

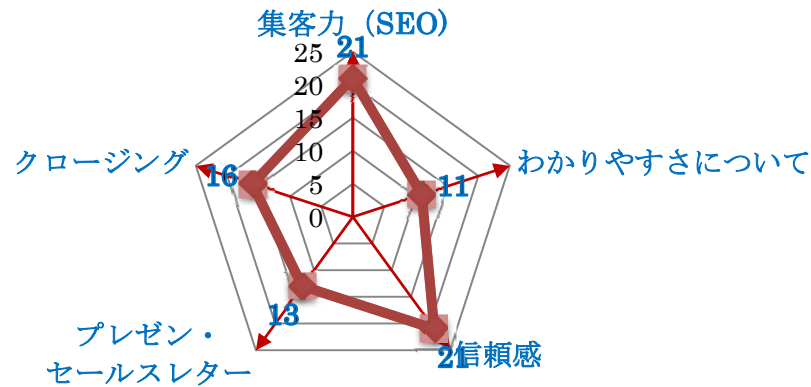
ホームページ

見える化



診断結果

サイト名称	ホームページ診断クリニック 様
URL	http://homepage-shindan.com /
分析期間	2008/6/6 - 2008/6/13
現在の状態	82 point
ポテンシャル (伸びる可能性)	1年後にサイト売上100%アップの可能性：90%以上



総合所見

総合評価 **82 /125 point**

総じて、高い評価のサイトです。

1. 集客力 (SEO) について・・・21 / 25 point

集客力の点数は、25点満点中21点と非常に高得点です。

ディレクトリ構成やHTMLタグなどに若干の改善の余地がありますが、それ以外はほぼ満点といえます。今すぐ手をつける必要はありません。

- 2
- 3
- 4
- 5



ので、
けユー
一や組

クロージングの点数は、25点満点中16点と平均より高めです。

クロージングのセオリーである限定セールや、満足保障などは実施されており、説明も十分です。しかし、それらせっかくのクロージング文章が読まれていない形跡がありますので、いかに読んでもらうかが今後の課題となります。

— サイト「見える化」Dr.による診断結果 —

お悩みであった成約率のアップですが、うまくいく可能性がとて高いといえます。

現状を分析した結果、丸山様のサイトはアクセス数がとても多く、ポテンシャルを十分に備えています。その上で、現在は月1件程度の成約とのことでしたが、この集客レベルであれば5～10件程度/月の成約まで伸びる可能性は十分にあります。すべてを改善すれば、それ以上の集客も実現は可能です。

以下、

まず、
数)が

また、

自己紹
しい言
ませる

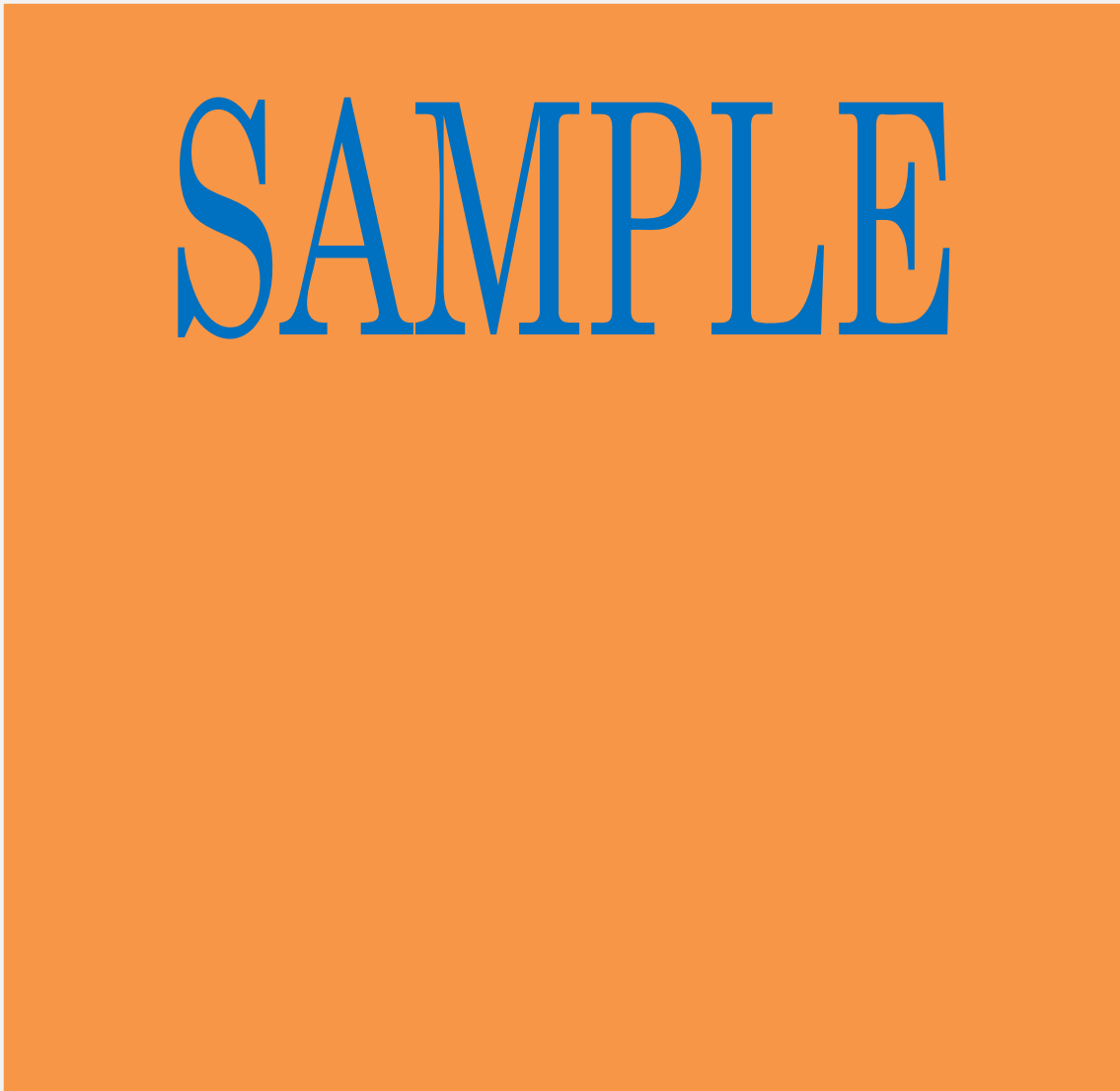
その」
すごく
らも導

たとえ
しかし

また、
この販
販サイ

このフ

わかり
も関連



数(≒アクセス
レベルです。

れていて、楽
ども加えて読

。
s のデータか

人の割合です。
ことです。物

デザイン部分
やすさ」です。

せつかく素晴らしいコンテンツや商品、実績をおもちなのに、これはとても勿体ないことです。丸山様のサイトは、現在、増改築を繰り返したようなつくりになっています。

そのために、情報が今一步整理されておらず、どこに何があるのかがわからない状態です。そこで、大まかな方針としては

- ・一度、サイトにある全情報を整理して、どう見せたらお客さんがわかりやすいかを考える。
- ・グローバルナビ(上のメニュー)を変更し、「大事な情報」をすぐに見てもらえるようにする。
- ・一目で別のサイトにいかれないように上部のキャッチコピーを工夫する。
- ・ボタンはボタン。記事は記事という情報を意識したデザインテクニックを身につける。
- ・メリハリをつけるために、「目立たせない」という技を覚える。

ということが重要だと思います。

そこで、その集客力を維持したままのサイトリニューアルが求められるわけですが、そうすると、かなりのレベルの制作会社でないと対応が難しく、リニューアル費用は百万円を超える可能性も高いです。

そこで、お勧めとしては、やはり、その集客力は維持しつつ、最も効率的な1ページから改善にとりかかるというのがお勧めです。その結果として、全体の集客力は数倍に増加し、さらに見込み客も増え、売上も増えるという結果が期待できます。

たとえば、
結果が変わる

そういつて
られるのか

なお、一点
月はすぐに
きりとした

私はこれを
まったく新

気を長くも
りしますの

次ページは
丸山様のセ

担当

SAMPLE

でも、結

に踏み切

策後1か
が、はっ

まうと、

出てきた

率は90%

の企業を

集客 (SEO) は、サイトで望む成果を出すために、まず意識しなくてはならないポイントです。どれだけ優れたサイトであっても、お客が集まらなくては意味がありません。

外部リンク
5

SAMPLE

集客力
ディレ
すでに
くても

こうい
いとい

恐らく
あまり

今すぐ
ただし
がある
(好転
サイト

・ H1

H1
もと
小見

・ タイ

すべ
タグの

・ パン

されな

が出な

に影響

イトル

現在のサイトは、パンくずナビと呼ばれる、現在お客様がサイト内のどこにいるのか？ということを示すリンクがありませ

ん。これは、SEO上も良くありませんし、お客様にとっても、サイト内で迷う原因となります。これを改善するために、一度、情報を整理（カテゴライズ）し、ユーザーにわかりやすいように並べ替えます。

例) 情

・ブラ

セ

大

普

・パー

セ

大

普

カ

その上で

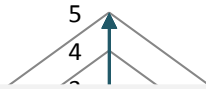
パンく

トツ

SAMPLE

わかりやすさは、集客したユーザーにサイトに留まってもらうために一番重要な要素です。わかりにくいサイトは、他のコンテンツがどれだけ優れていても、ユーザーがすぐ出て行ってしまいますので、絶えず注意する必要があります。

オーダー方法・価格



SAMPLE



わかりやす
丸山様のサ
ぱりどころ

「わかりや
わかりにく
集客力を活

丸山様のサ
た。また、

この改善を
で一旦整理

一般的に、
・自分の求
その後、い
ですので、

丸山様のサ
「大きいサ
「オリジナ
の2点であ

ブラックフ
勧めいたし

「大きいサ
「着やせ効

で、がん

っかくの

られまし

山様の中

ことをお

2. わかりやすさについて

というお客様にわかりやすくメリットを伝えられます。

また、情報の目次が主として大きく、一般的に色がついていて大きい文字ほど、人は重要と目かきやすいため、人間は7つ以上の事項を同時に覚えることができないことが知られています。

また、サイ
まず、メニ:

一番目立つ
優先順位が
ユーザーが

- ・このサイ
 - ・何が特徴か
 - ・価格はい
- ということ
ことができ
また、リン
この対策は
かわかるよ

概して、丸
すさは改善

SAMPLE

人間は7
情報を与

うと、

限を見る

ります。
こいるの

っかりや



今すぐでき

- ・グローバ
- 現在のグ
- ・はじめ
 - ・プリー
 - ・製品一
 - ・セール
 - ・オーダ
 - ・よくあ
 - ・お問い

といったよ
そうするこ
なお、グロ

- ・使う色を
- 現在のサ
大胆な施策
使用する3
インターネ

- ・フォント
- 目立たせ

により、情報にメリハリかつさます。例えば、誰もか気になる値段やSAMPLEといった文字はもともと大胆に大きくし、そのほ

ここで、

しょう。

ること

かの文字の大きさは統一します。そうするとメリハリがつかます。

- ・ヘッ
丸山
「大
「驚
「フ
をも
げるな
- ・ビジ
文章で
もっと
専門サ
その他
文章を
び方か
- ・パン
概要で
します
- ・リン
文章カ
ンダー
そうす

SAMPLE

明度をあ

いサイズ

写真の選

勧めいた

ンクにア

3. 信頼感

信頼感は、サイトでオーダーしてもらうためには無くてはならない要素です。
多くのインターネットユーザーは売主を疑っているため、信頼してもらう工夫をしなければ、逃げていってしまいます。

SAMPLE

信頼感
読み込
けユー
現在の
これに
したた
す。
記事の
特に、

今すく

・丸山
丸山さ
感ア:

・有
通常、
あまり
その点
ロゴの
載して
先方
ありま

・写真

信頼感

どれだ

はずで

もう。
ります。

に、信頼

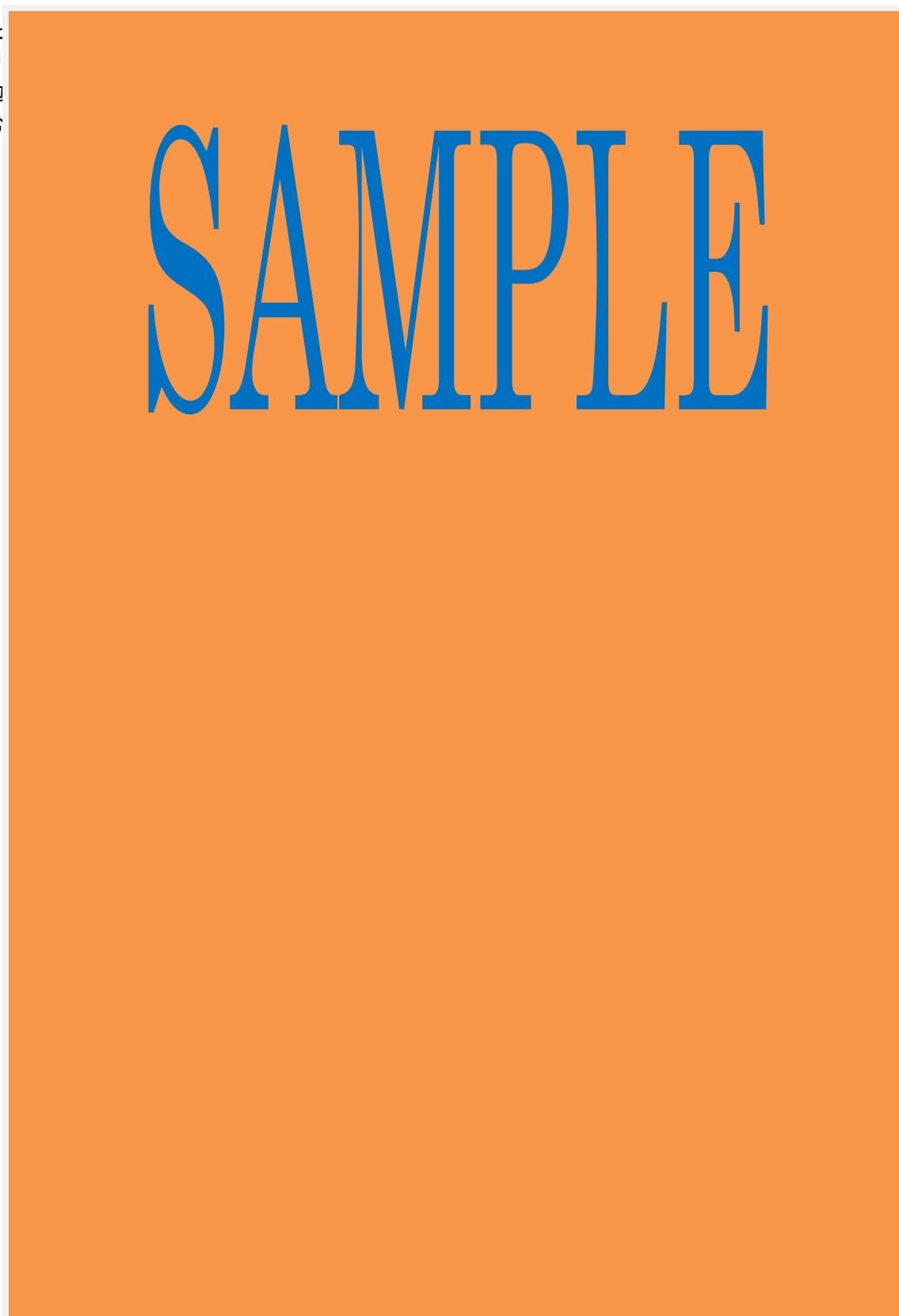
ーザーが

などを掲

の場合も

ユーザーに直接イメージを沸かせるだけに、写真のクオリティは高ければ高いほどいいです。

そういった
余地があり
本などで勉
プロに頼む



、改善の
り切って

4. プレゼン・セールスレター

プレゼン・セールスレターは、商品やサービスに興味を持ってもらうために必要な要素です。まさにサイトのセールスマンともいえます。

SAMPLE

プレゼン

商品の
一や組

現在の
に近い

ホーム
の上で
を話す

現在の
ポイント

キャッ
したが
然に文

今すぐ

・商品
例えば
がどの

一方、
話しを

ストーリー
います。

「セールスマン」

込み、そ
真なこと

より自

この文章

を絞って

他の

・ 1
上記
りづ
1ペ
を読
その
説明
ブラ

・ 商
商品
セー
なり

SAMPLE

す。

付けがわか

心して文章

こついでの

、
が出やすく

どれだけ集客して上手に商品をプレゼンしても、クロージングがなければ商品の販売力は落ちます。ここではクロージング力を測定しています。

SAMPLE

クロ
クロ
ここ
しか
とな
せつ
また
かけ
それ
追伴

また
無料
るこ

今す

・満
せつ
たり

・セ
今は
あく
その
メニ

・オ

ポイント

ジングを

ゼントす

りなかつ

Fられて、

まずは、カタログの無料プレゼントなどを試されるといいと思います。これはコストがかかるので必須ではありませんが、より魅力を感じてもらえるプレゼントがあると、つつい顧客は買ってしまいます。

その費用は
送料が複雑
ピールされ

すが、配
無料をア

SAMPLE

1年以内の飛躍の可能性 90%以上 成約の伸び 2倍以上

以上、丸
総じてポ

そこで、
は2倍以

また、商
とによつ

また、リ
で高くつ
1ページ

一方、ビ

現在、サ

こういつ

また、お
す。リピ

また、ビ
をいかに

そういつ
ながら展

また、そ
ものプラ
いている

では、最
ていただ

このたび
今後とも

丸山様の

SAMPLE

ましたが、

成約の伸び

んでいくこ

数も多いの
ンページ

効です。

立つはずで

のフォロー

余裕を持ち

こは、私ど
まご満足頂

ご掲載させ

売上アップイメージ

SAMPLE

売上ア

※現在の売上

行

フェーズ

1ヶ月目

2ヶ月目

3ヶ月目

4ヶ月目

5ヶ月目

6ヶ月目

7ヶ月目

8ヶ月目

9ヶ月目

10ヶ月目

11ヶ月目

12ヶ月目