

AYATORI is your Business Growing Management partner.

BtoB企業の 戦略的ウェブ活用 のエッセンス

ウェブサイト運営は毎日がオリンピック（世界との闘い！）

プロダクトアウトの時代

モノ不足でありもので十分
⇒ 作れば売れる



マーケットインの時代

供給超過・多様化する需要
⇒ ニーズを満たす商品が売れる

戦後：
モノ不足の時代

復興～高度成長期：
モノ逐次充足

波乱～バブル期：
モノ余り

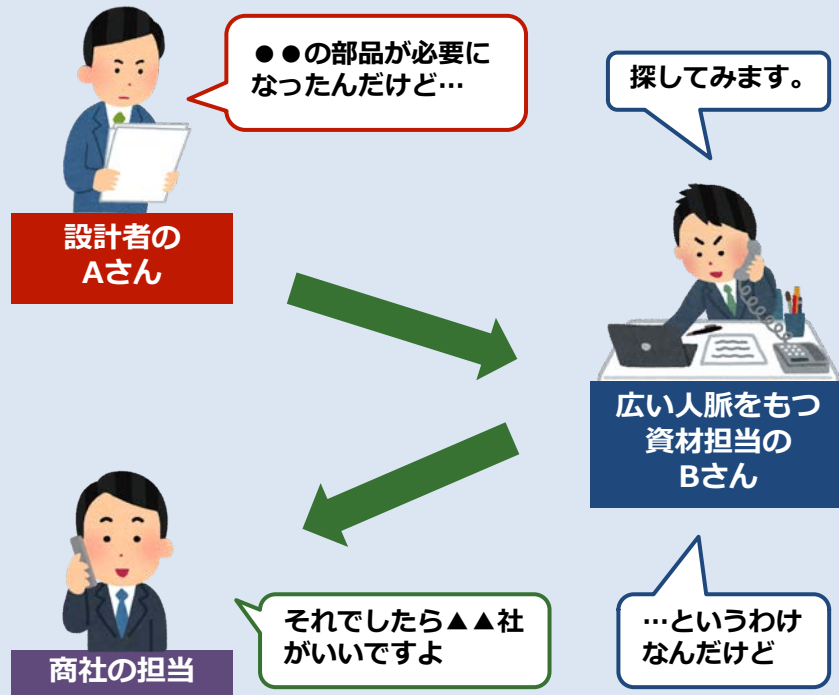
バブル崩壊不況期：
モノ溢れ



顧客主導型の媒体である「ウェブサイト」を
営業手法に取り入れることで
マーケットインの時代を勝ち抜く経営を実現

「人脈の時代」から「検索の時代」へ

20世紀 … 人脈の時代



Aさんが、候補メーカーを知るのに**数日**かかることもありました。

**Bさんや商社とコネを作ることが
▲▲社として重要でした！**

21世紀 … 検索の時代



Aさんは、わずか**10秒**で候補メーカーを見つけることができます。

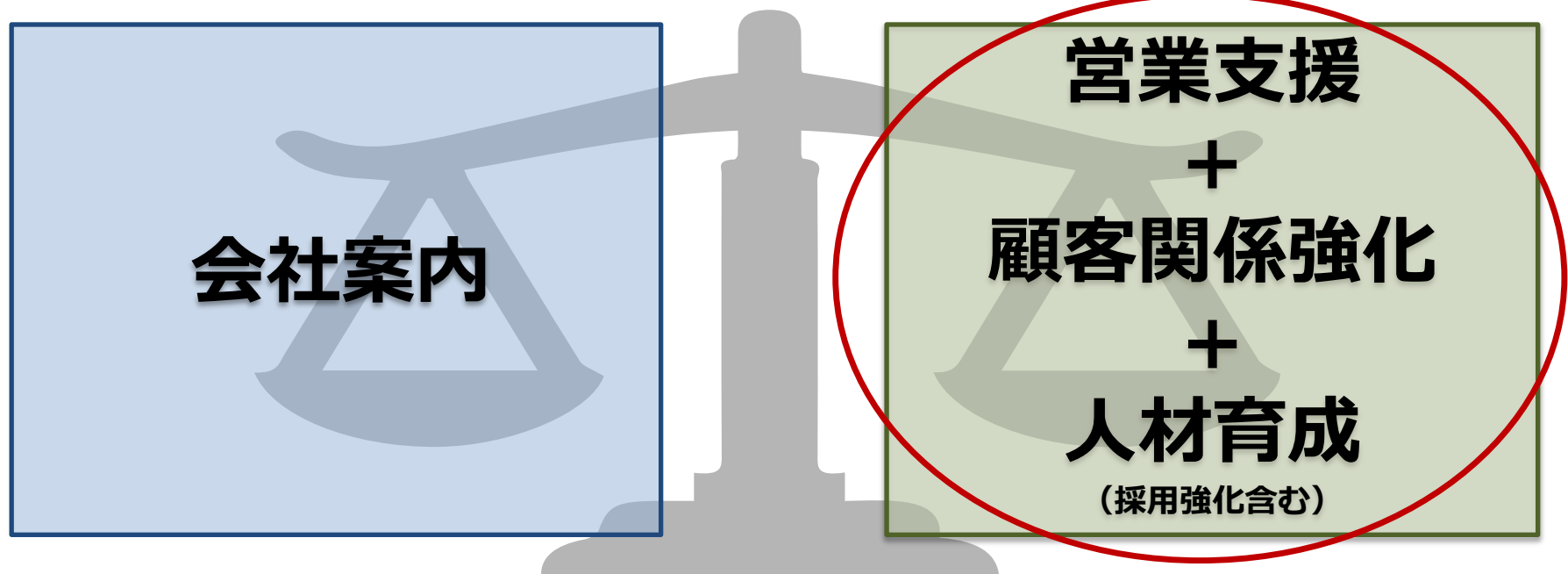
**Aさんと直接繋がれる点
(検索結果)の価値が向上**

何のためにウェブを使う？

そもそも経営者（マネージャー）として、
ウェブサイトをどのように活用するつもりでいますか？

ウェブ運営費 = **コスト**

ウェブ運営費 = **未来への投資**



やってはいけない12の失敗例

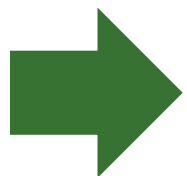
1. 事業戦略を無視した担当者の恣意的判断（個人的好み）で作成
2. 事業戦略やリニューアルコンセプトの定義なしに業者へ丸投げ
3. 分析もせずと同業他社のサイトを真似
4. お客様の目的や知識レベルを考慮せず、「自分たちの言葉」で押し売り
5. 「TOKYO視点」ばかりの企画設計で、利用者の生活実態に合わない情報提供
6. 事業・サービスについての目的、定義があいまいで、第三者が読み取れない
7. 世の中の潮流（スタンダード）をはずし、奇をてらった配色・デザイン
8. カタログ、会社案内、名刺・・・と連動しないデザイン、コンテンツ
9. W3Cの勧告、JIS規格「JIS X8341-3」などの品基質準を無視
10. リニューアルしたら終わりで、新鮮な情報を更新しない
11. 仮説も立てず、検証もカイゼンもしない（PDCAをまわさない）
12. 事業部ごとの勝手運用で煩雑化した「マルチサイト症候群」



「かっこいいウェブサイト」≠「成果の出るウェブサイト」

顧客開拓戦略はありますか？

- 現状クライアントは何件ありますか？
- 今年1年で何件の新規顧客を開拓できましたか？
- 継続受注できているクライアントは何件ありますか？
- 営業マン1人あたり、何件/いくらの新規契約を獲得できていますか？
- 新規顧客開拓専用の営業マンを雇いますか？
- それはいくらかかりますか？
- どうやって自社の組織、人員を維持していきますか？



**もう一度振り返り、
ウェブ活用戦略を見直してみませんか？**

ウェブ戦略とは？

ウェブ戦略とは？

ウェブサイトとは

企業全体活動の中で、各事業部門の目標をいかに達成するかという視点から戦略を打ち出し投資すべき対象

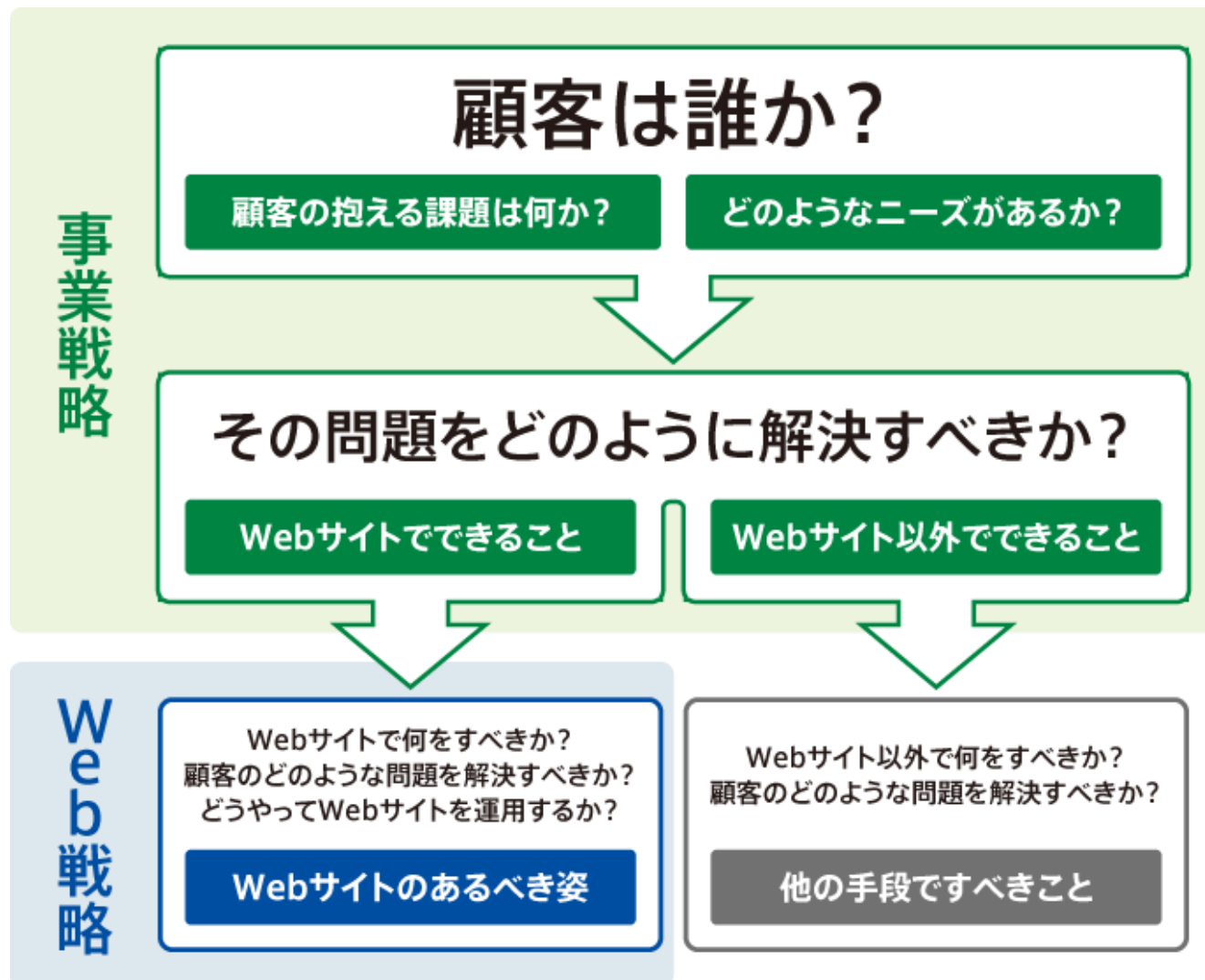


ウェブ戦略とは

**経営計画や事業戦略とに基づき、
自社にとってのウェブサイトの
あるべき姿を描くこと**



ウェブサイトは「顧客」からスタートする



成功している企業はどうしているか？

1. 顧客のニーズ、ウォンツに常に耳を傾けている
2. 事業戦略に基づいたウェブ戦略を練り、それに基づきウェブを運営している
3. 組織の在り方を見直し、顧客開拓に全社で取り組んでいる
4. 仮説と検証を地道に繰り返し、カイゼンしている
5. ウェブ解析結果を経営計画にまでフィードバックしている

**これからのBtoB企業の成長には
顧客視点に立ったウェブ活用を
ビジネスに組み込むことが大事**

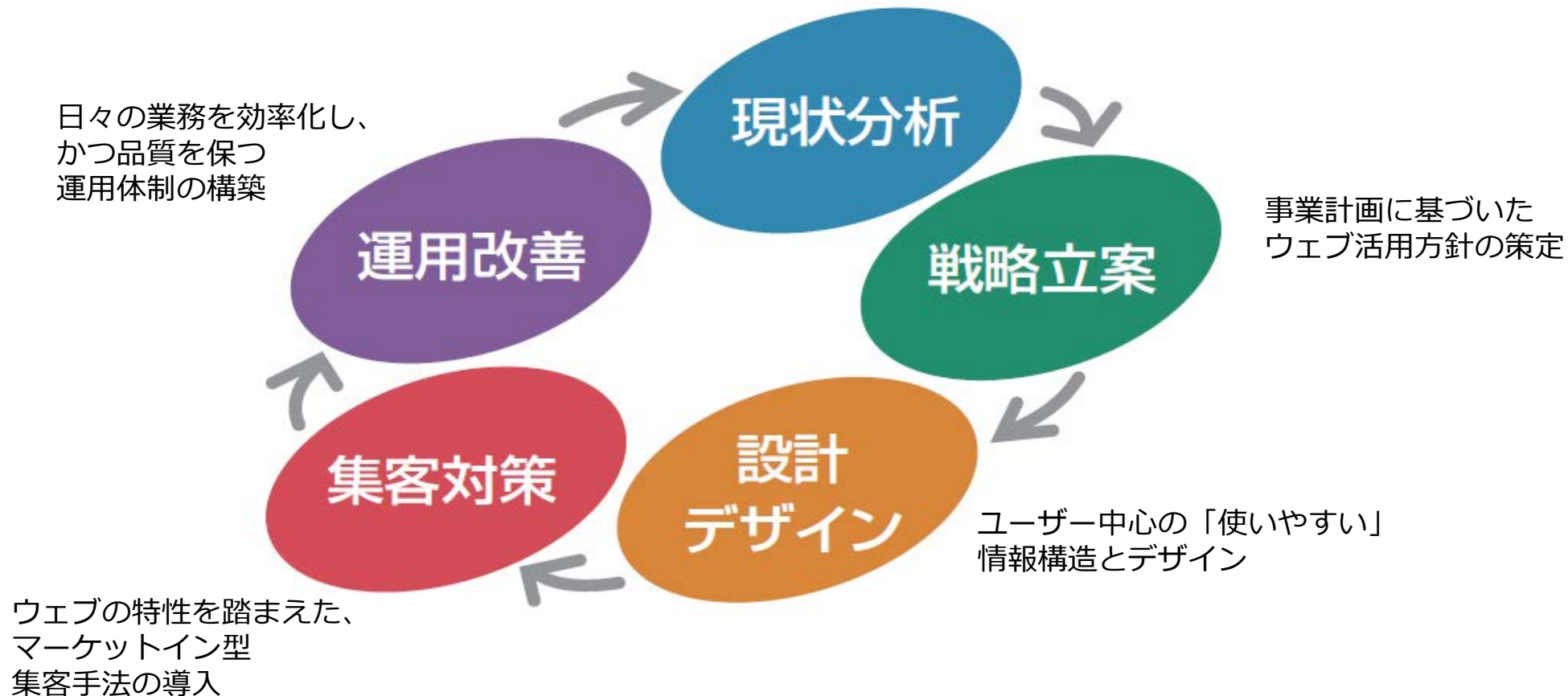


➡ そして、これを体系化したのが、あやとりの「戦略的ウェブサイト構築手法」です

「成果の出るウェブサイト」 5つのポイント

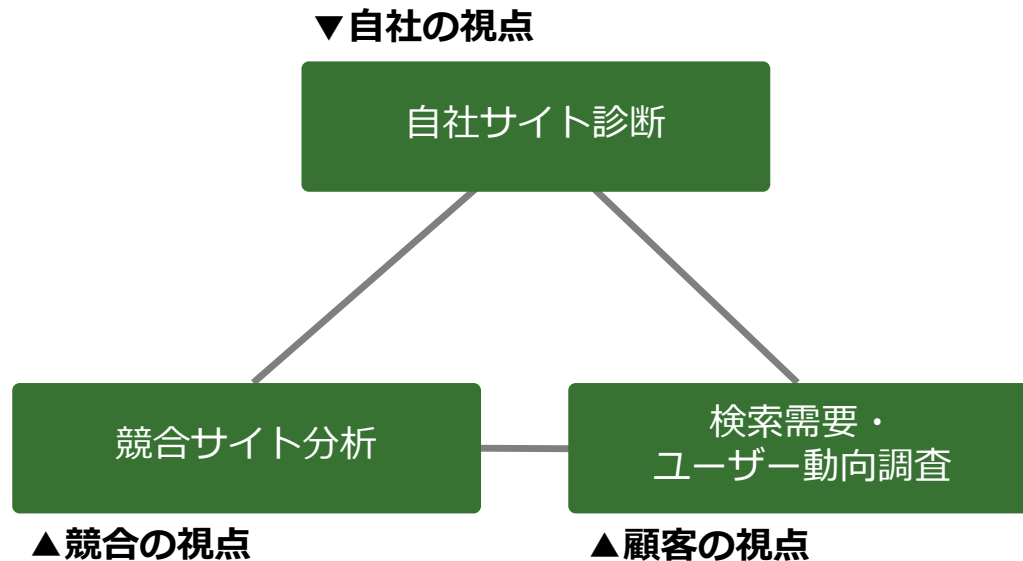
仮説と検証！ 凡事徹底！

自社視点、顧客視点、競合視点の
3視点での現状把握



現状の客観的把握が成功へのファーストステップ

①現状分析



135項目以上に及ぶ独自開発の評価指標に基づき、
専門家による詳細分析を実施することで課題と施策を具体化

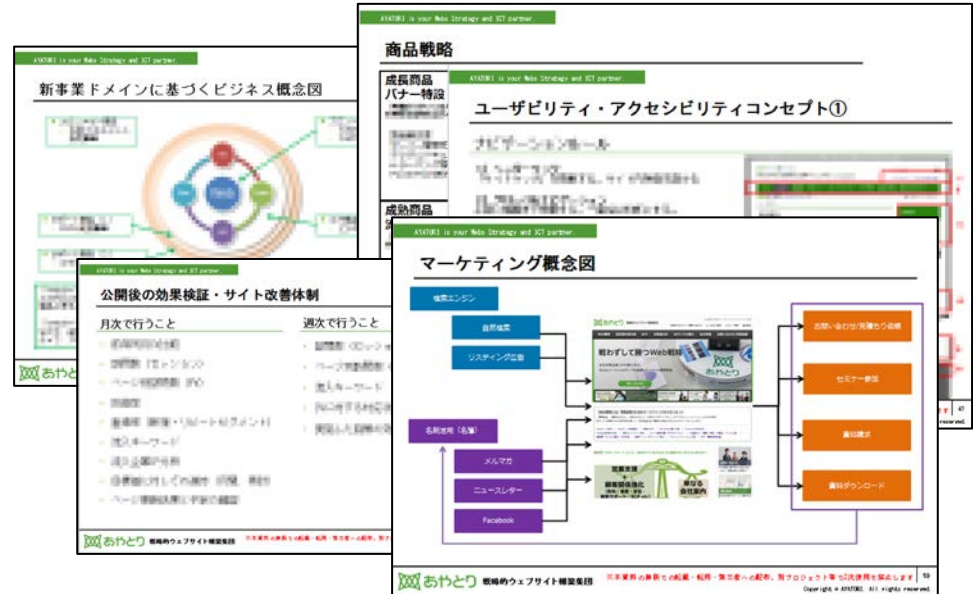
コンセプトワークであるべき姿を描く

②戦略立案

オリジナルのウェブ戦略策定シートを利用して、打ち合わせを繰り返し、顧客視点のサイトとしてのあるべき姿を描きます。



サイトのあるべき姿（達成ビジョン）や改善方針（デザインやコンテンツのコンセプト）を明文化することで、ブレなく成功するサイト制作に向けた道筋をたてることができます。



世界標準の「使いやすい」デザインで成果につなげる

③設計/デザイン

W3Cの「世界標準」や工業製品と同じく「JIS規格」(JIS X8341-3:2016)があります。

品質基準を満たさないウェブサイトは使いにくく、お客様からの信頼を失うリスクもある。



ウェブ標準規格に基づき
「ユーザー視点」の使いやすい
デザインを実装して受注につな
げます。



JIS X 8341-3:2010 試験実施ガイドライン 2012年11月版

- 2012年11月1日公開
- 作成者: 情報通信アクセシビリティ協議会・ウェブアクセシビリティ基礎委員会
- 前のバージョン: 2010年8月版 (2010年8月20日公開)

目次

- 1. プライバシーの目的
- 2. JIS X 8341-3:2010 第1 適合試験の要件に対する補足事項
 - 2.1 ウェブページ単位での試験
 - 2.2 ウェブページ一式単位での試験
 - 2.3 選択方法の選択の目的
 - 2.4 試験で問題が顕現された場合
 - 2.5 品質管理活動の実現性
- 3. JIS X 8341-3:2010 第2 試験の手続きに対する補足事項
 - 3.1 実装チェックリストの作成方法の例
 - 3.2 実装チェックリストの例
 - 3.3 連続基準チェックリストの例

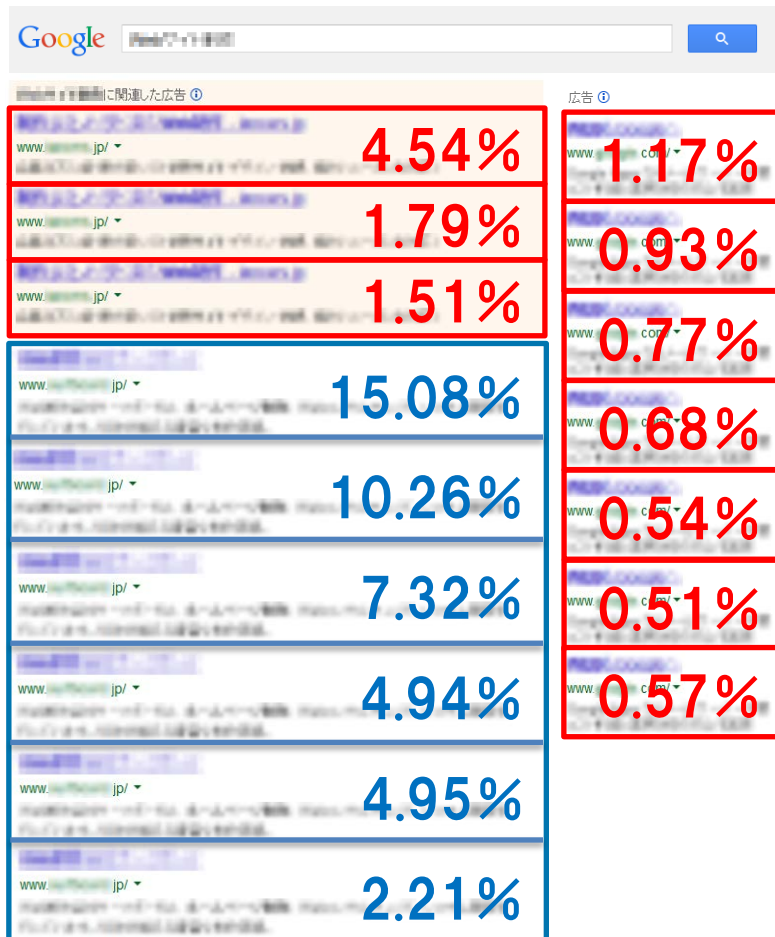


ユーザーの目の流れはF字の曲線を描く 引元元: U-Site
http://www.usability.gr.jp/alertbox/20060417_reading_pattern.html

ネットユーザーの7割以上が「検索エンジン」を利用

④集客対策

検索結果における順位ごとのクリック率



- 8割は自然検索結果をクリックし、2割は検索連動広告をクリックする
- 1位はダントツのクリック率
- 2ページ目以降はほとんど見られない



検索需要を意識！

つまり…

ユーザーが探しているキーワードで、
検索エンジン結果（特に自然検索結果）で
上位表示させないと重大な機会損失を招きます！

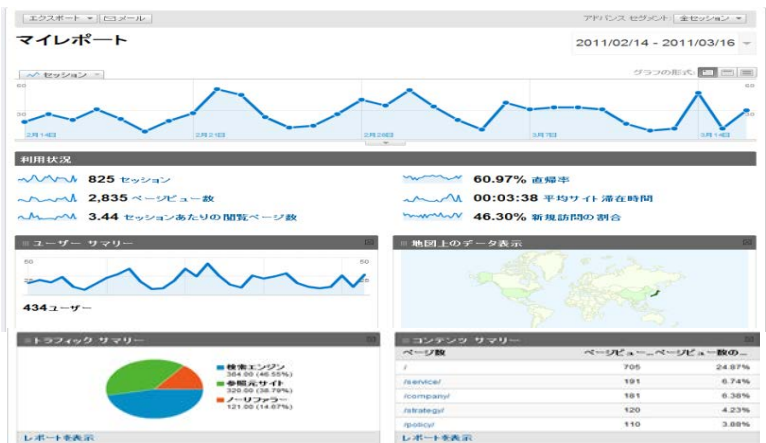
【出典】SEO in Philadelphia / <http://web-tan.forum.impressrd.jp/e/2012/01/13/11922>

【注意事項】

- ・他にも複数社による調査データが公開されています。各社の数値に開きはあるものの、どれも、1～2位が多くの割合を占めており、3位以降からはなだらかに下がっています。
- ・業界や検索ワードの性質などにより結果は異なります。
- ・アメリカの調査データです。国によって傾向が異なる可能性もあります。

アクセス解析で効果検証⇒課題整理⇒対策

⑤運用体制



効果検証

課題名	担当者	状況	期限	備考
1. トップページレイアウトの見直し	高橋	完了	1/15/11	トップページのレイアウトを改善し、ユーザビリティを向上させる。
2. 検索機能の強化	高橋	完了	1/15/11	検索結果の絞り込み機能を追加し、検索精度を向上させる。
3. 商品ページの改善	高橋	完了	1/15/11	商品ページのデザインを刷新し、視覚的に魅力的にする。
4. お問い合わせフォームの簡素化	高橋	完了	1/15/11	お問い合わせフォームの項目を削減し、入力負担を軽減する。
5. 新着情報ページの刷新	高橋	完了	1/15/11	新着情報ページのレイアウトを刷新し、最新の情報を目立たせる。
6. 利用規約の更新	高橋	完了	1/15/11	最新の法令に基づき、利用規約を更新する。
7. プライバシーポリシーの更新	高橋	完了	1/15/11	最新の法令に基づき、プライバシーポリシーを更新する。
8. 個人情報の取り扱い方針の策定	高橋	完了	1/15/11	個人情報の取り扱い方針を策定し、社内共有する。
9. 個人情報の開示請求対応体制の構築	高橋	完了	1/15/11	個人情報の開示請求に対する対応体制を構築する。
10. 個人情報の削除請求対応体制の構築	高橋	完了	1/15/11	個人情報の削除請求に対する対応体制を構築する。
11. 個人情報の保存期間の短縮	高橋	完了	1/15/11	個人情報の保存期間を短縮し、セキュリティを向上させる。
12. 個人情報の第三者提供の禁止	高橋	完了	1/15/11	個人情報の第三者提供を禁止し、セキュリティを向上させる。
13. 個人情報の不正アクセスの防止	高橋	完了	1/15/11	個人情報の不正アクセスを防止し、セキュリティを向上させる。
14. 個人情報の漏洩防止対策の実施	高橋	完了	1/15/11	個人情報の漏洩防止対策を実施し、セキュリティを向上させる。
15. 個人情報の定期的な見直し	高橋	完了	1/15/11	個人情報の定期的な見直しを実施し、セキュリティを向上させる。

課題整理



対策実行

BtoB企業のアクセス解析は、特に企業名分析が重要！

⑤運用体制

The screenshot shows a web analytics interface. On the left is a sidebar with navigation options like 'マイレポート一覧', 'ショートカット', 'インテリジェンス', 'リアルタイム', 'ユーザー', 'サマリー', 'アクティブ ユーザー', 'コホート分析', 'ユーザー エクス', 'ユーザーの分', 'インタレストカ', '地域', '行動', 'ユーザーの理', 'モバイル', 'カスタム', 'ベンチマーク', 'ユーザープロ', '集客', '行動', 'コンバージョン'. The main area has a filter section with 'Dd' filters: '従業員数 500人以上', '法人番号', '国名 日本', '売上高 100億円～500億円', '都道府県名 大阪', 'クライアント ID 570066793.1473660119', '業種大分類 建設業 | 不動産業, 物品賃貸業', '資本金 2億円以上', '組織名 建設株式会社', '回線名 Bフレッツ', '上場区分 非上場', and '組織URL http://www. a-kensetsu.co.jp/'. A red box highlights these filters. To the right is a table of visits with columns for time, date, and description. A red arrow points from the '売上高' filter to a red callout box.

どんな企業が自社サイトを見に来ているのかがわかる
(業種、売上規模、従業員規模、上場区分までわかる)

閲覧経路を見れば、企業ごとの興味関心のポイントがわかる

営業商談の提案精度向上

営業戦略や商品戦略へフィードバック

ウェブ活用の成功への近道

- 検索需要と御社の強みをマッチングさせた内容にする
- お客様の「困った」に貢献できる提案で見込み客を増やす



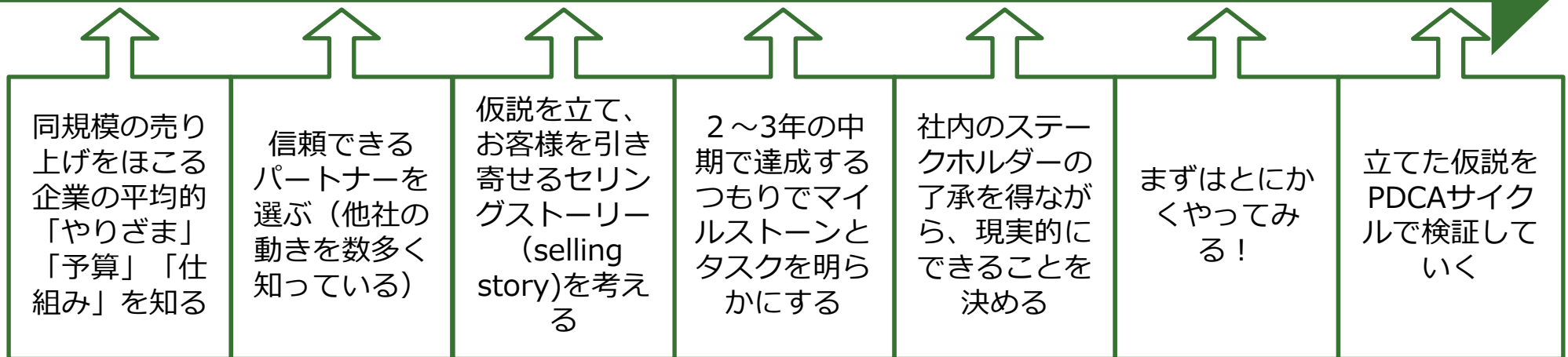
戦う場所を決める

いずれもお客様の検索という行為によって導かれるので、**戦略的検索エンジン対策**として御社の強みを分析し、徹底的に検索需要に適合させ、どこで（どのキーワードで）勝負するのかを決めたウェブサイトにする

あるべき姿から現実的にできることに落とし込むことが大事

Try & Error (仮説と検証)

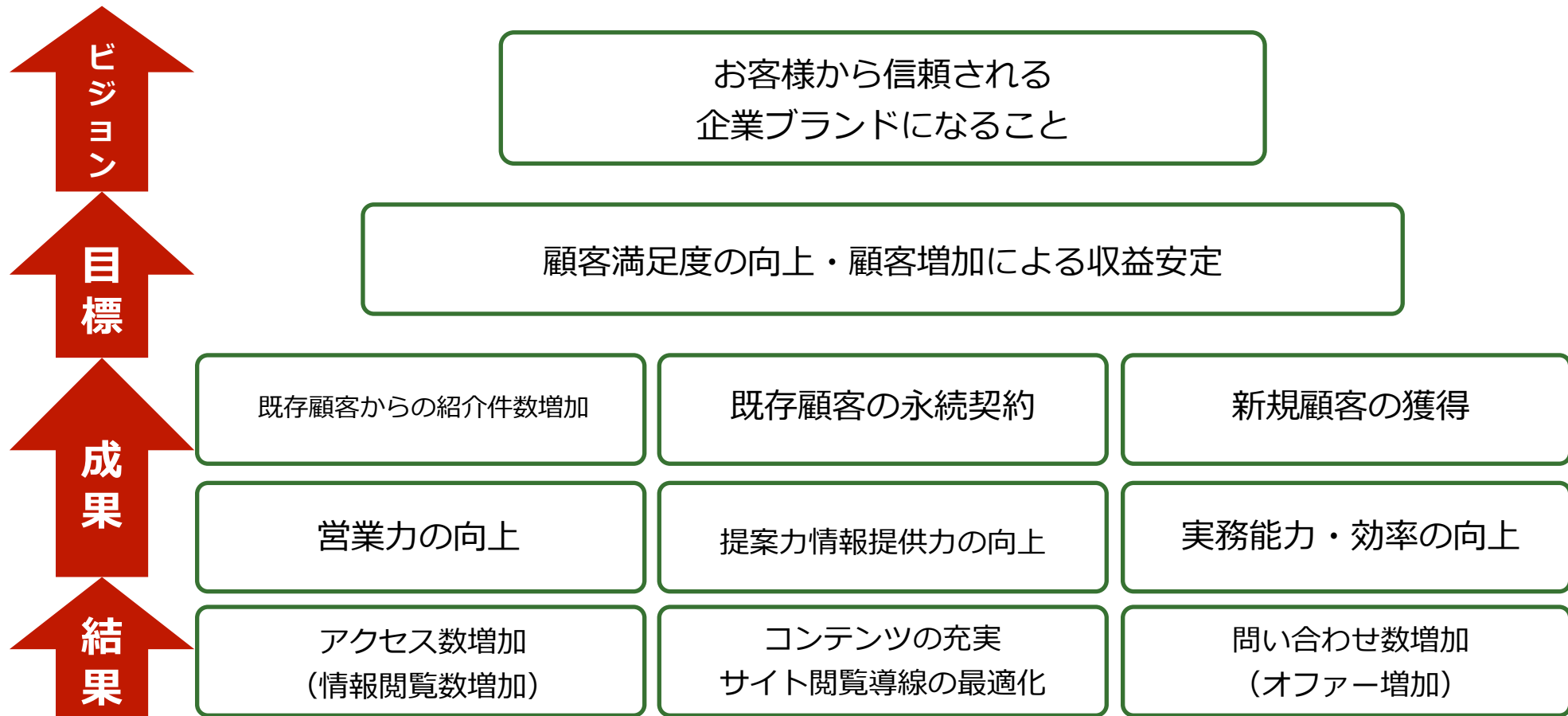
このまま、今までのやり方で成長が望めるか？



- すぐに決めることと、**将来決めること**を整理
- サイトコンテンツは小さく生んで大きく育てる。その時大事なことは**拡張性、冗長性**
- システムは価格と今すぐ必要な機能だけでなく、**拡張性、冗長性、可用性、保全性、安全性**を考慮して選ぶ
- 運営できるスタッフ（ウェブマネージャー）と**運用体制は、Try&Errorで少しずつ作っていく**

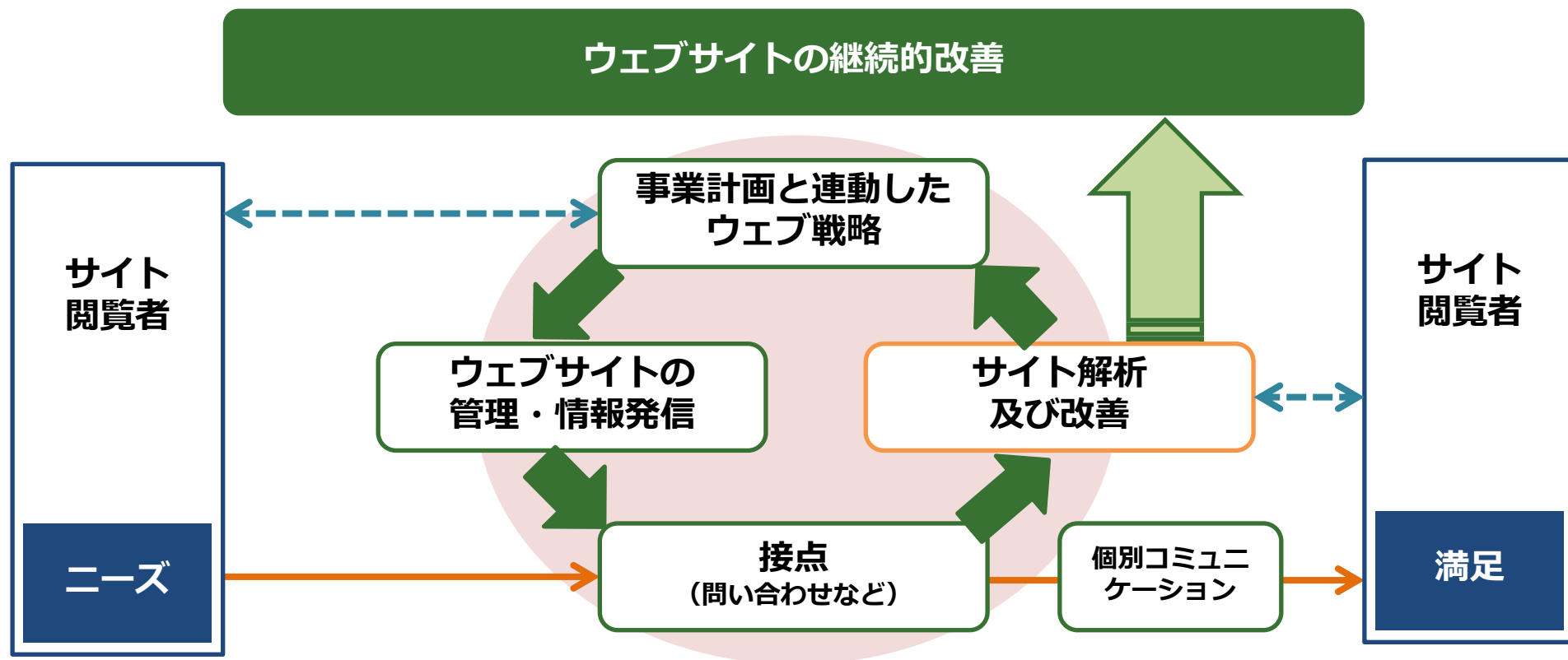
ウェブサイトは手段であって目的ではない

ウェブの先にある達成ビジョンを明確に！



大事なことは・・・仮説と検証！凡事徹底！

→ 価値を付加する活動 - - - - -> 情報の流れ



品質マネジメントシステムにもとづき、PDCAカイゼンをする！

人・組織・インフラ ⇒ マーケティング

人の面

ウェブ担当者研修と毎月（もしくは隔月）の定例会出席で教育研修の積み重ねと解析結果によるPDCA改善の定着させる

組織の面

ウェブ運営委員会のような全社横断の組織作りをし、定例会で課題共有の場づくり
コンテンツオーナー制度の導入による各部門の役割定義とガイドライン運用による、会社としての品質管理体制構築

インフラの面

企業規模にふさわしい商用CMSを中核にすえた基盤インフラ整備

マーケティングの面

ツールを活かす人・組織・インフラの3側面からの総合的な施策の実行で、未来の顧客づくりを具体的におこなう

当社のご紹介

会社概要



社名	合同会社あやとり 英語表記：AYATORI LLC
設立	2010年8月2日
代表者	代表社員 生田 明子
役員	谷川雄亮 / 片岡泰仁
本社	〒430-0906 静岡県浜松市中区住吉4-6-18
電話	053-482-8715
サイト URL	https://ayatori.co.jp
事業内容	戦略的ウェブ構築のマネジメント支援 お客様の業績拡大へ貢献するウェブ運営のご支援。
保有資格	<ul style="list-style-type: none">・ APO研認定 オンライン・コミュニケーションマネージャー 2名・ ISO9001審査員補 1名・ 日本語教師養成講座（420時間以上）修了 1名
主な取引先	<ul style="list-style-type: none">・ ロート製薬株式会社 様・ トレックス・セミコンダクター株式会社 様・ 朝日電装株式会社 様・ セキスイハイム東海株式会社 様 など300社以上

当社の特長



1. 組織事情を考慮した寄り添った支援が可能

企業内のウェブ担当経験者が在籍。
(品質保証部門、広報マーケティング部門経験者など)

2. 事業戦略同期型ウェブ戦略の独自手法

事業戦略や組織戦略、営業戦略に基づいたウェブ戦略策定をおこなってあるべき姿を描きます。

3. 作って終わりではない、PDCA改善を得意

ウェブ解析も取り入れたPDCA改善を得意としています。

4. BtoB企業に特化

BtoB企業ならではのビジネスプロセスを考慮し、
中小企業から年商1兆円超の企業まで支援。

5. 「組織を動かすウェブ活用」にこだわり

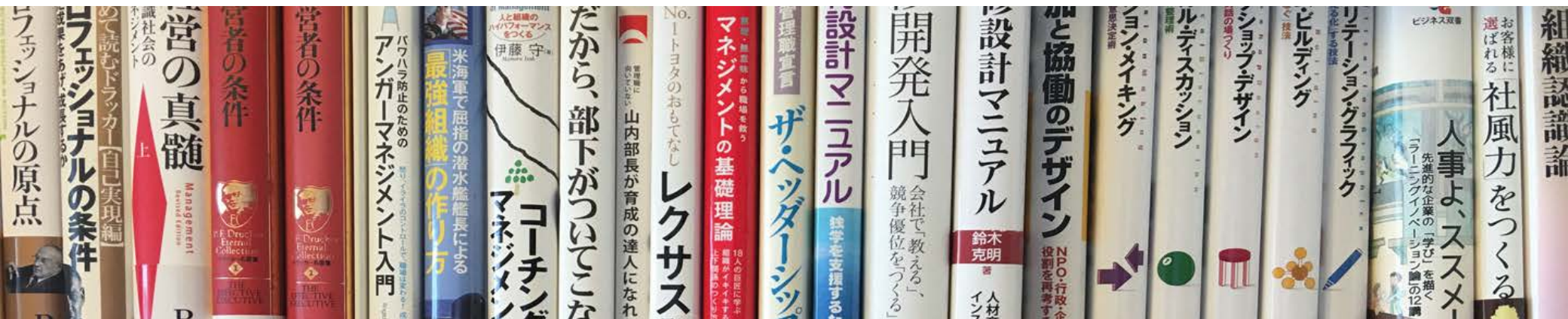
組織開発手法なども取り入れ、戦略的ウェブ活用を通じた「イキイキとした組織づくり」を使命としています。

戦略的ウェブサイト構築を通じて以下の価値を提供します



- チームビルディング/組織改善をおこなう
- 「良いところ」「強み」を見つける
- 事業戦略、事業計画に対する理解を深め、ブラッシュアップすることにも貢献できる
- ウェブマネージャーが育つ（中長期的視点での計画立案や情報戦略部門育成）
- PDCA改善を習慣化できるようにする

ウェブコンサルティング会社やウェブ制作会社との違い



- ウェブは「あくまでもツールのひとつ」と位置づけ、「組織そのもの」に目を向けている
- 中の人としての経験から、**大企業の業務プロセスへの理解が深い**
- 顧客の組織を理解した、**組織内調整支援**ができる
- できないことは「できない」とはっきり伝える（軽々しく「できる」とは言わない）
- **やらないことを決める**ことが重要
- ウェブサイトを「**作る前**」と「**作った後**」を重視している
- **教養力 × 言語化力 × 情報設計力 × マネジメント力**がコアコンピタンス
- **ウェブ業界以外のパートナー（特に人事組織開発の領域）**が豊富

当社実績（実名公開できないもの含）

あやとりでは、事業計画同期型戦略的ウェブサイト構築というスタイルで、大手上場企業から個人事業主まで幅広い業種/規模のお客様に対して、事業の成果に直接的/間接的に結びつくウェブ戦略を支援してまいりました。

当社は、お客様との間で「業務委託契約書ならびに秘密保持契約書」を交わしており、お客様の著作権、肖像権など知的財産権を保護する観点から守秘義務により実績に掲載できないものも多数ございます。また、戦略策定などの実績については、お客様の経営の根幹に関わるため、多くの場合、公開しておりません。以下に、実名公開できない主な支援実績を紹介します。

	企業名	種別	内容	開発期間	アライアンス先
1	大手化学工業系企業 (東証一部上場企業 NIKKEI 225)	BtoB BtoBtoC	ウェブサイト戦略中期展開計画 RFP策定 ガイドライン策定	1年 リニューアルプロジェクト 進行支援中	日立システムズ社
2	半導体メーカー (東証二部上場)	BtoB	ウェブサイト戦略中期展開計画 サイトリニューアル(日中英)/サイトデザイン ガバナンス/インフラ体制整備	2年 リニューアル後も 定期カイゼン支援中	日立システムズ社
3	大手製薬メーカー (東証一部上場)	BtoC	サイトリニューアル/サイトデザイン ガバナンス/インフラ体制整備 ベンダーマネジメント支援	4か月 リニューアル後も 定期カイゼン支援中	ソフトバンク・ テクノロジー社
4	大手自動車関連企業 (外資系グローバル企業)	BtoC	ECサイト設計 ECサイトデザイン	1年	ecbeing社
5	大手ハウスメーカー (東証一部上場企業のグループ会社)	BtoC	営業支援サイト構築/運営支援 顧客サポートサイト構築/運営支援 ウェブマーケティングと営業活動との連携支援	6か月 リニューアル後も 定期カイゼン支援中	Be & Do社
6	大手インフラ企業 (東証一部上場企業 NIKKEI 225)	BtoB	ウェブサイト戦略中期展開計画	4か月	-
7	大手総合商社 (東証一部上場企業 NIKKEI 225)	BtoB	提案書作成プロセス改善教育事業 PowerPointデザイン	4か月	-
8	広告代理店 (某県最大手の地域密着広告代理店)	BtoB	戦略的ウェブサイト構築担当者育成 営業プロセス、体制改革支援	1年	プランオン社

※4をのぞき、当社に直接お声掛けいただき、ケースに合わせてアライアンス先を決めました。

執筆/講演実績



事業の成果につなげることにこだわり、企業のウェブ戦略立案やウェブ解析に関する企業研修を多数支援しています。
さらに、2015年には、学習定着の専門企業Be&Do社との共同開発によって企業のウェブ担当者向けの講座として「ウェブマネジメント講座」を提供開始。大手企業を中心に多数の企業ウェブマネージャー候補生が受講しています。

主な研修講師実績

ウェブ解析士協会 「ウェブ解析士認定講座」 講師

日立システムズ主催「BtoB企業さま向け営業プロセス改革を実現するWeb活用セミナー」

日本BtoB広告協会/大阪産業人クラブ共催「アクセス解析セミナー」

静岡市産学交流センター「中小企業のためFacebook活用基礎講座」

某製造業「アクセス解析活用企業研修」

主な執筆実績

ウェブ解析士協会 「初級ウェブ解析士 認定試験公式テキスト2016（第7版）」※「ミクロ解析」を担当

ウェブ解析士協会 「自社サイトをコストで終わらせないために ウェブ解析士の事例発表集（10） / （14）」

ウェブ解析士協会 「自社サイトをコストで終わらせないために 事例集セレクト ウェブマーケティング戦略編」

Web担当者Forum 「サイト改善5つのポイントでBtoBサイトの問い合わせUP&商談勝率UPをした方法とは？」

最後までご覧いただきありがとうございました

ウェブサイトが会社案内から営業ツールへと変化を遂げ、新たなウェブ活用の時代に突入しました。それは、**ビジネスグローイング（事業を生み出し、成長させる）**を目的とする、マーケティングを超えた「**事業創造**」のためのウェブサイト活用の時代です。

戦略的ウェブ活用の支援を通して、知的創造社会で事業を成長させるためのサポートをいたします。

■ あやとりが選ばれる4つの理由

企業内のウェブ担当
経験者だからできる
課題解決力

ウェブ担当者の成長
社内ノウハウ蓄積
を重視

「事業計画同期型」
プロジェクト進行

徹底した顧客視点
作ることを目的
としない



戦略的ウェブ活用についても、お気軽にご相談ください

知識創造社会で人と事業の成長を支援する 8つのあやとりメソッド



自社を知る、競合を知る、顧客を知る

ウェブサイト診断

15年かけて独自開発した160項目超の評価シートで改善点を抽出し、ウェブサイト運用のあるべき姿をご提案します。



ウェブ戦略は「事業計画」のもとに成り立つ

ウェブ戦略策定支援

どのようなウェブサイトを作るか?ではなく、どのように事業収益に貢献させるかという視点で、事業成長に必要なウェブ戦略の策定を支援します。



お客さまが最適なパートナーを選ぶように

RFP作成/業者選定支援

サイトリニューアルを成功させるために必要な計画を明文化し、提案依頼書(RFP)に基づいて適切な業者を選定できるように支援します。



成果につながるサイトの基盤を作る

更新システム導入支援

企業規模、予算、運営スキルに見合った更新システムを、業者選定から設計までプロデュースします。



デジタルマーケティングを推進するチームを作る

担当者育成/体制づくり

事業計画や営業戦略に基づき、自社で主体的にITやウェブサイトを活用するための人材とチームを育成します。



ウェブ担当者の相談役

運営マネジメント支援

社内ウェブ会議への参加から制作会社への指示、品質のチェックまでおこないます。ウェブ担当者に寄り添い、PDCA運営の定着を実現します。



ネット上の顧客を魚群探知

戦略的検索エンジン対策

BtoBにおいては顧客ニーズを自社の強みにマッチングし、「戦わずして勝つ」ビジネス領域を見つけ出すための検索エンジンマーケティングを進めます。

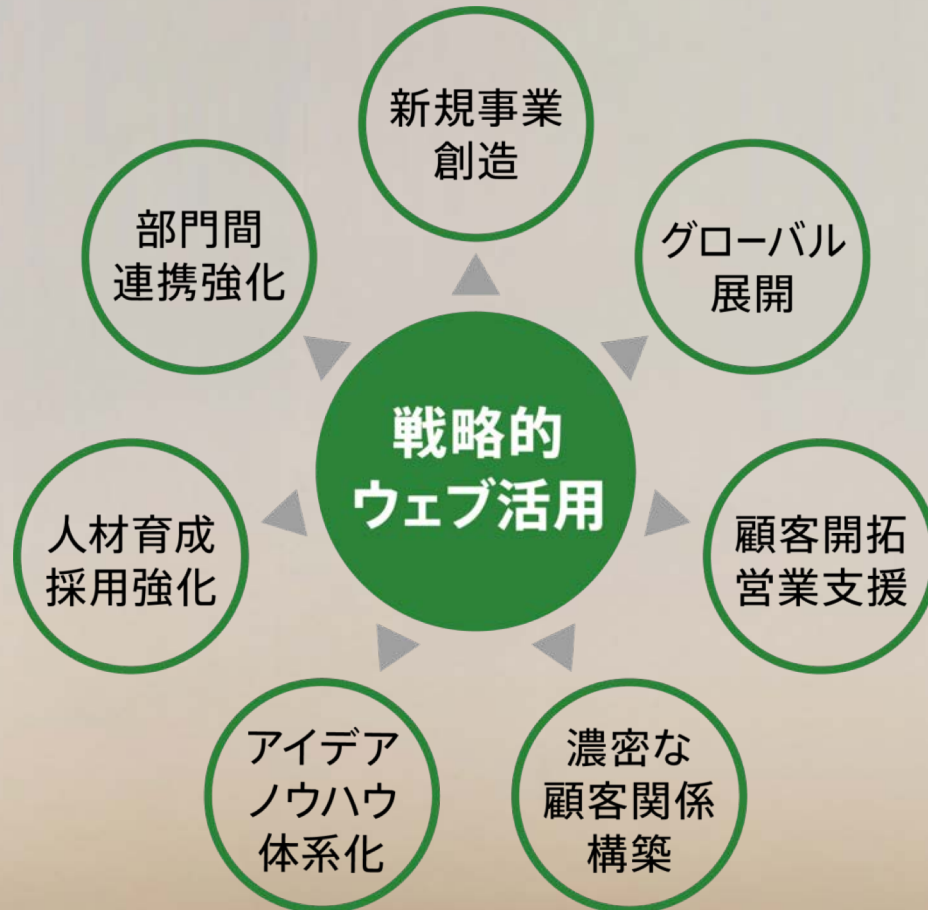


営業活動の後方支援としてのウェブ活用

営業部門との連携支援

営業現場での商談精度向上や、営業戦略(顧客ターゲット)にウェブサイトを活用し、営業効率を高めます。

ウェブ活用の先にある、幸せな未来を実現するお手伝いをいたします



サイト運営をする中の人の
経験からウェブ運営の
「困った」を解決します！



戦略的ウェブサイト構築集団

<https://ayatori.co.jp/>

