

新規・リニューアル共通 ホームページで失敗する 人の9つの共通点

ホームページ制作を「失敗しないために」チェックしておく項目とそのチェック内容を解説しています。

自分でホームページを作る方も業者に依頼する方も、一つの指標にしてください。

あくまで最低限なので、ここにある内容は全てきちんと押さえておきたいものになります。



アクセスアップを甘く見ている

有名企業や高い費用をかけて作ったホームページであれば、それなりの立派なホームページなるかもしれませんが、ホームページがどれだけ立派で力があってもそもそもアクセスが集まらなると絶対に集客はできません。

有名な企業につくってもらった、高い費用をかけて作ってもらったから、自動的に検索エンジンでの順位が上がり、アクセスが集まり、集客につながるとお考えの方がいますがまったくそうはなりません。

ホームページ制作時点でできる SEO 施策はあくまで基礎的な SEO までです。順位を上げていくにはその後の運用が必要になります。その運用は大変だからしたくない。となると、SEO 施策を含めた運用やリスティングなどの広告でいずれにしても費用をかけて集客施策を講じる必要がありますが、お金がかかるのも嫌だ。こうした感じで、高い費用をかけてホームページを作ったは良いが、結局何の効果も得られないというケースをたくさん見てきました。

「集客のできるホームページを作ります」というコピーをよく目にしますが、これは「**(アクセスが集まれば) 集客のできるホームページ**」ということです。

ホームページがよほどひどくなければ、アクセスを集めれば一定の効果は得られます。しかし、そのアクセスアップに関しては制作時点でできることは限定的です。

ホームページを依頼する前に、どれほどアクセスが集められるか？アクセスを集めるためにどうしたら良いか？どんな費用がかかるか？などをしっかり聞いて、それを明確に答えてサポートしてくれる制作会社に依頼することが重要です。

有名な会社にそこそこの費用で頼めば自動的に集客できている

WEBでの集客はお客様の本気度も試されます。

有名な企業で高い費用をかけたホームページがあってもほったらかしでは集客はできません。

自社でも手間をかけて運用をしていかないと結局は宝の持ち腐れです。

運用の話をして「そういう時間がなかなかなくて…」とおっしゃる方が多いですが、ウェブサイトの運用は立派な企業のマーケティング施策です。営業活動と同じです。

WEBでの集客施策は、競合や同業他社との相対的な戦いです。

同業他社が費用をかけて立派なホームページを立ち上げ、サイト公開後も社内リソースを使って日々運用を頑張っているとしたら、その会社のホームページに勝てるはずがありません。

まずは狙っているキーワードで検索し、そこに出てくる同業他社がどれくらいのホームページを持っているのか？どんな運用をしているのかを調査し、少なくともそれを上回る運用をするようにしましょう。

コピーがカッコつけすぎ

「わかりにくい」のところではファーストビューの重要性をお伝えしましたが、ここにキャッチコピーを掲載します。

その際に「No music No life」のようなカッコつけたコピーを載せたがる方がいます。他にも「おくちの恋人ロッチ」のような。こうしたコピーはまったく必要ないどころか逆効果です。意味が分からないので。

コピーにも用途があって、例えば集客を目的とせず企業ブランドをつくるためのコピーであれば「No music no life」はとても秀逸です。このフレーズ一つでタワーレコードが浮かびます。完全な成功例ですが、直接的な集客を求めるホームページなどでは、こうしたカッコつけたコピーは早々に離脱されるだけです。もちろん、集客ではなく企業イメージを高めるためのホームページならアリです。

ファーストビューで見えるコピーには、ユーザーが求めていると真ん中がわかる情報。例えば「ホームページ制作会社」や「医療脱毛」などが明確にわかる内容。プラス、地域性が重要なビジネスであれば地域性は最低限必要です。

さらに良くするために、そこに他社との違いやベネフィットなどを掲載します。

欲張ってあれもこれも掲載しようとする方もいますが、わかりやすいことが重要ですのでわかりやすく要点を絞って掲載することが重要です。文字はユーザーにストレスを与えます。文字数が多いと読む気がなくなります。見出しを有効に使って見やすくわかりやすくするようにしましょう。

デザインがひどい

デザインがダサい古めかしい素人くさいホームページでは、そのイメージがそのまま御社のイメージに直結します。

ホームページは取引先やお客様とかなり早い段階で接触します。直接お会いする前段階で見られることも多く、その場合御社に対するイメージはマイナスの状態からのスタートとなります。

ここで言うデザインとは、きらびやかにすることややたらにかっこつけることを言いません。サイトのテーマに合ったテイストで時には派手に、時にはシンプルに落ち着いたデザインにするなど自社のアイデンティティに合わせて見栄えの良いデザインにすることが重要です。

候補となっているホームページ制作会社の制作実績を良く見てみましょう。

好みのデザインがあるかどうかの前に、制作実績の中のいろんなテイストのサイトをざっと見ていくと、その制作会社のデザイン力などが伝わってきます。

明確に具体的に何が良いかわかる必要はありません。ふんわりと「デザインは良いな」という印象で見えていけば OK です。

ふんわりと「デザイン良いな」という印象がまずは第一印象としては大切です。

わかりにくい

何か情報をさがしていても、WEB 上にはすさまじい数のウェブページがあります。

ユーザーは「早く最適なページにたどり着きたい」「なかなかたどり着けずに見る→戻るを繰り返して時間と労力を使いたくない」と思っています。そのため、ページを開いた一瞬で(3秒ルールとも呼ばれます。)そのサイトを見るかどうかを決めます。この一瞬で「このサイトをスクロールしてみよう」「他のページも見てみよう」と思わせることができないと、どれだけ良いページを持っていても見てもらうことができません。

ファーストビューと呼ばれるページを開いてスクロールせずに見える領域に「このサイトを見ればユーザーはどんな情報が得られるか？」が一瞬でわかるようにする必要があります。もちろんテキストで「ホームページ制作会社」などと記載するのも重要ですが、それよりも画像で視覚的に伝えることの方がこの段階では重要です。

画像で視覚的に伝える→文字情報でそれを補完するという順番です。

さらに言うと、「このサイトを見るとどんな情報が得られるか」プラス「それがほかのホームページよりより質の高いものが得られる」と思ってもらえるようにできるとベターです。

いまだにスマホ対応していない

「ウチは BtoB で一般ユーザーを対象としていないからスマホ対応は必要ないんだよ」という声もたまにききます。

確かに BtoB ではパソコンがある環境も多く、PC でもある程度事足りてしまうかもしれません。

しかし、情報を探す場合は会社のパソコンだけとは限りません。ランチ時の待つ間にスマホで何気なく探す人もいます。その際に PC のサイトしかないとまず本腰でそのサービスを行っていることが伝わりません。

また、Google はモバイルファーストインデックスといってスマートフォンサイトを軸に検索順位をランキングしますので、SEO 対策的にはまず土俵にも上がっていないという状態になります。

スマホ対応のサイトを作ることはもちろんですが、できればレスポンシブデザインで作るようにしましょう。

スマホサイトと PC サイトを分けると、情報がバラバラになってしまい統一できなくなる場合があります。

また、更新時にもレスポンシブデザインであれば 1 つ更新すれば、PC もスマホも同時に更新されるので情報の差異が生まれるリスクもなく、また作業も楽になります。

更新する機能が無い

今の時代、特に WEB ではスピードはとても重要です。

また、ずっと古い情報が掲載されている。更新されていないホームページは Google から評価されません。

検索エンジンで上位表示を狙う場合この更新作業は必須です。

会社の諸情報を更新するだけでなく、ユーザーにとって有益な情報を発信し続けることも求められます。

更新機能のないホームページでは、そのつどいちいち業者に頼む必要が出てきます。せめて新着情報やブログは自社で更新できるようにしておきましょう。

WordPress をプラットフォームにすれば更新機能の実装はかなり費用が抑えられます。

特別な場合を除いて WordPress の対応ができないという業者はまずいったんペンディングすることをお勧めします。

ブログはアメブロなどの外部ブログではなく、自社サイトのドメイン内に設置するようにしましょう。

基礎的な SEO ができてない

Google がロボットから人工知能（BERT）に代わってから、どんどん精度がたかまり難易度も高まっています。小手先のテクニックは通用しません。

SEO はライバルとなるサイトとの相対的な戦いになるのでこうすれば良いという絶対はありません。難易度が高くなればなるほどむつかしい施策が求められますが、その前に基本的な施策がきちんとなされていないとそもそも土俵にも上がりません。

小難しい施策の前に、基本的な施策をきちんと押さえておく必要があります。

基本的な施策とは、「タイトルタグ」「ディスクリプション」「H1 タグ」をどう設定するのか？きちんとキーワードは入るのか？次に各ページ「H2 タグ」「H3 タグ」などを使って、きちんと見出し設定をしてコンテンツを整理してくれるのか？をチェックしましょう。

次にサイト内のページの階層構造、リンクの構造もチェックできるとなお良いです。階層がバラバラになると Google はサイトを正しく認識できません。また、リンクは最高 3 リンク以内にページにたどり着ける状態が理想です。

アップデートをおろそかにしている

更新機能のない昔ながらの静的なホームページであればアップデートなどは必要ないものも多いですが、最近のホームページの多くは WordPress でできています。WordPress は機能を動作させるために PHP といったプログラムや更新した内容を記録するデータベースが存在します。

また、WordPress 本体、プラグイン、などすべてが半永久的にアップデートされます。機能性向上やスピードアップのためのアップデートもありますが多くはセキュリティのためのアップデートです。これをおろそかにするとサイトが乗っ取られたりするリスクがあります。また、ウィンドウズ XP のパソコンでは、ウィンドウズ 11 のソフトは動かないように、ほったらかしにしておく、いつかサイトが壊れたりといったリスクもあります。

業者に依頼するとそれに応じた費用が掛かりますが、自社でできないのであれば費用が掛かっても業者にお願いした方が良いでしょう。アップデートは皆さんが思っている以上にたくさんあります。簡単にアップデートできるものもあれば、非常に複雑なものや、アップデート時にエラーが発生するようなものも存在します。

どうしても業者に依頼したくない場合は、自分で更新作業が行える知識をつけておく必要があります。