

これからの
Web制作ビジネスは
どこに向かう？



鷹野牙佳弘(スイッチ)

本日の流れ

Web制作の費用

受注者と発注者の意識の相違

企画提案力

Webだけに留まらない提案を

ビジネスとしての「Web制作」は
“曲が”“角”に来ている



制作費の内訳

制作費の内訳

1
新規案件

2
リニューアル

3
月々の運用

制作費の内訳

1
新規案件

2
リニューアル

3
月々の運用

まだまだサイトを持っていない企業は多いけど、
先細るのは当然

制作費の内訳

1
新規案件

2
リニューアル

3
月々の運用

“模様替え”的なるリニューアル案件は激減
あるのは、CMS導入くらい

制作費の内訳


1
新規案件

2
リニューアル

3
月々の運用

CMS導入によって不要に

(CMS:クライアントの手で運用できること)



東京

地方

- 金額が大きな案件

- ナショナルクライアントの案件

が偉いわけではない



利益がなければ会社は残っていけない

受注金額 - コスト

仕掛かりが大きい長期案件の方が、
経営的には、資金繰りが大変



CSSnITE

Season 3
スキルからセンスへ

クライアントと、ビジネスの話が"できるようにしようよ！

CSSnITE

Season 3

スキルからセンスへ

- ビジネスロジック
- マーケティング
- 広報センス

私たち (Web 制作者) が、
今、考えなければならぬのは何？

成果を出すサイト

ペルソナ

IA(情報設計)

競合他社分析

制作

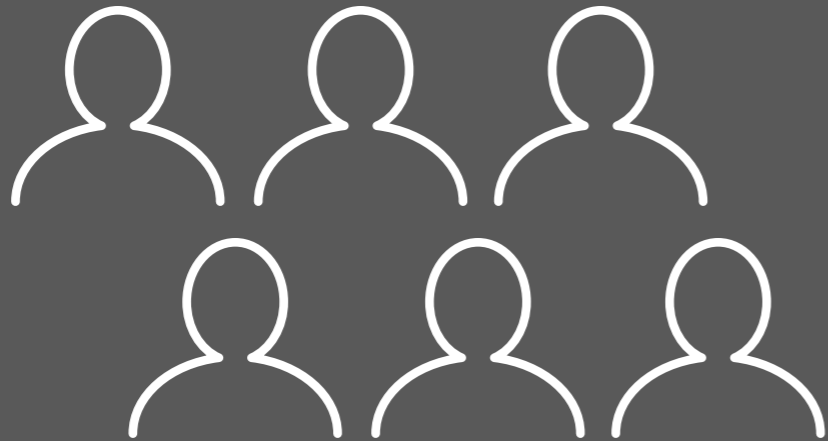
ユーザビリティ

ブランディング

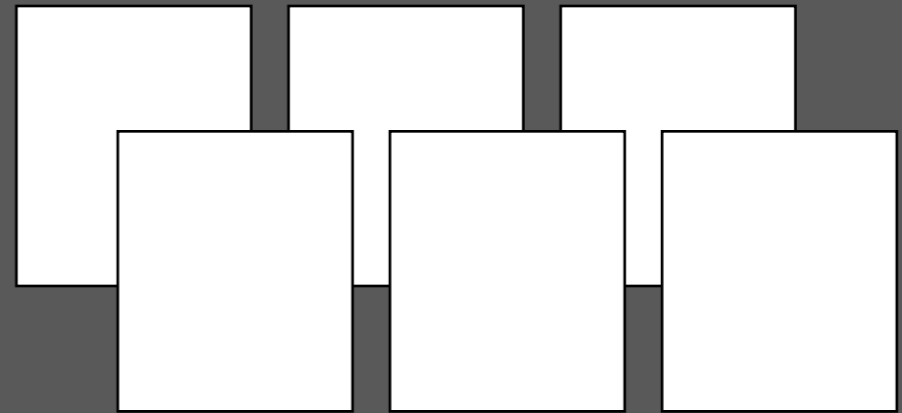
アクセシビリティ

どのように見積もりしていますか？

人工(にんく)



ページ単価





1P

<http://twitter.com/TSUNOKAKE/status/12531280727>

Google

twitter

[ログイン](#) [ユーザー登録 \(無料\)](#)

@motoharusumi 俺の持論だが、Web屋なんて基本商売オンチのパソコンオタク。真面目に商売してる人から見たらナメられまくって当然。いつまで経ってもクソな業界だ。で、俺はまともなのか？と言うと。。。どうだろね。知らん。決めるのは数字と顧客。

11:42 AM Apr 20th TwitBird iPhoneから motoharusumi宛



TSUNOKAKE

角掛@チェケ



受注サイド



発注サイド



受注サイド



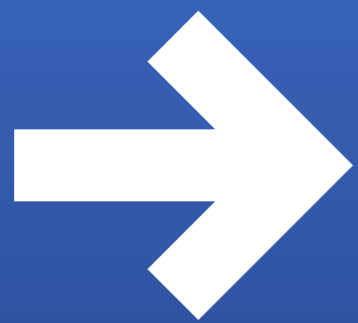
発注サイド

発注者のマインド



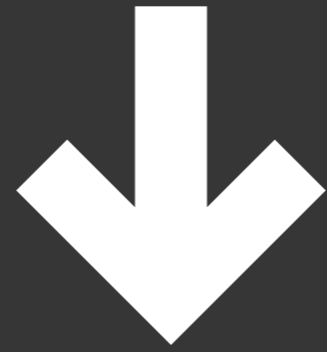
発注者のマインド

- ある意味、工程とかどうでもいい
- ソースコードなんて、さらにどうでもいい
- 写真の縦横比が間違っていたって売れればいい



重要なのは「費用対効果」
(コスト/リターン)

金額の大小よりも、納得感(値頃感)

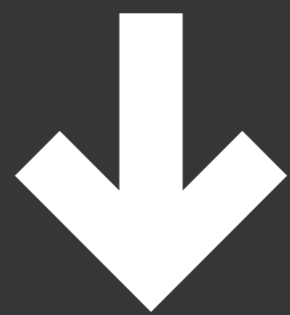


どんな企業でも、

元が「取れるならお金を出すハズ」



期待できる成果を
数値を使って説明できること



アクセス解析データを見て
サイト公開後に
117アインしていくこと

企画・提案力

企画力

提案力

ペルソナ

IA(情報設計)

競合他社分析

制作

ユーザビリティ

ブランディング

アクセシビリティ

ビジネス

ペルソナ

IA(情報設計)

競合他社分析

制作

日々の業務
売上/利益

ユーザビリティ

ブランディング

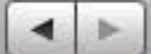
アクセシビリティ

Webだけで考えない

だけど、もちろん、Webならではの提案も

ミニ・ワークショツプ





1P

http://osaka.cssnite.jp/lp01/



Google


案件事例
概要
出演
ご注意
お申し込み
お問い合わせ



CSSnite in KANSAI LP1

CMS POWER USER'S SUMMIT 2010
2010.2.27 (sat)




よくありがちな難案件を
その場で解決するべく、
案件事例をもとに
パワーユーザーが実際に
CMSを組み込んでいく
様子を大公開！

<script type="text/javascript" src="h

終演しました！
多数のご来場、ありがとうございます！！



要解決
案件事例

- MISSION 1. 既存サイトにCMSを一部組み込む低予算・即納サイト
 - MISSION 2. ケータイ連動型、若者向けサイト：ネイルサロン
 - MISSION 3. 多重コンテンツサイト：不動産屋さんの物件管理
 - MISSION 4. ログイン機能付きECサイト：カフェサイトでお取り寄せグルメ販売
- さて、解決するのはどのCMS!?

【ご注意】 案件事例は急速変更される可能性があります、お申し込みの際はご了承ください。

MISSION4.ログイン機能付きECサイト：カフェサイトでお取り寄せグルメ販売

とある地方で数店舗展開されているお洒落カフェ・ジュナーベ。名物の手作りチョコレートが口コミで有名になり、遠方からわざわざチョコレートを買いに来る人も現れ、行列のできるお店になりました。そこで店主の千代古田（ちよこだ）さんは、「遠方からも来ていただけるならネットでもっと便利に販売できるようにしたい!」と考え、楽天にも出品しはじめました。

最初はなかなか売り上げも上がらなかったのですが、ある日テレビ番組で「絶品お取り寄せスイーツ」として紹介されたのをきっかけに注文が殺到! 本家サイト自体のアクセスも増大し、さらに「これはチャンス!」と考えた千代古田さんは、自サイトにもショッピング機能をつけたいと思うようになりました。

チョコレートの種類は豊富で、新作の追加や季節限定商品のUPなどを、楽天と同じように簡単に更新していきたいとのこと。



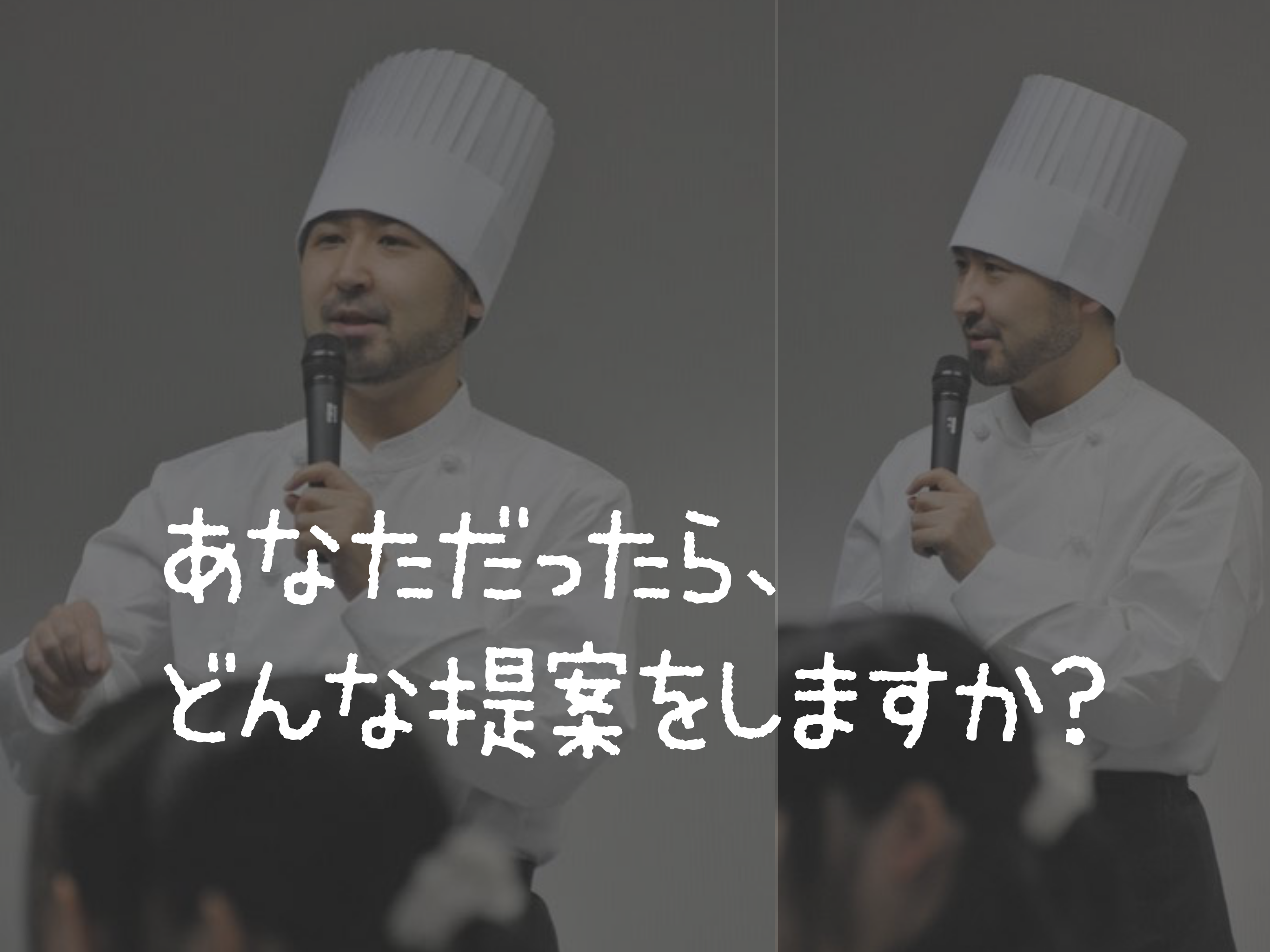
【要望】

- ▶ ASPでなく、独自サイトでECサイトを構築したい。
- ▶ Flashも連動するような凝った見せ方のECサイトにしたい。
- ▶ 登録された会員さんにお得情報のメールなどを一斉配信したい。

発注者のマインド





A chef in a white uniform and tall hat is speaking into a microphone. The image is split into two panels, with the chef appearing in both. The text is overlaid in white on a dark background.

あなただったら、
どんな提案をしますか？



多くの企業は、
専任のWeb担当者なんか
おけない

売上管理

日次、週次、月次での売上管理

前年度比、曜日での売上比較

発送オペレーション

伝票書き

発送後に、ステータスを変更

発送メール、サンキューメールなどの管理

顧客管理から個客管理

お得意様管理

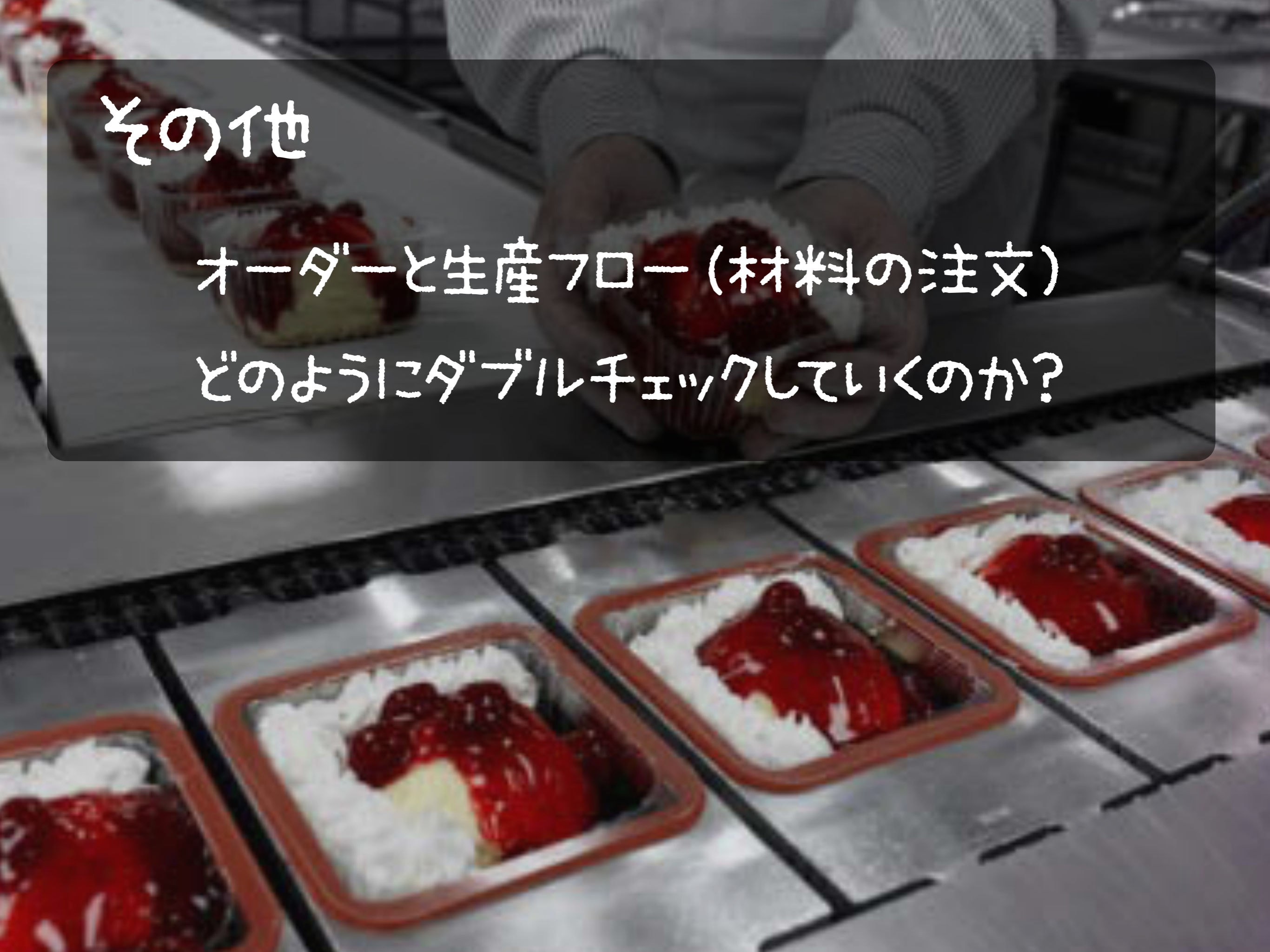
プレゼント対応、記念日対応



その他

オーダーと生産フロー（材料の注文）

どのようにダブルチェックしていくのか？



まとめ

- ユーザー目線でのサイト作り
- 公開後のリファイン
- Webだけに留まらず、フカンして考える

➔ すべてはサイトの価値を高めるために

ありがとうございました。

SWITCH