

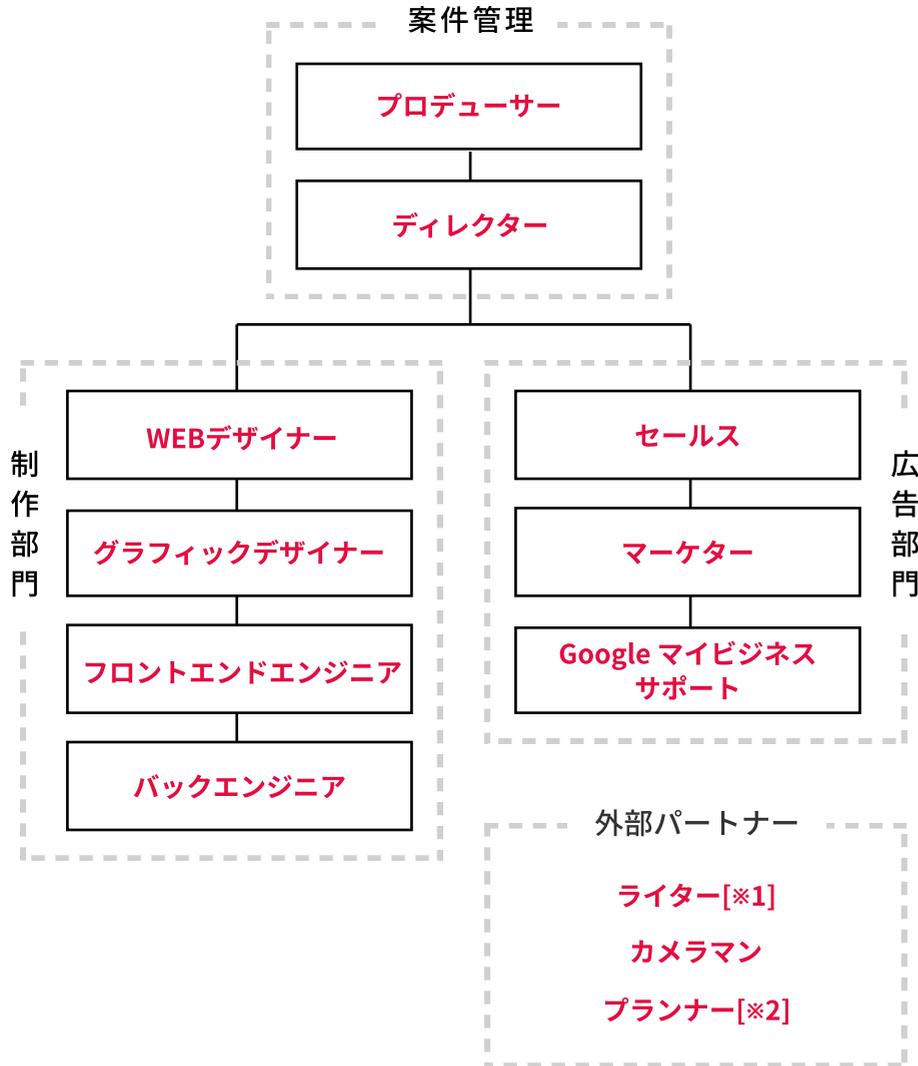
 株式会社 **ハタフル**

ホームページ制作フロー

制作体制

弊社では、デザイナー、エンジニア、マーケターといったWEB制作の専門スタッフが連携し制作を行います。さらに、それらをマネジメントしプロジェクトを進行管理するスタッフがいます。

体制図



役割

案件管理

プロデューサー

制作全般の運営・管理を行うプロジェクトの総責任者。各担当者を選定し、企画立案を主導します。

ディレクター

制作に関わる総合的な責任者。立案した企画を実現するまでの進行管理を担います。

制作部門

WEBデザイナー

ヒアリング時から参加し、プロジェクトの意向に沿ったデザイン制作を行います。

グラフィックデザイナー

社内ツールやポスターなどの制作を行います。Webサイト制作と並行する案件では連携してデザイン制作を行います。

フロントエンドエンジニア

出来上がったデザインを実装し、WEB上で公開するまでの作業を行います。

バックエンドエンジニア

データベース※3の設計や構築、サーバー移管※4など、システムに関わる部分の作業を行います。

広告部門

セールス

お問い合わせ時にお客様のご相談を受けます。また広告戦略※5における企画、改善提案などを主導します。

マーケター

リスティング広告※6やSNS広告※7を運用します。またサイトのコンテンツの企画や改善提案なども担います。

Google マイビジネス サポート

Google マイビジネスにおける運用のサポートとして、ご相談を受け、解決方法などのご提案をします。

ホームページ制作の流れ

 : お打ち合わせあり

STEP 1 企画フェーズ

1 初回ヒアリング（ご相談）



セールスマンまたはプロデューサーがお話を伺います。お打ち合わせでは基本情報、現状の課題、顧客特性など、WEB戦略【※8】の策定や必要な機能の要件定義をいたします。

2 ご提案書、概算お見積書提出



初回ヒアリングを元に、サイトマップ【※9】と合わせてホームページ制作時の仕様提案、現行サイトの改善提案などをご提案し、概算のお見積もりを提出します。

貴社へのお願い

ご提案書、概算お見積書について

ご提案書と一緒に提出するサイトマップは、サイト全体のページ構成です。今後このサイトマップを元に制作しますので、機能とページ数はここで詰めていただきますようお願いいたします。（ページや機能の増加・減少によってお見積もりを再提出いたします。）

3 受注・契約締結



お見積りをご確認後、契約書に署名いただき契約を締結させていただきます。

お見積額の50%を指定期間内にご入金いただき、その後作業開始とさせていただきます。

貴社へのお願い

初回ヒアリング（ご相談）時のご準備

このご相談の段階では現状の課題、顧客特性や取り組みたい事柄など、またWEB制作に必要なコンテンツ（原稿・写真・動画）の有無などをご開示いただきます。

STEP 2 構成フェーズ

4 仕様【※10】・デザインヒアリング



デザイナー同席のもと、仕様やデザインについてヒアリングし、全体のスケジュールについてご説明させていただきます。

貴社へのお願い

仕様・デザインヒアリングのご準備

具体的にデザインの方向性を定めていくのが目的ですので、ご希望デザイン（参考サイトやメインカラー【※11】）などがあればご準備ください。

5 コンテンツ制作準備または素材の準備

サイトに掲載する原稿や写真素材、動画などのコンテンツが貴社で確保できる場合は、制作前に共有いただきます。ない場合は取材や撮影の段取りをさせていただきます。

貴社へのお願い

素材のご準備

サイトに掲載する原稿や写真素材、動画などのコンテンツが貴社で確保できる場合、共有をお願いします。

6 画面設計図の作成



STEP1で作成したサイトマップをもとに、画面ごとに設計図を作成し、提出します。

貴社へのお願い

画面設計図のご確認

画面設計図はレイアウト【※12】を定める設計図です。確認時は、項目やページの漏れが無いかをご確認ください。いただいた修正はデザイン制作時に反映して提出します。

STEP 3 制作フェーズ

7 撮影・取材



・原稿…ライターと同行し取材して原稿を執筆します。または元となる資料や原稿からのリライトで制作します。

・写真／動画…カメラマンと同行し、撮影します。

8 デザイン制作



最初にトップページ【※13】のデザインのみを提出します。デザインイメージの擦り合わせを行い、下層ページの制作へ入ります。2〜3回程度ご確認いただき仕上げます。

貴社へのお願い

トップページの提出の段階で、サイトのデザインテイスト【※14】を確定し進行しますので、デザインの方向性について、貴社内で承認を得ていただきますようお願いいたします。

9 プログラミング【※15】／デバッグ【※16】

デザイン確認完了後、エンジニアによりサイト実装【※17】を行い、実装後、サイトの表示確認と、動作確認を行います。ブラウザ【※18】によって表示崩れ【※19】や動作不良が発生することがあるため、弊社では現在主流のPC、スマートフォン、タブレット端末【※20】など全10端末以上で、確認を行います。

貴社へのお願い

お送りするテストアップURL【※21】で、サイトに掲載する内容（原稿や画像など）と動作の確認をしていただきます。

10 公開（納品）

サイトをWEB上で公開します。ブログなどの更新機能を搭載する場合は、運用できるように使い方をまとめた仕様書の作成と講習会などを行なった上で納品いたします。

制作後のサポート

ホームページ制作後の運用・保守や、Web広告[*22]やグラフィック制作[*23]などをお手伝いさせていただきます。



保守・運用

ホームページを制作したものの管理者不在で放置されているサイトがたくさんあります。

弊社では、貴社の代わりにホームページの管理や定期的なメンテナンスに加え、月ごと・週ごとでアクセスデータ[*24]をお送りし、ホームページの状況をお伝えしております。



Webサイト改善

アクセス解析[*25]や、これまでの経験から改善のアドバイスをさせていただくことも可能です。アクセスデータを通じて、これまで見えなかった顧客の情報をビジネスに活かすこともできます。



WEB広告

弊社は東北地方でも数少ないGoogle広告[*26]の認定パートナーとしてWEB集客の支援を行なっています。

専門の資格を保有するスタッフがリスティング広告やSNS[*27]広告などを活用して、質の高い見込み顧客を集めます。



Googleマイビジネス サポート

Googleマップの上位表示を可能にするのがGoogleマイビジネス対策（ローカルSEO[*28]）と呼ばれる手法です。この「Googleマイビジネス」を用いた集客支援をサポートいたします。*2



ロゴデザイン

ブランディング[*29]や企業周知に不可欠のロゴデザインをサイトリニューアルと並行して制作することも可能です。企業の理念やコンセプト、歴史や伝統、未来への展望などを汲み取りロゴデザインをご提案します。



会社案内（DL資料作り）

企業理念、事業内容、商品説明など企業の「らしさ」を最大限に引き出しつつ、Webとの情報連動や、コミュニケーションデザイン（どんなシーンでどんな使い方をするツールにするのか）を、企画から制作まで一貫してご提案いたします。

用語集

※1 ライター

依頼された企画内容に合った文章を書く人。企画内容に合った記事を執筆するために取材や調査をしたり、資料を収集したりします。場合によっては、取材対象者にインタビューをすることもあります。

※2 プランナー

日本語で「企画者」の意味です。Webプランナーは、webサイトに関する豊富な知識を生かし、貴社の意向に沿った企画立案をします。広告プランナーは、貴社が打ち出したい商品やサービス、または企業そのもののコーポレートカラーなどを見極め、それをどのように伝えるかを企画します。

※3 データベース

「お知らせ」や「ブログ」などの投稿記事などを保管する機能のことです。例えばオフラインで文書を作成した場合、CDやHDに保存をしますが、ウェブサイト上で作成したデータはこの「データベース」の中に保存されます。

※4 サーバー移管

独自ドメイン運営のサイトで、使用しているレンタルサーバーを変えることを、サーバー移管と言います。ホームページの引越しも呼ばれます。サーバー移管には、現在の契約サーバーの情報、メールの運用情報、データベースの使用情報、SSLの使用確認、現在使っている独自ドメインのDNS設定変更、新しいサーバー契約が必要です。

※5 広告戦略

一般に、ターゲットに商品・サービスを購入してもらうためには、そのブランドのことを何らかの形で知ってもらう必要があります。マーケティングにおいてこの目的を果たすための中心となるのが広告戦略です。

※6 リスティング広告とは

検索エンジンの検索結果にユーザーが検索したキーワード（検索語句）に連動して掲載される広告です。検索連動型広告（検索広告）やPPC（Pay Per Click）とも呼ばれ、広告がクリックされると費用が発生しますが、ユーザーが検索している関心が高い時に広告が表示されるため、高い効果を発揮します。

・例：「Google広告」「Yahoo! プロモーション広告（スポンサードサーチ）」

※7 SNS広告

SNSを露出媒体とした広告です。セグメント（ターゲットの属性分け）やターゲティングが細かく設定でき、拡散力が高いために予想よりも多くのユーザーにリーチできる可能性があるのが特徴です。

※8 web戦略

企業が継続的に発展していくなどの目的達成のためにインターネット上で行う活動の枠組み・方向性のことです。
・例：戦略的ホームページを作るためのサイトリニューアル、サイトから資料請求やお問い合わせを得るためのサイト改善、サイトの回遊率向上、また目的のページに連れて行くための動線改善、新規顧客を増やすための集客施策（アクセス数アップ）、Webに合ったサービスや商品の開発、あるいは戦略的PR（プロモーション）などを指します。

※9 サイトマップ

サイト全体のページ構成を一覧で記載した文書のことです。貴社と弊社の間で、「何ページのホームページを作るのか」「どのページにどんな内容を記載するか」などを確認するために使用します。
また、同じ「サイトマップ」という単語でも以下のような別の意味をもつことがあります。
・サイトマップページ：ホームページ内で、閲覧者にコンテンツを一覧させる目次のようなページ
・サイトマップxml：検索エンジン対策に使用する、サイトコンテンツの一覧ファイル

※10 仕様

貴社と弊社の間で合意をとった「何を実現するのか」「何を作るのか」という決定事項のことです。例えば、サイトマップでは「どんなページがあるのか」「何ページか」などについての合意をとります。
また、デザインでは「どんな見た目にするか」の合意をとります。
これらの合意が取れたうえで、初めて実装作業（後述）に入り、開発を進めていきます。
また、納品時にはこの「仕様」を基に、その通りになっているかどうかの検品をしていただきます。

※11 メインカラー

配色の構成要素の中で、最も大きな面積を占める色のことをメインカラーといいます。全体のイメージを作り出す役割を持っています。

※12 レイアウト

配列、配置のこと。レイアウトは「パーツを美しく配置する」というデザインの要素の1つです。ホームページや広告などの限られた一定のスペースの中に、文字、絵、図案、写真などの要素を、最も効果的に配置する作業です。

※13 トップページ

「ホームページの玄関」となるページのことです。多くの訪問者は、トップページを拠点として自分の見たいページに遷移していくため、トップページは、ホームページ全体の内容に興味を持ってもらうための重要な役割を担っています。

※14 デザインテイスト

見た目や雰囲気や左右される大切な要素です。貴社がターゲットに表現したいイメージや雰囲気を表します。

- ・例：クラシック・ポップ・カジュアル・クール・シンプル・ナチュラルなど。
 - ・注意点：言葉から連想するものは、十人十色です。ただ「クールなデザイン」と言われても、同じイメージを共有できるわけではありません。
- ハタフルでは、いただいたキーワードから連想する色や雰囲気、目的・ターゲットなどから、一緒にデザインテイストを選定していきます。

※15 プログラミング

「プログラミング」=コンピュータに命令する「プログラム」を作る作業のことです。

※16 デバック

コンピュータプログラムのバグ・欠陥を発見および修正し、動作を設計通りのものとするための作業のことです。

※17 実装

「サイトマップ」や「デザイン」で決定した「仕様」を、その通りにプログラミングしていくことです。

※18 ブラウザ

WEBサイトを閲覧するために使うソフトのことです。

- ・例：「Internet Explorer(IE)」「Microsoft Edge」「Google Chrome」「Safari」「Firefox」「Opera」などが挙げられます。

※19 表示崩れ

デザインとレイアウトが正しく表示されない事象が発生することを差します。

※20 タブレット端末

一般的に板状の持ち運びできる大きさの機器で、スマートフォンよりも二回りほど大きなサイズのものが多いです。スマートフォンと同じようにタッチパネル式で、起動が速く操作が簡単なため「板状のパソコン」として使えます。iPadなどが該当します。

※21 テストアップURL

Webサイト制作における流れとして、テストサーバーにてサイト構築を行い、構築完了後に本番サーバーへ移転します。その際、テストサーバーで付加されるURLのことを呼び、本番公開時のURLとは異なります。

※22 WEB広告

「インターネットの媒体上に掲載される広告」のことです。広告枠を持つWebサイトや検索エンジンの検索結果ページ、メール、SNSなど、あらゆる媒体に掲載され、インターネット広告やオンライン広告、デジタル広告と呼ばれることもあります。ユーザーの地域や年齢、性別などの基本的なデータをはじめ、興味関心やWebサイトでの閲覧・検索・行動履歴などから細かくセグメントを行い、広告を配信できるのが大きなメリットです。

※23 グラフィック制作

主に印刷媒体に対して、構図や色彩、画像・写真などの素材や文字の配置等を考え、情報を整理し、分かりやすく伝達できるよう表現する作業のことです。

- ・例/ポスター、チラシ、リーフレット、パンフレット、カタログ、ステッカー、新聞・雑誌広告、商品のパッケージや包装紙のデザインやロゴマークなど。

※24 アクセスデータ

サイト訪問者の情報を集めたデータでページごとのアクセス数はもちろん、PCやスマホなど、どんなデバイスからのアクセスが多いのか、どの時間帯にアクセスが多いのかなど、サイト訪問者の特性や行動を知ることができます。

※25 アクセス解析

アクセスデータを元にWebサイトのCV数アップにつながる課題を見つけるために、サイト運営者がサイト訪問者の特性や行動を分析することです。

※26 Google広告

Googleのオンライン広告プログラムです。オンライン広告を作成し、提供する商品やサービスに、ユーザーが関心を示したタイミングを狙って表示することができます。

※27 SNS

SNSは、Twitter、Facebook、Instagramなど、オンライン上で仲間とチャットや写真をシェアしたり、情報発信できるサービスの事です。

※28 ローカルSEO

GoogleプレイスやGoogleマップなど地域情報（ローカル）検索サイトにおけるSEOのことです。検索エンジンで「場所（地域名）＋キーワード」で検索すると、検索結果の上の部分に地図と地域周辺の情報が表示されます。この部分が【ローカル検索結果】にあたります。その検索結果で上位表示させるために最適化を行うことを【ローカルSEO】といいます。

※29 ブランディング

ブランドに対する共感や信頼などを通じて顧客にとっての価値を高めていく、企業と組織のマーケティング戦略の1つです。ブランディングすることで、競合からの差別化、価格競争の回避、ユーザーの親しみや信頼が増大されることが期待できます。