

## 小・中規模事業者向けサイト構築の実際

---

Iwate::Web Designers Meeting #3

2006/09/09

デイジー・デジタル・デザイン

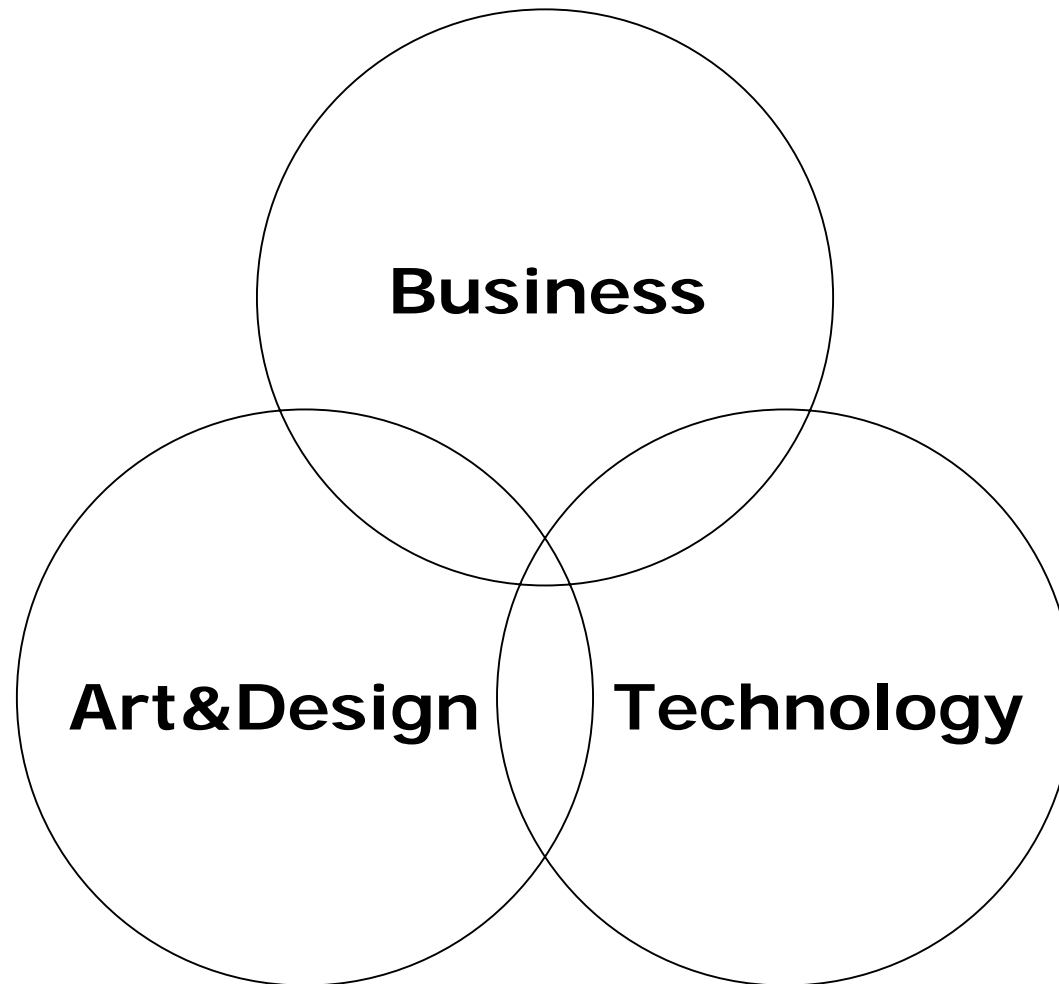
<http://www.daisy-web.com/>

笹平 拓

---

# Web制作者に大切な3つのバランス

---



By Ryo Suzuki

---

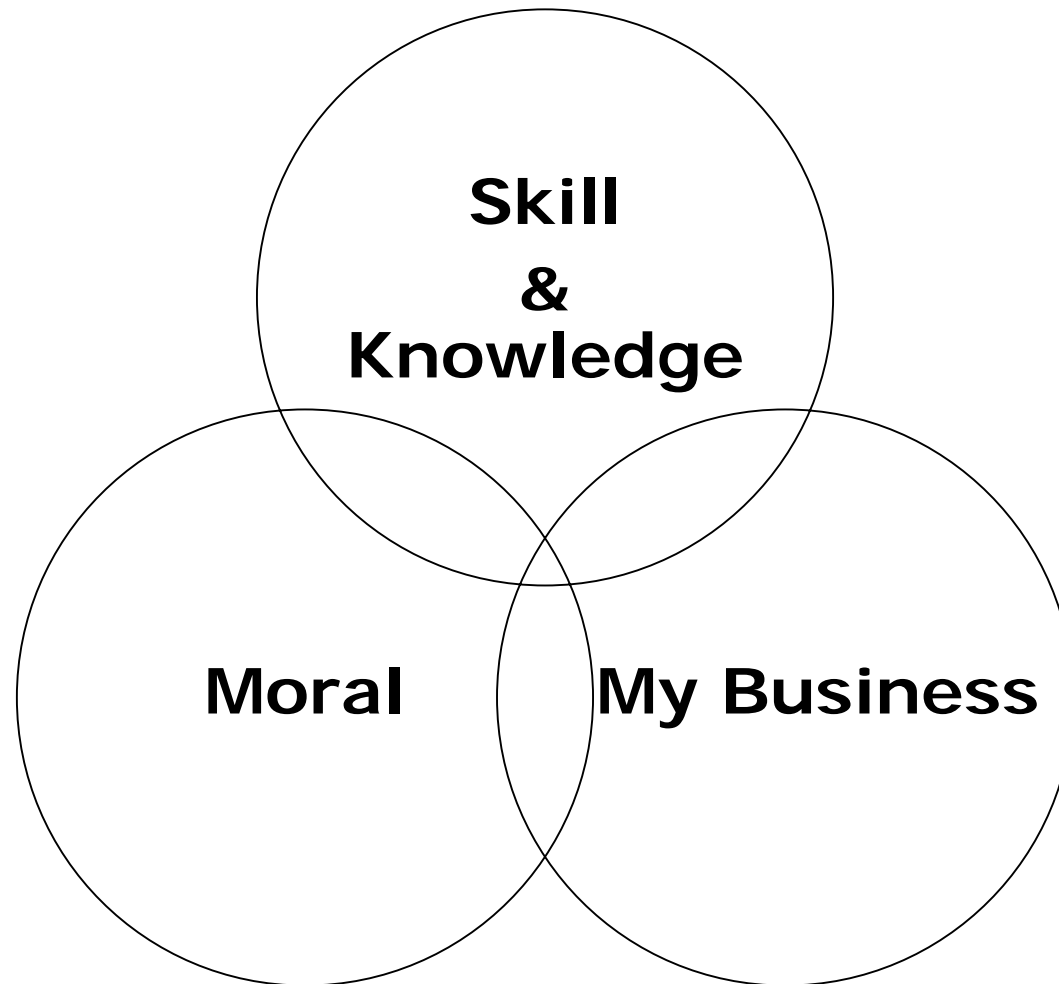
## よくある発注者の本音(たぶん)

---

- 儲かるホームページを作って。
  - 難しいことはよく分かんないから。
  - できるだけ安くね。
  - すぐできるんでしょ？
  
  - ぜんぜん儲からないじゃないか!(怒)
-

# Web制作者に大切な3つの(裏)バランス

---



By Taku Sasahira

---

## 現場で使えるワークフローへ

---

- 発注者の理解を得られやすいこと
  - 手戻りが発生しないこと
  - 再利用可能であること
  - シンプルであること
  - 低コストで実現できること
  - 誰でも使えること
-

## ヒアリング = RFP (Request for proposal)

---

- ヒアリングしながらRFPに落とし込む
  - その記録が企画書&仕様書になる
    - 目的と目標
    - USP (Unique Selling Proposition) の明確化
    - システムについて
    - スケジュールと予算
    - 更新体制の確認
    - 公開後の運用
-

## 「目的」と「目標」

---

- 何のために作るのか？
- 誰のために作るのか？
- どうなれば成功なのか？
- いつまでに達成するのか？



## USP (Unique Selling Proposition)

---

- 同業他社との圧倒的な差別化
    - 同業他社に当てはめて、成立したら負け。
  - キャッチコピーから始める制作もある
    - USPをコピー化し、ビジュアルのゴールにする。
  - SEO/SEMはここでスタート
    - サイト名、ドメイン名の選択
    - キーワードアドバイスツールの活用
-

## システムについて

---

- 使えるサーバ、ホスティングはどこか？
- ホスティングとセットのASP
- OSS、シェアorフリースクリプトの情報収集
- 餅は餅屋 です。

# スケジュールと予算

---

- 見積りはどうする？
  - 一式:できるだけ避けましょう
  - ページ単価:作業難易度別にランクをつける
  - 工数:これが基本。クライアント受けが悪い場合は、内部的にページ単価に変換。
- スケジュールについて
  - ごめんなさいごめんなさい ・・(つД`´)・・ ウェーン



# 更新体制の確認

---

- 更新を担当するのは誰か
- どれくらいの頻度で更新するのか
- どんな方法で更新するのか
  - 自社で更新したいというニーズ
  - CMS導入の可否
  - ホームページ・ビルダー、使わないけど1本持っておきましょう
  - 講習費用をきちんと計上しましょう

## 公開後の運用

---

- アクセス解析
- メールマガジン
- キャンペーンなど



## サイトマップ

---

- トップのワイヤースケッチ＋サイトマップ形式が好評
- デザイン案はできるだけ後回し
  - 雑誌をベンチマークにするのが意外に有効。



## まとめ

---

- 岩手の実情に即したワークフローを。
  - ノウハウやドキュメント類は、  
できる範囲で共有していきましょう。
  - いい仕事をしていれば、  
いつかいいことがある！（たぶん）
  - がんばって生き延びよう！
-