

Web担当者必見!!

【Webサイトの成果の最大化】

**Webサイトの
運用に必要な
3つの重要ポイント!!**

CONTENTS

1. はじめに
2. 本書で学ぶこと
3. 目的や目標の設定と現状分析
4. コンテンツの改善と更新
5. PDCAサイクルで成果につなげる
6. まとめ
7. 運用実績

営業ツール、集客、ブランディングなど
Webサイトが重要な立ち位置を占めている今日、
企業のWeb担当者様は日々の運営に頭を悩ませているのではないのでしょうか？

本書では、現状の課題をあきらかにして、具体的な対策を知りたいという
Web担当者様に向けて、Web運用についての理解を深め、
より効果的に運用するためのヒントをわかりやすく説明していきます。

こんな方におすすめです

- ・ Webサイトを立ち上げたがそのままにしている
- ・ Webサイトをもっと活用したい
- ・ 具体的な課題と施策内容を知りたい
- ・ より効果的にWebサイトを運用したい



効果的にWebを運用するために必要な3つのこと

1. 目的や目標の設定と現状分析

まずは目的や目標をはっきりさせましょう。目標の数値に対して、結果をさまざまな角度から分析することで、Webサイトの傾向や課題が見えてきます。

2. コンテンツの改善と更新

Webサイトは立ち上げて終了ではなく、また更新だけすればいいわけでもありません。
効果的な改善と更新のポイントを学びましょう。

3. PDCAサイクルで成果につなげる

Webサイトの現在の課題が見えてきたら、
「計画→実行→評価→改善」を繰り返しましょう。

目的や目標の設定と現状分析

そもそもWeb運用とは？

Web運用を、単なる「サイトの更新作業」だと考えているという方は少なくありません。

しかしWeb運用は、**コンテンツを投下して終わりではなく、最終的な成果につなげていかなければ意味がありません。**



Web運用の目的の一例

- ・ ブランディング（他社との差別化）
- ・ Webサイトとしての信頼性向上
- ・ 商品やサービスへの誘導
- ・ 見込み客との接点づくり
- ・ 認知度促進
- ・ 検索エンジンからのリード獲得
- ・ 商品やサービスのファンづくり
- ・ お客様サポート

01. 「目的・目標」をリストアップ

まずはWebサイトを改善する目的・目標のリストアップを行ないましょう。

目的・目標が違えば、行うべき改善案も変わってきます。

1. 目標は、なるべく具体的に数値で測れるものにする
2. 改善案ごとの効果を確認するために一つずつ実施
3. 改善後も、定期的に施策の効果をチェック

目的

- ・ブランディング
- ・商品売る（直販/通販）
- ・集客／来店促進
- ・商品やサービスのファン作り
- ・サポート
- ・コミュニケーション/CRM

目標

- ・ページ閲覧数（PV数）
- ・サイト訪問者数（アクセス数）
- ・お問い合わせや資料請求の件数
販売数（コンバージョン）
など

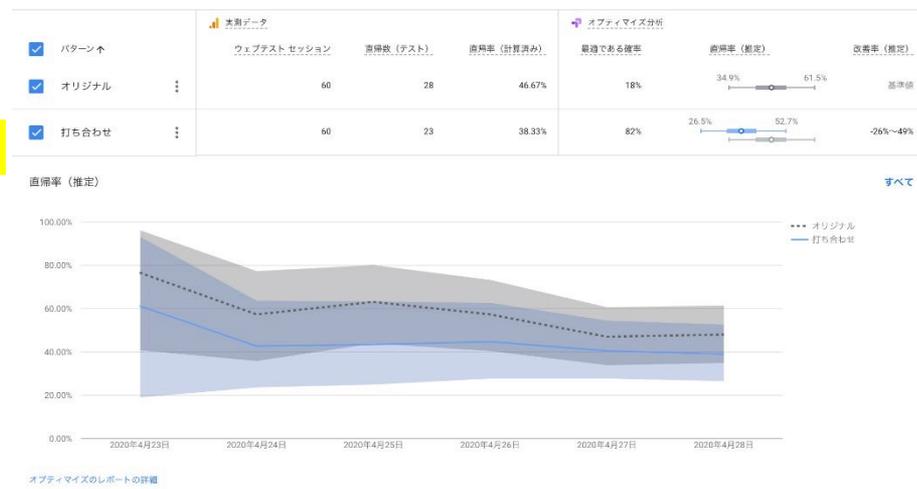
02. Webサイトの現状をGoogleアナリティクス（GA）で数値化

Googleアナリティクスとは、Googleが提供するWebサイトの解析ツールのこと。**PV数や滞在時間、コンバージョン率などさまざまな情報を確認できます。**

目標の数値と現状の数値によって改善案が変わるため、早い段階でのサイト分析が必要です。

コンテンツ更新後、どのような反応があったのか**数値によるサイト分析を行えば、課題点を発見でき対策が立てられます。**

分析もせず、やみくもにコンテンツの更新をしても、それはWeb運用とはいえません。



03. 改善案の洗い出し

洗い出した改善案には**優先順位をつけて作業**しましょう。

1. 改善すると効果が大きく反映されるページの修正（優先順位の高いもの）
2. 改善案ごとの効果を確認するために一つずつ実施
3. 改善後も、定期的に施策の効果をチェック

Googleアナリティクスは
さまざまな期間で区切って分析できるため、
「現状分析→改善→その後の結果」を
確認することに適しています。



コンテンツの改善と更新

Webサイトは紙媒体とは違い、常に進化させていくことで効果を発揮します。

この章での進化とは、具体的に「常に新しい情報を発信する(更新)」と、

「ユーザーが必要としている情報が掲載されている状態にする(改善)」を指します。

前章で説明した<02 . Webサイトの現状をGoogleアナリティクス (GA)で数値化>や<03.改善案の洗い出し>を元に、自身のサイトに必要な最新情報やページ遷移のさせ方、コンテンツ内容などを考えてみましょう。

見直しの項目例（文言、色、デザインの変更など）

- ・ グローバルナビの変更
- ・ ファーストビューの見直し
- ・ サービスページへの説明追加
- ・ お問い合わせバナーの変更
- ・ リンクの変更
- ・ 料金ページの見直し
- ・ 実績（お客様の声）の追加
- ・ 不要なページの削除・統合

01. ユーザー目線のページ遷移

サイトからの離脱率が高い場合は、現在のサイト設計に問題があるかもしれません。

サイト内のページ遷移を促す設計を再度見直してみましょう。

1. 関連する情報やサービスへのリンクを追加（リコmend）
2. お問い合わせにつながるフォームへのボタンを追加
3. わかりやすい文言の見直し、リンクの位置、ボタンや配色のABテスト

ユーザーが迷子にならない、
わかりやすい導線はとても重要です。



02. 新規ページの追加

サイトからの離脱率が高い場合は、**ユーザーが求めたコンテンツ内容が用意されていない**可能性もあるため、新規ページの制作を考えるのもひとつの手です。

ここでも「作って終わり」にせず、以下を考えながら進めることが大切です。

1. お客様のニーズがあるコンテンツの追加
2. そこへ誘導するための導線（ページ遷移）は適切か
2. コンバージョン（問い合わせや販売数などの結果）につながる設計か

また、人の目に触れなければ、いくら価値のあるWebサイトを制作しても力を発揮できません。**合わせてSEO対策を行う**ことも重要です。



03. コンバージョン率を高めるフォームの改善

ユーザーがストレスを感じるような入力フォームだと、**見込み客を離脱させてしまう可能性があります。**

ユーザーのストレスを減らすことで離脱率が減り、コンバージョン率の上昇が見込めます。

フォームの具体的な改善点の例

- ・ 入力項目を減らす
- ・ 郵便番号で住所を自動入力する
- ・ アクセス数の多いスマートフォンに最適化する
- ・ 入力フローを表示し現在地を明らかにする
- ・ SSL対応でセキュリティに配慮する など

system communication
syscom menu

お問い合わせ内容*

お問い合わせ項目*
選択してください

会社名
株式会社シスコム

姓*
シスコム

名*
太郎

電話番号*
03-6278-7703

Eメール*
info@syscom-web.com

株式会社シスコムには、製品やサービスについて連絡するために連絡先情報が必要です。このコミュニケーションはいつでも配信解除できます。配信解除の方法、プライバシーに関する取り組み、お客様のプライバシーの保護に関する取り組みの詳細については、プライバシーポリシーをご覧ください。

送信

04. 既存ページの更新

良かれと思って行った更新が、予想に反して失敗することもあります。改善後は、翌日から2～3日は**極端に検索順位の結果やお問い合わせ数などが下がっていないか**注意しましょう。

1. 実施後1ヶ月程度は、更新の効果が上がっているかチェック
2. 改善しない場合はいったん元に戻し、違う箇所を改善するか別の改善案を実施
3. ABテストで結果を見ながら更新



PDCAサイクルで成果につなげる

運用を効率的に行うには まず社内の運用体勢を整え、目的の共有をする

体制を構築し目的や役割を明確にすることは運用を行っていく上で重要なことです。メンバーが再編成されても目的に向かって業務に取り組み、**統一されたルールと共通のプロセスに従って運用していくことで成果は最大限に高まります。**

1. ルールや目的を統一し共有する
2. 目標やプロセスを可視化する
3. やることやらないことを決めておく



PDCAサイクルでやるべきことを明確化

「PDCAサイクル」を活用することで目的と課題をチームで共有することができ
やるべきことを明確にすることができます。

P（計画）「目的・目標」を設定

ページ閲覧数やサイト訪問者数、お問い合わせや資料請求の件数の増加など施策を行うことによる目的や目標を設定します。

D（実行）施策の実行

改善案で出てきた施策の実行していきます。目標を立ててからスピーディーに行うことが大切です。

A（改善）改善策の立案

「ページ遷移の見直し」や「新規ページの追加」「フォームの改善」など改善案の洗い出しを行います。

C（評価）Googleアナリティクス（GA）で確認

PV数や滞在時間、コンバージョン率などの情報をGoogle アナリティクス で確認。目的を達成できているかの検証を行う。

PDCAサイクルを継続的に回していくことが大事

ホームページは作って終わりではありません。

P（計画）D（実行）だけでなく、C（評価）A（改善）も行い、

PDCAサイクルを継続的に回すことでよりユーザーに寄り添ったWebサイトに近づけることができます。

また、改善を行ったのに全く効果が出ない場合や悪化する場合は、あらためて改善案を考えるとところからやり直してみましょう。



Webの運用は、やることさえわかっているならばそんなに難しくはありません。

目的や目標の設定→現状分析→コンテンツの改善と更新

この流れを繰り返していくことで、よりよいWebサイトに成長していきます。

この流れがうまくいかない、工数が多いなどの疑問や負担を感じたときは運用体制を見直し、PDCAの効率化を図りましょう。

Web運用をする上でお悩みがあれば、いつでも私たちにご相談ください。

運用実績

CASE 01 お問い合わせ数の増加

クライアント：製造業（分析）

課題：問い合わせ数をもっと伸ばしたい。（会社を切替）

ターゲット：電機・自動車メーカー

商品単価：数十万円～数億円

改善策

- ① 解析で課題点の把握と改善施策
- ② SEO対策（内部施策・コンテンツ再編集）
- ③ 導線改修（TOPページ改修・メガメニュー・主要下層ページの改修、CTA、ダウンロードページの新設、EFO）
- ④ その他 メルマガの改修・Web広告出稿

効果

お問い合わせ数：約1200件 → 約2,400件 約200%アップ

集客数（PV）：約700,000 → 約950,000 約130%アップ

CASE 02 製品の認知拡大

クライアント：食品メーカー

課題：製品認知を高めたい。製品関連の啓発を行いたい。

ターゲット：中高年以上の高齢者・他（製品によって異なる）

商品単価：数百円～数万円

改善策

- ① 解析で課題点の把握と改善施策
- ② SEO対策（内部施策）
- ③ 有益なコンテンツ開発
- ④ 製品のサイト内特設ページ
- ⑤ その他（WebPR・バイヤー向け施策）

効果

集客数（ユーザー）：約530,000 → 約720,000 135%アップ

イベント転換数：120%アップ

CASE 03 集客の増加・需要喚起

クライアント：金融

課題：ネット広告経由での効果が頭打ちとなっているためSEO経由での集客を強化したい。

ターゲット：ペットを飼っているペットオーナー

商品単価：数千円

改善策

- ① 集客に特化したオウンドメディアの立ち上げ
- ② 解析で課題点の把握と改善施策
- ③ その他（本体サイトへの興味喚起の導線、需要喚起用映像、本体サイトSEO施策）

効果

集客数（ユーザー）：約1,300,000 → 約3,200,000件 約250%アップ

集客数（PV）：約1,700,000 → 約4,300,000 約250%アップ

あなたのWebサイトは大丈夫ですか？

ヒューリスティック診断とGA（Google アナリティクス）診断で
貴社のWebサイトを診断します。



こんな方におすすめです

- ✓ 検索しても上位表示されない
- ✓ 定期更新しているがお問い合わせが増えない
- ✓ 自社の強みを表現できていない

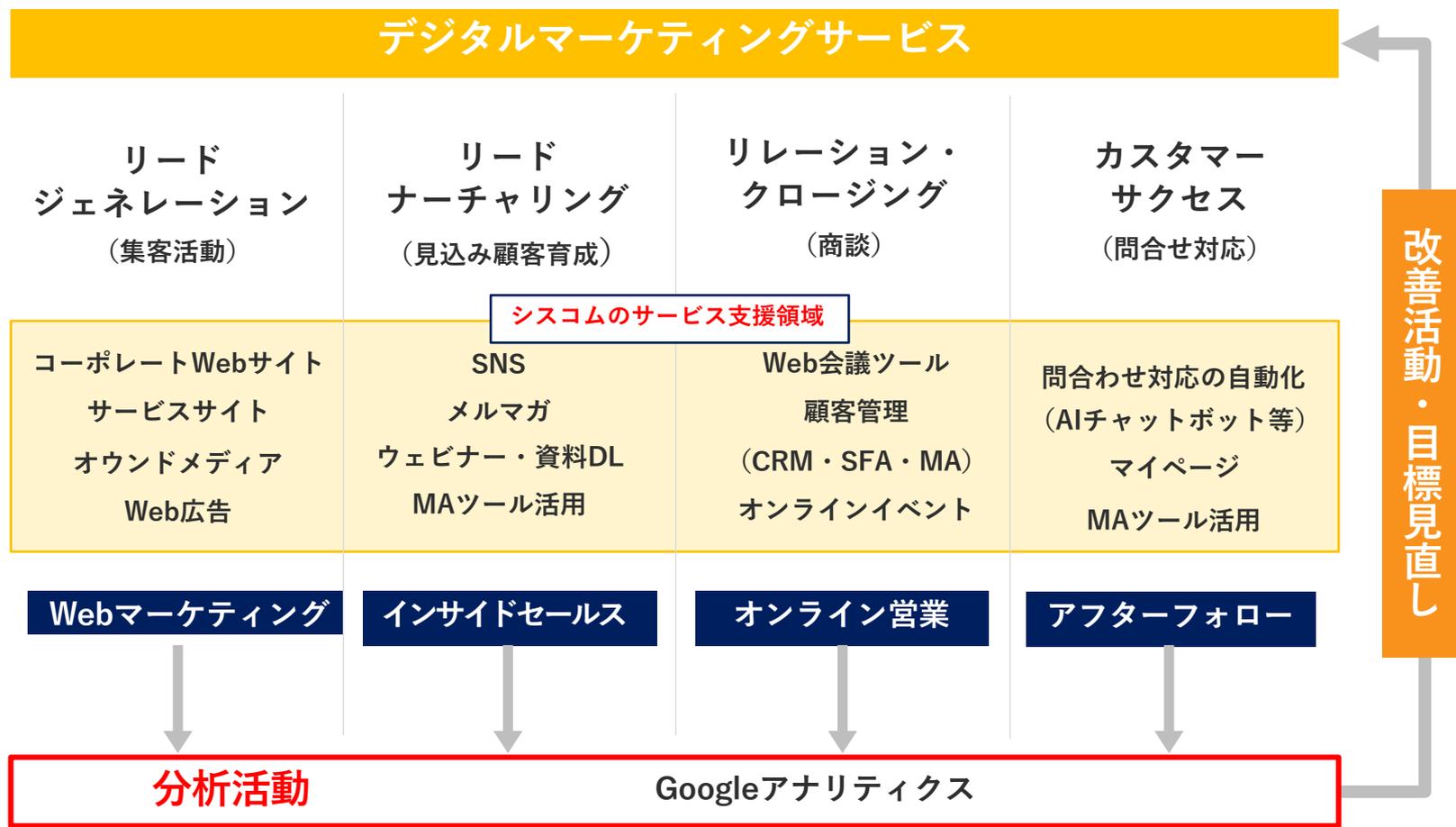
最短5営業日で
診断結果が届きます。

無料診断はこちら



弊社のご案内

弊社デジタルマーケティングサービスとしては、集客からファン化までをご支援させていただきます。





※すべてがデジタルマーケティングご支援のお客様ではありません。

シスコムについて

商号 株式会社シスコム
(SYSCOM Co.,Ltd.)

創立 1997年10月1日

住所 〒104-0061
東京都中央区銀座7-17-2
アーク銀座ビルディング2F
TEL 03-6278-7703
FAX 03-6278-7704

代表者 代表取締役社長 小澤 義幸

資本金 10,000 (千円)

取引銀行 三菱UFJ銀行
千葉銀行
城南信用金庫

主要お取引先
(一部抜粋)

財務省
防衛省
サウジアラビア王国大使館
エジプト大使館
クウェート国大使館
日本政府観光局 (JNTO)
独立行政法人国際協力機構 (JETRO)
独立行政法人理化学研究所
独立行政法人国立科学博物館
国立研究開発法人国立がん研究センター
日本循環器学会
日本心臓リハビリテーション学会
聖路加国際病院
公益社団法人 日本バス協会
日本弁理士会
東京大学
上智大学
立教大学
株式会社朝日新聞社
株式会社日本取引所グループ
株式会社大和証券グループ本社
NTTコミュニケーションズ株式会社
株式会社日立製作所
出光興産株式会社
株式会社LIXIL
三井不動産株式会社
清水建設株式会社
東急不動産株式会社
株式会社タカラレーベン
味の素株式会社
三菱ケミカル株式会社
丸紅株式会社
兼松株式会社
グラクソ・スミスクライン株式会社
三井住友ファイナンス&リース株式会社
コニカミノルタ株式会社
株式会社JTB
株式会社H.I.S
株式会社ウェザーニューズ
株式会社キッツ
不二製油グループ本社株式会社
株式会社ポニーキャニオン

(順不同/敬称略)

お問い合わせ、ご相談は

株式会社シスコム

TEL 03-6278-7703

<https://www.gohp.jp/>

eigyou@syscom-Web.com

Webサイト全般に関するご相談はお気軽にお問い合わせください

株式会社シスコム

〒104-0061

東京都中央区銀座7丁目17-2 アーク銀座ビルディング2階



03-6278-7703



<https://www.gohp.jp>



03-6278-7704



eigyoun@syscom-Web.com

営業企画部

お問い合わせはこちら

