

自社ウェブサイト 12個のセルフチェックシート

No	チェック項目	説明
1	スマホ対応	<input type="checkbox"/> <p>■スマホ対応しているか？ 業種業態によって異なりますが、特にBtoCの業態では、ほとんどのウェブサイトですmartフォンからのアクセスが半数を占めています。製造業などのBtoB業態でもスマホ閲覧は年々高くなっており、Googleもモバイルファーストを推奨しています。そのため、WEBサイトが「スマートフォンに最適化されているかどうか」は非常に重要であり、スマホサイトは必要不可欠になっています。スマートフォンで見やすいサイトになっていない場合は、それだけでサイト離脱の原因になり、信用・信頼も低下する傾向にあります。</p>
2	SSL化	<input type="checkbox"/> <p>■SSL対応しているか？（サイトURLがhttpsになっているか？） SSL（Secure Socket Layer）とはインターネット上でデータを暗号化して送受信する技術の一つで、情報漏洩やデータの改ざんなどを防ぐことで、リスクを防ぎ、インターネットを安心して利用できるようにする仕組みのことで、SSLにしっかりと対応したウェブサイトであることは、企業（店舗）様の信頼につながり、ユーザーへの安心感にもつながります。※弊社からSSL化のご連絡は何度かさせていただいております。</p>
3	コンセプト（目的）	<input type="checkbox"/> <p>■コンセプト（目的）は、はっきりとしているか？（ユーザーに対して、どのように行動して欲しいか？） ウェブサイトの目的が何なのか、ターゲットはどんな人なのか、ターゲットにどんなアクションをとって欲しいのか？をしっかりと考えて設計する必要があります。ウェブサイトの目的が何なのか、ターゲットはどんな人なのか、ターゲットにどんなアクションをとって欲しいのか？をしっかりと考えて設計する必要があります。ウェブサイトの目的が何なのか、ターゲットはどんな人なのか、ターゲットにどんなアクションをとって欲しいのか？をしっかりと考えて設計する必要があります。ウェブサイトの目的が何なのか、ターゲットはどんな人なのか、ターゲットにどんなアクションをとって欲しいのか？をしっかりと考えて設計する必要があります。</p>
4	特徴	<input type="checkbox"/> <p>■他社との差別化をはっきりさせ、貴社を選ぶ理由を明確に伝えているか？ ウェブサイトでお問い合わせを重視するのであれば、「自社にとって、ぴったりのユーザーに他社ではなく、自社を選んでもらう理由を明確に表現」する必要があります。その中で重要なコンテンツ（ページ内容）の一つが「企業（サービス）の特徴」を案内するページになります。貴社の強みや得意な分野についてしっかりと掲載し、競合他社ではなく、貴社を選ぶ理由を明記し、自社を選ぶメリットをユーザー目線で表現しているかが重要になってきます。コンテンツ作成の重要なポイントは ①「内容は充実しているか」 ②「わかりやすい内容になっているか」 ③「ユーザー目線でコンテンツが作られているか」 ④「他社との違いは明確か（貴社が選ばれる理由）」の4つのポイントでチェックします。</p>
5	安心感の訴求	<input type="checkbox"/> <p>■導入事例やユーザーの声などの安心を訴求するコンテンツはあるか？またその内容は充実しているか？ 導入事例はあるか？その導入事例は、日々更新されているか？お客様の課題にあった事例が掲載されているか？また、導入企業様のお客様の声があるかなどチェックします。ユーザーにとっては、トップページ・会社概要・サービス内容の次に良く見られているのが導入事例になりますので、ユーザー目線で掲載することが重要です。また、サポート体制やよくあるご質問も安心感を与えるコンテンツとして有効です。</p>
6	情報の鮮度	<input type="checkbox"/> <p>■定期的に情報を更新しているか？ 自社の最新ニュースやブログコンテンツを更新するのは良いことですが、更新頻度が少なく、いつまでも古い情報が掲載されているのは、情報の正確さ・鮮度という意味では逆にマイナスの効果となってしまいう可能性もあります。</p>
7	画像	<input type="checkbox"/> <p>■テキストばかりでなく、適度に画像はあるか？またその画像は、オリジナル画像であるか？ テキストばかりで、読みづらくなっていませんか？情報をうまく伝えるには、画像を効果的に使用することが必須です。その画像も簡単に購入できる素材写真ばかりだと信憑性にける印象を与えてしまいます。実際に会社や仕事現場で撮影した雰囲気のある画像を使うことはもちろん、経営者様やスタッフの皆さんの「顔が見える」ウェブサイトにするので、上記5の安心感の訴求につながります。</p>
8	ブログ・SNS	<input type="checkbox"/> <p>■ブログやSNSでユーザーに有益となる情報を発信しているか？ もちろんウェブサイトは、企業（店舗）様の情報発信で中心となるメディアですが、最近はSNSで情報収集するユーザーも増えてきましたので、そういったSNSと自社ウェブサイト連携させることも重要になってきます。※尚、ブログで、「昨日〇〇を食べました」など投稿されている記事を見かけますが、以前はページボリュームがSEOに大きく影響することがありましたが、今では全くSEOには影響しません。ブログの投稿に関しては業務（検索キーワード）に関連したユーザーにとって有益となる情報を投稿する必要があります。</p>
9	お問い合わせ	<input type="checkbox"/> <p>■お問い合わせはすぐ見つけられる場所にあるか？ 多くの場合ウェブサイトの目的の一つは、お客様からの「お問い合わせ」を増やすことだと思います。ユーザーがお問い合わせをしやすいように、電話番号、住所、お問い合わせフォームなどは、すぐ見つけられる場所に設置する必要があります。メールフォーム内容は、例えば製造業様では、企業名やメールアドレスなどの他に、希望納期や見積もりをしやすいように図面をアップロードできる内容などを盛り込むとスムーズに対応できます。</p>
10	顧客情報	<input type="checkbox"/> <p>■ユーザー情報をきちんと管理し、役立てているか？ パンフレットやカタログの資料請求は、お問い合わせよりもユーザーのハードルが下がり、ユーザーとの接点を作れるという意味で非常に有効です。資料請求はあくまで、顧客リスト取得の目的であるため、フォーム入力が必要最小限の必須項目（見込み客となるお客様の企業名、ご担当者、連絡先、メールアドレス程度）として用意します。そこで取得したユーザー情報（お問い合わせフォーム含む）は、その後の営業活動を行う上で非常に重要な資産となります。お問い合わせフォームと資料請求では、知りたい内容が変わってきますので、お問い合わせフォームとは別に用意することが有効です。</p>
11	検索順位	<input type="checkbox"/> <p>■狙いのキーワードでの検索順位を把握しているか？ 狙いのキーワードでの検索結果はどうでしょうか。少なくとも検索結果の1ページ目に入っていますでしょうか。もちろん検索結果が上位にあるほどクリック率は高まり、サイトへの流入は増えてきます。どんなキーワードでサイトに流入しているか把握することが重要です。</p>
12	Googleアナリティクス	<input type="checkbox"/> <p>■Googleアナリティクスを定期的にチェックしているか？ WEBサイトのアクセス解析ツールの「Googleアナリティクス」は定期的に見られていますでしょうか？自社サイトのどれだけのアクセスがあり、どのページを見られて、どのページから流入されているか等を定期的に把握することが大切です。</p>

いかがでしょうか？

貴社はいつ当てはまりましたでしょうか？一つでもチェックがあった場合は、ご遠慮なくご相談ください。

自社WEBサイトは「とりえずれば良い時代」から、「自社WEBサイトの質や内容によって、ビジネスの成功が左右される時代」に変わりました。

是非この機会に貴社のWEBサイトを見つめ直しいただき、更にご活用いただければ私共としても大変うれしいことです。