# ferret One

アクセス解析によるサイト改善方法(トップページ編)

2022.03 更新

サイト改善とは?	2
アクセス解析によるサイト改善によって期待できる効果	3
BtoBサービスサイトのトップページの役割・必要な要素とは キャッチコピーの考え方について	<b>3</b> 4
実施すべきタイミング ※逆に以下の場合は行う必要はありません	<b>5</b> 5
<ul> <li>ホワイトペーパーを活用したリード獲得の流れ</li> <li>▼用意するもの</li> <li>▼想定作業時間</li> <li>▼実際の手順</li> <li>①サイトの目的・目標を確認する</li> <li>②レポートでトップページの数値を確認する</li> <li>③課題の仮説を立てる</li> <li>④改善施策を洗い出し、確定する</li> <li>⑤改善作業の下書きを行う</li> <li>⑥改善施策を実行する</li> <li>⑦効果を確認する</li> </ul>	5 5 6 6 7 7 8 8 19
改善施策を立案するときのポイント	19
よくあるご質問 Q.どれくらいの期間で見直しを行うべきですか? Q.色使いで気をつけることはありますか? Q.トップページで使う画像やイラストはどのように入手したらいいですか?	<b>20</b> 20 20 20
ferret Oneサボートのご案内	21

# 1. サイト改善とは?

サイトをBtoBマーケティングのために運用しているのであれば、サイト改善は必ず取り組みたい施策の一つです。

BtoBマーケティングでは、「見込み顧客(リード)の獲得」を目的として追いかけること になり、そのために様々な施策を打つことになります。サイト改善も、単にサイトを更新す るのではなく、あくまでリードの獲得が目的とした更新を行う必要があります。ただし、す べての施策が成功するわけではないため、定期的に状態を確認して改善するという、継続的 なPDCAが重要です。

リードの獲得という成果には他の様々な施策が影響しますが、最終的にコンバージョンが発 生するのはサイトです。コンバージョン率が低いサイトに集客しても非効率になってしまう ので、コンバージョン率を高めるためのサイト改善は優先的に行う必要があります。 本資料では、多くの企業で最もよく見られるページの1つである、トップページの改善について解説しています。

2. アクセス解析によるサイト改善によって期待できる効果 アクセス解析によるサイト改善を実施することで、以下のような効果が期待できます。

- ・コンバージョン率アップ
- ・サイト回遊率アップ
- ・見込み顧客のサービスに対する理解度アップ

コンバージョン率が改善することもそうですが、適切なサイト内導線を配置することで回遊 率が改善し、見込み顧客が必要とする情報にたどり着きやすくなります。またその結果とし て、サービスに対する理解度があがることも期待できます。

3. BtoBサービスサイトのトップページの役割・必要な要素 とは

BtoBマーケティングサイトのトップページが担っている役割は、2つあります。

①WebサイトのURLがユーザーの社内で共有されダイレクトで流入してくるユーザー(CV を目的に流入してくるユーザー)を最短ルートでCVに誘導すること

②じっくり情報を精査したいユーザーに適切な情報を速やかに案内する目次の役割

TOPページは潜在層・顕在層に関わらず、ユーザーに最も見られるページです。 はじめからトップページに着地するわけではなく、ブログなど下層ページからくることもあ ります。そのため、どのユーザーにもわかるように、端的にサービス内容を伝え、興味関心 を惹く必要があります。

上記の役割を果たすために、サービスやターゲットにより異なりますが、トップページには 基本的に以下の要素が必要とされています。

#### 【興味】

・キャッチコピー

何のサイトか、何のサービスを行っているか、を明確に伝える

・メインビジュアル

ファーストビューにある大きな画像のことを指します。商品・サービスがわかり、ペルソナ に合った画像を選びましょう。 【関心】

・サービス紹介

商品・サービスの魅力的なメイン機能についてピックアップして紹介します。

・導入するメリット

商品・サービスを使って解決できる課題を紹介します。

【納得】

## ・導入事例・実績

導入事例パートでは、商品・サービスを実際に購入したユーザーの声を紹介し、実績パート では、権威ある第三者からの主張を紹介します。

【信頼】

#### ・最新ニュース

直近のニュースの中でも、商品・サービスに関連するニュースを掲載します。

【アクション】

#### • CTA

お問い合わせや資料請求のボタンを設置します。

#### ・他ページへの導線

トップページで紹介しきれなかった、他の情報を知りたいというニーズに応えられるよう、 他のページへの導線を作っておきましょう。



キャッチコピーの考え方について

上記で商品・サービスがユーザーにもたらす「変化」を端的に伝えることがポイントとご紹介しました。商品の特徴だけを説明するのではなく、「ユーザーに与える変化」まで落とし こむことが重要です。

例えば業務効率化ITツールの場合、以下のどちらのキャッチコピーが望ましいでしょうか?

- A. 高性能で低価格!〇〇機能搭載のツールが登場!
- B. 普段の業務が、半分の時間で終わります

Aはツールの特徴のみを説明しているのに対し、Bはユーザーにもたらす「変化」まで伝えています。特徴を記載すること自体は問題ありませんが、それによって生み出される変化まで踏み込んで伝えることを意識しましょう。

上記の例では特徴を示すキャッチコピーと、変化を伝えるキャッチコピーをそれぞれ分けて 示しましたが、実際にはこの2種類のキャッチコピーを組み合わせて使うことが多いです。

# 4. 実施すべきタイミング

新しいサイトを立ち上げた直後に行い、その後も定期的にレポートを確認し改善の必要がな いかチェックしましょう。

#### 目安指標

直帰率: 30~50%/CVR(コンバージョン率): 1%

多くのユーザーはTOPページから閲覧を開始します。直帰率が高い=TOPページのみでサイトを閉じてしまうユーザーが多いということは「期待した情報がなかった」と判断されていること。CVRが著しく悪い場合は最も早く改修すべきアラートと言えます。また直帰率は流入施策や認知施策の影響を大きく受けるため、あくまで参考視標として確認すれば問題ありません。

※逆に以下の場合は行う必要はありません

既に1%を超えるような高いコンバージョン率となっているようなトップページでは優先的 に行う必要はありません。

また、トップページがあまり閲覧されておらず、ランディングページとして上位10ページに 入っていないような場合も優先的に行う必要はありません。コンバージョン率が改善しても 成果への影響度合いが小さいためです。

行うこと	備考
①サイトの目的・目標を確認する	-
②レポートでトップページの数値を確認する	ferret One管理画面
③課題の仮説を立てる	-
④改善施策を洗い出し、確定する	-
⑤改善作業の下書きを行う	-
⑥改善施策を実行する	ferret One管理画面
⑦効果を確認する	ferret One管理画面

# 5. アクセス解析によるサイト改善の流れ

▼用意するもの

・<u>ferret One管理画面</u>

# ▼想定作業時間

1時間~2時間

# ▼実際の手順

①サイトの目的・目標を確認する

初めにサイトの目的と目標を確認します。前述の通りBtoBマーケティングのために運用して いるサイトであれば、主にリード獲得が目的になると考えられます。また、具体的に何件の リードを獲得したいのか、目標を確認しましょう。目標のリード件数が定まると、必要な訪 問数(セッション数)を逆算することができます。

▼目標訪問数の算出例 目標コンバージョン数:50件 コンバージョン率:1.0% →50件 ÷ 1.0% = 訪問数5,000件

②レポートでトップページの数値を確認する

目標を確認したら、ferret Oneのレポートでトップページの数値を確認しましょう。

# **ferret One管理画面 > 左メニュー > レポート・データ > 行動 > ランディングページ**を開き ます。

☆ページ ランディングページ	□ パラメーターを区別する	全てのチ	ャネル	✓ ⑦ ホワイトペーパーとは				
離脱ページ イベント	ランディングページ	訪問数▼	PV数	平均PV数	平均滞在時間	直帰率	CV数	CV率
独目フォーム ソーシャルカウント	(合計)	2,968	3,108	1.05	00:00:33	85.41%	27	0.91%
CV(コンパージョン) フォーム CV一覧	ホワイトペーパーとは?書き方は?ホワイトペーパーについてよくある10の 疑問   Webマーケティング https://ferret-one.com/blog/whitepaper_questions [ぷ	<b>2,967</b> (99.97%)	3,107 (99.97%)	1.05	00:00:33	85.41%	27	0.91%
リード <b>(110385</b> ) 設定	ホワイトペーパーとは?書き方は?ホワイトペーパーについてよくある10の 疑問   Webマーケティング https://ferret- one.com/sites/c15040600319/blog/articles/5c9dcbe17f0ebd544 3000ce99 C	1 (0.03%)	1 (0.03%)	1.00	00:00:00	100.00%	0	0.00%

トップページについて、以下の数値を確認します。

・CV(コンバージョン)数

目標のCV数に届いているか

## ・CV (コンバージョン) 率

BtoBのサービスサイトで一般的な指標とされている上記コンバージョン率に届いているか (業界やターゲットによって異なります)

・直帰率

BtoBのサービスサイトで一般的な指標とされている30~50%を下回っているか(業界やター ゲットによって異なります)

#### ・訪問数

目標CV数から逆算した訪問数に届いているか

これらの数値を確認することで、ゴールであるコンバージョンから逆算してどこに課題があ るのかを把握することができます。

## ③課題の仮説を立てる

どの数値に課題があるのか確認したら、仮説を立てます。各指標における仮説の例を以下に 記載しますので、サイトの状況と照らし合わせましょう。

#### ▼仮説の例

#### ・コンバージョン率が低い場合

- トップページのファーストビューにCTA(お問い合わせや資料請求のボタン)を設置していない

- CTA(お問い合わせや資料請求のボタン)が分かりにくい
- キャッチコピーやメインビジュアルでどんな商品・サービスなのかが伝わらない
- お問い合わせフォームの項目数が多すぎる

#### ・直帰率が高い場合

- キャッチコピーやメインビジュアルでどんな商品・サービスなのかが伝わらない
- 競合他社との違いが分かりにくく興味がわかない

#### ・訪問数が必要な数に対して少ない場合

- Web広告がクリックされていない
- 上位を獲得できている検索キーワードが少なく、オーガニック検索からの流入がない

## ④改善施策を洗い出し、確定する

課題の仮説を立てたら、改善施策を洗い出します。想定する改善インパクト、実行難易度、 実行スピード(自社リソースとの兼ね合い含む)といった観点をもとに、どの施策を行うか 確定しましょう。

#### ▼改善施策の例

# ・トップページのファーストビューにCTA(お問い合わせや資料請求のボタン)を設置して いない場合

- ファーストビュー内にCTAを設置する

・CTA(お問い合わせや資料請求のボタン)が分かりにくい場合 - CTAを目立つ色にする

#### ・キャッチコピーやメインビジュアルでどんな商品・サービスなのかが伝わらない場合 -

商品・サービスがユーザーにもたらす変化を表すキャッチコピーの見直し - 商品・サービスがわかり、ペルソナに合ったメインビジュアルに見直し

#### ・競合他社との違いが分かりにくく興味がわかない場合

- 商品・サービスの特徴を訴求するセクションの追加

- ・お問い合わせフォームの項目数が多すぎて離脱している場合
- 本当に必要な項目以外を削除

訪問数改善に関する施策はサイト改善とは異なるため本資料では割愛いたします。

その他の改善施策については、以下の記事もご参照ください。

- (参考) 更新するだけではダメ? 成果に繋がる「サイト運用」とは
- (参考) EFOでよくある7つの疑問 BtoBの入力フォームを最適化し離脱を防ぐには?

施策が確定したら、やりっぱなしで終わらないためにも、

- ・打ち手により予想される効果
- ・効果を判断する期間

を予め決めておくと、施策の成果があったかどうかをスムーズに確認することができます。

⑤改善作業の下書きを行う

改善施策が決まったら、手元で下書きを行いましょう。具体的なイメージを決められればパ ソコン上でも紙でも構いません。いきなりサイト編集を行うのではなく、完成図を決めてか らサイト編集を行うことがポイントです。

⑥改善施策を実行する

④で紹介した改善施策の例について、それぞれ実際の手順を紹介します。

#### ・ファーストビュー内にCTAを設置する場合

ferret One管理画面 > 左メニュー > サイト > ページ一覧 を選ぶとferret Oneで作成してい るページの一覧が表示されます。トップページを選択し、「ページ編集」から編集画面に入 ります。

	● > サイト > ページー覧				
目 ダッシュボード	サイト構成とページの新規作成 🎯			ページの一括設定 新規ページ作	戓
D 715	ページー覧	ページ設定	SEO設定 編集履歴		
ページー覧 タイトル・ディスクリプション	Q ページ名、URLを入力 クリア 検索	ページ編集 プレビュー	- 公開ページ	公開中 🔵	
OGP一括編集					
入力フォーム 入力フォーム一覧	♀ドラッグ&ドロップで階層を移動できます ×	ページ設定			
通知連携一覧		ベージ名	トップページ		
共通パーツ一覧	• トップページ 🖄 🗎		ページ名はナビゲーションに表示する際に使用しますので、短い名称にすると綺麗に収まります		
テンプレート	● 新しいページ (1)	Mar of the second			
2 -104	<ul> <li>サービスについて</li> </ul>	クローバルメニュー設定	□ クローバルメニューに表示する		
× )10	選ばれる理由	記事リスト設定	✓ 記事リスト上で表示にする		
~ マーケティング・最適化	> 導入事例	カテゴリ	カテゴリを選択	▼ カテゴリ追加	
■ = ノブニリ	<ul> <li>ブログ</li> </ul>	共通エリアの使用	✓ 共通ナビを使用する		
	> セミナー		☑ 共通ヘッダーを使用する		
山 レポート・データ	> お知らせ		□ 共通サイドパー(左)を使用する		
	とくあるの質問		□ 共通サイドバー(右)を使用する		
🛛 リード 🕦			✓ 共通フッターを使用する		
	会社照要	オプション設定			
A 800	> お問い合わせ				

# ボタンパーツを使って、CTAを設置しましょう。

•ו	♪ ページ編集	新しいページ(1) 🖸 🧰 非公開	### : 🛄 📋	スマホ編集箇所 😡 : 💷	1つ前に戻す 1つ次に戻す プレビュー 下暦き保存 - 見前する
, ページ	名·URL股定				
	ージのSEO設定				
・レイア	ウト設定		SAM	PLE LOGO	サービスについて 会社振要 お問い合わせ 資料ダウンロード
・クリッ	ブポード				
<del>▼</del> デザイ					
基本パー?					
н					
見出し					サイト更新からLP作成・メール配信まで
					BtoBマーケティングがこれ1つ
リッチテキ		1 August 1			
			11/		the second se
ボタン	<ul> <li>リンク埋め込み Ø</li> </ul>				
メディア	マーツ				the second se

€20	♪ ページ編集	新しいページ(1) 🛛 💷 非公開	###: 🛄	スマホ編集箇所 😡 : 🧰	1つ前に戻す コン次に戻す プレビュー 下音合反存 - 更新する
• ~	ノ名・URL設定				
<ul><li>この</li></ul>	ページのSEO設定				
• レイ:	マウト設定		SAM	PLE LOGO	サービスについて 会社概要 お問い合わせ 資料ダウンロード
<b>•</b> ⁄7 9					
• デザ					
基本パー					
F	I				
見出	0 7#210				サイト更新からLP作成・メール配信まで
A:		-			BtoBマーケティングがこれ1つ
リッチテ	Fストの 区切り線の				
	[] 💡				資料ダウンロード
7*-					
	• <>				
ボタ					
メディア	パーツ				

ボタンパーツの詳しい操作については、ヘルプページの<u>【画面説明】ページ編集(LP編</u> <u>集)/デザインパーツ ボタンパーツ</u>をご参照ください。

# ・CTAを目立つ色にする場合

ferret One管理画面で、サイト > ページー覧 を選ぶとferret Oneで作成しているページの一 覧が表示されます。トップページを選択し、「ページ編集」から編集画面に入ります。

	● > サイト > ページー覧			
目 ダッシュボード	サイト構成とページの新規作成 @			ページの一括設定 新規ページ作成
	ページ一覧	ページ設定	SEO設定 編集履歴	
ページー覧 タイトル・ディスクリプション	Q ページ名、URLを入力         クリア         検索	ページ編集 プレビュー	· 公開ページ	公開中 🔵
CGP一括欄集				
入力フォーム	♀ドラッグ&ドロップで階層を移動できます ×	ページ設定		
通知連携一覧		ページ名	トップページ	
共通パーツ一覧	• トップページ 僧 自		ページ名はナビゲーションに表示する際に使用しますので、短い名称にすると綺麗に収まります	
テンプレート	● 新しいページ (1)	グローバルメニュー設定		
✔ プログ	サービスについて		D / H / WARY WARY W	
	通ばれる理由	記事リスト設定	☑ 記事リスト上で表示にする	
~ マーケティング・最適化	> 導入事例	カテゴリ	カテゴリを選択	▼ カテゴリ追加
周 ライブラリ	<ul> <li>ブログ</li> </ul>	共通エリアの使用	✓ 共通ナビを使用する	
	> セミナー		✓ 共通ヘッダーを使用する	
山 レポート・データ	> お知らせ		□ 共通サイドバー(左)を使用する	
	トノネスの新聞		□ 共通サイドバー(右)を使用する	
🖾 リード 🕦			✓ 共通フッターを使用する	
	会社概要	オプション設定		
A 100	> お問い合わせ			

ボタンパーツをクリックすると青いバーが表示されるので、「カラー選択」から色を変更し ましょう。「カラーのカスタマイズ」をクリックすると自由に色を設定できます。

S	SAMPLE LOGO			サービスについて	会社概要	お問い合わせ	資料ダウンロード	
		サイト更新	新からLP作成・	メール配	信まで			
		BtoE	3マーケティング	がこれ1	2			
			資料ダウンロー	۰۴				
	B 🌢 26px 🗸	カラー選択 中 💙						
		資料ダウンロード 資料ダウンロード 資料ダウンロード 資料ダウンロード						
		資料ダウンロード カラーのカスタマイズ						

目立つ色を選ぶ際のポイントとしては、ページでメインに使っている色の「補色」を基準に 選ぶことです。補色とは、色相環と呼ばれる色の関係において正反対に位置する色のことで す。青の補色はオレンジ、赤の補色は緑です。補色を基準にしたうえで調整して色を決定す ると、そのページに置いて目立つ色を選びやすくなります。



ボタンパーツの詳しい操作については、ヘルプページの<u>【画面説明】ページ編集(LP編</u> <u>集)/デザインパーツ ボタンパーツ</u>をご参照ください。

## ・商品・サービスがユーザーにもたらす変化を表すキャッチコピーの見直しを行う場合 まずは手元でキャッチコピーの案出しを以下の流れで行いましょう。

(1)訴求したい商品・サービスの機能や特徴、他社と差別化できるポイントを書き出す
(2)メインとするターゲットはどんな人なのかを具体的に想定する
(3)想定したターゲットが、(1)の特徴や機能によってどんなメリットを得られるかを書き出す
(4)文言を調整してキャッチコピーの案を複数作成する
(5)他の人にも見てもらってフィードバックをもらったうえで決定する

キャッチコピーの案を作成する際には、以下の点にも気をつけましょう。

- ・不必要な情報を詰め込んでいないか?
- ・読んだ人にとってわかりやすい単語、表現になっているか?
- ・ユーザーにもたらす「変化」を表現するキャッチコピーになっているか?

キャッチコピーが決まったらサイトへの反映を行います。

ferret One管理画面で、サイト > ページー覧 を選ぶとferret Oneで作成しているページの一 覧が表示されるので、トップページの編集画面に入ります。

	■ > サイト > ページ一覧					
	サイト構成とページの新規作成 ◎				ページの一括設定	新規ページ作成
🗉 ታイト	ページー覧	ページ設定	SEOIRJE	編集履歴		
<b>ページー覧</b> タイトル・ディスクリプション	Qページ名、URLを入力         クリア 検索	ページ編集 プレビュー	- 公開ページ			
OGPー抵細集 入力フォーム 入力フォーム一覧	♀ドラッグ&ドロップで階層を移動できます ×	ページ設定				
	<ul> <li>トップページ</li> <li>ピ 前</li> </ul>	ページ名	トップページ ページ名はナビゲーションに表示する際に使用しますので	、短い名称にすると綺麗に収まります		
	<ul> <li>新しいページ (1)</li> </ul>	グローバルメニュー設定	□ グローバルメニューに表示する			
	サービスについて	記事リスト設定	✓ 記事リスト上で表示にする			
	<ul> <li>→ 選ばれる理由</li> <li>&gt; 選入事例</li> </ul>	カテゴリ	カテゴリを選択			カテゴリ追加
	• <b>7</b> ¤Ø	共通エリアの使用	■ 共通ナビを使用する			
■ <b>ライノラリ</b>	> セミナー		✓ 共通ヘッダーを使用する			
	> お知らせ		<ul> <li>□ 共通サイドバー(左)を使用する</li> <li>□ 共通サイドバー(右)を使用する</li> </ul>			
	よくあるご質問		☑ 共通フッターを使用する			
<b>A</b> 10m		オプション設定				

キャッチコピーが記載されているパーツをクリックし、編集しましょう。

見出しパーツの詳しい操作については、ヘルプページの<u>【画面説明】ページ編集(LP編</u> 集)/デザインパーツ 見出しパーツをご参照ください。

#### ・商品・サービスがわかり、ペルソナに合ったメインビジュアルに見直し

サイトに訪れた人が、何についての商品・サービスなのか理解することを助ける画像を設置 することが必要です。以下のようなパターンがよく見られます。

1. 商品そのものの画像

有形商材の場合、商品そのものの画像を掲載することが可能です。また、パソコンやスマー トフォン上で動作するソフトウェアやアプリケーションなどの場合は、パソコンやスマート フォンの枠組みに画面をはめてサイトに設置すると良いでしょう。

2. 利用シーンの画像

商品そのものを載せても分かりづらい場合などは、利用シーンの画像を使うと良いでしょう。例えば、飲食店の内装について支援する商材であれば飲食店内の画像を使います。

3. サービス提供者の画像

コンサルティングなど無形商材の場合は、サービス提供者であるコンサルタントの画像を使 うと良いでしょう。実際に在籍している人の写真を使っても良いですし、人が映っている画 像を購入して用意することもできます。

画像が決まったら、サイトに反映しましょう。

#### <背景画像に反映する場合>

▼完成イメージ



1. 最初に、ライブラリに背景画像をアップロードします。**ライブラリ>メディア**を選択し、「新しいイメージをアップロードする」から画像をアップロードしましょう。

■ ダッシュボード	• > ライブラリン メディア メディア	新しいイメージをアップロードする
ወ ታイト	110#	■ リスト表示 Ⅲ ポード表示
♪ プログ	マイイメージ 職入憲法	
◇ マーケティング・最適化		Q 面像名、またはALTを入力してください
<ul> <li>■ ライブラリ</li> <li>メディア</li> <li>ファイル</li> </ul>	320 x 240         320x240.png           2020F12/J01B11504   295 x 221 px   688 KB   image/sng         2020F12/J01B11504   295 x 221 px   688 KB   image/sng           https://terrst-one.aikamaized.net/mages/5fc5dcd67070578314764ects/original.png?vtime=1496216288         1496216288	ł
dt レポート・データ ■ リード <b>①</b>	C dummy.png 2020#12/JD1B15604   380 x 245 px   3.65 KB   image/jong https://terret-one.akamaized.net/images/5fc5dcd6709578314764ectb/original.png?utime=1598257276	
<ul> <li>◆ 設定</li> <li>▲ ツール</li> <li>● 管理者メニュー</li> </ul>	Control 12/10/18 1504   128 x 128 px   3.07 KB   image/png     thttps://foreforma.ikamaaea.net/images/5656cd5705b78314764ecf8/criginal.ang?hutime=1603270945	i
	handshake.png 2020e112/JOI B 1504   128 x 128 px   2.54 KB   image/png https://terret-one.aikamaaeed.net/images/5fc5dcd5709a78314764ecf7/original.org?hutime=1603270944	i
	Contraction     Contracti	1

なお、メインビジュアルに使用する画像サイズの目安は幅1920×高さ500~800ピクセルで す。ヘルプページのQ.画像の推奨サイズはどのぐらいですか?も合わせてご参照ください。

2. **ferret One管理画面 > サイト > ページ一覧** を選ぶとferret Oneで作成しているページの 一覧が表示されます。トップページを選択し、「ページ編集」から編集画面に入ります。

	青 > サイト > ページ一覧			
■ ダッシュボード	サイト構成とページの新規作成 @			ページの一括設定 新規ページ作成
□ # <b>Z</b> b				
	ページー覧	ページ設定	SEO設定編集履歴	
<b>ページー覧</b> タイトル・ディスクリプション	Q ページ名、URLを入力 クリア 検索	ページ編集 プレビュー	- 公開ページ	
CGP一括編集				
	♀ドラッグ&ドロップで階層を移動できます ×	ページ設定		
スカノオーム一覧 通知連携一覧		N=04	L w 700-21	
共通パーツ一覧	<ul> <li>トップページ</li> <li>ピ 前</li> </ul>		ページタはナビゲーションに表示する際に使用しますので 短い名称にすると綺麗に収まります	
テンプレート	<ul><li>新しいページ (1)</li></ul>	グローバルメニュー設定	グローバルメニュービ表示する	
4 -1nH	<ul> <li>サービスについて</li> </ul>			
· )09	<ul> <li>選ばれる理由</li> </ul>	記事リスト設定	☑ 記事リスト上で表示にする	
~ マーケティング・最適化	> 導入事例	カテゴリ	カテゴリを選択	▼ カテゴリ追加
B ライブラリ	<ul> <li>ブログ</li> </ul>	共通エリアの使用	✔ 共通ナビを使用する	
	> セミナー		✓ 共通ヘッダーを使用する	
山 レポート・データ	> お知らせ		□ 共通サイドパー(左)を使用する	
			□ 共通サイドバー(右)を使用する	
🖾 リード 🕥	4 / 00 C (10)		✔ 共通フッターを使用する	
■ 9-F <b>(</b> )	会社概要	オプション設定		
* 10 cm	> お問い合わせ	and a second		

3. 背景画像を反映する、ヘッダー部分にカーソルをあてると、左側にパレットマークが表示 されるので、パレットマークをクリックします。

÷26	♪ ページ編集	新しいページ(1) 🖸 🌑 非公開	##: 🛄 🛛	スマホ編集箇所 🕲 : 💶				1つ前に戻す 1つ	欠に戻す プレピュー	下書き保存	•	更新する
• ~-3	/名・URL設定											
<ul><li>この</li></ul>	ページのSEO設定											
<ul> <li>レイフ</li> </ul>	マウト設定		SAM	PLE LOGO		サービスについて	会社概要	お問い合わせ	資料ダウンロード			
► Ø 9 3		•										
<ul> <li>デザ₁</li> </ul>												
基本パー												
F												
見出し	・0 テキストの				サイト更新からLP作成・コ	メール配	信まて	ā				
≜					BtoBマーケティング	がこれ1・	2					
リッチテキ												
	[] 9				資料ダウンロー	F						
7*-												
ボタン			k ~~	ダー部分にカー	-ソルをあてる							
メディア			· · ·									
			新し	いページ (1)								
-4×-	YO BRO											
ギャラリ												

4. 右側にポップアップが表示されます。その中に「背景画像」と書いてあるセクションがあ るので、同じセクションの中の「ライブラリから選択する」をクリックします。



5. ライブラリにアップロードした画像一覧が表示されるので、選択して反映させます。

画像を反映させた際に文字が読みづらくなることがあります。<u>Q. ヘッダー画像(メインビ</u> ジュアル)の上に書いたテキストを読みやすくできますか?もご参照ください。

## <背景画像の上に重ねて画像を設置する場合>

▼完成イメージ



1. 最初に、ライブラリに背景画像をアップロードします。**ライブラリ>メディア**を選択し、「新しいイメージをアップロードする」から画像をアップロードしましょう。

蠶 ダッシュボード	<ul> <li>◆ &gt; ? &lt; / ? ? ) &gt; × F &lt; ?</li> <li>メディア</li> </ul>	新しいイメージをアップロードする
🖾 サイト	110#	■ リスト表示 Ⅲ ポード表示
✔ プログ	マイイメージ 職入選至	
◇ マーケティング・最適化	□ —抵制除 <b>∨ 尺</b> 15	Q 画像名、またはALTを入力してください
<ul> <li>ライブラリ</li> <li>メディア</li> <li>ファイル</li> </ul>	320 x 240         320x240.png           2020#12/H0 IB 15.04   295 x 221 px   6.88 KB   image/png           https://farret-one.akuma/aed.net/mages/bfc5dcdb700b/78314746ecfc/original.png?utime=1496216288	÷
uh レポート・データ ☎ リード ¶)	Aummy.png           2020412/I/01B 15:04   380 x 245 px   3:65 KB   image/png           https://forms.one.akamaasd.not/mages/bfc5dcdf709b/783147046ettu/original.png?utime=1598257276	
<ul> <li>◆ 設定</li> <li>▲ ツール</li> <li>● 管理者メニュー</li> </ul>	CocoH12/I01B1564   128 x 128 ps   3.07 KB   image/png     Mttps://feret.one.akamaaed.not/mages/5/65acd5709b783147d4ecf5/cr/ginal.png?ut/me=1603270945	i
	Aandshake.png     2020412401B1564   128 x 128 px   2.54 KB   imsge/png     https://ferret.one.akamaaxd.not/mages/5fc5dcdb702b783147d4acf7/original.png?ut/me=1603270944	÷
	Important         monitor.png           2020/8128/01811504   128 x 128 px   1.84 KB   imsgs/png           Https://ferret-one.akumazed.net/muges/bfc5dcd/206/783147346ef5/original.png?utime=1603270944	4

2. **ferret One管理画面 > サイト > ページー覧** を選ぶとferret Oneで作成しているページの一覧が表示されます。トップページを選択し、「ページ編集」から編集画面に入ります。

	● > サイト > ページ一覧			
11 ダッシュボード	サイト構成とページの新規作成 ◎			ページの一括設定 新規ページ作成
□ サイト	ページー覧	ページ設定	SEO設定 編集	調理
<b>ページー覧</b> タイトル・ディスクリプション	Qページ名、URLを入力         クリア         検索	ページ編集 プレビュー	公開ページ	公開中
0GP	♀ドラッグ&ドロップで階層を移動できます ×	ページ設定		
通知連携一覧 共通パーツ一覧	<ul> <li>トップページ</li> <li>(注) 前</li> </ul>	ページ名	トップページ ページ名はナビゲーションに表示する際に使用しますので、短い名称にすると綺麗	重に収まります
テンプレート	新しいページ (1)	グローバルメニュー設定	□ グローバルメニューに表示する	
♪ プログ	サービスについて     選ばれる理由	記事リスト設定	☑ 記事リスト上で表示にする	
~ マーケティング・最適化	> 導入事例	カテゴリ	カテゴリを選択	▼ カテゴリ追加
■ ライブラリ	<ul> <li>ブログ</li> </ul>	共通エリアの使用	☑ 共通ナビを使用する	
	> セミナー		☑ 共通ヘッダーを使用する	
山 レポート・データ	> お知らせ		<ul> <li></li></ul>	
	よくあるご質問		✓ 共通フッターを使用する	
	会社標要	オプション設定		
A 100	お問い合わせ			

3. キャッチコピー・CTAと画像を並べて表示する場合は、表示を2カラム(列)にする必要 があります。キャッチコピーやCTAが設置されている範囲の「行・カラムを編集」をクリッ クします。

←	新しいページ(1) 🛛 🌑 非公開 🏭集: 🛄 🗍 スマホ編集箇所 🖗 : 🌑	1つ前に戻す コン次に戻す プレビュー 正音き保存 🗸	
<ul> <li>ページ名・URL設定</li> </ul>			
▶ このページのSEO設定			
・ レイアウト設定	SAMPLE LOGO	サービスについて 会社販要 お問い合わせ 資料ダウンロード	
▶ クリップポード			
▼ デザインパーツ			
基本パーツ			
H ≡			
見出しの テキストの		サイト更新からLP作成・メール配信まで	
<del></del>	-	BtoBマーケティングがこれ1つ	
リッチテキスト ② 区切り線 ④			
⊂I⊐ ♥		資料ダウンロード	
7-40 7970		R-12488	
ボタン ロリンク運め込み ロ			
メディアパーツ		the second se	

← ▶26 / ページ編集	新しいページ(1) 🖸 ෩ 非公開 🏭 編集: 🛄		1つ前に戻す 1つ次に戻す プレビュー  下書書伝行  ・  更新字る
→ページ名・URL設定			
▶ このページのSEO設定			
▶ レイアウト設定	<b>6</b>	SAMPLE LOGO	サービスについて 会社概要 お問い合わせ 算/ ◎ * ↑ ↓ * ■ 1 2 3 4 ●
▶ クリップボード	25¢		
▼ デザインバーツ			
基本パーツ			
H .≣			
見出し 🛛 テキスト 🕤			サイト更新からLP作成・メール配信まで
			BtoBマーケティングがこれ1つ
リッチテキスト ● 区切り線 ●	A Common of the		
			資料ダウンロード
77-40 9970			RL 6
メディアパーツ			

4. 右上に表示される「2」をクリックすると、2カラム表示になります。



5. 追加したカラムにイメージパーツを設置し、アップロードした画像を反映します。イメー ジパーツの詳しい操作について、ヘルプページ<u>【画面説明】ページ編集(LP編集)/デザ</u> <u>インパーツ イメージパーツ</u>もご参照ください。

#### ・商品・サービスの特徴を訴求するセクションの追加

1. まずは手元でどんな特徴を訴求するかリストアップしましょう。 他社と差別化が図ることができる特徴や、ターゲットととする人のニーズが大きい特徴を選 択しましょう。それぞれ見出しと説明文のセットで3つほど用意できるといいでしょう。

2. **ferret One管理画面 > サイト > ページー覧** を選ぶとferret Oneで作成しているページの一 覧が表示されます。トップページを選択し、「ページ編集」から編集画面に入ります。

	● > サイト > ページ一覧			
目 ダッシュボード	サイト構成とページの新規作成 ◎			ページの一括設定 新規ページ作成
= #Zb				
<b>3</b> 911	ページー覧	ページ設定	SEO設定 編集履歴	E
ページー重 タイトル・ディスクリプション	Q ページ名、URLを入力 クリア 検索	ページ編集 プレビュー	<ul> <li>公開ページ</li> </ul>	公開中
OGP一括編集				
入力フォーム	♀ドラッグ&ドロップで階層を移動できます ×	ページ設定		
通知連携一覧		ベージタ	5 w 7/2-21	
共通パーツ一覧	<ul> <li>トップページ</li> <li>ピージ</li> </ul>		ページ名はナビゲーションに表示する際に使用しますので、短い名称にすると綺麗に追	又まります
テンプレート	新しいページ (1)	グローバルメニュー設定		
4 10 H	• サービスについて		a ya yawat kawa	
• 707	<ul> <li>選ばれる理由</li> </ul>	記事リスト設定	✓ 記事リスト上で表示にする	
~ マーケティング・最適化	> 導入事例	カテゴリ	カテゴリを選択	▼ カテゴリ追加
員 ライブラリ	<ul> <li>プログ</li> </ul>	共通エリアの使用	✓ 共通ナビを使用する	
	> セミナー		✓ 共通ヘッダーを使用する	
<b>山</b> レポート・データ	> お知らせ		□ 共通サイドバー(左)を使用する	
	よくあるご質問		□ 共通サイドパー(右)を使用する	
🖾 リード 🕦			✓ 共通フッターを使用する	
	会社標要	オプション設定		
A 800	> お問い合わせ			

3. 「セクションを追加」をクリックすると、あらかじめデザインパーツやサンプルが組み 込まれているブロックパーツが表示されます。

€28	♪ ページ編集	新しいページ(1) 🛛 🔵 非公開	### : 🛄 📋	スマホ編集箇所 😡 : 💷	1つ前に戻す 1つ次に戻す プレビュー 下音音安存 - 更新する
• ~	ジ名・URL設定				
• CO/	ページのSEO設定	and the second	5.05 .		
• E-13	<b>アウト設定</b>			各料ダウンロート	ferret One
► Ø 9 -					
- デザ・					
基本パー					
F					
見出し			断し	いページ (1)	
≜					(+ セクションを進加)
リッチティ					
	[] <b>Q</b>				
7#-	ム9 マップ9	(↓)			



今回のケースだと「ポイント」や「サービス」が適しています。クリックすると、ページに 適用されます。用意した見出しや説明文を入力して、反映させましょう。

÷≈ / ~	ージ編集	新しいページ(1) 🖸 🌑 非公開	###: 🛄 🛛	スマホ編集箇所 🖗 : 🌑		1つ前に戻す 1つ次に戻す プレビュ
▶ ページ名・URL	90E	_				
▶ このページのSE	0設定					
▶ レイアウト設定						
<ul> <li>クリップポード</li> <li>ディー・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・</li></ul>			新し	, いページ (1)		
**//="						
н						
見出しの	テキストの					
					<サービス名>の〇つの強	み
	9		私力	とちは、豊富な実績と経験に裏打ちされ	た高い技術を元に社会に貢献する問題解決集団です。	。 クライアント様の幅広いニーズに応えるため、
	<>		從身	&からアフターフォローよでをワンスト	ツノで症決していさます。	
ポタン 🛛 !	レク埋め込み ❷		経	験豊富なプロの提案	迅速なパフォーマンス	きめ細かいアフターサポート
				2.4	2.4	2.4
	IDII O					
## <u>7</u>	1t.19			NO IMAGE	NO IMAGE	NO IMAGE
				幅750mx以上の	幅750px以上の	幅750px以上の

# ⑦効果を確認する

④で決めた期間が経ったら、改善施策を実施した効果を確認しましょう。②の手順に沿って レポートを確認し、改善しようとした数値に変化があるか確認します。

#### ・明らかに数値が改善していた場合

行った施策の効果があったと考えられます。他の新たな課題への打ち手の検討へ進みましょ う。

#### ・明らかに数値が悪化していた場合

行った施策が逆効果となってしまったと考えられます。再度仮説を立てて、新たな施策を検 討、実行しましょう。

## ・明確な数値の変動が見られなかった場合

行った施策がサイト訪問者の行動に影響を与えなかったと考えられます。該当期間に十分な 訪問数があったか、他の施策が影響していないかなど確認のうえ、再度仮説を立てて、新た な施策を検討、実行するか、追加で検証期間を設けましょう。

# 6. 改善施策を立案するときのポイント

改善施策を立案する際には、以下のようなポイントで検討すると良いでしょう。

#### ・ターゲットの目線になっているか?

ターゲットとなる人がサイトに訪れた時に、どのように見えるか、感じるかを意識したサイ ト構成や言葉選びになっているか確認しましょう。

#### ・自社の強みや特徴が端的に表現されているか?

多くの商品・サービスにおいて、競合となる別の商品・サービスが存在すると思われます。 サイト訪問者がその違いを認識できるよう、強みや特徴が端的に表現されているか確認しま しょう。

#### ・デザインよりもわかりやすさが重視されているか?

サイトを編集していると、「かっこいいデザインにしたい」「おしゃれなサイトにしたい」 と思ってしまいがちですが、BtoBのサービスサイトにおいては「わかりやすさ」が重要で す。どんな商品・サービスなのか、どんな特徴があるのかといった内容がわかりやすく表現 できているかを最優先に意識しましょう。

# 7. よくあるご質問

Q.どれくらいの期間で見直しを行うべきですか?

少なくとも月に1回は「<u>②レポートでトップページの数値を確認する</u>」で紹介した数値を見て、変化がないか確認しましょう。

Q.色使いで気をつけることはありますか?

なるべく使う色は少ないほうがわかりやすくなります。色が多くなるほどバランスが複雑に なってしまうため、社内にデザイナーの方がいない場合は特に使う色を少なくすることを意 識しましょう。

テーマカラーとそのグラデーションカラー(青に対して紺色など)、白、黒で構成し、目立 たせたい場所だけ1色の補色などを使用すると統一感のあるサイトになります。

Q.トップページで使う画像やイラストはどのように入手したらいいですか?

無償または有償で画像やイラストをダウンロードできるサイトを活用しましょう。(情報は すべて2021年3月時点)

・写真AC(画像、無償) https://www.photo-ac.com/

・Unsplash(画像、無償) <u>https://unsplash.com/</u>

·shutterstock(画像、有償) https://www.shutterstock.com/ja/

・pixta(画像、有償) <u>https://pixta.jp/</u>

・storyset(イラスト、無償) <u>https://storyset.com/</u> 8. ferret Oneサポートのご案内



**運用支援サポート**:貴社の状況に合わせてサイトの運用支援、施策のアドバイス を行います。必要に応じてお打ち合わせが可能です。



**テクニカルサポート** TEL:03-6868-8244/Mail:管理画面右下より 受付時間:平日(月~金)午前10時~午後5時

ヘルプページ:<u>https://ferretone.zendesk.com/hc/ja</u>



**操作レクチャー**: <u>https://fo-keiyaku.hmup.jp/contact\_lecture</u> 予約制です。Web会議もしくはお電話にて画面を見ながらレクチャー



**もくもく会**:<u>https://fo-keiyaku.hmup.jp/mokumoku-event</u> サポートが近くにいる状態で作業ができる場を提供。(オンライン有)

■ ご請求内容の確認/ユーザー追加・変更はこちら https://fo-keiyaku.hmup.jp/contact\_option

