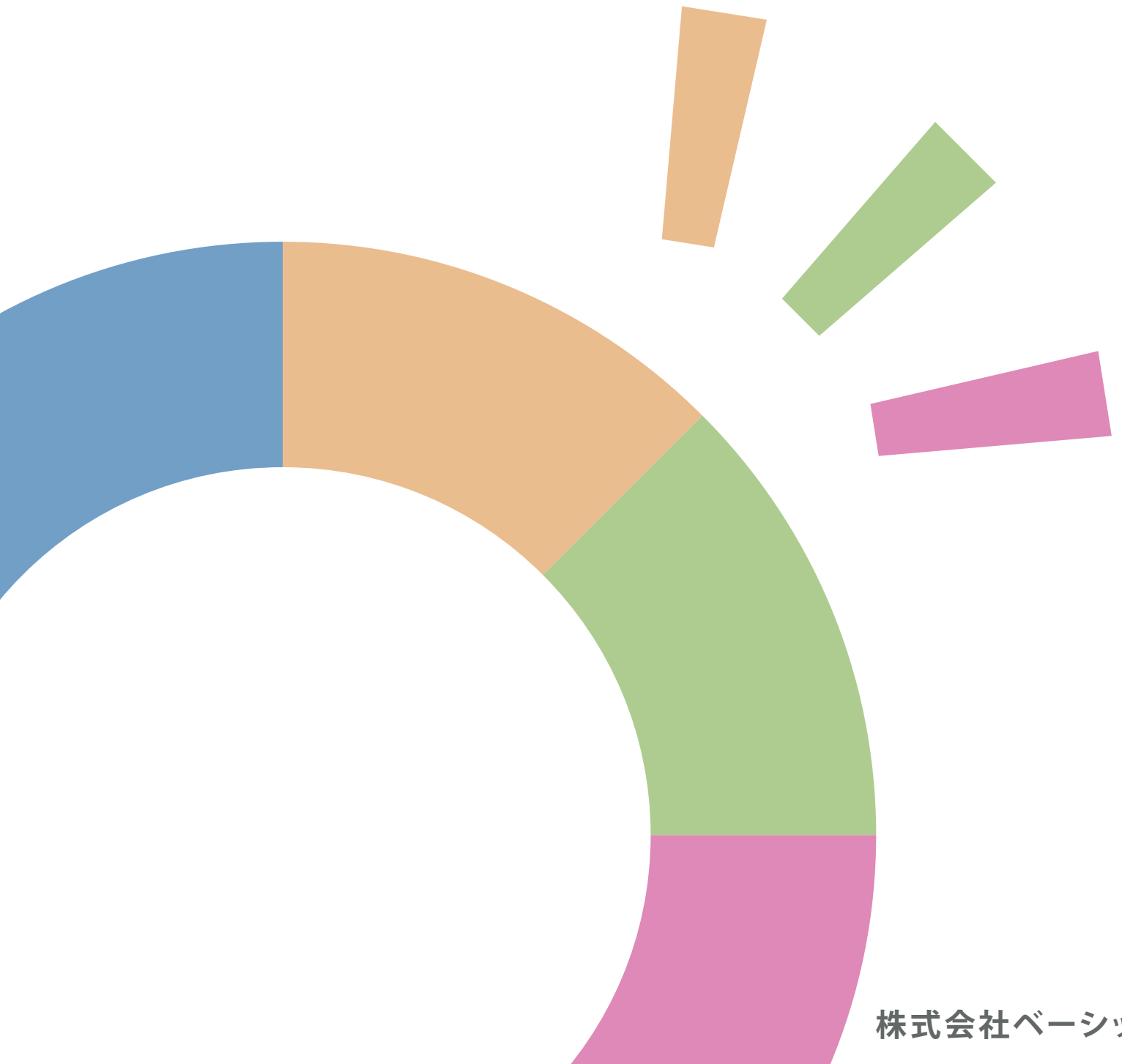




あなたのホームページは大丈夫？
売上UPを逃してしまう
ホームページの共通点



目次

はじめに

第1章

原因はホームページ担当者のあなた？

第2章

それとも社内？

第3章

実は原因は会社の外？

第4章

売上につながるホームページにするための5つのポイント

おわりに

ホームページの運用には、更新しているが売上が上がらない、試行錯誤しながら頑張っているのに効果が出ない、広告を出したが集客ができない、などさまざまな課題があると思います。

数年担当者としてホームページの運用を任されてきた方であれば、知識や経験からある程度そうした課題への対策について当たりをつけることができるでしょうが、ホームページの担当になって間もない方からすると、「問題の原因がよくわからない」というのはよくあることです。

そこで本書ではホームページ担当になって間もない方のために、ホームページで成果が出ない原因を担当者、社内体制、制作会社・競合他社などの社外要因という3つの角度から考えることで、自社ホームページの改善方法や売上UPのためのノウハウを解説していきます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただ
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

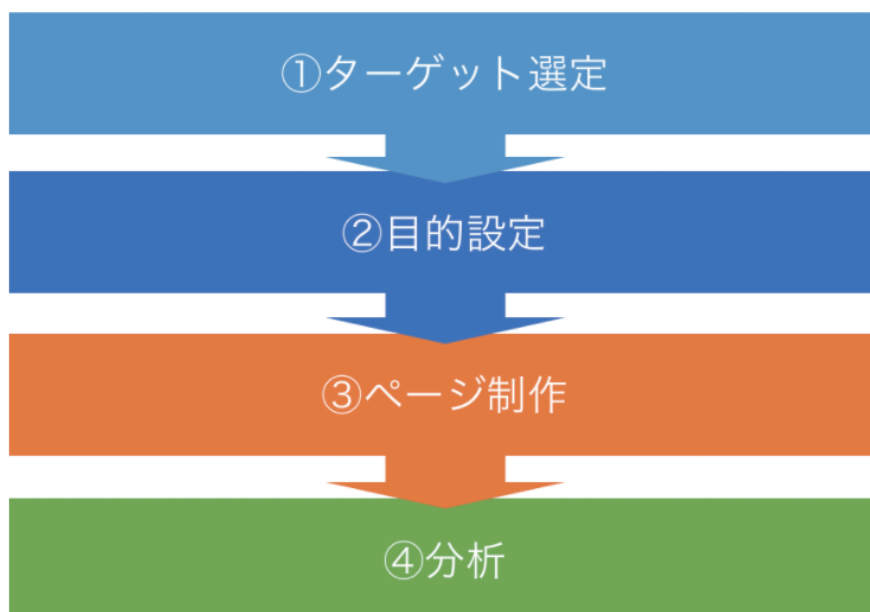
などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

1 | 原因はホームページ担当者のあなた？

考えられる要因① ▶ 自社のホームページの現状を理解していない

あなたは自社のホームページを理解していますか？ホームページは、作ればすぐに売上につながる魔法のツールではありません。作ったあとにそれをどう活かすかが重要です。

ホームページの新規立ち上げ、リニューアルにあたっては、次のような手順を踏むことになります。



各フェーズにはホームページ担当者が陥りがちな問題があります。次ページからは、その中でも代表的な問題に焦点を当て解説していきます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

〈フェーズ① ターゲット設定〉における問題

考えられる要因②▶ アクセス解析、ターゲット設定などをやっていない

どのようなホームページを作るかを決めるために、まずはどのような人がホームページに訪れているか、そして何を求めているのかを知る必要があります。そのためにアクセス解析ツールを設置します。アクセス解析ツールを設置することで「ホームページの訪問者の数」「ページの滞在時間」「どこからやってきたのか」など、ホームページを訪れたユーザーに関するさまざまなデータを詳しく見ることができます。



訪問ユーザーのホームページでの行動が把握できたら、次は売りたい相手（ターゲット）を設定します。商品・サービスのターゲットが若者向けであるのに、年配向けの施策を行っていても商品の購入にはつながりません。商品・サービスに合わせた適切なターゲットを設定し、そのターゲットに適切な施策を行うことで、買いたいと思っているユーザー（潜在顧客）の心を動かし、お問い合わせや商品の購入などのアクションにつなげることができます。

アクセス解析ツールで最も利用者が多いのがGoogleが提供する「Googleアナリティクス」です。ホームページをこれから作る方は、必ず登録しておきましょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

【参考資料】 Google アナリティクス管理画面



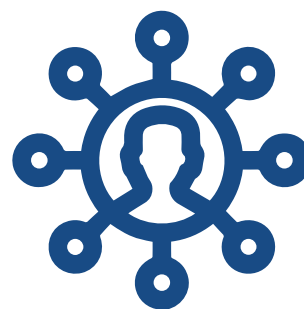
〈フェーズ② 目的設定〉における問題

考えられる要因③▶ ホームページ集客の理想を持っていない

ホームページは、商品・サービスを訴求するツールです。リアルな店舗と同様、ユーザーを接客する必要があります。ページを訪れるユーザーにどんな接客をし、どんな行動をしてもらいたいかを考えることが大切です。

資料を請求する、問い合わせをする、商品を購入するなど、目的を達成したユーザーをカウントすること（コンバージョン：CV）は、そのページが効果的に運用できているかを判断するための指標になります。

ページの良し悪しの判断基準として、CVを設定することは、ホームページの改善、売上UPにつながる大切な要素の一つです。



ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

〈フェーズ③ ページ制作〉における問題

考えられる要因④ ▶ 更新をしていない



ホームページを最後に更新したのはいつですか？

いつ訪問してもホームページの内容が変わっていなければ、訪れるユーザーの数は減っていきます。掲載されている内容やデザインが古い、情報が古いと思ったユーザーは、「この会社は大丈夫だろうか」という不安や不信感を抱いてしま

います。放置されたホームページは会社・商品・サービスのブランド力を下げってしまう恐れがあるため、こまめに更新しましょう。

考えられる要因⑤ ▶ 売る側の視点で考えている

ターゲットを明確にし、目標・目的を設定し、放置せずこまめに更新しているのに、売上が上がらない…といった悩みを持つ方も多いと思います。そこで次に考えられる要素としては、「情報の押しつけになっていないか」ということです。

自社の商品・サービスに思い入れがあればあるほど、機能や特長、強みを少しでも多く訴求したくなるのも無理はありません。しかし、洋服を選ぶにあたって色のバリエーションを知りたいと思っているユーザーに対して、生地がどれだけ優れているかと言ったユーザーが求めている情報を訴求しても、欲しいという気持ちに



ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

はさせられません。ホームページの訴求で大切なことは、ユーザーが知りたいと思っている情報をわかりやすく見せることです。色のバリエーションが見たい、サイズが知りたいなど、自分がユーザーだったら何を知りたくなるかを考えながらコンテンツを考えることが重要です。

考えられる要因⑥▶ デザイン重視のホームページにしている

あなたは「このホームページ、デザインはきれいだけどわかりにくい…」と感じたことはありませんか？訪れるユーザーも同様です。

たとえば、健康食品やサプリメントなどの商品は効能や成分が重要な情報であるのに、きれいに見せるために必要な情報を削ってしまっただけでは元も子もありません。デザインがきれいであることはプラスの要素ではありますが、あくまでも内容あつてのものだということを忘れないようにしましょう。



ここまでは、担当者自身が気をつけなければならないことを解説してきました。

しかし、ホームページの運用は一人ではできません。ホームページは、チーム（会社）で運用するものです。

続いては、チームで運用している時に陥りやすい課題について解説していきます。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

2 | 原因は社内体制にある？

考えられる要因⑦ ▶ 継続的に運用できるリソース（人数あるいはスキル）が不足している

専門的なスキルを持ったスタッフがない、または不足しているという理由で、効果的な運用ができないといった悩みを抱えている企業も少なくないでしょう。そんな場合には、自社内だけで解決しようとせず、制作会社など外部に相談するのも一つの方法です。

ホームページを使ってどう商品をアプローチしたいかなど、やりたいことを具体化し、外部リソースを活用してみましょう。



また、専門スキルを持ったスタッフはいるが、専任ではないためホームページの運用が後回しになってしまうというケースもあるでしょう。ホームページ運用は、営業を採用し教育して育てていくのと同じです。ホームページが成長し続け効果的な運用ができれば、売上UPだけでなく販売チャンネルの拡大、認知度やブランド力の向上など、多くの効果が期待できます。ホームページの運用で得られる効果を社内で検討し、経営層や組織のリーダーに人員や予算といったリソースの確保を求める必要があります。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

考えられる要因⑧▶ アウトソースする予算がない

「予算がなく、ホームページを継続して更新できない」と諦めてしまっていないですか？しかし、そのまま放置を続ければ会社・商品・サービスのブランド力を下げってしまう恐れもあります。まずは、情報を最新に更新できる体制を作る必要があります。

たとえば、SNSなどの無料サービスを導入し自社スタッフで最新情報をいつでも発信できるようにしましょう。



考えられる要因⑨▶ 継続的に運用できる組織体制になっていない



ホームページの運用で大切なのは、コンテンツを充実させるために、直接の担当者だけでなく多くのスタッフに関わることです。そのため、場合によっては協力体制の見直しが必要です。組織として、①共通の目的を持ち、②お互いに協力し、③売上を上げる必要があることを提示し、ホームページの効果的な運用を継続できる組織体制をつくる努力が必要です。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

3 | 実は原因は会社の外？

〈制作会社〉が原因の可能性

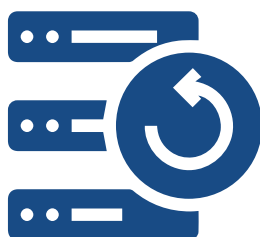
考えられる要因⑩▶ 制作会社からの提案が何もない

自社でやりたいことを伝えても制作会社からの提案がなく、ホームページの活用がうまくできていない場合は、他の制作会社への移行を検討するのも一つの方法です。制作会社にも「デザインは得意だが運用が苦手」のように得手不得手があります。

新しい制作会社に依頼する際には、自社が「デザイン」「運用」「費用」といった要素のうち、どれを重視するかを考えた上で複数の制作会社を比較検討することをオススメします。



考えられる要因⑪▶ 自社で更新ができない状況になっている



情報は鮮度が重要ですので自社でホームページの更新ができないことは機会損失につながりかねません。

少し前まではホームページ管理システム（CMS）を構築するには高額な予算が必要でしたが、最近は無料あるいは費用を抑えたCMSやWebサービスが多く提供されているため、導入しやすくなってきています。必要な情報を自分たち自身で発信するために、更新スピートの面を気にされるのであれば、こうしたサービスを検討してみても良いでしょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

考えられる要因⑫ ▶ 更新を制作会社に依頼すると追加費用や時間がかかる

はじめにきちんとした構成ができていなかったり、想定していた規模よりホームページを活用する範囲が増えたりなど、ホームページに改修はつきものです。しかし、改修するたびに費用がかかり、集客に必要な予算がとれないと悩んでいる企業も多いのではないのでしょうか。



ホームページは作った後、運用し続けることが大切です。

更新のたびに制作会社に費用を払うよりはCMSを導入するなど、目的や状況にあった改修方法を選択することで運用費が抑えられることもあります。その際には、場当たりの改修を行わず、今後の運用プランを考えた改修を行うことが大切です。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

〈競合企業〉が原因の可能性

考えられる要因⑬▶ 競合が前述の「ターゲットを選定」⇒「分析」までを
しっかり行っている



競合企業が施策をきっちり行っており、そのため自社のホームページの効果が思ったほど得られていないと感じることもあるのではないのでしょうか。

同じ業界、あるいは狙っているターゲットが同じであるということはコンテンツ内容やキャンペーン時期など参考になる部分が多いはずです。競合企業のコンテンツを分析することで、自分たちに本当にあったターゲットを導き出すことも可能です。競合企業の動向は常にチェックするようにしましょう。

考えられる要因⑭▶ 競合が十分なSEO（検索エンジン最適化）対策を行っている

検索キーワードで上位にいる企業はSEOに時間をかけて行っている場合がほとんどです。ホームページの運用にはSEO対策は避けては通れない課題の一つです。

SEOに最適化したページを制作していくことは、売上を継続的に上げていくための必須条件になります。しかし、SEO対策は必要ですが効果が出るには時間がかかります。

キャンペーン時など短期的に集客したい場面ではSEO対策だけでなく、SEM（検索エンジンマーケティング）を行いながら集客をしていくなど、状況にあった集客プランを考えていく必要があります。



ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただ
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

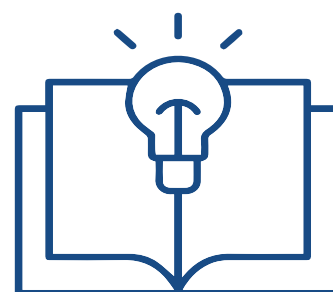
4 | 売上につながるホームページにするための5つのポイント

① ホームページの目的や役割について考え、明確にする

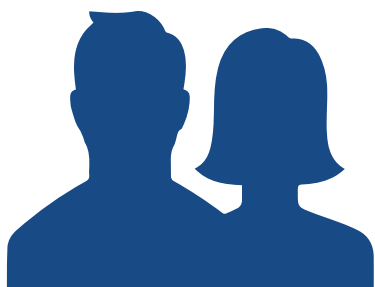
ホームページは作っただけでは意味がありません。

ホームページを使って何がしたいかを考えることが必要です。ホームページに訪れたユーザーにどういったアプローチをするかを決め、その効果を分析し改善することで、目的が整理されアプローチの精度が上がっていきます。

トライ&エラーを繰り返し、コンテンツを作成し施作を行うことでページの役割や目的が明確になっていきます。



② ユーザーのことを考え、有益なコンテンツを作成する



ホームページを効果的に運用していくためには、ホームページに訪れるユーザーを具体的にイメージすることが大切です。その上で、ユーザーにどう行動してほしいのか、そのためには何を伝えればいいのかを考えます。ホームページからの情報だけでなく、営業現場からなどのリアルな

情報も取り入れながら、ターゲットに合わせたコンテンツをつくる必要があります。

Googleは次ページのようなガイドラインを設定し、「ユーザーファースト」を掲げています。検索エンジンを考えたホームページではなく、自社商品の特長をユーザー目線で紹介したコンテンツを制作することが大切です。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

基本方針

- 検索エンジンではなく、ユーザーの利便性を最優先に考慮してページを作成する。
- ユーザーをだますようなことをしない。
- 検索エンジンでの掲載位置を上げるための不正行為をしない。ランクを競っているサイトや Google 社員に対して自分が行った対策を説明するときに、やましい点がないかどうか判断の目安です。その他にも、ユーザーにとって役立つかどうか、検索エンジンがなくても同じことをするかどうか、などのポイントを確認してみてください。
- どうすれば自分のウェブサイトが独自性や、価値、魅力のあるサイトといえるようになるかを考えてみる。同分野の他のサイトとの差別化を図ります。

出典：ウェブマスター向けガイドライン（品質に関するガイドライン）

<https://support.google.com/webmasters/answer/35769?hl=ja>

③丸投げせず、自社でも更新する

自社のホームページの目的や商品について一番詳しいのは、制作会社ではなく自社です。たとえ制作会社に運用を依頼している場合でも、丸投げ・放置をしてはいけません。ホームページのアクセス数やCV数を把握し、問題があれば自分から制作会社に連絡をする姿勢でいるべきです。



また、必要な「情報」を必要な「時」に出すことができる環境を整えることも大切です。制作会社に依頼する手間や、発生する追加費用が気になる場合には、CMSを導入するなどして自社で更新できる環境を作りましょう。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

ホームページ無料診断はこちら

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。

④制作会社を選ぶ際には値段やデザイン、会社名だけで判断しない

制作会社を判断することは、営業パートナーを選ぶのと同じです。会社名・金額だけで選ばず、SEO対策やWebマーケティングの知見があるかどうかを見る必要があります。制作会社のホームページで取引実績を見ると、例えば

「大企業のホームページを制作することが得意だが、中小企業のホームページはほとんど作ったことがない」「不動産会社のホームページを多数作っている」といった、制作会社の特徴がある程度はわかります。特徴を見極め自社にあったパートナーを選定することが大切です。選定時には、自社のサービスと同じような、ホームページ構築、施策やキャンペーンを行った実績があるかなどを訊くのも、判断材料の一つとなります。



⑤Webマーケティングの知識を身につける



ホームページを運用していく上でWebマーケティングの知識は必須です。運用していく中で自然と身につく知識もあるでしょうが、自発的に学ぼうとする姿勢が大切です。Webマーケティングのツールや集客施策に関するまとめサイトも多く存在していますので、問題に行き当たったときに拠り所となるようなメディアサイトを見つけましょう。なお、弊社が運営するWebマーケティングメディア「ferret」では、ホームページ担当者の方にご活用いただける“カリキュラム”を公開しているので、ご興味をお持ちの方はそちらも参考に見てみてください。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみただけ
どうやればいいかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。



ferret One マーケター
佐藤 亮太

いかがでしたでしょうか？ホームページで成果が出ない原因は様々な考えられますが、そうしたホームページにはご紹介したような共通点があり、多くの場合、適切な対策を実施することで集客の改善をはかることができます。大事なことは自社のホームページ運用を“自分ごと”と捉え、「どうしたら訪れたユーザーのためになるか？」という視点で積極的にPDCAサイクルを回していくということです。

本書を読み、売上を逃してしまっている原因に気づいていただき、さらに解決の糸口を見つけていただけましたら幸いです。なお、Webマーケティングメディアferretを運営する弊社では、ホームページを使った集客を最大化するためのツールとして「ferret One」を提供しており、今回ご紹介した課題を解決するのにお役立ちできると考えております。

また、今回ご紹介した以外の原因で集客に困っているという場合であっても、現在ホームページ診断キャンペーンを実施しておりますので、そちらをご検討ください。

ここまで、内容はいかがでしたでしょうか？



読んでみたけど
どうやればいいのかわからない



もっと簡単にできるツールや
サービスがあるなら話を聞いてみたい



ferret Oneの機能や
価格について聞いてみたい

[ホームページ無料診断はこちら](#)

などなど、お気軽にご相談ください。もちろん無料です。