

企画書：顧客エンゲージメント最大化に向けた Web サイト全面リニューアル計画

作成者	サテライト・イノベーション株式会社 マーケティング部 企画推進チーム	提出日	令和 6 年 12 月 13 日
-----	---------------------------------------	-----	------------------

I. エグゼクティブサマリー

【企画の要旨】 既存の Web サイトが抱える、コンテンツの陳腐化と高い直帰率という課題を解決し、顧客エンゲージメントの最大化を図る ため、Web サイトの全面リニューアルを実施します。リニューアル後の目標数値達成により、投資対効果（ROI）が確実に見込める企画であり、承認をお願いするものです。

解決する課題	現状の課題	目標とする成果（KPI）
コンテンツ依存体質の解消	新製品情報に依存した更新頻度の低下	恒常的な情報提供による平均 PV 2.5 ページ以上達成
ユーザー利便性の向上	高い直帰率（70%）と低い平均 PV（1.5 ページ）	直帰率 45%以下に軽減
営業貢献	潜在顧客層へのリーチ不足	問い合わせ数増加（対前年比+20%）と ROI の確保

II. 現状分析と課題の提示

1. 現状分析（背景）

現状の Web サイトはデザインが古く、構造も複雑です。アクセス解析のデータから、リニューアルが必要な明確な根拠が見えています。

指標	現状値 (過去 6 ヶ月平均)	業界ベンチマーク	課題認識
平均直帰率	70 %	50%前後	訪問者の離脱が著しい
平均ページビュー数	1.5 ページ	2.0 ページ以上（3 月以前）	サイト内の回遊性・魅力が欠如
情報更新状況	不定期 (新製品発売時のみ)	継続的な業界トレンド、 ノウハウ解説が不足	

過去のデータ推移を分析した結果、新製品発売が途切れた 3 月以降に直帰率が悪化傾向にあり、ウェブサイトの情報更新が新製品発売に依存していたことが判明しました。

2. 解決すべき課題

現状分析から、解決すべき主要な課題は以下の 2 点です。

- 情報更新の自立性の確保： 新製品に依存せず、常にユーザーに価値ある情報を提供するためのコンテンツ基盤（プロセスとツール）の確立。
- ユーザビリティと視認性の向上： 曖昧な表現を避け、訪問者にとって使いやすく、わかりやすい情報構造とデザインに改善し、エンゲージメントを高めること。

Ⅲ. 企画の目的と具体的な施策（CTPT）

本企画は、現状の課題を解決し、Web サイトを「課題解決のためのプラットフォーム」へ変革することを目的とします。

1. 企画コンセプト（C）

「次世代型ナレッジハブ：顧客のビジネス課題を解決に導く知識創造空間」

2. ターゲット（T）

- ・ ペルソナ： IT 導入を検討している企業の担当者（情報収集の初期段階にある層）。
- ・ 訴求点： 信頼性の高い情報提供により、**自社の優位性（独自のリソースやノウハウ）**を確立し、潜在顧客からの問い合わせを誘発します。

3. 具体的施策とプロセス（P）

目標達成のため、以下の施策を実施します。

目標達成のための施策	目的	具体的な実行プラン
コンテンツ戦略の再構築	平均 PV 増加	ユーザーアンケートを実施し、ユーザーが求める新コンテンツを掲載。業界トレンドを反映した記事を定期更新。
情報構造の最適化	直帰率の軽減	直帰率の高いページを特定し、その原因（導線、コンテンツ品質）を把握して改善を図る。曖昧な表現は極力排除。
ROI 視点の導入	経営層への意義提示	各コンテンツにコンバージョン（資料請求・問い合わせ）への導線を明確に設計。

4. 活用ツール（T）

- ・ 視認性の高いゴシック体フォント（例：游ゴシック）を使用し、読みやすさに配慮します。
- ・ リニューアル後のアクセス状況を継続的に分析するため、アクセス解析ツールを活用します。
- ・ コンテンツ制作において、客観的かつ説得力のある分析（3C 分析や SWOT 分析など）を裏付けとして活用します。

Ⅳ. スケジュールと収支計画（ROI の視点）

1. 実施ロードマップ（実行計画）

期間	フェーズ	主な活動内容
1-2 ヶ月目	計画・設計フェーズ	現状分析の再確認、コンテンツ戦略詳細設計、デザイン/システム要件定義
3-5 ヶ月目	制作・開発フェーズ	サイト構築、新コンテンツ制作、システム連携テスト
6 ヶ月目	リリース・検証	サイト公開、KPI 初期検証、施策の微調整

2. 投資対効果（ROI）と目標成果

Web サイトリニューアルに必要な初期投資を 3,000 千円と想定します。目標達成により、リニューアル後 1 年間の顧客エンゲージメント向上による売上貢献額は 5,000 千円と見込みます。

- ・ 目標数値：平均 PV 2.5 ページ以上、直帰率 45%以下、問い合わせ数+20%。

- ・ ROI の算出：売上貢献額 5,000 千円 / 投資額 3,000 千円 = 約 167%
- ・ 実現性：数値的な資料に基づき作成しており、現実的な予測を提示しています。

【結論とご依頼事項】 本リニューアル計画は、客観的データに基づいた課題解決策であり、数値的な根拠から ROI が確保できる事業と判断されます。つきましては、上記計画に基づき、総額 3,000 千円の予算承認をお願いいたします。