

CONFIDENTIAL MATERIAL / RESTRICTED ACCESS

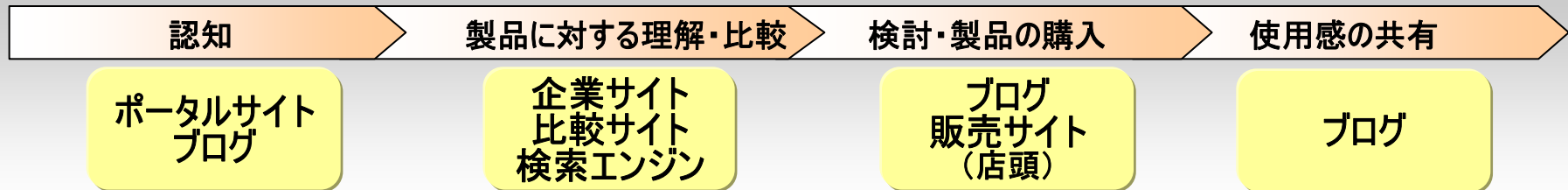
Webサイトの戦略的活用支援 コンサルティングご紹介

2009年3月
株式会社 富士通総研

消費行動の変化

インターネットの普及により、消費者の意識と行動は変化しています。
消費に関わる全ての段階でインターネットが深く関わるようになっており、企業はWebチャンネルにおける顧客との接し方を、真剣に考えなくてはならない時代です。

消費行動と最近のメディアの使い方



今や消費行動の全ての段階においてインターネットが深く関わっている!

商品購入にWebサイトの影響大

商品購入の際に

企業サイトを参考にする人 85%

(ブロードバンド利用者対象 ネットレインクス調査)

→サイトの善し悪しが企業イメージを左右

クチコミサイトを参考にする人 56%

モバイルコマース市場の拡大

2005年度の市場:4074億円

前年比50%増のペースで拡大

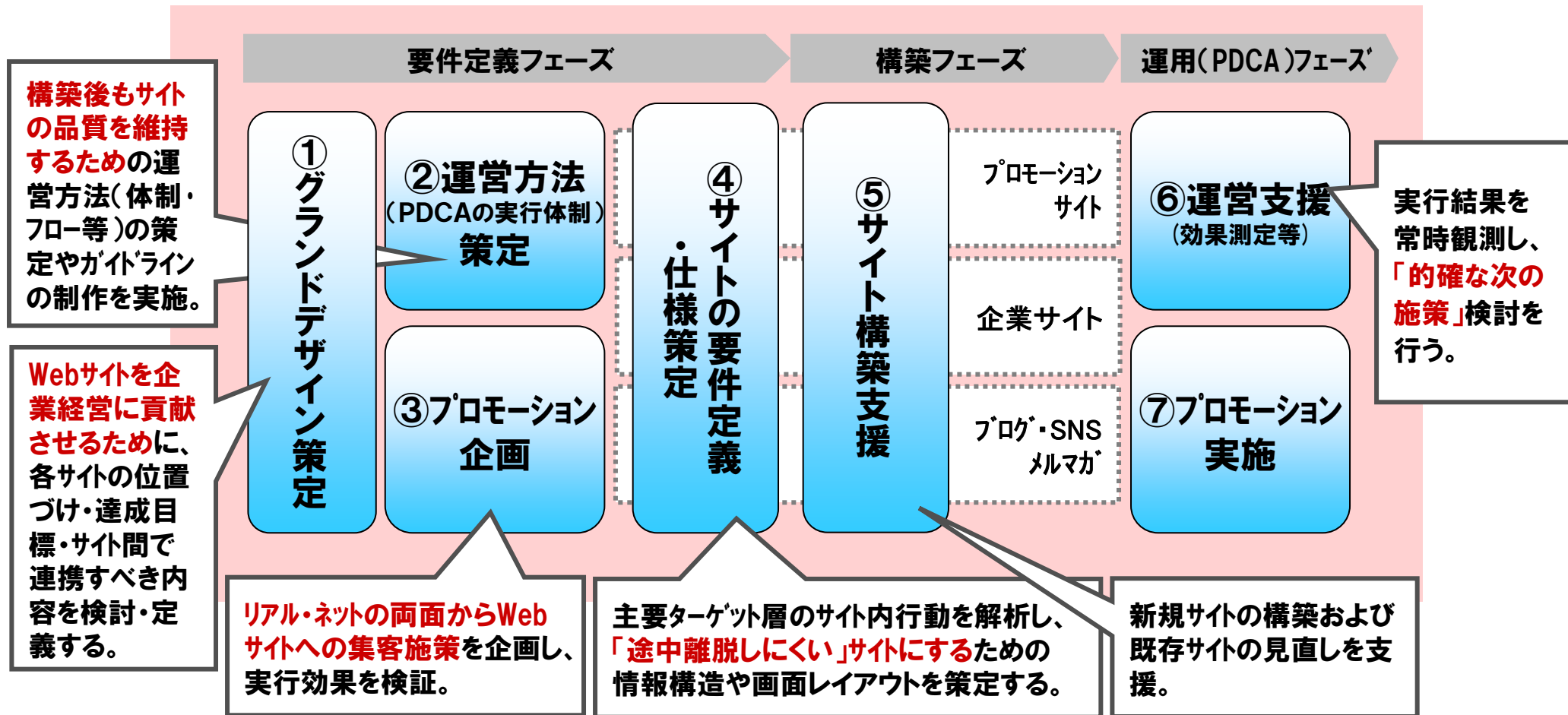
(2006年経済産業省調査)

今すぐ買いたい、ここでしか買えないもの
の入手 という欲求の拡大

富士通総研のサービス内容

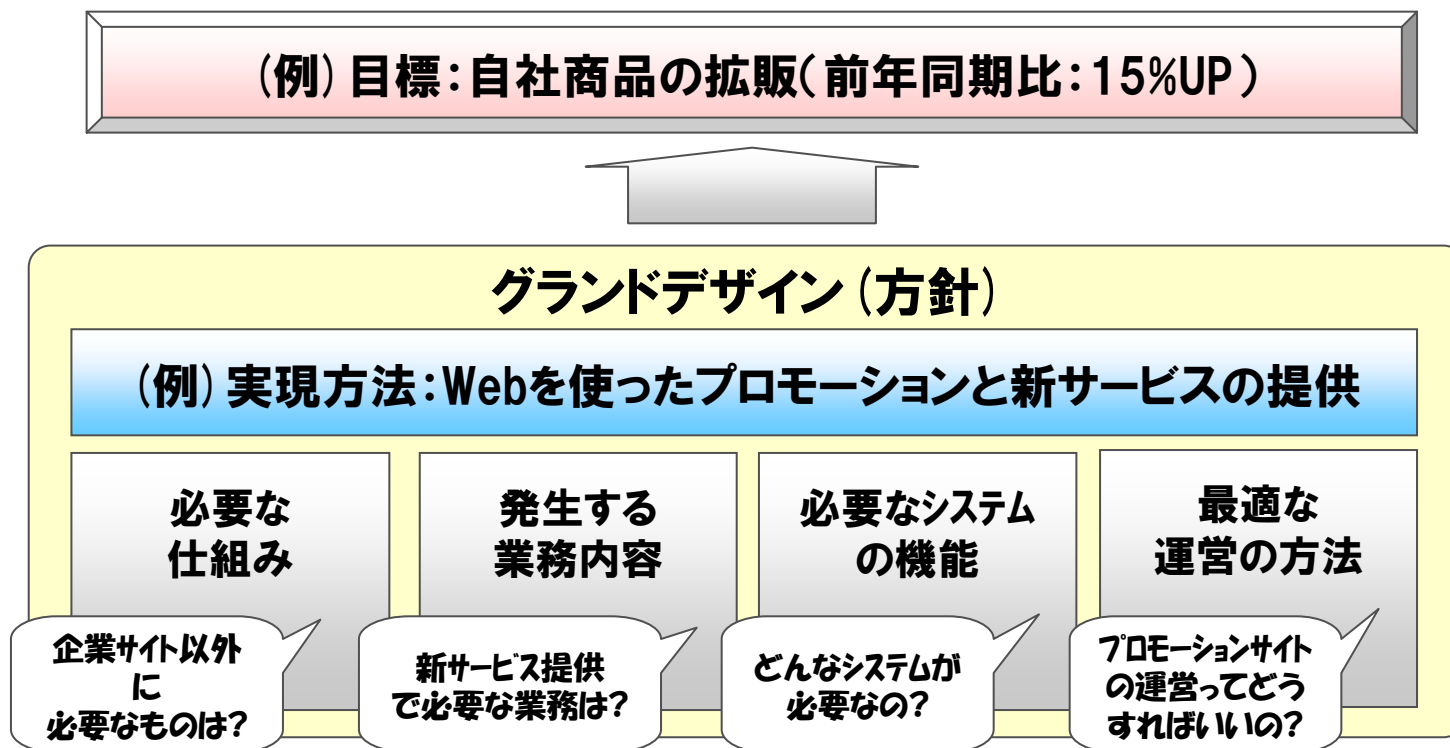
Webサイトの戦略的活用支援コンサルメニュー

お客様のビジネス課題解決に必要なメニューを網羅しています。
お客様とのご相談により、**優先課題・投資規模に応じたサポート範囲**を決定いたします。



① グランドデザイン策定

グランドデザインとは、目標に対し**具体的にどのような方法で実現していくかの方針**を定めたもの。実現方法、必要となる仕組み、発生する業務内容、システムの要件などを明確にします。



Webサイトを構築する前には、考えておくべき事項がたくさんある。

目標を定めず「とりあえず作っただけ」のサイトではビジネス上の効果は得られない。

② 運営方法(PDCAの実行体制)策定

お客様のサイトの規模、実施内容に応じて、PDCAにのっとったサイト運営を実施するための業務内容、作業フロー、体制を検討。最初に**運営方針を考えておかないと、カットオーバー後の運営費用が増大する**といったデメリットが生じてしまうことが多く見受けられます。

① 業務内容の策定

制作するコンテンツの内容、ボリューム、頻度等をヒアリングし運営業務の内容を策定します。

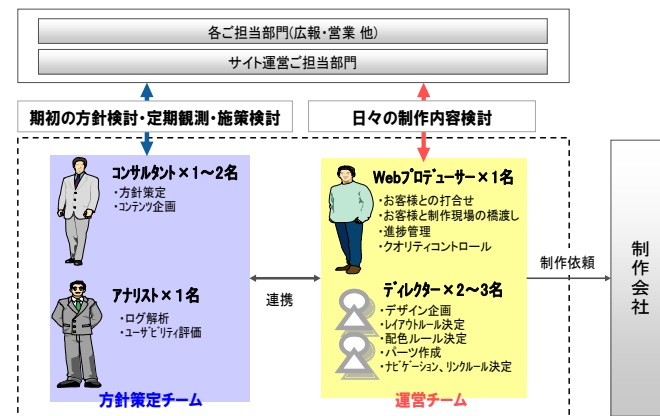
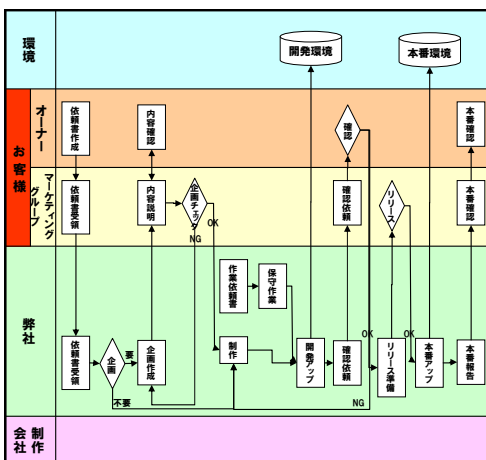
② 業務フローの策定

御社の業務に合わせた、最適な運営業務のフローを策定します。

③ 運営体制の策定

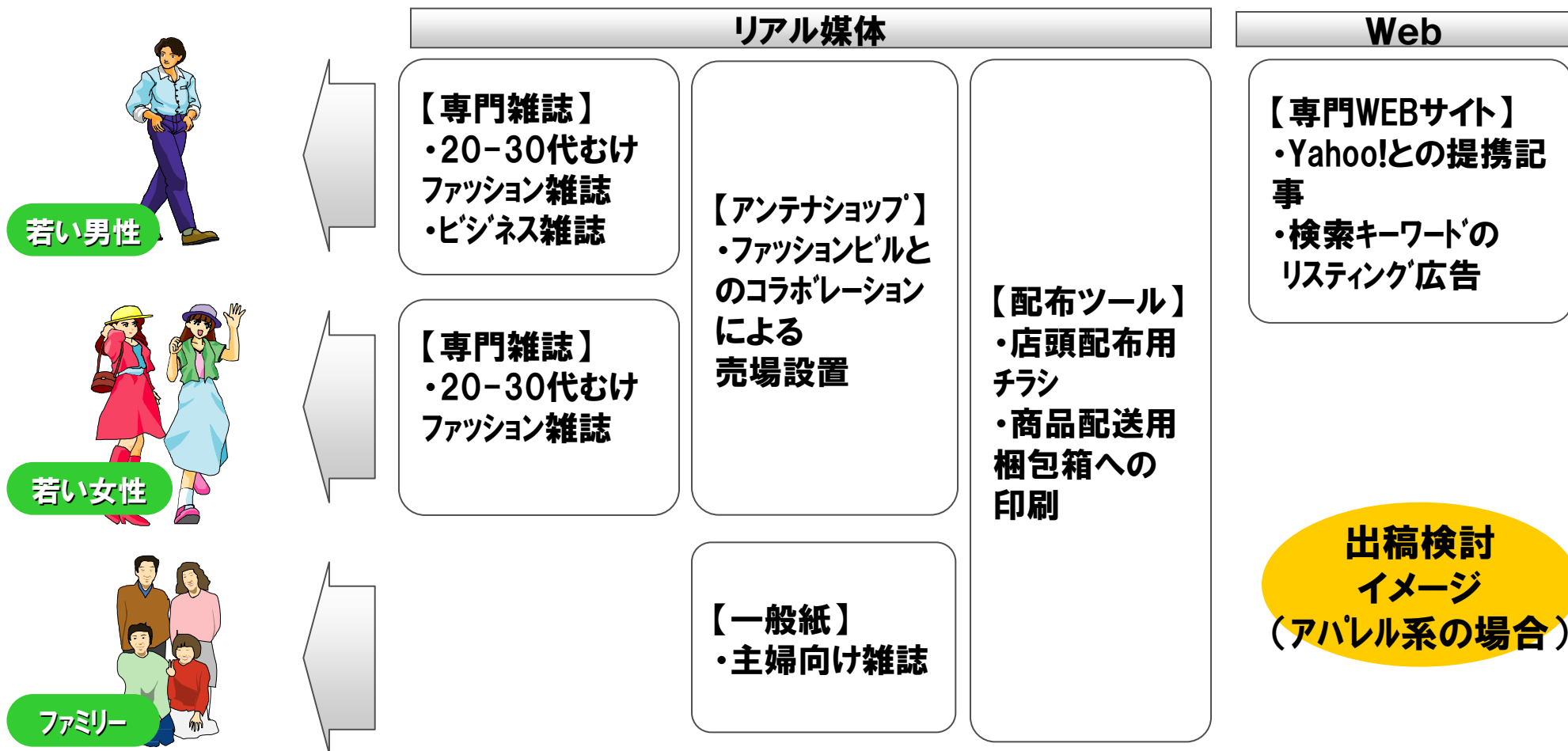
社内、外部委託会社を含めて、最適な運営体制を策定します。

1. 企画担当の主な業務について	
(1) 企画担当の主な業務内容	
・企画担当の業務は主に下記3点となります	
① 案件スケジュール管理	御社/外注会社に対し「素材提供や内容確定の遅れ」を起こさなく円滑に制作スケジュール調整
② 納品物チェック	外注/内部制作から提出される成果物が依頼内容とあっているかのチェック
③ 企画書作成 ※すべての案件について作成するわけではない	WEB企画から企画書作成を求められた場合については、運用面を考えた企画書を作成
(2) 作成ページタイプ	



③プロモーション(サイトへの集客)企画

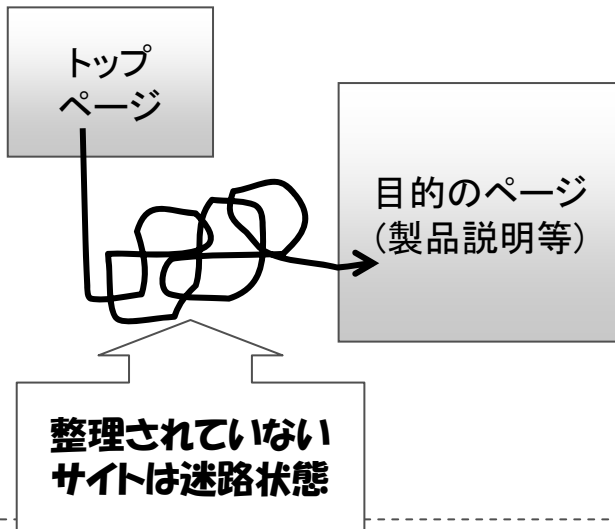
広告代理店との協業により、プロモーション方法を検討。ターゲットに応じて、どのような媒体に、どのようなプロモーション内容で、いつ実施していくかの計画を立てます。



④サイトの要件定義・仕様策定

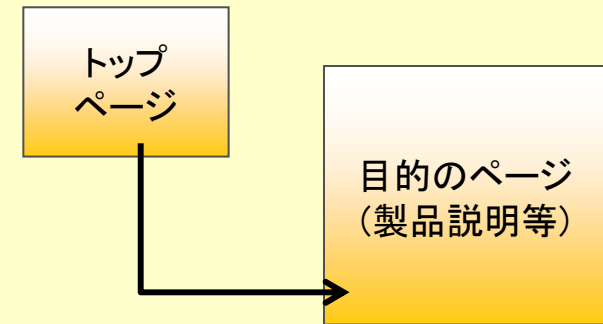
情報構造が整理されておらず、各ページのユーザビリティがよくないサイトは、**集客をしても、利用者を目的のページに誘導できず、途中離脱する率が大きくなります。**利用者のペルソナ(個人の詳細属性)を理解した上で、サイトの構造やページの内容を作る必要があります。

＜利用者視点のないサイト＞
目的のページがなかなか見つからず
途中離脱が増える、といった状態に
...

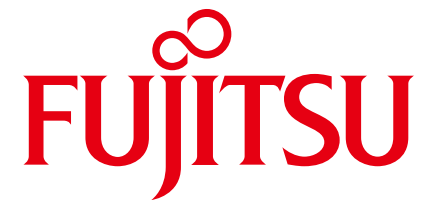


利用者の行動を
想定し
道順と情報の
見せ方を整理

＜利用者視点に基づいたサイト＞
ターゲットとなる訪問者を欲しい
情報のページへ迷わずに誘導
できる整理されたサイトへ。



申込数が伸びない等の悩みを抱えるサイトの大半は、迷路のような情報構造になっていたり導線が分断されていたりする。



THE POSSIBILITIES ARE INFINITE