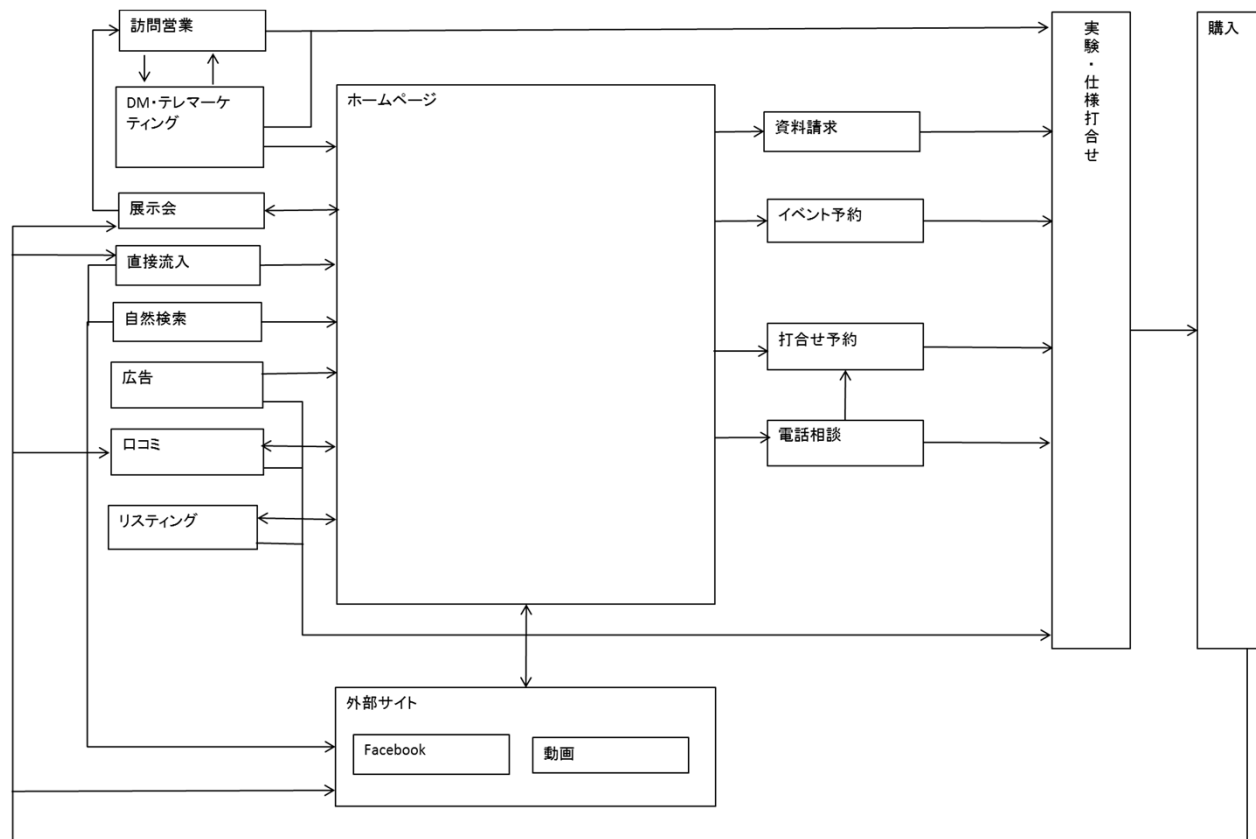
ホームページ設計手順

1. ホームページの位置付けを確認する(全体マップを確認する)
2. ホームページを作成する目的を明確にする
3. サイトマップを作成する
4. 掲載する商品とターゲットを確定する
5. コンテンツ検討表を作成する
6. コンテンツを掲載する(本稿では省略します)
7. 目標値と計測値を比較し、コンテンツの修正を行う

ホームページの位置付けを確認する(全体マップを確認する)

- * 販売手法～受注までの流れがわかる全体マップを作成します。
 - これにより、HPの位置付けを改めて確認します。
- (初めからの作成が困難な場合は、資料を自社用にアレンジして下さい。)

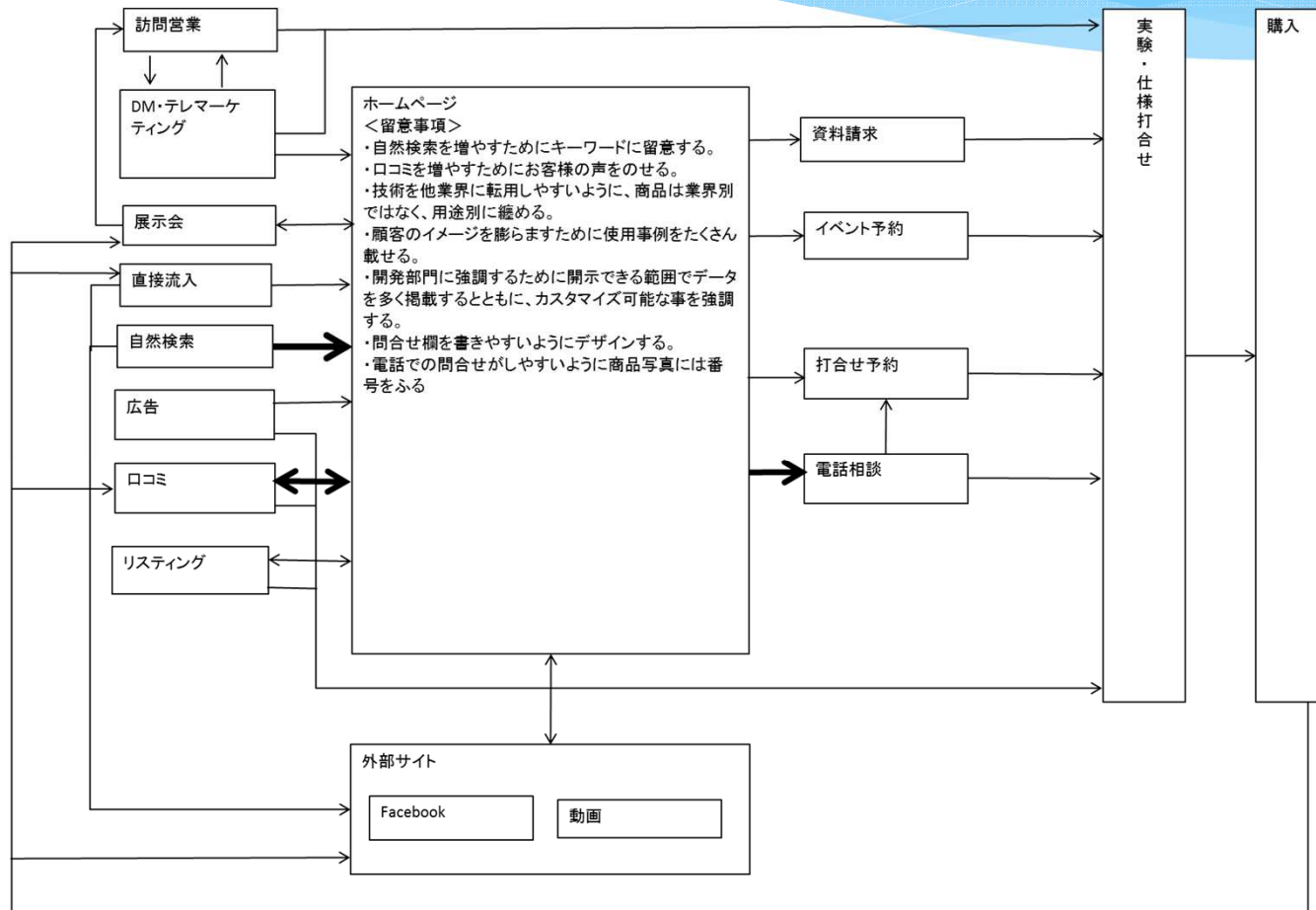
(マップ例)



ホームページを作成する目的を明確にする

・作成した全体マップから今回、強化をしたい導線を太く表し、その目的を達成するために、どの様な事に留意して作成するか箇条書きにします。

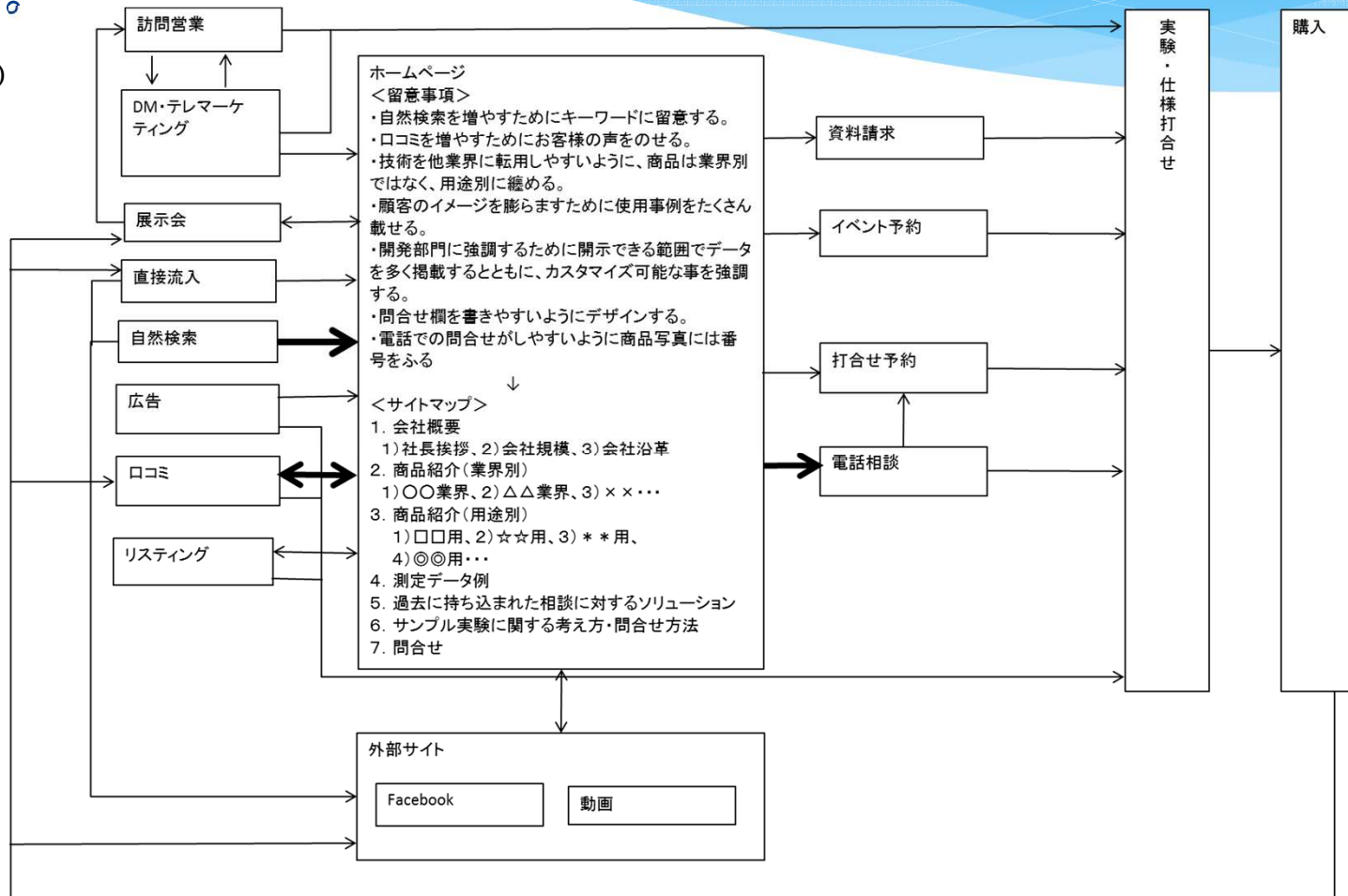
(マップ例)



サイトマップを作成する

・強化導線、留意点を意識しながらサイトマップ(ホームページ目次)を仮決定します。

(マップ例)



掲載する商品とターゲットを確定する

- ・今回、掲載予定の商品を全て書き出し、その商品開発時のコンセプトや特長を書き出します。
- ・その後、想定される顧客と、その顧客が法人(企業)か一般(消費者)かを明確にします。
- ・この表を基にもう一度HPの留意点・サイトマップを検討し、内容の統合性を図ります。

掲載商品整理表			
	商品名	商品コンセプト・サービス特徴	対象顧客
1			法人/一般
			法人/一般
			法人/一般
			法人/一般
			法人/一般
2			法人/一般
			法人/一般
			法人/一般
			法人/一般
			法人/一般
3			法人/一般
			法人/一般
			法人/一般
			法人/一般
			法人/一般
4			法人/一般
			法人/一般
			法人/一般
			法人/一般
			法人/一般

コンテンツ検討表を作成する

- コンテンツ検討表を①～⑥の順に埋め、今回掲載するコンテンツの表現内容・表現方法を検討し、コンテンツを具体的に作成します。
- ここで記述された③当社商品の短所は、HP作成ではなく、次回開発課題の参考として利用します。
- ①顧客のお困りごと、②他社製品は時間とともに変化しますので、この表は随時更新して下さい。

コンテンツ検討表	商品名	対象顧客	法/一般
改訂日: 年 月 日 (回目)			
(初版作成日: 年 月 日)			
(前回改訂日: 年 月 日)			
①お客様のお困り事・望む事	②当社商品: 長所:	ホームページコンテンツ	⑤強調すべき内容
	短所:		
③他社製品 代表商品:			⑥表現する手段(写真・動画・利用者の声など)
長所:	④当社商品が売れる理由		
短所:			

目標値と計測値を比較し、コンテンツの修正を行う

- * ホームページを作成したらその1ヵ月後くらいにアクセス件数、新規アクセス件数、問合せ件数など定量化できる数値は確認し、コンテンツの修正とともにその変化を調べ、更新を行います。
- * 件数計測などは、Googleアナリティクスなどを利用すると便利です。
- * 一般向けHPはトータルのアクセス件数などが参考になりますが、企業向けの場合、新規アクセス(場所)などのほうが重要な場合があります。(予め、顧客別に主力工場の所在地がわかっている場合、どの企業から新規に訪問があったか見当がつく場合があります。)
- * 1回の作成で満足いくホームページは作成しがたいので、何回も更新するつもりの方が結果的には良いホームページが作成できます。