

コンセプト

| 項目 | 内容 | 備考 |
|-----------|------------------------|----|
| 商品パワーヒューズ | 生産者・開発者・考案者のセールスポイントは？ | |
| | 時間的な特徴があるか？ スピード対応など | |
| | 産地など、場所的な特徴はありますか？ 特産品 | |
| | 商品の開発コンセプトはなんですか？ | |
| | その商品を販売する理由はなんですか？ | |
| | 商品の製法や仕組みに関するウリはなんですか？ | |
| | 価格的な優位性はあるか？ | |
| | この商品のメインターゲットは誰ですか？ | |
| | メインターゲットにあった効果的なアピールは？ | |
| | その商品を使うメリットは？ | |

ホームページの質

| 項目 | 内容 | 備考 |
|------------|-------------------------------------|---|
| サイトの力 | どんな商品を扱っているか、一目でわかりますか | メインとなる商品やサービスをアピールする |
| | 他のサイトとの違いが、TOPページで表現されていますか | |
| | サービス内容が分かりやすいですか | 自社独自のサービスのアピール |
| メリット | その商品・サービスを使うことによるお客様のメリットはわかりやすいですか | http://note-cms.jp/hpguide071003/ |
| こだわり・他との違い | 独自のこだわりはありますか | http://note-cms.jp/hpguide071004/ |
| 信頼・安心 | お客様の写真やコメントはありますか | 特におすすめ商品は、画面上部の目立つ位置 |
| | 社員やスタッフの写真やコメントはありますか | |
| | 会社の連絡先、所在地を明記する。 | |
| | 問合せ先の担当者、問合せ方法、時間等を表記 | 利便性 |
| 情報・ノウハウ | お問い合わせフォームにも、電話番号などを明記していますか | |
| | 業界の情報やあなただけしか知らないノウハウを載せてますか | |
| デザイン | Q&Aやまめ知識などのコンテンツページがあるか | |
| | トップページのメニュー表示が分かりやすく配置されているか | * サイト全体の構成が分かるように |
| | | * 下位の階層ページへ移動しやすいナビゲーションか |
| | 各ページ共通メニュー(グローバルナビゲーション)が分かりやすいか | 日本語表記で分かりやすく(英語表記を避ける) |
| | | 文字を見やすい大きさに |
| | | メニューは見にくいのか |

| | | |
|--|------------------------------------|--------------------------|
| | 商品写真が、商品のイメージアップに貢献しているか | |
| | おすすめ商品を目立つ場所に配置しているか | |
| | キャッチコピーで商品やサービスを分かりやすく簡潔に表現しているか | 抽象的な表現を避ける。カタログ通販などで研究する |
| | | |
| | ページのデザインとWebの配色が、商品や会社のイメージとあっているか | 基本色や背景色を、商品イメージとあわせる。 |
| | | 使用する色は3~4色程度に抑える |
| | 価格表記は分かりやすいですか | |
| | お問い合わせフォームの項目は必要最低限にしていますか | |

集客力

| 項目 | 内容 | 備考 |
|-----|---------------------|----|
| 集客力 | 検索サイト対策は行っていますか | |
| | リスティング広告はおこなっていますか | |
| | 業種のポータルサイトに登録していますか | |
| | 広告をおこなっていますか | |
| | アクセス解析を導入していますか | |