

フェーズ別 会社のサービス全般としてやったほうがいいこと



リアル活動



PCサイト



スマホサイト



ブログ



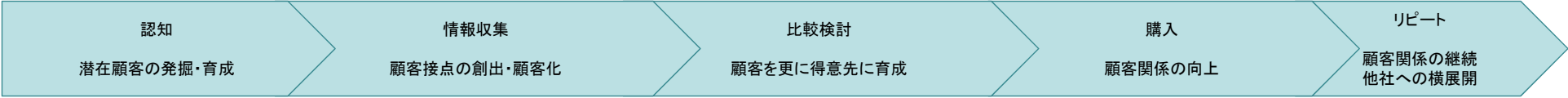
facebook



Linkdin



Slideshare



経営者、決済者に向けたマーケティングメディア運営
アドタイ、マーケジンのようなメディア

市場調査
既存顧客へのヒアリング
企業向けセミナー、交流会への参加

営業活動
BtoBセミナーへの参加。
顧客ニーズの発掘

広告塔のリアル活動
代表の行動、体外的な名人を作る

広告塔のWEB活動
Facebook、企業ブログ

活動報告
実案件ケーススタディの掲載
資料等の共有
Slideshare、linkdinなど

自社サイトの改善
デザイン・コンテンツ
わかりやすい設計
更新頻度(時流に合わせて即改修)

LP対策強化
サービスLPを作成
リ스팅など

会社のちからを伝え、検索に強くなる
技術ブログ
WEBトレンド、調査系ブログ

問い合わせ機会の創出
問い合わせの簡略化・ユーザビリティ向上・電話での問い合わせ対応

サイト上により詳しい情報・リアルな情報
ケーススタディ
費用感
制作フロー
デモサイト

普段から各スタッフ強化
技術向上(スタッフの専門知識)
対応力向上(他業務への興味・意識改革)
全員フロント対応可能
共有強化
プロ意識
リテラシー
トレンド
他社研究

プロジェクト時
CS向上
プロジェクト中のアンケート実施
WEBから簡単にアンケートを案内
マイルストーン毎に行うなど

満足度ヒアリング
ケーススタディ掲載許可依頼
ケーススタディ掲載

次フェーズ
潜在ニーズの発掘・提案

プロジェクト中の課題の記録
改善点への参考
具体的なプロジェクトは伏せて、記事化

サイト上に対応範囲の強調(信頼度の向上、発注範囲の拡大)
分野別対応範囲のアピール(コーポレート・キャンペーン・EC・メディアなど)
工程別対応範囲のアピール(提案、設計、デザイン、実装……運用まで)
体制掲載
制作体制
スタッフの育成指針
パートナー関係