

ホームページ制作フロー



ホームページ制作に必要な考え方や確認項目

① 要件定義	サイト制作、リニューアルの目的や条件をヒヤリングで情報収集して、ゴールを明確にする為の定義をする。	
	運用期間	継続的、期間的
	目的	BtoB、EC、企業広報、採用、グループウェア、CSR、キャンペーン
	期待する効果	ブランド認知、アクセス向上、売上向上、お問い合わせ向上
	想定ユーザー	既存顧客、見込み顧客
	開発規模	ページ数、Webアプリケーション
	インフラ	ドメイン、サーバーOS、使用可能言語、回線速度、セキュリティー
	予算	初期コスト、ランニングコスト
	スケジュール	公開期日、公開後運用スケジュール
② 情報収集課題分析	競合、企業情報、業界情報などさまざまな面からデータを集め経営やマーケティング手法などビジネス的課題を分析し、サイト上で必要なコンテンツを明確にする。	
	クライアント情報	業種、業績、企業規模、市場シェア、顧客、取引先、ビジネスモデル、販売チャネル、プロモーション手段、現状課題、製品サービスの特徴
	競合情報	同業他社のサイト分析、同業他社業績、同業他社ニュース
	業界情報	マーケット全体の推移、業界ニュース
	経営分析	SWOT分析、ABC分析、バリューチェーン、PPM
	マーケティング	マーケティング・ミックスの4P、アイトマの法則、イノベータ理論
	ブランディング	ブランド価値、ブランドアイデンティティ、ブランドイメージ統一
	企画発想	ブレインストーミング、KJ法、チェックリスト法
③ 制作ディレクション	デザイン	デザインカンプの承認、カテゴリごとのバリエーション、テンプレート、デザインルール、タイポグラフィ、Webセーフカラー、パーツ作成
	コーディング	HTML、XHTML、CSSの記述
	グラフィック	写真撮影、Web画像最適化、イラスト
	リッチコンテンツ	Flash (アニメーション、eラーニング)、動画
	コピー	文章表現、文書構造、表記統一、文字校正
	システム開発	フローチャート、画面遷移、データベース連携、基幹システム連携
	SEO対策	キーワード埋め込み、他サイトからのリンク、最適化コーディング
	ユーザビリティ	使いやすくストレスなくアクセスできるようサイトルール作成
	アクセシビリティ	年齢、体の不自由、ITリテラシーに関係なく情報に到達できる構造
	デバック	対象OS及びブラウザにて表示・レスポンスのテスト
	公開	検索サイト登録、検索連動広告SEM、アフィリエイト、メールマーケティング、口コミ(ブログ・掲示板)、アクセス状況アナリティクス
運用	更新用のCMSや専用管理画面、ユーザー対応、保守メンテナンス	