

事前準備編

① リニューアルの目標・目的

- 目標の明確化（問い合わせ・申し込み・購入など）
- 数値的な目標設定（表示順位・問い合わせ数・アクセス数など）
- 特化すべきキーワード（あれこれ求めない）

② 現状分析

- Google アナリティクス解析または導入（1ヶ月あたりのアクセス数）
- サーチコンソール解析または導入（流入キーワード上位100ワードを計測）
- コンバージョン率（アクセス数に対する問い合わせ数）把握

③ 競合サイト分析 × 最低10サイト

- 競合サイトページ数（サイトボリュームを把握）
- 競合サイトのページあたり文字数（おおよそのページ内ボリューム）
- コンテンツの内容（見出し構造・図解・情報の質・独自情報の有無など）

競合サイト調査例



調査対象①:〇〇ハウジング

〇〇での検索結果:1位

URL: <https://〇〇housing.co.jp>

施工事例が120件、お客様の声は30件あった。

全体のページ数は500ページ程度。

プロが書いたっぽいSEO対策様のコラムは毎週1記事ずつ更新されている。

お問い合わせボタンが常に下に出ている。

どちらかというと高級路線のようなデザインだった。

メールアドレスの登録で家づくりの参考資料がダウンロードできる。

商品そのものに大きな特徴はなかった。

事前準備編

① 構造計画

- ページのリストアップとグルーピング（作成するページをグループ分けする）
- 回遊導線計画（ストーリー性を意識してページ同士を繋ぐ）
- ヘッダーメニューとその他のメニュー（ヘッダーには6つ以上置かない）

② レイアウト計画

- スマホファースト（PC版のレイアウトよりスマホでどう整えるか）
- 問い合わせへの誘導（ボタンの位置・露出タイミング）
- 分かりやすく直感的な操作（ターゲットユーザーのウェブリテラシーを考慮）

デザイン

① ターゲットの理解

- ユーザーのウェブリテラシーの検討（ターゲットユーザーの理解度を検討）
- 色彩計画（ターゲットユーザー及び商品サービスのイメージ）
- 文字サイズ（フォント・文字サイズ・行間等も確認）

② コンテンツ計画

- 情報の強弱（見せたい情報と補足的な情報）
- コンテンツの優先順位（ユーザー理解を考慮した流れ）
- コンテンツボリューム（SEO 対策を考慮した情報量及び網羅性）

コーディング（プログラミング）

① コーダーへの確認事項（コーディングルール）

- サイトタイトル及びページタイトル
- ディスクリプションの文章
- 各ページの URL 表記
- 見出しタグの構造チェック

② リニューアル切り替え前の確認

- リダイレクト設定（旧ページから新ページへのリダイレクト）
- サーバー変更によるメールサーバーの変更確認
- noindex がある場合の解除
- Google アナリティクス及びサーチコンソールの設定

いかがでしょうか？

「げ！こんなに項目あるのか!？」と思われた方もいると思いますが
制作会社に依頼をかける前に、これらのチェック項目をご自身で確認・把握しておくことで
リニューアルの成功率は格段に高くなります。

最後に弊社の PR となりますが...

これらのチェック項目をご自身又は社内だけで実行するのはしんどい。

お願いしようとしているウェブデザイナーに頼めない。

という方は、佐蔵ファクトリー（さくらふぁくとりー）がサポートいたします☆

TEL 049-237-7666 / info@rs-factory.biz

まで、お気軽にご連絡ください。

