

# 成果が出るサイトの構造とは

## 本日はセミナーにご参加いただき ありがとうございます

- 12:45にセミナーを開始いたします
- マイクをオフにさせて頂いております。周囲で音がしてもセミナーには影響ありませんので、ご安心下さい
- ぜひ、メモをご用意ください
- ご質問はzoomのチャットから受け付けます



# あきばれホームページ

## 成果が出るサイトの構造とは

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2021/07/29

# 本日の目次

---

1. 成果が出るサイト構造
2. 各ページの役割と作り方のポイント
3. まとめ

# 1. 成果が出るサイト構造

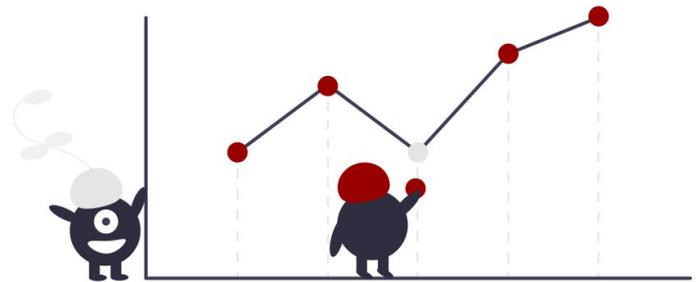
# 成果が出るサイトとは

ユーザーファースト(ターゲットファースト)で作られたサイトかつ、専門性の高いサイトです。

基準は競合や、狙うキーワードにもよりますが、ユーザーファーストでない、専門性が高くないサイトは

- アクセスがあってもお問い合わせにつながらない
- そもそもアクセスが集められない

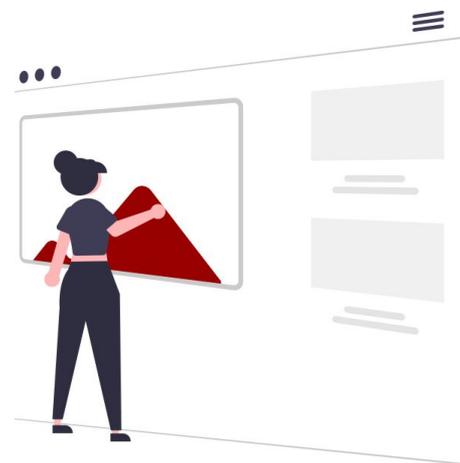
といったサイトになってしまいます。



# 成果が出るサイトの構造とは

成果が出ているサイトを分析したところ、ほとんどの業種で共通するコンテンツがあります。(順不同)

1. サービス紹介
  - ↳ サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. お客様の声、事例
5. 会社概要(店舗概要)
6. 問い合わせ
7. 特徴、選ばれる理由
8. サービスの流れ



1~4について詳しく解説いたします。

## 2.各ページの役割

# サービス紹介ページの役割

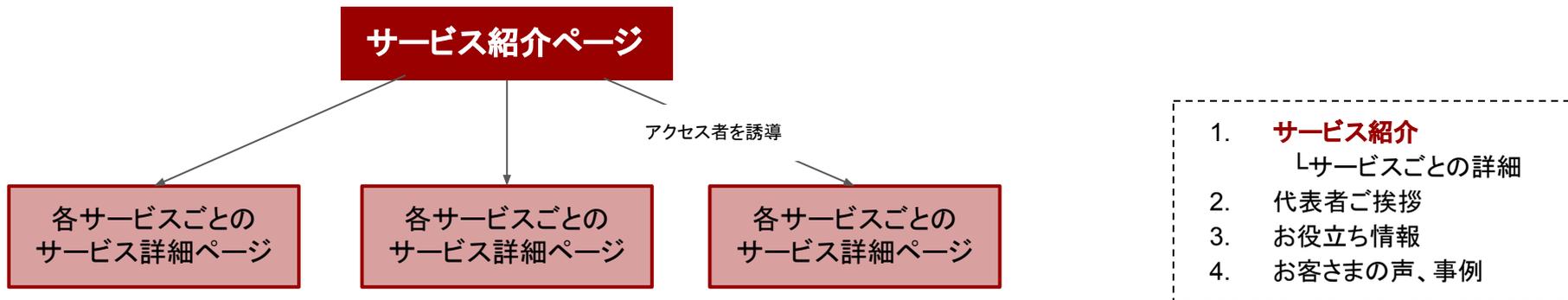
「サービス紹介ページ」役割を一言で表すと、**アクセス者が自分の悩みを解決するサービスを見つけやすくすること**です。

ホームページで集客したい、全てのサービスの概要を掲載します。

そうすることで、アクセス者は御社のサービス内容を把握し、その中から自分の悩みを解決してくれそうなサービスを見つけ出します。

そして、「サービス紹介ページ」から「各サービスごとのサービス詳細ページ」へ誘導することで、各サービスのメリットや内容をより詳しくアクセス者は理解してくれます。

各サービスごとのメリットや内容をより詳しく理解してもらえれば、お問合せに繋がる確率はグッと上がります。



# サービス紹介ページを作成するポイント

## POINT サービス名とサービスの概要を網羅的に記載する

アクセス者になったつもりで作成をしてください。  
サービス概要として掲載していただきたいことは、下記の 2点です。

1. アクセス者の悩み
  2. その悩みを解決できることがわかるサービス内容
- サービス概要なので、文字数は 200文字程度で構いません。

サービス概要を読み終わった方に「自分の悩みを解決できそうなサービスだと思ってもらう」ことを意識して、サービス概要を掲載しましょう。

例) 司法書士のホームページで、相続手続きを行いたい場合の「サービス概要」

### 【1. アクセス者のお悩みパート】

相続発生後に、何から手をつけていいかわからない方は少なくありません。  
また、身近な人が亡くなり、気持ちにも余裕がないですね。

### 【2. その悩みを解決できることがわかるサービス内容パート】

そんな時は弊所の「相続手続き丸ごとお任せサービス」をご利用ください。  
「相続手続き丸ごとお任せサービス」なら、お客さまには必要な書類を集めていただくだけで、必要な手続きは全て代行いたします。  
相続税の申告が必要な場合も、税理士と連携して対応いたします。

1. **サービス紹介**  
↳ サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. お客さまの声、事例

# 各サービスごとのサービス詳細ページの役割

「サービスごとのサービス詳細ページ」の役割は、

- 各サービスごとの詳細を伝えて
- アクセス者に自分の悩みを解決できると思ってもらう

ことです。

つまり、アクセス者にサービスを利用してもらえるように説得する ページだと言えます。

文字数は**2,000~3,000**文字を目指しましょう。

アクセス者を説得するためにサービス内容をご紹介するためには、**2,000~3,000**文字ぐらいは必要になるはず。

また、狙ったキーワードで上位表示するためには、ページにある程度ボリュームを持たせることも重要です。



1. サービス紹介  
↳ サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. お客様の声、事例

# 各サービスごとのサービス詳細ページを作成する 2つのポイント

## POINT1 サービスを利用するイメージを持ってもらうこと

アクセス者にお問合せ、あるいはお申込みしてもらうためには、サービスを利用するイメージを持ってもらう必要があります。

特にアクセス者がサービス内容を思い描きにくい業種ほど、サービスの内容を詳細に説明することを心がけましょう。

どれだけ多くのアクセスを集めても、サービスを利用するイメージをアクセス者に抱かせることができなければ、お問合せは増えません。



1. サービス紹介  
↳ サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. お客様の声、事例

# 各サービスごとのサービス詳細ページを作成する 2つのポイント

## POINT2 サービスを利用するメリットを伝えること

いくらサービスを利用するイメージを持ってもらっても、アクセス者がサービスを利用するメリットを感じなければ、お問合せ・お申込みしてくれません。

そのため、「サービスごとのサービス詳細ページ」を読んだアクセス者がサービスのメリットを理解できるように、ページを作成しましょう。

サービスを提供するメリットは、わかりやすく「サービスを利用する3つのメリット」のような形で掲載することをお勧めします。



1. サービス紹介  
↳ サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. お客様の声、事例

# 各サービスごとのサービス詳細ページのコンテンツ

## ページ最上部の見出し・文章について

ページ最上部の見出し内には、下記 2 点を記載しましょう。

- サービスの概要
- サービスを利用するメリット

アクセス者はページ最上部の見出しと文章を見て、そのページを読むか決めます。

そのため、最上部の見出しと文章を見ただけで、そのページの内容がわかるようにしましょう。

そのためには、「サービス概要」と「サービスを利用するメリット」を記載する必要があります。

どんなサービスで、そのサービスがどんなメリットがあるかを 200～300文字程度でご記入ください。

<http://naruhodo.support-cms.jp/sample>



1. サービス紹介  
↳ サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. お客様の声、事例

# 各サービスごとのサービス詳細ページのコンテンツ

## 「特徴(orメリット)」について

「〇〇サービスの特徴(orメリット)」の見出し内の文章には、各サービスごとの特徴(orメリット)を記入しましょう。

各サービスごとの特徴やメリットが多すぎると、アクセス者に読まれにくくなりますし、少なすぎると説得できなくなります。

そのため、特徴やメリットは3～5つ程度におさめてください。

特徴やメリットを書く時のポイントは、この3つです。

1. アクセス者のお悩みを解決できる特徴(orメリット)を掲載する
2. 見出しを読んだだけで、アクセス者にメリットが伝わる
3. メリットを提供できる具体的な根拠を書く



**SSLオプション導入の3つのメリット**

**メリット 1** ホームページのセキュリティを強化

SSLとは、インターネット上の通信に第三者である認証局を介らせることで、

- 通信の暗号化 (覗き見の防止)
- サーバの認証 (なりすましの防止)

などを行い、ホームページを開覧する端末 (パソコンやスマホなど) とサーバの間の通信を安全なものにしよう、という仕組み。

例えば、フォームページにSSLを設定することで、お客さまが入力した内容が暗号化され、悪意のある第三者に奪われる可能性が低減といったメリットがあります。

このように、SSLオプションへのお申込みにより、弊社ホームページのセキュリティを強化できます。

**メリット 2** ホームページの信頼性を高めて、反応率UP!

ホームページへアクセスするお客さまにとって、セキュリティ対策の有無は気になることです。

SSL設定済みのURLは「https://」というかたちで表示される (※) ため、

1. サービス紹介  
↳ サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. お客さまの声、事例

# 各サービスごとのサービス詳細ページのコンテンツ

## 「料金表」について

アクセス者にお問合せ・お申込みしてもらうためには、アクセス者が抱えているサービスに関わる不安を解消する必要があります。アクセス者がよく抱く不安の1つに「サービス料金」があります。

サービスの料金がわからないと、いくらかかるのか不安になるため、なかなかお問合せ・お申込みしてくれませんか。そのため、各サービスごとの料金を明記しておきましょう。

### 状況によってサービス費用が異なる場合は・・・

1. 最低金額を記載する(25,000円～)
2. 金額がイメージできる事例を掲載する

#### 例 経営コンサルの場合)

従業員1,000人以下、年間売上高 10億円の企業に下記内容でご依頼いただいた場合、サービス費用は月々400万円となります。

- 月1度の面談
- 面談の内容を元にした経営課題の抽出
- 課題を解決するプロジェクトの立ち上げ、運営

実際にかかる必要については、条件をお伺いさせていただいた上でヒアリングいたしますので、お気軽にご相談ください。

■ 独自ドメインSSL	
初期費用	19,000円 (税込)
月額費用	1,000円 (税込)
SSL証明書更新費用 (2年目以降、年1回発生)	9,000円 (税込)

※ホームページで独自ドメインを利用されている方は、こちらをお選びください。  
※独自ドメインを利用中の方でも、ドメインの管理が弊社ではなく、かつDNSも弊社のものでない場合はサービスをご利用いただくことができません。詳しくは、サポートセンターまでお問合せください。

■ 共有ドメインSSL	
初期費用	10,000円 (税込)
月額費用	1,000円 (税込)
SSL証明書更新費用	なし

※ホームページで共有ドメインをご利用の方は「URLが http://\*\*\*\*\*akibane.ne.jp/ ああはれ http://\*\*\*\*\*blogletp.ne.jp/ の類の方は」こちらをお選びください。

SSLオプションに関するお問合せはこちら

※リンク先のお問合せフォームより、SSLオプションをサポートセンターへお問合せいただけます。

1. サービス紹介  
↳ サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. お客様の声、事例

# 各サービスごとのサービス詳細ページのコンテンツ

## 「サービスの流れ」について

「〇〇サービスの流れ」の見出し内では、**お問合せからサービス提供完了までの流れ**をご説明ください。

事前にサービスの流れをご説明することで、  
アクセス者のサービス利用時の不安を解消できます。

サービスの流れはできるだけ7つくらいまでにおさえてください。  
あまり長すぎるとアクセス者が理解しづらくなります。

状況によってサービスの流れが変わる場合は、  
最も多い流れを掲載していただければと思います。

各ステップごとの説明文には、それぞれ下記2点をご記入ください。

- お客さまに行っていただきたいこと
- 御社が行うこと

この2点を記入すると、アクセス者はサービスの流れを  
理解しやすくなります。

**SSLオプションの流れ**

お問合せからサービスをご提供するまでの流れをご紹介します

**Step 1** 【お客さま→弊社】  
フォームからお申込み

【あきばれホームページ】オプションページ内にある「お申込みフォーム」から、お申込みください。

※下記リンク先のお申込みページは、実際に弊社が運用しているお申込みページです。

SSLオプションお申込みページへ





**Step 2** 【弊社→お客さま】  
「申込み内容の確認メール」を送付

弊社から、お申込み内容の確認メールを送付します。

※申込み内容に不備がある場合は、このときに確認をさせていただきます。





1. サービス紹介  
↳ **サービスごとの詳細**
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. お客さまの声、事例

# 各サービスごとのサービス詳細ページのコンテンツ

## 「事例」について

「〇〇サービスをご利用いただいた事例」では、  
実際に御社のサービスをご利用されたお客さまの事例を掲載してください。

サービスの利用事例を掲載することで、  
アクセス者がサービスを利用するイメージを持ってもらいやすくなります。

また、事例を掲載する時は下記3点をセットで掲載しましょう。

- サービスをご利用いただいた方が持っていたお悩みやニーズ
- そのお悩みを解決するために御社が行ったこと
- サービスを提供した結果

### SSLオプションを利用された事例

**voice** ホームページ立ち上げと同時にSSLを導入しました  
コンサルティング会社 広報担当 Sさま

コンサルティングという職業柄、ホームページを見たお客さまに「いかに信頼していただけるか」が重要になります。

そのため【あきばれホームページ】へ会社の公式ホームページを依頼すると同時に、SSLオプションを導入しました。



ホームページのデザインやコンテンツはもちろん、セキュリティ対策にも非常に満足しています。

お客さまに信頼していただけるホームページを作成したい方には、ぜひSSLオプションをお勧めします。

**voice** 初心者の私でも、安心してSSLを設定できました  
治療院経営 Yさま

最近、Chromeでホームページを開くと毎回「保護されていない通信」といった表示が出るようになってしまい、ただただ不安になっていました。



そこでサポートセンターの方へ問合せをしたところ、「SSL導入により表示を消すことができる」「SSL設定は必

1. サービス紹介  
↳ サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. お客さまの声、事例

# 代表者ご挨拶ページの役割

「代表者ご挨拶ページ」の役割は、以下 2点を伝えることでアクセス者の信頼感を得ることです。

- 代表者の人柄
- 代表者の経歴や特徴

「代表者」の方が直接サービスを提供することが多い、コンサルティングや士業、治療院、医療関係の方には特に重要なページです。



1. サービス紹介  
↳ サービスごとの詳細
2. **代表者ご挨拶**
3. お役立ち情報
4. お客様の声、事例

# 代表者ご挨拶ページを作成する3つのポイント

## POINT1 代表者の写真を掲載する

代表者の人柄を伝えるために写真を掲載しましょう。

テキストでは伝わらない、その人の雰囲気写真をなら伝えることができます。

掲載する写真は、

- 専門家らしさをアピールしたいのであれば、真顔や引き締まった表情の写真
- 親近感をアピールしたいのであれば、笑顔の写真

がお勧めです。



1. サービス紹介  
↳サービスごとの詳細
2. **代表者ご挨拶**
3. お役立ち情報
4. お客様の声、事例

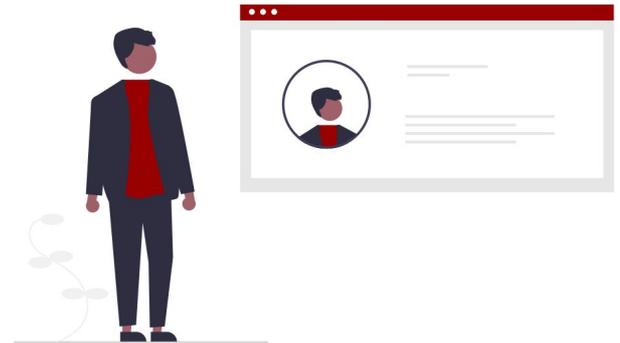
# 代表者ご挨拶ページを作成する3つのポイント

## POINT2 代表者の能力や実績をアピールできる項目を掲載する

代表者の能力や実績をアピールするために、下記項目も追加しましょう。

- 資格
- 経歴
- 所属団体
- 著書
- 受賞歴
- 開催したセミナー・研修

上記以外にも、ご提供されるサービスに関する実績や能力にアピールできることがあれば掲載することをお勧めします。



1. サービス紹介  
↳サービスごとの詳細
2. **代表者ご挨拶**
3. お役立ち情報
4. お客様の声、事例

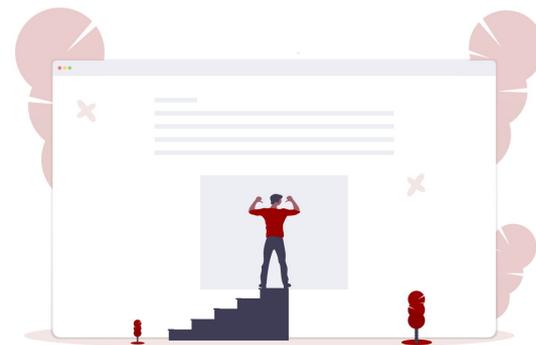
# 代表者ご挨拶ページを作成する3つのポイント

## POINT3 代表者のビジネスにかける想いを伝える

代表者の方の「ビジネスにかける想い」を伝えることで、アクセス者がその「想い」に心動かされ、この人をお願いしたいと思ってもらえる可能性があります。

「代表者ごあいさつページ」の見出し内の文章を  
下記内容でお書きいただければ「代表者の想い」が伝わるはずです。

- 会社の運営方針やコンセプト、モットー
- 事業を始めた理由
- 事業にかける想い
- 仕事において、誇りに思っていること
- サービス利用者にどうなって欲しいと思っているか



1. サービス紹介  
↳ サービスごとの詳細
2. **代表者ご挨拶**
3. お役立ち情報
4. お客様の声、事例

# お役立ち情報ページの役割

「お役立ち情報ページ」の役割は、以下 2点です。

- 提供するサービスの専門家だと思ってもらい、サイトや御社の信頼性を高めること
- SEO(お役立ち情報に関連するキーワードで検索結果に表示されやすくなる)

です。



1. サービス紹介  
↳サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. **お役立ち情報**
4. お客様の声、事例

# お役立ち情報ページを作成する2つのポイント

## POINT1 提供するサービスの専門家だと思ってもら

ご提供するサービスに関する専門的な知識や情報を多く掲載することで、アクセス者から専門家だと思ってもらいやすくなります。

ただ、専門的な知識や情報を掲載する時に注意していただきたいのは、下記2点です。

- アクセス者が知りたい情報を掲載する
- 専門的な知識や情報をわかりやすく解説する

アクセス者は自分が知りたい情報だけ見るため、いくら専門的な知識を掲載しても、アクセス者の知りたい情報でなければ見てもらえません。

また、専門的な知識や情報を誰にとってもわかりやすく解説することも大切です。専門用語だらけの文章では、アクセス者は読んでくれません。

そのため、なるべく専門用語や専門家しか理解できない表現は使わないようにしましょう。

1. サービス紹介  
↳ サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. **お役立ち情報**
4. お客様の声、事例

# お役立ち情報ページを作成する2つのポイント

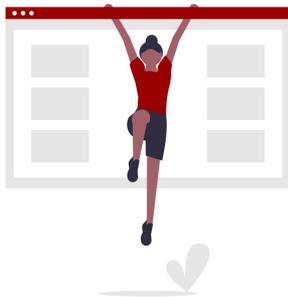
## POINT2 SEO対策(お役立ち情報に関連するキーワードで検索結果に表示されやすくなる)

「お役立ち情報ページ」を作成することで、SEO対策になることもあります。

「お役立ち情報ページ」の内容は、提供するサービスに関するアクセス者の知りたい情報です。

そのため、アクセス者がお悩みやニーズを解消する情報を探す時に入力するキーワードで「お役立ち情報ページ」が検索結果に表示されやすくなります。

すぐにサービスには繋がりにくいものの、役に立つ情報を提供している会社や店舗だとアクセス者に認知してもらうことで、なにかあった時にお問合せやお申込みしてくれる可能性が高くなります。



1. サービス紹介
  - ↳サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. **お役立ち情報**
4. お客様の声、事例

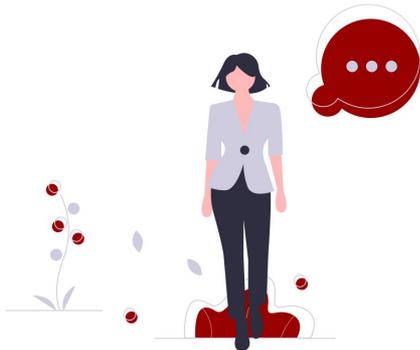
# お客様の声、事例ページの役割

「お客様の声ページ」の役割は、お問合せ・お申込みするか迷っているアクセス者の背中を押してあげることです。

サービス内容とサービスを利用するメリットを理解し、御社を信頼していただいても、迷うアクセス者の方が多いと思います。

そのように迷っているアクセス者に効果的なのが、実際のお客様の声です。

Amazonや楽天の口コミやレビューのように、サービスを利用したお客様の評判が良いことがお問合せ・お申込みするきっかけになります。



1. サービス紹介  
↳ サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. **お客様の声、事例**

# お客様の声、事例ページを作成する2つのポイント

## POINT1 お客様の写真を掲載する

お客様ご本人のお写真か、お客様とサービス提供者の2ショットがあれば、「やらせ感がなくなります。

ただ、お客様ご本人の写真を掲載するのが難しいことも多いです。

その場合は、「お客様の声アンケート」を紙で作っていただき、そのアンケートをサービス提供後に実施してもらいます。

そして、そのアンケート用紙を写真に撮って、サイトに掲載することでも信頼感は得られます。

アンケート用紙を写真として掲載する際の注意点ですが、用紙内の文字はテキスト化してサイトに掲載しましょう。

テキストにすることでSEOの効果も見込めます。

1. サービス紹介  
↳サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. **お客様の声、事例**

# お客様の声、事例ページを作成する2つのポイント

## POINT2 なるべく原文のまま掲載する

自社の強みや特徴をアピールしたいからといって、文章に手を加えるのは NGです。

また、あまり綺麗な文章にすると逆にヤラセ感が出てしまうので、いただいた言葉やアンケート用紙の文章のまま、サイトに掲載しましょう。

口頭で喜びの言葉をいただいた場合は、口語体で文章化すると、「ヤラセ感」はなくなります。



1. サービス紹介  
↳サービスごとの詳細
2. 代表者ご挨拶
3. お役立ち情報
4. **お客様の声、事例**

## 3.まとめ

- ❖ 成果を出すためにはユーザーファーストが重要
- ❖ 1~4を作っていない場合は優先的に作成をお願いいたします。特にサービス詳細ページは問い合わせにもつながりやすいページのため、アクセス者にサービスを利用してもらえよう説得できるようにする

すでにページを作っている場合も改めて、アクセス者目線でページの見直しをお願いいたします。



# まだまだコロナは続きますが..

---

## 次回は、8/5 木曜日の12:45～13:30の予定です

テーマ：未定

## 新型コロナウイルスに負けずに がんばりましょう！