

Webサイトの基本となる情報 まとめ資料

制作者 クリエイトアコード(活動名:夜空きり)



Web制作会社、フリーランス(個人事業主)により、考え方が異なりますので、
クリエイトアコードが思う「Webサイトの基本となる情報」をまとめた資料であることをご留意の上で
ご覧いただけましたら幸いです。

1

お問い合わせ

2

ヒアリング・企画提案(計画の共有)・見積

3

サイト設計(企画・サイト構造等の設計)

4

サイトデザイン(見た目のデザイン、見やすくするための情報整理など)

5

コーディング・プログラミング(マークアップ、デザインを形にする)

6

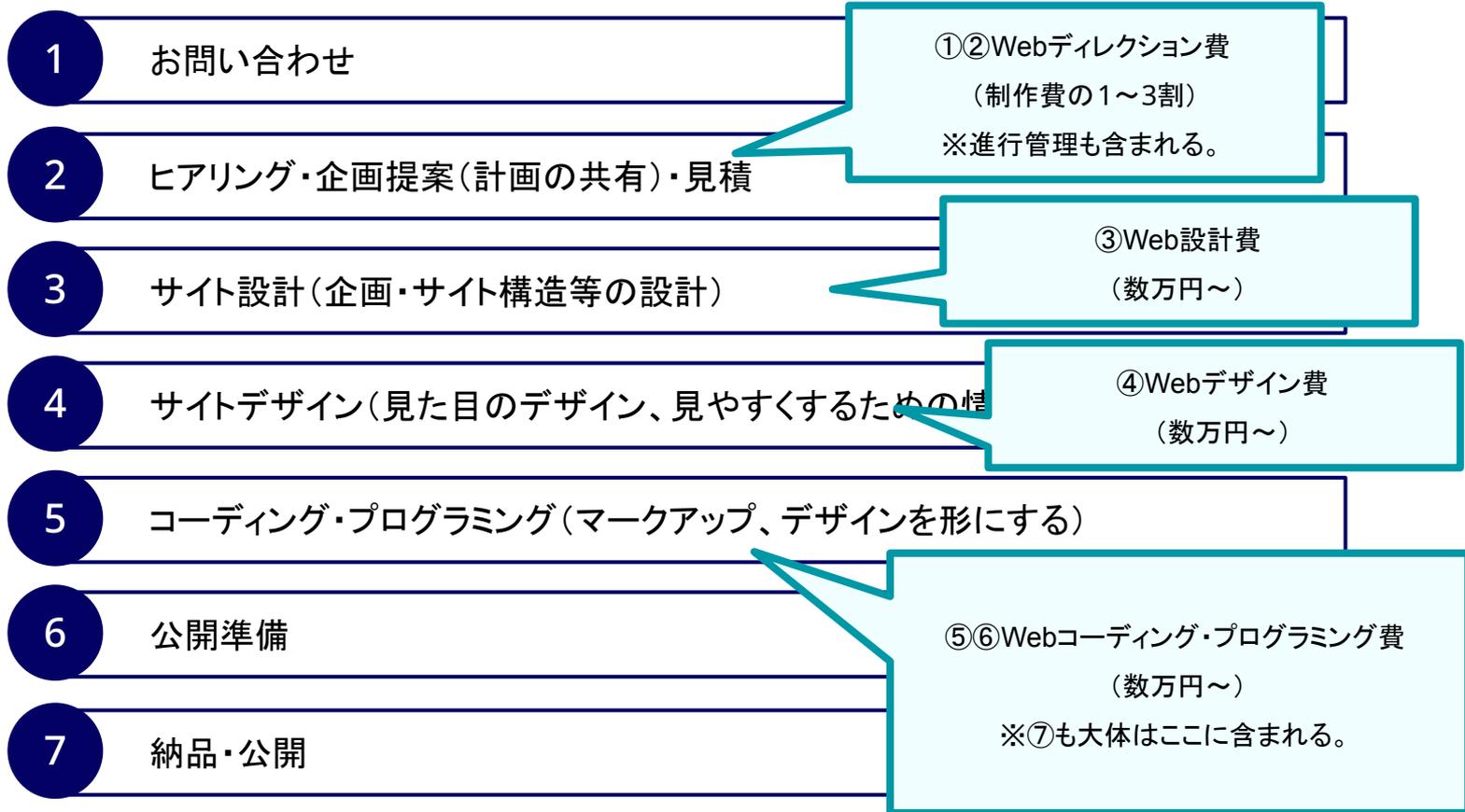
公開準備

7

納品・公開

大体のコーポレートサイトは数十万～百数十万が相場観となります。

【Webサイト】Webサイト制作費の予算感



サイトの規模感により、他にも「会員機能」も必要になることがあります。

HOME(トップページ)

サービスページ

(ボリュームや状況により、
詳細ページや下層ページも必須に)

会社概要(または運営者情報)ページ

どのサイトで必須といっても過言ではないページ

必ずしも必須とは限らないページ
(条件次第では必須となる)

お問い合わせページ

プライバシーポリシーページ

(ほぼ必須)

特定商取引法に基づく表記ページ

(訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引、
特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引)

サイトマップページ

ブログ

営業・名刺等を経由してWebサイトを
閲覧する場合があります。

チラシ
CM
新聞
SNS
検索エンジン
例: Google検索
その他広告

Webサイト
HOME
(トップページ)
または
ランディングページ

※ここからお問い合わせページ(または電話など)に進む場合あり

Webサイト
サービスページ
お問い合わせ
フォーム

※ここからお問い合わせページ(または電話など)に進む場合あり

離脱

離脱

Webサイトで、商品・サービス・会社の魅力(購入 / 利用することで得られるメリット)を感じないと、Webサイトから離脱してしまう
(受け皿から水がこぼれて落ちていってしまう)

お問い合わせ完了

1 ターゲット・競合との差別化ポイントを含めた情報設計・デザイン

2 ユーザーファースト(ストレスを感じさせず、必要な情報を伝える)

3 情報漏えいや改ざん防止のために行うシステムのセキュリティ対策

4 スマートフォン(表示領域 / 画面が小さいデバイス)への配慮



必要な情報を探しにくい

必要な情報にたどり着くまでに時間がかかる ページ遷移数が多い

情報量が多すぎる、概要がまとまっていない

SSL化がされていないなど、不安を感じさせる

閲覧するのに疲れる(例:アニメーション多用) ページ表示時間がかかりすぎる(例秒以上)

信用できる情報がない(運営者に関する情報がない)

離脱要因に！

1 お問い合わせ

2 ヒアリング・企画提案(計画の共有)・見積

3 サイト設計(企画・サイト構造等の設計)

4 サイトデザイン

5 コーディング・プログラミング

6 公開準備

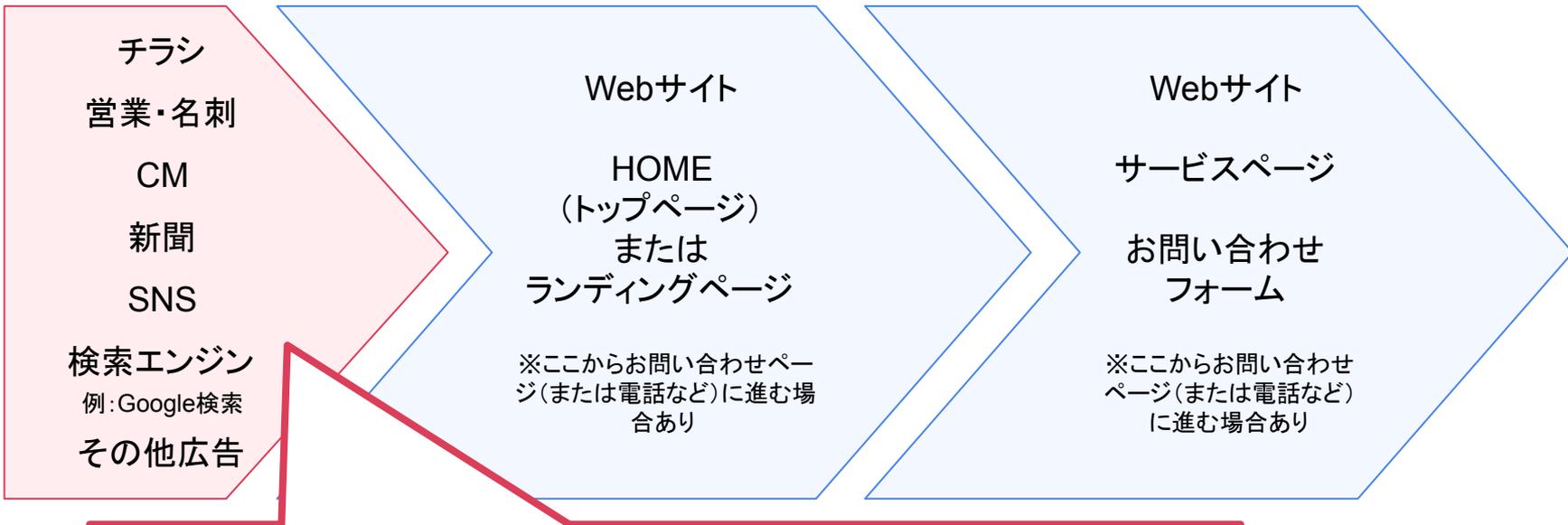
7 納品・公開

ご予算が限られている場合、業種やブランディングによっては、見た目のデザインや「何をどうやって実装するか」よりも、お問い合わせまでのストーリーやお問い合わせフォーム・お問い合わせ完了までの導線を優先した方が
良い場合があります。

(予算に余裕がある / 予算の上限がないなら、「全部」に力を入れた方が良いでしょう)

業種や戦略によっては、見た目ではイメージや魅力を伝えることがお問い合わせへの導線よりも優先した方が
良い場合があります。

(最終目標(ゴール)が周知・来店の場合も、設計よりも他の要素を優先した方が良い場合があります)
この場合でも、イメージや魅力を伝えるために必要な
ので、ヒアリングは力を入れた方が良いでしょう。



Webサイト(土台、情報の受け皿)がしっかりとしていることが前提ではありますが、Webサイトに促して、お問い合わせ完了につなげたい場合は、閲覧数を増やすために、**Webサイトの流入**にもしっかりと力を入れると良いでしょう。

最後までご覧いただき、ありがとうございました！

ホームページ(Webサイト)に関するお悩みやWeb集客でお困りの方は、
お困りごとについて遠慮なくクリエイトアコードまでご相談ください。

お問い合わせページ



<https://create-accord.com/contact/>

もっと詳しく
知りたい方は
コチラ

ホームページ



<https://create-accord.com/>

改善ポイント(改善箇所)が多ければ多いほど費用は高くなっていきます。

【おまけ】Webサイト改善にかかる費用感

