

# ホームページ自社制作運営のワークフロー 🏠

<p><b>1</b> 🚩 <b>サイトコンセプトの決定</b></p>	<p>制作目的の決定(購入・お問い合わせ・資料請求・セミナー参加・会員登録・来店誘導等)          何を強みとして表現するか? 🔄 リアル営業より絞り込む 🔄 基本は新規訪問者がターゲット          ホームページでは知ってもらうことに重点を置く 🔄 Web販売は対面販売以上に難しい 🔄 数字目標の策定          4P(商品・価格・流通・販促)          3C(顧客・競合・自社) 🔄 自社商品・サービスの分析          3M(マーケット(誰に)・メッセージ(何を)・メディア(どこで))          タイミング 🔄 自社商品・サービスのライフサイクルの把握 🔄 ライフサイクルバリュー(顧客生涯価値)の把握</p>
<p><b>2</b> <b>ドメイン・サーバーの契約・設定</b></p>	<p>メールアドレスの設定・管理 🔄 メールを利用する人数 🔄 メールアドレスの引き継ぎ・移行          担当者と所管部署         <ul style="list-style-type: none"> <li>サーバーセキュリティ設定 🔄 サイトデータのバックアップ体制</li> <li>ドメインの移動やサーバーの移動、ホームページデータの移動</li> <li>FTP(サーバーとローカルパソコンの接続)の取り扱い</li> <li>Webの拡張性とサーバーの機能の確認</li> </ul>         サイトのフレーム部分         <ul style="list-style-type: none"> <li>モバイル対応 🔄 WordPress             <ul style="list-style-type: none"> <li>保守更新必須</li> <li>WordPressテーマの決定 🔄 テーマのアップデート対応</li> <li>担当者の決定、管理権限の設定</li> <li>各種設定・プラグイン</li> </ul> </li> <li>SSL(https://~)対応 🔄 常時(全ページSSL対応するかの判断)</li> </ul> </p>
<p><b>3</b> <b>トップページ作成</b></p>	<p>トップページの全体の構成作成 🔄 ワイヤフレームの作成          目的ページへのリンク誘導          メインビジュアル画像制作 🔄 固定化          映像化 🔄 スライドショー          コンテンツ部・サイドバー等のビジュアルの制作 🔄 バナー画像 🔄 写真 🔄 図表 🔄 映像          キャッチコピー・リード文 🔄 「強み」を顧客視点で表現する</p>
<p><b>3</b> <b>商品・サービスページの作成</b></p>	<p>Webでは見せる商品を絞る 🔄 ページ内のブロックごとに、強み・特長・お客様の声を分かりやすく配置          コピーライティング 🔄 顧客視点ができているか?          写真の選定・イメージ画像・図表の作成 🔄 新着情報の発信体制          リスティング広告等、拡販のためのランディングページ作成</p>
<p><b>3</b> <b>会社紹介ページの作成</b></p>	<p>プライバシーポリシー 🔄 個人情報収集の際は必須          会社概要 🔄 経営理念 🔄 社歴 🔄 代表者挨拶 🔄 アクセスマップ          事業内容紹介 🔄 関係会社 🔄 取引先・取引銀行等</p>
<p><b>3</b> <b>メールフォームの作成</b></p>	<p>お問い合わせフォーム・資料請求フォーム・会員登録フォーム 🔄 項目作成・自動返信の有無</p>
<p><b>3</b> <b>基本SEOの設計(制作時)</b></p>	<p>サイトコンテンツ全体のテーマの一貫性          タイトルタグのキーワード 🔄 リンク切れ確認 🔄 画像のalt属性確認          メタディスクリプションのコンテンツとキーワード 🔄 検索結果画面(スニペット表現)のチェック          グーグルアナリティクスデータ計測とPDCA          Google Search consoleによるホームページ管理</p>
<p><b>4</b> 🚩 <b>Web広告による集客・販売</b></p>	<p>アカウント管理         <ul style="list-style-type: none"> <li>キャンペーン</li> <li>広告グループ 🔄 1広告グループに1広告(2つ以上入れる際はABテストでデータ測定)</li> <li>広告</li> </ul>         リスティング(検索連動型)広告(顧客ニーズが顕在化)         <ul style="list-style-type: none"> <li>キーワード選定技術             <ul style="list-style-type: none"> <li>部分一致</li> <li>絞りこみ部分一致</li> <li>フレーズ一致</li> <li>完全一致</li> <li>除外キーワード</li> </ul> </li> <li>入札単価</li> <li>品質スコア</li> </ul>         キャッチコピー・広告文の作成          ディスプレイ広告(顧客ニーズが潜在化)         <ul style="list-style-type: none"> <li>ターゲットの選定 🔄 年齢、地域、時間、メディア、検索履歴等</li> <li>リターゲティング</li> <li>入札単価</li> <li>画像・映像制作</li> </ul>         広告出稿がデータ収集の肝 🔄 成果の上がるコピー・比較検討・キーワード探し 🔄 SEO集客に活かす</p>
<p><b>5</b> <b>お客様事例ページの作成</b></p>	<p>事例ページの充実がwebからの集客の鍵 🔄 事例追加体制</p>
<p><b>5</b> <b>Q&amp;Aページ(よくあるご質問)の作成</b></p>	<p>定期的に追加できる体制作り 🔄 顧客アンケートや営業部による情報収集</p>
<p><b>5</b> <b>SEOによる集客(運用時)</b></p>	<p>記事のテーマ選定とキーワード設定 🔄 ブランディング 🔄 開発秘話・苦労話・利用方法等ニーズに合った記事          商品・サービス関連情報の更新・充実 🔄 Google Analytics・GoogleSearchConsoleのデータからの記事修正・書換・アップデート          発信する情報の統一性 🔄 知ってもらうきっかけとなる情報提供 🔄 ブログ記事の継続執筆の仕組み構築</p>
<p><b>6</b> 🚩 <b>リアルとの連動</b></p>	<p>お客様・知人等の紹介 🔄 口コミ 🔄 SNS連動          看板・店舗          チラシからのサイト誘導 🔄 QRコード、検索窓、社名検索          雑誌・ミニコミ誌からのサイト誘導          セミナー・勉強会 🔄 各種交流会・名刺交換</p>