



UMIDAS WEB DESIGN

2013©umidas web All right reserved

一 お問い合わせ方法

まずお気軽にお問い合わせください。

お問い合わせは、セミナー、ホームページのお問い合わせフォーム、もしくはメールにて受付しております。あまりよくわからない、と思われる場合でも、以下の項目に関して、漠然とした内容で結構ですので、お知らせください。ホームページのデザインイメージや、仕様をお決めになっている事がございましたら、その旨お知らせください。法人・個人問わずお気軽にお問い合わせください。二十四時間以内にお返事させていただきます。また、ご依頼は全国から承っております。ホームページ制作・作成が初めての方でも、できるだけわかりやすく丁寧にご説明させていただきますので、ご安心ください。

お問い合わせ時でお伺いしたい内容

- ・ホームページ作成は初めてですか？
- ・リニューアルされる場合は、ホームページアドレスを教えてください。
- ・どのようなホームページを作成したいですか？
- ・ご予算はどれくらいですか？
- ・ご希望されるホームページのページ数は？
- ・納期のご希望はございますか？
- ・その他、ご希望やご要望、条件など
- ・お打合せ希望日時を、教えてください。

※お問い合わせ頂いた内容を確認させていただくのに、メール・お電話にて、ご質問させていただく場合がございますので、予めご了承下さい。

二 打ち合わせ

お問い合わせ時にお伺いした内容をもとに、細かなお打合せを行います。

- ・ホームページを作成しようと思いたれたきっかけは？
- ・ホームページに記載したい内容はお決まりですか？
- ・ホームページに訪問してほしいターゲットの人物像は？
- ・ホームページで一番伝えたいことは？
- ・ホームページで期待することは？
- ・ホームページのコンセプトは？
- ・どのような雰囲気ホームページにしたいですか？
- ・テーマカラーにしたい色は？
- ・参考にしたいWEBサイト、ホームページはございますか？
- ・避ける方が好ましい、もしくは避けるべき表現はございますか？

打ち合わせ時、スムーズにお話を進めるため、原稿・資料等をご用意して頂きます。

※この際、カメラマンが同行し、ホームページに使用させていただく素材等の撮影も兼ねてお打合せをさせていただきます。

また、お打合せ時に特にお伺いしたい内容は、

- ・ホームページに訪問してほしいターゲットの人物像は？
- ・ホームページで期待することは？

こちらの二点です。

ホームページを公開するにあたって必ずそこには見てもらいたい人がいるはずですが、老若男女問わず少しでも多くの人にホームページを見てもらいたいと思う傾向があります。なので、ターゲットを決めて（例えば 十代、二十代の女の子とか、ファミリー層とか、学生さんとか）、限定的にする意味を理解できないという方が多いです。また、ホームページを作るんだから、そこにはやはり期待していることがあるはずですが、販売促進のためとか、広報とか、通信販売など。ゴールが設定されていないと、一緒にどこを目指していいのかわからなくなってしまいます。そこでターゲットとゴールを決める必要があります。そしてこれが大まかなビジュアルデザインの指針にもなります。

二、一 お打合せ～ホームページに訪問してほしいターゲットの人物像は？～

少しでもたくさんの方にホームページを見てもらいたいと思い、ターゲットを絞る必要なんてあるのか？という方もいます。また、特に明確な目的・期待を持っていないというか、漠然と他のお店（競合店とか？）もホームページを持っているので、作らないと...と考えている方も中にはいます。そこで、どうしてターゲットやゴールが必要なのかを考えてみます。

例えば、レストランのホームページを作成することになるとします。レストランとひと言で言っても、たくさんの種類があり、お店の特徴も必ずあります。

- ・家族連れでも気軽に立ち寄れる感じのファミリーレストラン
- ・完全予約制の高級フレンチレストラン

「少しでも多くの人に！」と思うのも当然だと思います。しかし、ファミリーレストランと、高級フレンチでは、メインに見てもらいたいターゲット層は異なります。

二、一、一 ターゲットの違いはビジュアルデザインにも影響します

当然のことながら、ターゲットの違いはビジュアルデザインにも大きく影響します。ファミリーレストランの場合は、気軽さや、いつでも立ち寄れる感じの気安さとか...そういう印象を感じられるデザインが良いと考えられます。それに対して高級レストランの場合は、落ち着いた高級感はもちろんちょっとした特別感をだしたりしたデザインが良いと考えられます。これは、ターゲットを絞る事ではなく、コンテンツってというか、お店の特徴の話なんじゃないの？って声も聞こえてきますが、サイトを訪れた人が、「これは自分向けのサイトじゃないなー」って思われないうようにする事が大切です。ターゲット層があやふやだと、本来のターゲット層からの需要もなくなってしまうことがあります。

二、二 お打合せ～ホームページで期待することは？～

ホームページを公開するため、必ず期待することがあるはずです。

ここで先ほどあげたレストランを使い期待することを考えてみます。

ファミリーレストランがホームページを公開し期待する内容

・長年ファミリー層に親しんでもらっていますが、ディナーコースやアルコール類もあることを伝え、新規顧客獲得を期待する。

高級フレンチレストランがホームページを公開し期待する内容

・高級フレンチ、完全予約制というスタイルで長年営業してるが、ランチは予約も必要ないので、もっと気軽に利用してもらえたいことの期待。

こうなると、ターゲット層も変わってきます。ファミリー層がメインターゲットだと思っていたファミリーレストランも、二十代～三十代のカップルとか、OLさんとか、そんな人たちの顔も見えてきます。また、高級フレンチの方も、学生さんがターゲット層に入ってきてもおかしくありません。一概に、ファミリーレストランだからカジュアルなデザインに、高級フレンチだからフォーマルなデザインにすればいいという訳ではありません。

ターゲットや目的によってデザインは変わるものなので事前にしっかり決めておくことが必要です。

三 ラフプラン・お見積もり作成

お問い合わせ時、お打合せ時にご確認しました内容、ご用意して頂いた原稿・資料をもとにラフプランを作成し、打ち合わせ時に決めた日時までに提出させていただきます。提出の際、納期の確認（ページ数にもよりますが、おおよそ一か月以内）、お見積りをご一緒に提案させていただきます。

四 ご契約

ご提出させて頂いたラフプラン、納期、お見積もりの内容でよろしければ、ご契約をして頂き、トップページ・ワイヤーフレームの作成に取り掛かります。

※この際、トップページ及びワイヤーフレームの提案期日前に契約手付金のお支払いをお願いしています。

五 作成

五、一 作成～デザインのコンセプト～

ターゲットやゴールを軸にしてコンセプトを決めていきます。初回打ち合わせ時に伺ったコンセプトを具体的にイメージしていきます。

例えば、デザインのコンセプトとして、

- ・当社のブランド、名前、ロゴを覚えてもらいたい。
- ・消費者に安全で安心な商品を提供している、信頼できる企業だと思われたい。
- ・たくさんの消費者のみなさんに購入してもらっている、人気の商品だということを伝えたい。
- ・どこよりも新鮮でお買い得な商品を取り扱ってる店舗だと思われたい。

抽象的な言葉よりも、具体的な内容に置き換えていきます。置き換えることで、イメージがしやすくなりデザインが作りやすくなります。

五、二 作成～トップページ・ワイヤーフレーム～

トップページ・ワイヤーフレームの作成いたします。

ご用意頂きました資料と、お打ち合わせさせていただいた内容に基づき、トップページ・ワイヤーフレームの作成致します。

五、二、一 作成～トップページ～

トップページはホームページの顔となるものです。

打ち合わせ内容を再度確認し、トップページの作成に取り掛かります。イメージやテーマカラー等を考慮し、デザインのコンセプトにそって作成していきます。

五、二、二 作成～ワイヤーフレーム～

何かモノを作るときは、紙に書いたりするかどうかは別として、完成図をイメージしないと、どこを目指しているのかわかりません。そこでワイヤーフレームを作成致します。ページのレイアウトを作って、ページに必要な機能などを書き込みます。必要なことを書き、各ページに掲載するコンテンツ、それらの優先順位など必要なことは何でも書き込みます。基本的に全部のページを書き込みます。優先順位の高いものほど目立つようにする必要があるし、見せたいものを意識しながらレイアウトを組んでいきます。

作成完了後、ご確認いただきご希望箇所を修正していきます。修正が完了したトップページワイヤーフレームに対し、ご承認いただければ、次にコンテンツページのグルーピング作成に入ります。

五、二、三 作成～コンテンツのグルーピング～

ただダラダラと情報を並べるだけでは、どこに何があるのかを探すだけでも大変です。

グルーピングというのは、情報を整理して、関係のある情報同士は近づけ、関係の薄いものは遠ざけ事です。そしてグルーピングした情報のグループに優先順位を付けていきます。大きなグループはナビゲーションのメニューになったり、優先順位の高いグループはトップページに掲載したり、ページの中でも上にレイアウトするといった感じで、デザインにも大きく影響する作業です。ここで注意したいのは、情報を利用するのはユーザーだということです。完成したページから順にご確認いただき、修正や手直しを行います。

五、二、四 作成～デザイン案～

トップページ、ワイヤーフレーム、コンテンツのグルーピング作業終了後デザイン案の作成に取り掛かります。

トップページ、ワイヤーフレームを元にし、色付け、サンプルの写真を貼ったりして、ホームページらしく見えるデザインを行っていきます。作成後、期日までに確認作業を行って頂きます。
※デザイン案作成時に、内容的に必要と考える場合は、追加の資料のご提出をお願いする場合がございます。トップページのデザインのご確認は慎重になさってください。トップページにはヘッダーやフッター、ナビゲーションなどサイト全体に関係する要素が含まれます。そのため、ご承認いただいた後に変更をご希望された場合は、大幅な変更が伴うこともあり、スケジュールに影響が出てまいります。

六 コーディング・ブラウザチェック・アップロード

六、一 コーディング

提出したデザイン案でOKを頂ければいよいよコーディング作業に取り掛かります。

コーディングとは、デザインをホームページ用のファイルに変換する作業です。出来上がったページから表示及び動作確認を行います。OKをいただいたデザイン案をそのままHTML+CSSにしていきます。コーディングが完了しますと、ブラウザでの画面表示やリンク切れ、誤字・脱字の最終チェックをして頂きます。

※この段階でのデザイン修正は、ご依頼の内容によっては工数がかなり必要となり、納期の延長と追加の作業料金が発生する場合がございますので、デザインに対する修正ご依頼は、コーディングに入る前にお済ませください。

六、二 ブラウザチェック

コーディングが終了して完成したら、ブラウザチェックを行います。

ブラウザチェックというのは、いろんなブラウザでサイトを確認し、レイアウトが崩れていたり、表示のおかしい所がないかどうかチェックする事です。

六、三 アップロード（納品）

コーディング・ブラウザチェック作業を行い、確認して頂きましたらいよいよ正式公開用サーバへのアップロードを行い納品となります。

七 お支払

納品完了後、契約後に内容が変更となった場合の増額・減額を計算の上、お見積もり金額より着手金を差し引いた、残金のお支払いをして頂きます。

八 アフターフォロー・お問い合わせ先

ホームページは納品が完了しても終わりではなく、これからがスタートです。

細部まで知り尽くした制作者だからこそできる、きめの細かい更新作業や、かゆいところに手が届く運営サポートをさせていただきます。

なお、更新契約をいただきましたお客様のファイルは、契約期間中、大切にお預かり致します。

※更新契約にかかわらず、お客様で更新される場合、ファイルを誤って改変・紛失・消去してしまわないように、バックアップ用に別にコピーされるなどで、大切に保管してください。

※お問い合わせ先

UMIDASWEB株式会社 <http://atyjax.kir.jp/>

今後、あなたの人生を転機のきっかけをプレゼントしていきます。