

失敗したくない人必見！

# 成果に繋げる サイトリニューアルのポイント

 happy hunting ground  
**HENOBU FACTORY**  
株式会社ヘノブファクトリー



## 村瀬明希 | 株式会社ヘノブファクトリー 取締役／WEBコンサルタント

大手プロダクトデザイン企業にてパッケージデザインや広告デザインを手掛けたのち、ウェブの世界へ。持ち前の情報設計スキルにより数多くの企業のサイト改善に貢献。ジャンルを問わずサイト運用、サイトリニューアル等で戦略設計、実行までをまるっとご支援。成果を上げる情報設計に力を入れている。セミナー講師としても活動中。

# ヘノブファクトリーのご紹介



株式会社へノブファクトリー

- ・2004年創業・業界20年
- ・運営代行 常時[限定30サイト]
- ・サイト運営・育成の専門企業

## ECの売上UP／サイトの成果UP

### コンサル事業

戦略設計から実行まで  
まるっとおまかせ！

### 人材育成事業

成果をあげるWEBチーム  
をインハウス化

WEB戦略/施策立案・実行/サイト運営/デザイン改善/集客改善/CVR改善  
新規構築/リニューアル/ Webマーケティング/SNS



## 「コンバージョンを上げる Webデザイン改善集」

マイナビ出版

井水大輔（著）、菊池達也（著）、井上清貴（著）、  
谷脇しのぶ（著）、小川卓（監修）

<https://amzn.to/3eSUhHe>

### ヘノブファクトリーで 本を出版しました！

プロが現場で行う改善のプロセスを解説し、  
次の一手を打ち続けていくために必要な考  
え方についてまとめています。

これまでの実績に基づいた実際のデザイン  
事例 Before&After、汎用的に使える改善  
Tipsやコンバージョンに貢献しやすい施策を  
解説しています。

# 運営支援サイトの一例

新規制作・リニューアル・運営・コンサル実績数  
**1000**サイト以上



**はじめに考えるべきこと**

# 「リニューアル」で 一番初めに考えることはなんでしょう？

新規顧客を  
獲得しやすい  
サイトにしたい

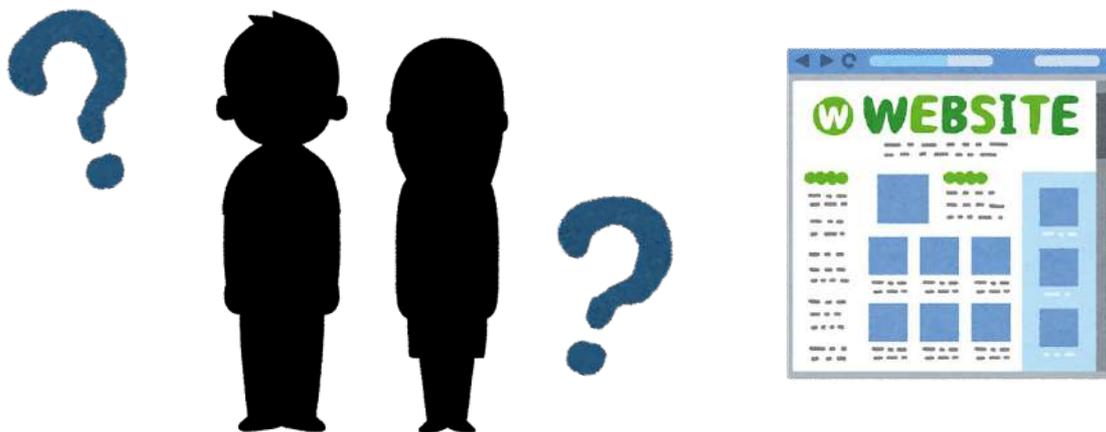
SEOに強いサイト  
にしたいな

今のわかりにくい  
ところを全部  
直したいな

情報もデザインも  
古いから  
今っぽくしたい



一番大事なことが抜けていませんか？



リニューアルされたサイト見にくるのは  
どこの誰でしょう？



ターゲットは誰なのか？

# 「ターゲットについてもちゃんと考えてる！」 と書いていても

えーと...  
サイトを見にくるのは

弊社のことを知って  
社名で検索する人

新しい商材を探してる  
既存顧客と

あとは、  
採用応募目的の  
学生も見erkかも



設定が甘いことがよくあります

## リニューアルの「目的」を軸に考えると まだまだ足りない点に気づけます



リニューアルの目的は  
「新規顧客を獲得しやすいサイトに」

「新規顧客」の候補ってつまりどんな人？

えっと、貸し倉庫を探してる人 ...

これではまだまだ浅すぎる

## 例：BtoB向け貸し倉庫業

### それってつまりどんな人？

EC事業をしていて、事業が軌道に乗り社内の倉庫だけでは手狭になってきた。  
新たに大きな倉庫を借りたい。

### 何に困っているの？

初めて外部の倉庫を使うので知識がない。

### どんな情報を探してるの？

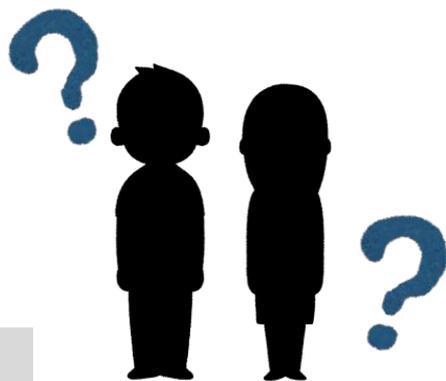
商品の製造拠点の近くでいいサイズの倉庫がないか探してる。

**ターゲットを具体的に  
イメージできるレベルまで深掘りしていく**

# ターゲットが具体的にイメージできると 「サイトはどうあるべきか」が見えてくる

具体的にイメージしてないと

年齢・性別  
何をしている人??  
人物像が見えない ...



キャッチコピーは  
立地か、機能か、  
どっちが  
刺さるんだろう ...???



具体的にイメージしておけば

ECの物流責任者  
規模的には小規模企業  
あの設備に興味を示す  
のはアパレル系の人



若いビジネスマンは  
ビジネスもほぼスマホで  
対応する人も多いから  
スマホのUIにこだわろう



## やりがちな失敗

### ターゲットが漠然とし過ぎている

×  
～～に困っている人

○  
～～に困っているが、  
予算が～～で、  
～～より～～を大事にしたい人

### ターゲットが多すぎる

- ×
- ・新商品を知りたい既存顧客と、
  - ・まだ解決方法がわからない見込み顧客と、
  - ・採用に興味がある学生と、
  - ・弊社の技術に興味があるメディア関係者

○  
採用サイトは目的が異なるのでサイトを  
分けて、今回は見込み客向けの  
リニューアルとする

ターゲットが定まらないと  
訴求が漠然として誰にも刺さらないし、競合との差別化ができない

**ターゲットが具体的に見えたら**



ターゲットも見えたし  
どんなサイトにするか？

**サイトのことを考える前に  
もう一つあります！**

**ターゲットをどこから集客するのか？**

## ターゲットをどこから集客するのか？

えーと...  
SEO対策をして...  
検索から入ってくる、と思う

あとは、  
広告をかける  
かな...



## ターゲットをどこから集客するのか？



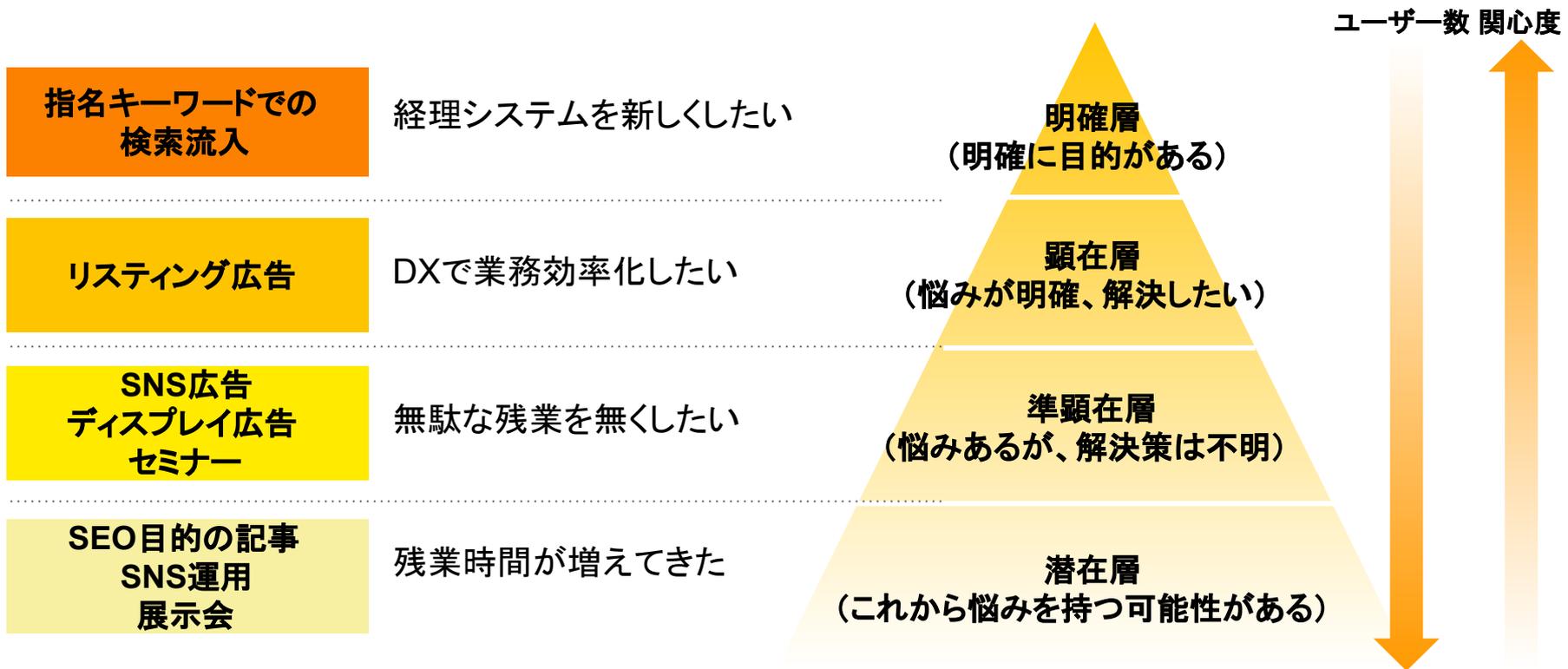
想定が甘いと

- ・集客がなく誰にも見られない！
- ・ユーザーが見たいものがサイトに載ってない

なんてことに

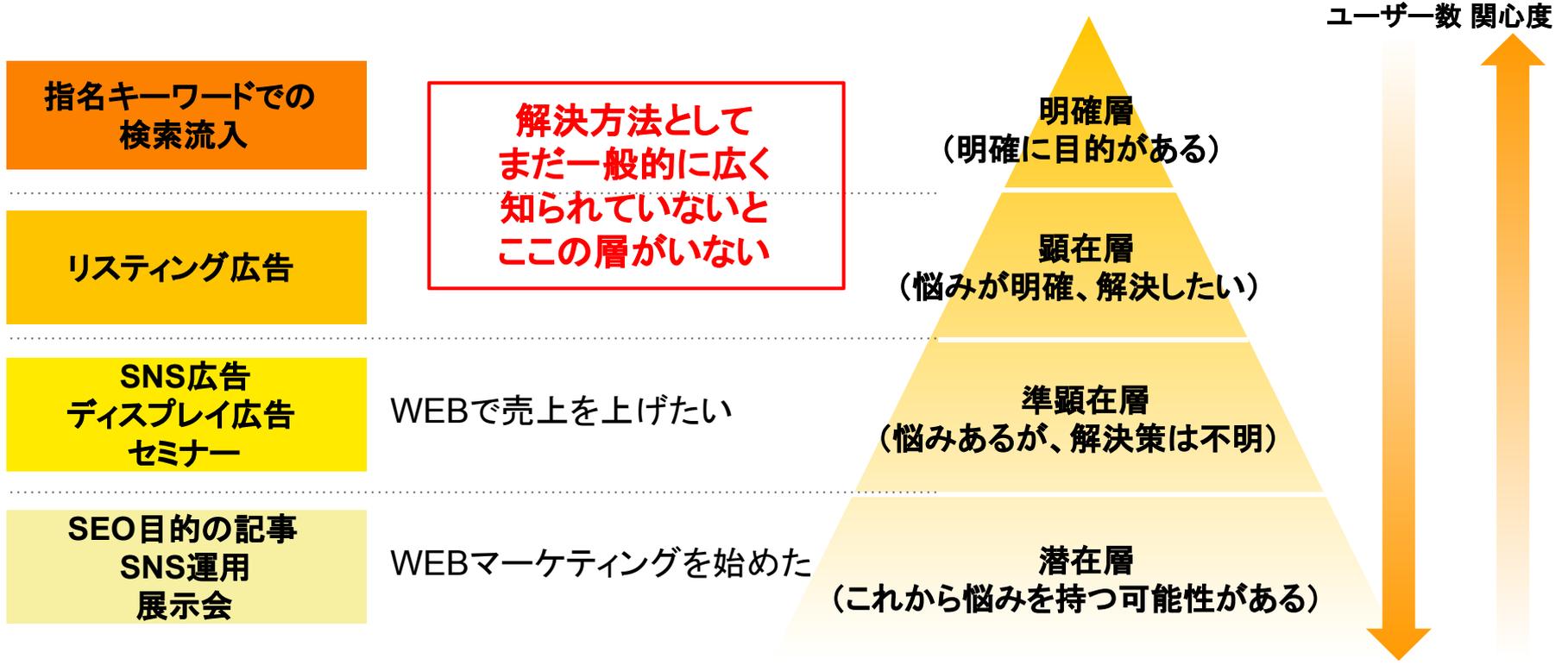
# ニーズの粒度によって集客方法が異なる

## ▼顧客層別ニーズの粒度と集客方法の組み合わせ(一例)



# サービス・商材によっては 「検索」では接点を持ってないことも

## ▼例：WEBコンサルティングの場合



# ニーズの粒度によって ユーザーに「見せるべき情報」が異なる

## ▼顧客層別ニーズの粒度と理解度

指名キーワードでの  
検索流入

経理システムを新しくしたい  
(株式会社Aのサービスが気に入ってる)

リスティング広告

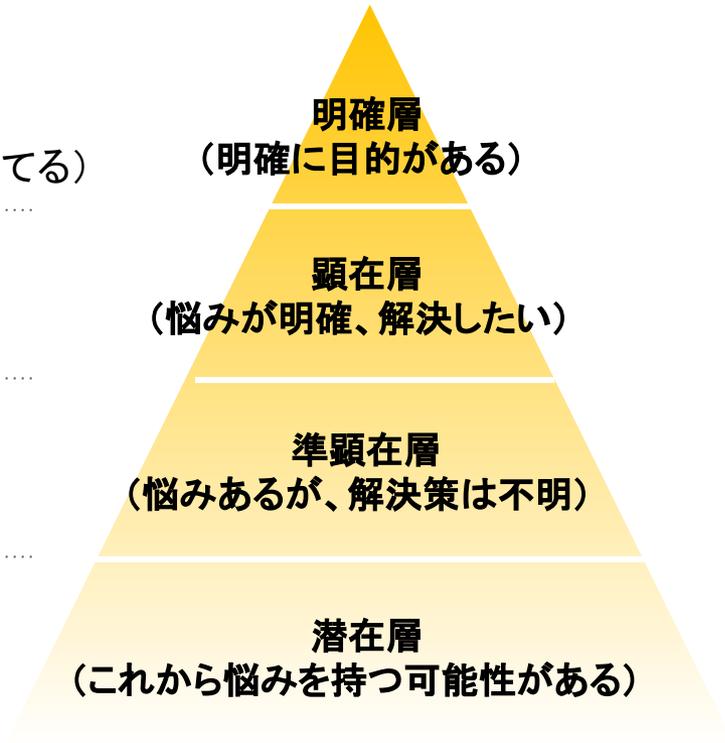
DXで業務効率化したい  
(株式会社Aのことは知らない)

SNS広告  
ディスプレイ広告  
セミナー

無駄な残業を無くしたい  
(経理システムのことは知らない)

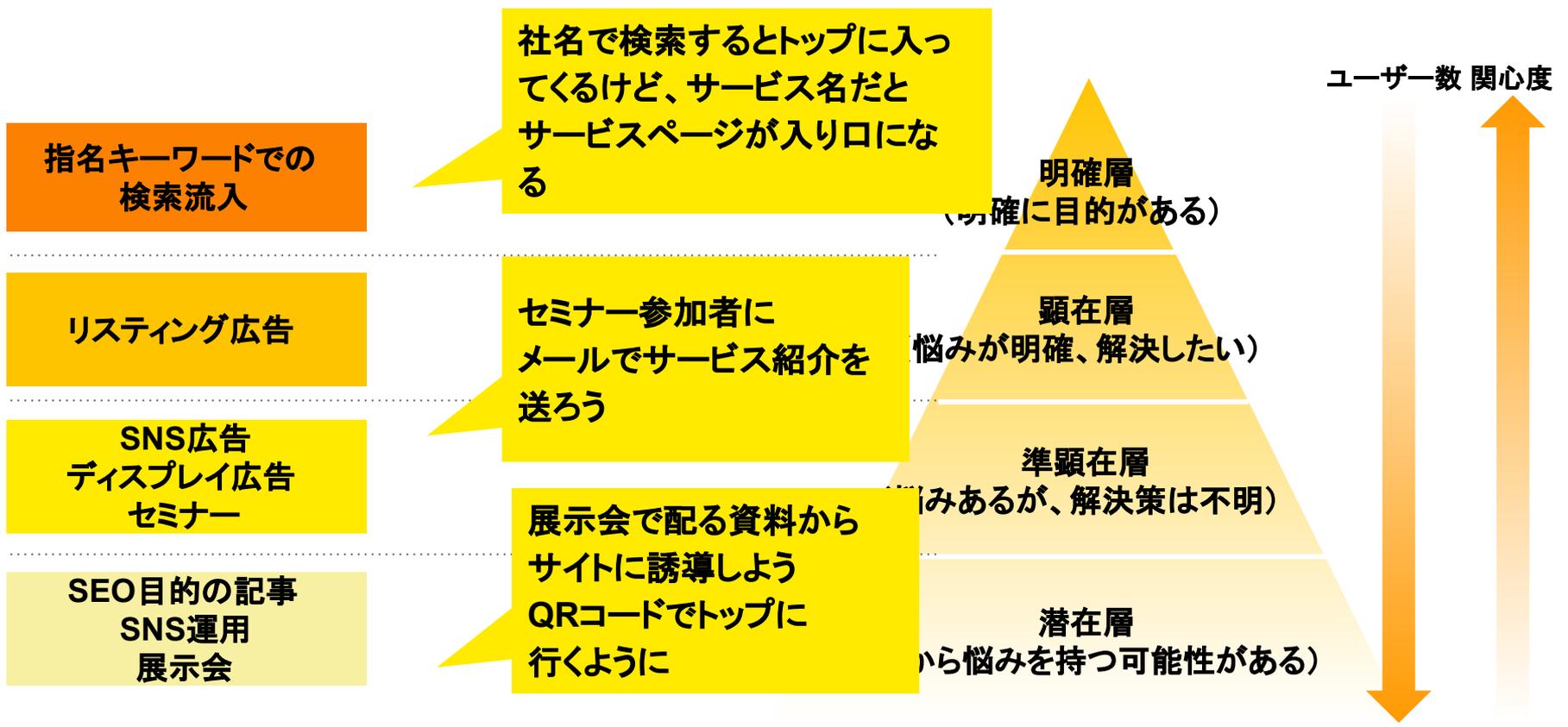
SEO目的の記事  
SNS運用  
展示会

残業時間が増えてきた  
(まだ解決しようと思ってない)



# ターゲットが具体的に見えたら

## 必要な人に必要な情報を見せられるように 「誰が」「どんな経路で」 サイトに入ってくるかをイメージしておこう



**集客のイメージができれば  
そこから入ってくる人の  
心理を深掘りする**

## 心理状態には必ずストーリーがあります



何の脈絡もなく  
急に思いつく  
なんてことは  
まずありえない

# 購買心理の7段階を使う



心理段階	認知する段階		感情を動かす段階			行動を起こす段階	
	ユーザーの状態	知らない	興味ない	他人事	いいが決められない	これが一番ではない	今すぐではない
行動させるには	露出・理解を深める		意欲喚起・動機の提供			実行機会の提供	
働きかける場所	サイトに入る前		サイト内の各所導線			CV付近	

# 購買心理の7段階を使う



心理段階	認知する段階		感情を動かす段階			行動を起こす段階	
ユーザーの状態	知らない	興味ない	他人事	いいが決められない	これが一番ではない	今すぐではない	方法がわからない
行動させるには	露出・理解を深める		意欲喚起・動機の提供			実行機会の提供	
働きかける場所	サイトに入る前		サイト内の各所導線			CV付近	

サイトに入る前から  
心理変化は始まっている！

# あなたのサイトに辿り着く前に 様々な情報を目にしていることを お忘れなく！

競合の電話営業



競合の広告



競合のサイト



あなたのサイト



へー  
そんなサービスが  
あるんだ

ここもあのサービスと  
似たことやってる会社  
かな

こっちの会社は  
すごく安いな～

この会社は  
すごく実績が多いな

# どの情報を目にしてきたかによって 心理状態は異なる

競合の電話営業



競合の広告



競合のサイト



色々みたけど  
もっといい会社ないかな？  
(比較ポイントを気にしてる)

あなたのサイト



ウェビナー



展示会のブース



こんなサービスあるんだ！  
もっと詳しく知りたいな  
(まだリテラシーは低い)

# まとめ

## 順序立てて、リニューアルの設計を行おう



1. ターゲットを設定する
2. ターゲットの集約方法を考える
3. ターゲットがサイトに辿り着くまでのルート・目にする情報をイメージする
4. ターゲットの心理状態をイメージする
5. 心理状態に合わせたコンテンツ・訴求を設計する

**時間はかかりますが、  
やるのとやらないのとでは  
成果に大きな違いが出ます**

**とは言っても、  
最短で成果の出る  
リニューアルがしたい！  
という方へ**

ヘノブファクトリーにお任せください

**新規制作・リニューアル  
運営・コンサル実績数  
1000 サイト以上**

BtoC、BtoB、ECでも、  
あらゆる商材の企業様に対して  
最適なお提案をいたします

## 御社の課題に合わせて最適なご提案をいたします

### ヒアリング

企業ごとに、ご状況・お悩みは異なります。1社1社丁寧にヒアリングさせていただき、課題認識の共有と解決方法のヒントを探っていきます。



### 戦略設計

課題、企業ごとの強み、強みに合わせたマーケットの策定から、企業様に合わせたオリジナルのWEB戦略を設計し、年間の数値シミュレーションまで落とし込みます。



### 戦略に沿った 施策設計

戦略に沿って数字を改善するためのやるべき事と、具体的な実施方法を設計します。やるべき事は企業様の状況や目指す数値によってオリジナルで設計します。



### 精度高く 施策を実施

施策設計に沿って、「数字を改善する」事を軸に精度高く実施します。



### 効果検証、PDCA

実施した施策が想定通りの効果に繋がっているか検証します。以降、目標達成を目指して、PDCAサイクル(Plan/Do/Check/Action)を回し続けます。