



Consul
JDN
JOINT DEVELOPMENT NETWORK

中小企業様向けホームページ制作パッケージ
売り方説明資料

株式会社ライトアップコンサルティングチーム

パートナー様向け

ホームページの改善すべきパターン

まずは、御社の既存のお客様を思い浮かべてください。

その中から、何社かその会社のホームページを見ていってください。

これから説明するようなパターンに当てはまる方はいませんか？

◎サイトのデザインが古い

→ 10年以上リニューアルしていないサイトは見てわかります！



よくある特徴：

- 画像が粗く古めかしい
- 大きな余白がある

◎ホームページが(実質的に)ない

→ どの業種も、お客様はホームページを確認しています



よくある特徴:

- 灰色などの1色
- 形だけで文字ほぼ無し

◎スマホで見ると全体が小さすぎる

→ スマートフォン最適化は必須の対応ですが滞っています。



よくある特徴:

- PCの縮小版のよう
- 文字サイズが小さすぎる

◎同じ会社のホームページなのにドメインが変わる

→ 数年前につぎはぎ的な施策で応急処置→放置の可能性



分散のデメリット:

- まとめて管理できない
- 検索から来訪しづらい

◎URLの始まりが「https://」でない

→ 「http://」で始まるホームページは提案余地あり



※http://から始まるサイトはChromeブラウザですと「保護されていない通信」と出ます

「http://」と「https://」の違い:

- 「https://」は通信を暗号化しているため、情報の漏洩を防ぐことが可能。現在、有名サイトはほぼ「https://」に切り替え済です。

◎PCページのカラム数が多い(サイドバーなど)

→ 直近のトレンドはサイドバーなしの1カラムです



1カラム

2カラム

3カラム

3カラムの場合:

- かなり古いデザインのため
要提案

2カラムの場合:

- 他チェックポイントと重複該
当なら要提案

◎トップページの内容がいつも同じ

→「お知らせ」「特集」が何も変わっていないとシグナル



変化がない企業の傾向:

- ホームページの効果がほぼ無い

→作業の意味を感じない

パートナー様向け

ホームページ制作のご提案方法

パターンに当てはまるお客様はありましたか？

次は提案についての方法です。

出来るだけお客様に寄り添い安心させることを心がけましょう！

提案対象のお客様

→ 部署・担当により管轄サイトが違います

	経営者	事業責任者	広告宣伝系	人事系	管理系
大企業	 (全般)	 サービスサイト	 サービスサイト	 採用サイト	 コーポレート
中小企業	 (全般)	 サービスサイト	 サービスサイト	 採用サイト	 コーポレート 採用サイト

コーポレート: 企業情報 サービスサイト: 事業・商品営業用 採用サイト: 採用向け

アポイントの取得

→ ”お客様の売上アップに貢献する”姿勢を言葉に

新規取引の提案

上場企業が制作！なのにコスパ◎◎！

×見た目だけ ◎その後の集客も！

サイト制作はどの会社に依頼したらいいかわからないお客様がほとんど。メリットを明確に伝えましょう。

既存顧客 他のサービスで取引中

増えたサイト来訪→問い合わせ(CV)増へ！

ホームページ改善→今の施策効果アップ！

(特にMEOや広告)ホームページに来訪しても問い合わせ(CV)が増えない場合、サイト自体の改善が必要です。



商談の準備

→ 良い商談は良い準備から 不明点は先にお問い合わせください

商談のゴール



次回アポ
ライトアップと詳細提案

持参物



サイト制作概要



競合分析



同業種の実績

シナリオ

資料読み込み

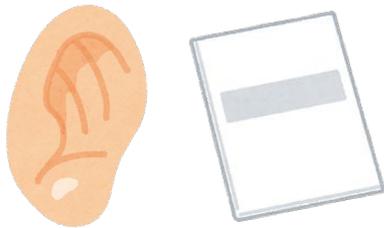
お客様サイト一通
り閲覧

商談段取り

商談の流れ

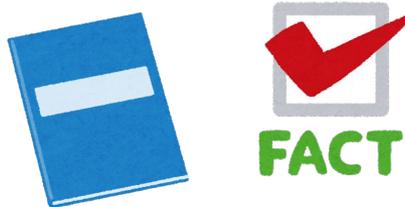
→ お客様の気持ちに寄り添う商談にしましょう

状況確認・認識合わせ



まずは、自社サイトへの認識を確認し、その後競合資料で相対的な課題点を会話しましょう。

概要提案



ポイントは安定して高いクオリティであること、コスパが高いこと。その上で同業の実績を添えると◎。

進め方の説明



お客様タスクがあらかじめイメージでき、他社より稼働が少なく遅れにくい旨を伝え安心感を促します。

商談でこんな場面には...

→ よくあるケースは先に想定しておきましょう

お客様の方が詳しい



ご自身は”代理店営業”というスタンスを保ち、専門的な内容は「次回の商談でライトアップの担当がご説明」と仕切れたら受注につながります。

お付き合い業者



お客様が「付き合いある会社」に満足していたらアポは取れません。”きちんとした会社(上場企業)”の”公平な提案”をお求めのはずです。

忙しいアピール



(1)それが真実(2)やんわりお断り(3)熱意を試される、いずれかに該当します。(3)と思えた時には想いを伝え、他なら時期を改めましょう。

パートナー様 & お客様向け

ホームページ制作の流れ

実際にご発注いただけましたら、こちらの流れの通りに進みます。
お客様を安心させるためにも、どんな流れで制作が進んでいくのか、
簡単に説明できる形が望ましいです。

制作フローの全体像

→ 全体を1.5~2ヶ月で進めます

①

お申込み



②

準備



③

打合せ



④

デザイン



⑤

コンテンツ



⑥

確認作業



⑦

リリース



準備(1週目)

→ サイトづくりに必要なものをご準備ください

ドメイン・サーバ情報

.com
.co.jp
.jp

すでにホームページをお持ちの場合はその情報のご準備を。新規取得の際はサポートいたします。

! 重要 !

どんなサイトにしたいか？



ターゲット、載せたいコンテンツ、デザインの雰囲気、来てほしいキーワード、ライバルなど、一緒に整理します。

ロゴ・画像・動画



お持ちのもの、利用したいものを予めまとめます。特にない場合は弊社でお探しすることも出来ます。

打ち合わせ(お申込み約1週間後)

→ 新しいホームページの方針・構成・内容などを決めていきます

サイト制作のゴール

貴社サービスの特長・強み

ターゲット顧客



競合とその比較

サイト構成・デザインテイスト

ベンチマークとなるサイト

サイトデザイン確認(2~3週目)

→ 初期のイメージすり合わせが重要です

! 重要 !

打ち合わせで認識合わせ



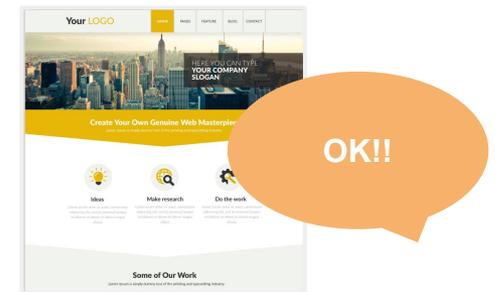
この段階で、貴社・営業担当・ライティングのイメージが合えば合うほど速く良いサイトになります。

1回目確認



お気づきの点は全てこの確認でご指摘ください。以後のスケジュールを考えると、ここで洗い出しておくことが重要です。

2回目確認



1回目確認でご指摘頂いた箇所が修正されたか？という形のチェックになります。こちらを経てデザインが確定します。

コンテンツの作成(2~5週目)

→ お忙しさにあわせて2種類のご提案が可能です

貴社でコンテンツ作成



お客様ご自身で各ページの文言をご作成頂くパターンです。メモ帳・ワードのようなファイルに文字を起こして頂くだけでOKです。

【オプション】コンテンツ作成代行



貴社に伺い取材・ヒアリングをした上でライターがコンテンツを作成いたします。タスクはチェックのみになり、お忙しい方もご安心頂けます。

サイト検収からリリース(6~7週目)

→ 最終確認・リリース・今後の集客について進めます

検収のチェックポイント

デザインとコンテンツは打ち合わせ通りか

未作成のページはないか

リンクは正しいページに遷移できるか

画像はみ出し、レイアウト崩れはないか

リリース後の集客・検討ポイント

SEO

MEO

MA
ツール

SNS

広告

お客様・営業担当者のタスク

→ 事前のスケジュールイメージ想起が重要です

お客様タスク	時期	パートナータスク	メモ
ドメイン・サーバ情報確認	1週目	※	
新サイトイメージすり合わせ	1週目	打ち合わせ	ターゲット、コンテンツ、デザインイメージなど
打ち合わせ	2週目	同席	
デザイン確認1回目	2週目	※	2週目末～3週目頭 こちらでしっかりご確認
デザイン確認2回目	3週目	※	
コンテンツ作成	2～5週目	※	作成をご依頼頂いた場合は取材対応に変更
コンテンツチェック	5週目	※	
リリース前チェック	6～7週目	※	

※フォロー・リマインド