

【ホームページ無料診断シート】

ホームページアドレス http://www.xxxxxx.com/ サイト名 XXXXXXXXXXXX 業種 XXXXXXXXXXXX			
no.	チェック項目	診断	何をすべきでしょうか
1	ホームページの目的	このホームページは企業イメージの向上を目的にしているのか、集客を目的にしているのかはっきりしていません。	
2	全体の見た目	全体的に3Dグラフィック画像や写真を多用して、デザインに凝った作りです。しかし、トップページはほとんどが英語で書かれており、誰に対して情報を発信しようとしているのかが伝わりません。このページに来てくれた人に、直感で興味を抱かせるための仕掛けがされていません。	
3	一目で事業内容が解る	一目でわかるとは言い難いようです。事業の一部はトップページの画像で予測はつきますが、御社がサイトを見に来てくれた人に何をしてあげられるのか、どんな悩みを解決してくれるのかは、下層ページをよく読み込まなければ分かりません。	
4	顧客像	あなたの会社が誰をターゲットにしているのか、見ている人には伝わりません。商圏が限られたサービスをされていますので、それも伝えるようにしましょう。どういう悩みを持っている人に来て欲しいのか、どういう希望がある人をターゲットにしているのかを明確にして、それをホームページにはっきりと明記すると、関係ない人に混乱を招かせることはありません。	
5	問合せ	集客を目的にしているホームページであれば、各ページに最低一か所は問い合わせが出来るボタンやリンクを配置しましょう。問い合わせが見積り依頼と共用で使用されていますが、問い合わせ後に営業の連絡が入るのではないかと不安に駆られますので、問い合わせと見積り依頼は分けるようにしましょう。	
6	運営者の顔	会社案内がありません。会社名と電話・FAX番号しかわかりません。少なくとも住所や代表者の名前は記述しましょう。	
7	喚起コピー	トップページ、下層ページ、すべてにキャッチコピーや顧客の気持ちを喚起する言葉がありません。下層ページを見ていくと、お客様のための一口メモ的な情報が盛り込まれていますが、そのページにたどりつく前に他のサイトに移動されてしまう可能性があります。	
8	総評	デザインを重視しすぎて、こちらから情報を届けたいという思いだけが先行しているホームページのようです。顧客像も絞り切れていない印象です。あなたの会社の売りを明確にして、なぜお客様が他ではなく、あなたの会社の商品サービスを利用すべきなのかを打ちだすと、よりターゲットに近いメッセージを発信できるようになるでしょう。	