

Prime Numbers



失敗^{しっばい}しない
制作^{せいさく}会社^{がいしゃ}の選^{えら}び方^{かた}

もう迷^{まよ}わない…!

失敗しない制作会社の選び方

Webサイトの課題別制作会社選び方ガイド

1	はじめに	…	P3
2	課題の種類と制作会社の類型	…	P4
3	制作会社類型6種の解説	…	P7
4	課題×依頼先相性 相対表	…	P14
5	実は大事な進行の相性の話	…	P15
6	おわりに	…	P16

課題を明確にする事と 制作会社選定が Webサイト制作成功の鍵

サイト制作・リニューアルでの一番の失敗は、

課題がクリアになっていない状態のまま依頼をしてしまい、最適な制作会社と組めないことです。

費用感が合わなかった。デザインセンスが合わなかった。上手く考えを伝えられなかった、など色々考えがちですが、

根幹は「課題をクリアに出来ないまま、誤った制作会社に依頼してしまった」に尽きるのです。

この資料は、そんな失敗をしないためのガイドです。

今の会社のWebサイトは何を望まれているのか、何を解決したいのか。解決してくれる制作会社は、どんな会社なのか。

見極めることができれば、成功したも同然です。本資料を踏まえて、Webサイトづくりを成功させましょう。

／ 課題の種類と制作会社の類型

／ 課題をクリアにしよう

Webサイトによくある課題

Webサイトの一般的な課題をまとめました。

まずは、自社のサイトがどのような課題を抱えているのか明確にしましょう。

問合せの増加

現状よりもお問い合わせの
数を増やしたい



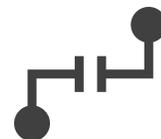
デザインの差別化

競合他社とデザイン面で
差別化を図りたい



機能の追加

今のサイトに加えて独自の
機能・システムを追加したい



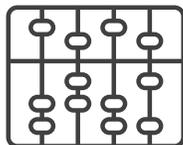
ユーザビリティの向上

ユーザーおよび管理側の
使い勝手を向上したい



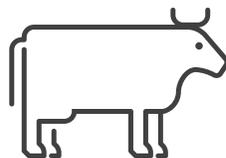
予算があまり取れない

制作・リニューアルをしたい
が、とにかく予算がない



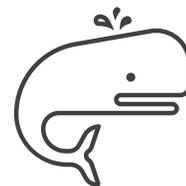
ブランドから見直したい

リニューアルを機に
ブランドから見直したい



サイト規模が大きい

とにかくサイト規模が大きく、
何をすれば良いのか判らない



…etc

課題に応じて適切な依頼先を選ぶ

制作会社の類型は各社の成り立ちから大きく6種類に分けることができます。

各社はそれぞれ取り組むのが得意な課題が異なるため、貴社の課題に合った制作会社に依頼することをお勧めします

問合せの増加

現状よりもお問い合わせの数を増やしたい

① マーケ系会社

デザインの差別化

競合他社とデザイン面で差別化を図りたい

② デザイン系会社

機能の追加

今のサイトに加えて独自の機能・システムを追加したい

③ システム系会社

ユーザビリティの向上

ユーザーおよび管理側の使い勝手を向上したい

① マーケ系会社

予算があまり取れない

制作・リニューアルをしたいが、とにかく予算がない

④ 営業系会社

ブランドから見直したい

リニューアルを機にブランドから見直したい

⑤ ブランディング会社

サイト規模が大きい

とにかくサイト規模が大きく、何をすれば良いのか判らない

⑥ 大手広告代理店

／ 制作会社類型6種の解説

お客様の課題

問い合わせ増加
ユーザビリティ向上

解決に必要なこと

- ・ SEOを含むサイト設計
- ・ USPの洗い出しと訴求

実は2つの問題の根幹は同じで、USPの洗い出しと訴求の仕方で軸足を決め、それをもとに分かりやすいサイト設計を行うことで課題解決に繋がります。

失敗しない依頼先企業の類型

マーケ系会社

マーケター出身の人が立ち上げた会社

集客・企画・設計に特化していることが多い。集客とCVに重きを置き、それを叶えるために手段を講じる。デザインもクライアントの好みではなくユーザーニーズから組み上げて提案される。

得意なこと



- ✓ 集客とCVを見据えた設計を行う
- ✓ エンドユーザーの層に合わせた企画を提案する

苦手なこと



- ✓ デザイン面・システム面に強くないことがある
- ✓ クライアントの「これが良い」に異を唱えることも

お客様の課題

他社とデザインで 差別化したい

解決に必要なこと

- ・ゼロイチのデザイン
- ・ブランド軸の要素抽出

とにかくデザインで他と差異を出したいなら、デザイン系の会社。会社らしさや要望に応じてデザイン要素を抽出して表現することに長けています。

失敗しない依頼先企業の類型

デザイン系会社

デザイナー出身系の人が立ち上げた会社

デザイン面の提案並びにデザイン業務が得意。ただし会社によってはデザインの系統が偏っていることがある。自社のデザイン指向との相性を考えての発注が必要。

得意なこと



- ✓ 競合他社と見た目（デザイン面）で差を出せる
- ✓ エンドユーザーの目に魅力的に映りやすい

苦手なこと



- ✓ デザイン以外は弱いことが多いため、SEOや、CVの担保が難しい
- ✓ デザインの相性が悪い場合は思い通りのデザインにならないことも

お客様の課題

独自の機能・ システムの追加

解決に必要なこと

- ・ 独自のシステム構築
- ・ 目的と要望を明確にする

従来になかった独自のシステムや自社用にカスタマイズされた機能が必要な場合はシステム系会社への依頼が必要。一般的なCMSで実現可能な機能なら他の類型でも対応が可能です。

失敗しない依頼先企業の類型

システム系会社

エンジニア出身系の人が立ち上げた会社

システム関連に強く、抱えているエンジニアも多い。

デザイン・営業はあまり強くない事が多い。新しく開発が必要なシステムや、既存のシステムの複雑な組み合わせなどが必要な場合はほぼ一択。

得意なこと



- ✓ 要望に応じたシステムを構築できる
- ✓ セキュリティ関連の要望にも強いことが多い

苦手なこと



- ✓ デザイン、マーケティング、全体設計などに弱いことがある
- ✓ やりたいことが明確でないと対応が難しい
- ✓ システム構築が高額になりやすい

お客様の課題

予算があまり取れない

解決に必要なこと

- ・ 余計な機能の排除
- ・ テンプレートの使用

目的が「コストを抑えたりリニューアル」の場合は営業系会社のテンプレートデザインを使用するのが◎。機能やデザインに過度なこだわりがなければ充分です。

失敗しない依頼先企業の類型

営業系会社

もともと営業販売系の人などが立ち上げた会社

営業力が強く、商談にも慣れているので良い気持ちで契約しやすい。

自社のテンプレート商材などを販売していることも多く、費用が安い。

担当にしっかりヒアリングを行い、価格帯が合致して信用ができれば発注する価値あり。

得意なこと



- ✓ クライアントの課題のヒアリング
- ✓ 業種によらず、ある程度事業理解ができる
- ✓ 料金が比較的安価

苦手なこと



- ✓ サービスに集客施策や企画設計は含まれていない事がほとんど
- ✓ テンプレート商材の場合、臨機応変な改修が出来ないケースが多い

お客様の課題

ブランドから見直したい

解決に必要なこと

- ・ブランドの再構築
- ・ブランドベースの表現

サイト制作・リニューアルを機にブランドの見直しから行いたい場合は、ブランディング系会社がおすすです。時間はかかりますが、手厚いサポートが受けられることが多いです。

失敗しない依頼先企業の類型

ブランディング系会社

ブランディング会社やコンサル出身の人が立ち上げた会社

すべての軸足をブランドに置き、会社としてのブランドのあり方、市場へのアプローチ、顧客との関係構築などを含めて提案・実行してくれる会社。予算感は高め。ブランドの大規模な立て直しや、起業時のブランド戦略から依頼したい場合はおすすめ。

得意なこと



- ✓ ブランドの構築・見直しから対応できる
- ✓ ユーザーとのタッチポイントを含めトータルで戦略を立てる

苦手なこと



- ✓ サービス自体が高額になりがち
- ✓ サイト構築までに時間がかかる事が多い

お客様の課題

サイト規模が大きい

解決に必要なこと

- ・ 大規模サイト制作実績
- ・ 綿密なプロジェクト進行

大きいプロジェクトの実績が多い。対応できる業務範囲も広く、一定のサービスレベルは担保される。ただし依頼額がものすごく高額。他のタイプより一桁くらい多いことも…

失敗しない依頼先企業の類型

大手広告代理店

広告関連のプロフェッショナル

サイズ感が大きいプロジェクトが得意。一昔前よりは少額の案件にも手を広げているが、まだ高額。全てのサービスにおいてクオリティは高め。ただし予算感は他のタイプとくらべて一桁多いことも少なくない。

得意なこと



- ✓ 大規模なプロジェクトが得意
- ✓ 全てのサービス領域においてクオリティが高め

苦手なこと



- ✓ ほかと比べてサービス自体が一桁違うくらい高額
- ✓ 下請け孫請けなどまで行われて意思疎通が難しいことがある

課題 × 依頼先属性相対表

課題が複合的な場合、得意なものが多い会社への依頼をオススメします。

	問合せ増加	ユーザビリティ向上	デザインで他社と差別化	独自の機能追加	予算が少ない	ブランドから見直したい	サイト規模が大きい
マーケティング系	○	○	△	△	△	△	△
デザイン系	△	△	○	△	△	×	△
システム系	×	△	×	○	×	×	△
営業系	△	×	×	×	○	×	△
ブランディング会社	△	○	○	×	×	○	△
大手代理店	○	○	○	○	×	○	○

最適な制作会社選びのために

重要視すべきは コミュニケーション

課題を解決しやすい制作会社のタイプを選んで、ある程度候補を絞ったら、コミュニケーションの取りやすさを確認しましょう。課題を解決出来そうに見えても、やりとりがずさんでは課題の解決には至らないことが多いからです。素晴らしいものを作ってきた実績がたくさんあっても、やりとりがスムーズでなければこちらの要望が通りづらい可能性が高くなります。右記のような項目で発注までのやりとりから制作会社のコミュニケーション力を推し量ってみましょう。



CHECK LIST

- ✓ レスポンスの頻度は十分か
- ✓ メール・電話はスムーズにやり取りできるか
- ✓ 意図を汲んでくれるか、わからなければ聞いてくれるか
- ✓ ストレス無く担当者に意見が伝えられるか
- ✓ 話をしっかりと汲んでくれるか
- ✓ YESマンでなく、根拠を持って反対意見を伝えてくれるか
- ✓ 柔軟に話を受け止めてくれるか
- ✓ こちらの意に沿った提案をしてくれるか

自社の課題を明確にして、その課題を解決しやすい制作会社を選定・発注する。
この2つが上手くいったなら、そのWebサイト制作は成功したも同然です。

この資料が貴社のWebサイト制作/リニューアル成功の参考になれば幸いです。
もし、課題を明確にできない、制作会社が選びづらい、といったお困り事ごと
ありましたら、お気軽にプライムナンバーズにご相談ください。