

CJM (BtoBの場合の案件フロー 自社サイトを中心とした活動)



リアルコミュニケーション SNS
PCサイト 書籍 マスメディア

PCサイト・スマホサイト

PCサイト・スマホサイト

対象外

電話・メール



経営層

社内会議
書籍・マスメディアからの情報
Facebook等のtoBに親和性の高いSNSからの情報
他社サイトの閲覧

課題発生

企画発生

企画立案を求める

サイトの効果が出ていない
維持が大変(費用・内部コスト)
見た目や仕様を古く感じている
他社に差を付けられていると感じている
サイト改善の必要性を感じる

情報収集

企画立案

承認

比較

予算承認ベンダー決定

プロジェクト中

プロジェクト後

待っている

企画の許可
ベンダー選定指示

購買許可

待っている

次の施策を検討

より自分たちにあったベンダーにしたい
内容に見合った費用にしたい
早くリニューアルしたい

担当者

企画を考える

企画を任された喜び
責任に対する不安
高いモチベーション

ネット調査
知人に聞く

セミナー参加
企画書作成

社内プレゼン

社内プレゼン

ネット上で比較
ベンダーヒアリング

コンペ
見積もり

プロジェクト開始へ

ベンダーと共にプロジェクトを推進

運用・別件の依頼も検討

情報が多すぎて大変
情報の内容が難しくわかりづらい
調べている内容で大丈夫か不安
専門家に助けてほしい

近いケーススタディ・実績が知りたい
正確な費用感が知りたい
どうやってコンペしたらいいかわからない
対応・サービスレベルを見たい
正確なプロジェクトフローを把握したい

スムーズに進めたい
良い物を作りたい
採めたくない
プロジェクトへの不安

やり遂げた喜び

お世話になったと感じる

やるべきこと

プロデューサー的なエバンジェリスト活動
自社メディアから、WEB制作に関わる情報発信
Facebook等のビジネスライクなメディアの活用

サービス内容がわかりやすい言葉で、簡潔に記載されている。
求める情報に簡単にたどり着ける。
WEBデザインの専門家としてのサイトクオリティになっている。
企画段階からのサポートができることをうたう。
簡単に問い合わせられる(即レスできる)

できるだけ多くのケーススタディを載せる
明朗会計の根拠をうたう
成果物をただ魅せるだけでなく、プロジェクトの流れやディレクションの仕方をのせる
RFP作成のサポートができることをうたう
簡単に問い合わせられる(即レスできる)

サイトでうたっていることに、齟齬のないプロジェクトマネジメントを実行
プロジェクトの途中でも顧客満足度を聞けるような仕組みがあるとよい

営業的アフターフォロー
ケーススタディとしての掲載許可を依頼
インタビューなどもできるとよい