



Website Consulting Service

SEO × UI/UXコンサルティングサービス

 Lifunext

AGENDA

1 会社・メンバー紹介 ----- p.3

- ・会社紹介（事業紹介、弊社の強み）
- ・メンバーの略歴

2 Webサイトの改善施策 ----- p.10

- ・SEO×UI/UXの必要性
- ・SEOコンサルティング
- ・UI/UXコンサルティング

3 Webサイトリニューアル ----- p.26

- ・よくある失敗例
- ・SEO×UI/UXでの解決策

4 サービスメニューと料金表 --- p.40

- ・SEO対策の料金プラン
- ・UI/UX支援の料金プラン
- ・サイトリニューアルの料金プラン

Introduction

A silver laptop with a black textured keyboard and trackpad, and a black smartphone, resting on a dark wooden surface. The laptop is open and viewed from a top-down perspective. The wooden surface has a prominent grain pattern.

会社・メンバー紹介

会社紹介



会社名	株式会社Lifunext (ライフネクスト)
代表	田村 一将
設立日	2017年4月
資本金	1,000万円
所在地	〒150-0013 東京都渋谷恵比寿1-15-1 TAMA WOODY GATE EBISU 3階
従業員数	30名（アルバイト含む） ※2022年3月時点
TEL	03-6456-2592
MAIL	Contact@Lifunext.com
HP	https://lifunext.com/
事業内容	1.デジタルマーケティングコンサルティング事業 2.メディア事業

事業紹介



広告代理業

Advertising business

数あるメディア・ツールの中から最適な組み合わせをご提案し、経験豊富な担当者が運用いたします。単なるWEB広告代理店の枠を超え、パートナーとしてお客様のビジネスを最大限に加速させる事が可能なWebマーケティングをご提供いたします。



SEO事業

SEO business

中長期施策であるSEOの特性を鑑み「戦略」に重きを置いたSEOサービスをご提供。現実的な目標達成計画と、確かな分析・施策提案力で成果創出をご支援します。



クリエイティブ事業

Creative business

データを元にユーザーインサイトを分析し、ユーザーに刺さるコミュニケーションをロジカルにご提案します。デザインのトレンドや人間の知覚を研究する新しいクリエイティブ組織だからこそできる「意味のあるデザイン」を体現することで、Webプロモーションを成功に導きます。



データ活用事業

Data utilization

WEBプロモーションで欠かす事の出来ない見込み顧客データの分析。アナリティクス分析に加え、広告メニューがもたらす売上への影響度やユーザーインサイトの分析の仕組みを独自で開発し、多くのお客様よりご好評をいただいています。

弊社の強み

1

大手代理店出身の経験豊富なスタッフが多数在籍

2

マーケティングDX各領域の専門スタッフを抱え
100社超の様々なWeb施策を包括的にご支援

3

2022年ベストベンチャー100に選出

※<https://best100.v-tsushin.jp/company/lifunext/>



メンバー略歴紹介



SEOコンサルタント

糸田川 有紗 Arisa Itotagawa

2015年 株式会社揚羽に入社。

採用プロモーションのWebディレクター・映像PM・プロデューサーなど幅広く経験したのち、2017年 ナイル株式会社に入社。

SEOコンサルタントとして大規模DBサイトSEO対策からオウンドメディア立ち上げ、インハウス支援まで様々な支援を行う。金融・冠婚葬祭・人材・IT系などBtoBやBtoC問わず幅広い業界のSEOを支援。

その後、株式会社マネーフォワードで事業主側のSEO担当を担当。

Lifunextではコンサルタント・事業側の両者の経験を武器に様々なクライアントをご支援。制作ディレクターの経験を兼ね備えた貴重なコンサルタントとして、SEOのテクニカルな領域とUI/UXのクリエイティブな領域を掛け合わせた網羅的なアプローチを図っている。

メンバー略歴紹介



クリエイティブコンサルタント 田中 望美 Nozomi Tanaka

2016年 株式会社セプテーニ入社。

デザイナー・クリエイティブディレクターとして、広告バナー制作やLP制作を担当。トレンドを反映させたデザインの提案を得意とし、2018年には年間で1人しか選出されないクリエイター賞を受賞。

2019年 富士フイルムグループにインハウスディレクターとして入社し、サイトリニューアルのアートディレクションや、SEOコンサルタントと伴走しながらのUI/UX改善にも従事。1,000ページ規模のサイトリニューアルにおけるプロジェクトマネージャーの経験を持つ。

セプテーニ入社以前にデザインと人間の知能の関係性を研究していた経歴を活かし、Lifunextでは「デザインを科学する」をモットーに、UI/UX支援をはじめ、データ×クリエイティブの領域でコンサルティングを遂行。

メンバー略歴紹介



代表取締役社長

田村 一将 Kazumasa Tamura

2010年株式会社セプテーニ入社。営業、SEMコンサルタントを経験したのち、戦略立案チームを発足。最重要プロジェクトのデータ活用、アドテク活用を促進し、SearchAds360のアジアNo.1取り扱い代理店まで成長させた。その後、AdRoll株式会社の日本オフィス立ち上げに参画、代理店マネージャーとして、世界1の成績を樹立。2017年4月、データ活用を軸としたデジタルマーケティング支援を行うため、株式会社Lifunextを設立。



取締役常務

富田 隆志 Takashi Tomita

2015年株式会社セプテーニに入社後、SEM本部に配属。Google、Yahoo!のリスティング広告、ディスプレイ広告のコンサルタントとして従事。大手クライアント中心にEC、化粧品、金融、エンタメ、教育、など幅広い業界のプロモーションを支援。6年間のコンサルタントとしての実運用経験をもとに、Lifunextではアカウントプランナーとして幅広い領域のプランニングを実行。



取締役副社長

丸田 元 Gen Maruta

2013年株式会社セプテーニに入社。SEMコンサルタントとして、Yahoo!、Googleのリスティング広告、ディスプレイ広告の運用に5年間従事。Hagakure提案者と共に数々のプロモーションを改善へと導く。経験業種は幅広く、通信、不動産、EC、金融、エンタメ、人材、アプリ、人材ツールなどのクライアントを支援。単月納品売上2.2億という納品売上ギネス更新経験を持つ。Lifunextでは広告での実績を元にWebマーケティング全般をご支援。



Web解析コンサルタント

ソ ヒョン ス Seo Hyeon Su

2018年株式会社Ptmind入社。BtoB・BtoC等を中心にWEBアクセス解析ツールとBIツールのマーケティングソリューションの提案を行う。その後、PROJECT GROUP株式会社にてWEBコンサルタントとしてアナリティクスとWEB解析の専門知識を得て、2019年にLifunextにジョイン。現在、WEB解析コンサルタントとしてサイト分析×広告運用の領域に従事。サイト上でのユーザー行動を分析し、戦略・実行に落とすことを強みとしている。

Improvement

既存のWebサイトを改善したい方へ



貴社のサイトに こんな課題は ありませんか？

- ☑ 検索順位が低く、サイトへの流入が少ない。
⇒ SEO視点での施策不足
- ☑ サイトの操作性が低く使いづらい。
⇒ UI/UX視点でのデザイン設計が不足
- ☑ 離脱率・CVRに課題がある。
⇒ 原因についてのサイトデータ分析が不足



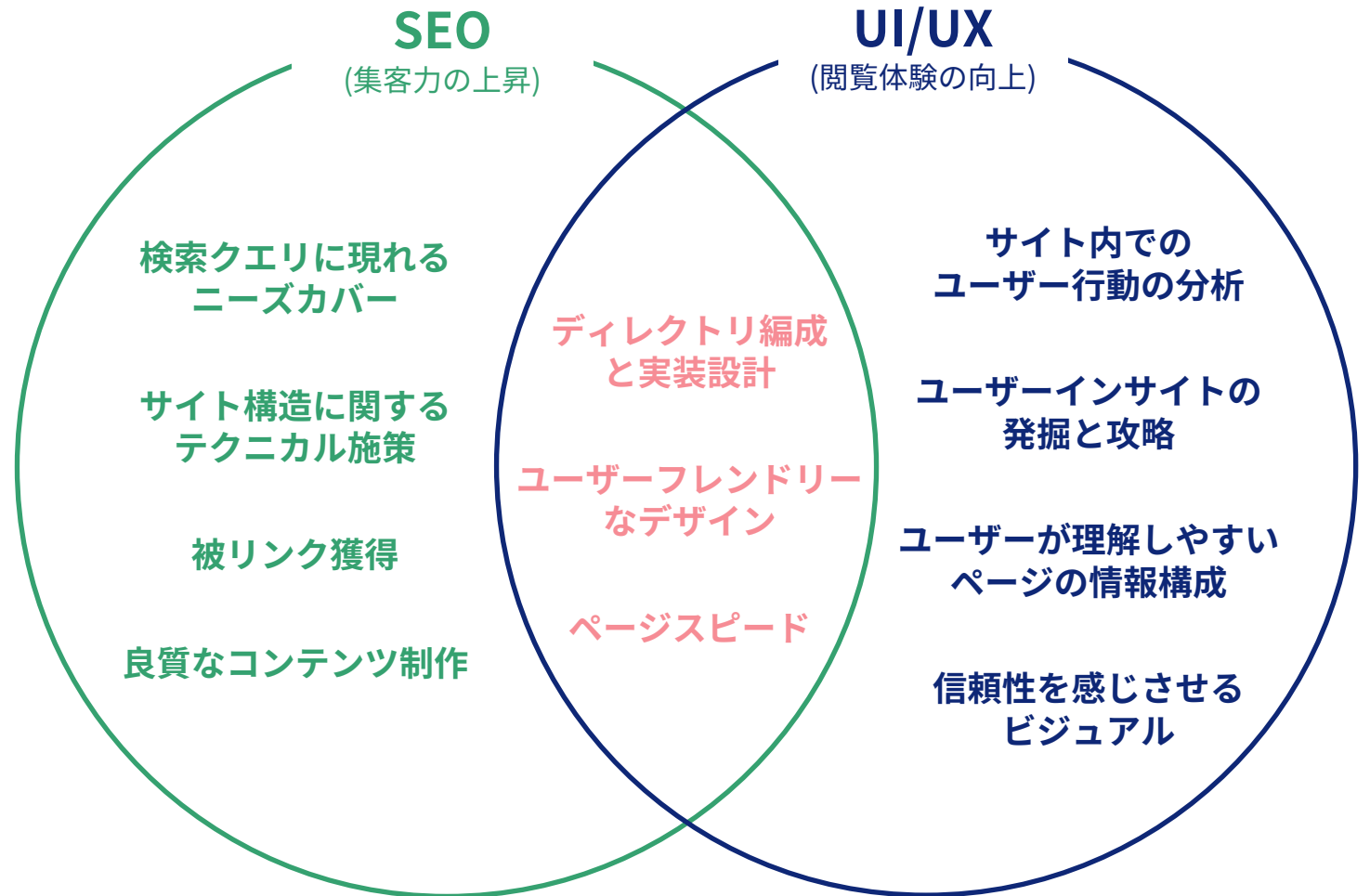
このような課題を一貫で改善対応いたします

SEO × UI/UXの全体図

SEOの評価対象となる項目の中には、制作やデザインの知識をもって行うUI/UXコンサルティングがなければ攻略できない領域が存在します。

逆にUI/UXの攻略のみを行うと、既にサイトに訪れているユーザーに対しての施策に限定されてしまい、SEOがなければ集客に関する観点を網羅することができません。

両者の観点を持ってこそ、Webサイトを網羅的に攻略することができます。



SEO Consulting

検索エンジン最適化に向けたコンサルティング





SEOとは？

SEO = 検索エンジン最適化

Search Engine Optimizationの略語で、WebページをGoogle/Yahooなどの検索結果上で上位に表示させることを意味します。正しいSEOを行うことで、サイトの自然検索流入の向上につながります。

SEOを実施する目的

“検索を通じてビジネスを成長させること”

自社商品やサービスが実際に探している人に見つけてもらいやすくなり、顕在顧客にアプローチ出来ます。加えて、将来的に自社商品やサービスの顧客になる潜在顧客への接触も出来るので、中長期観点で顧客ユーザーにアプローチ出来ます。

SEOがWeb集客で外せない理由

“継続的にWEBサイトへの流入を獲得できる”

自然検索のクリックは、広告と異なりクリックされること自体には直接的な費用はかかりません。SEOを正しく行えば、雪だるま式に流入を増やすことができます。

有料検索広告のクリックより、未だに自然検索結果の方が圧倒的にクリックされやすいため、SEO対策は必須となります。



メリット

質の高いユーザーへのアプローチ

SEOでアプローチするユーザーは、検索エンジンで情報を自発的に検索しているユーザーであるので、明確な目的をもち、情報やサービスを探し求めている割合が多く、他チャネルからの流入よりコンバージョンにつながりやすい傾向にあります。

潜在層へのアプローチ

今すぐには自社サービス・商品の購買には至らないが、将来的に顧客になる可能性のある検索ユーザー(潜在顧客)にもアプローチが出来ます。広告で顕在顧客のみにアプローチするだけではいずれ問い合わせが枯渇してしまいますが、SEOは顕在顧客だけでなく潜在顧客にもアプローチが出来ます。

中長期的な費用対効果に優れている

リスティング広告は、継続的に流入を獲得するために一定の費用がかかります。一方、SEOでは一度上位に表示されれば、検索結果に継続的に表示される傾向があります。リスティング広告は費用対効果はほぼ一定ですが、SEOは上位に表示される期間が長くなればなるほど、費用対効果が高まります。

安定した集客チャネルの獲得

Web集客の流入獲得のチャネルは複数存在しますが、広告や他サイトからのリファラルに偏った流入を獲得している状態では、自立して安定した流入を確保することができません。SEO対策により自然検索流入を獲得できれば、広告予算や他サイトの状況に影響されない集客・ビジネスの安定化につながります。

積み上げていく投資

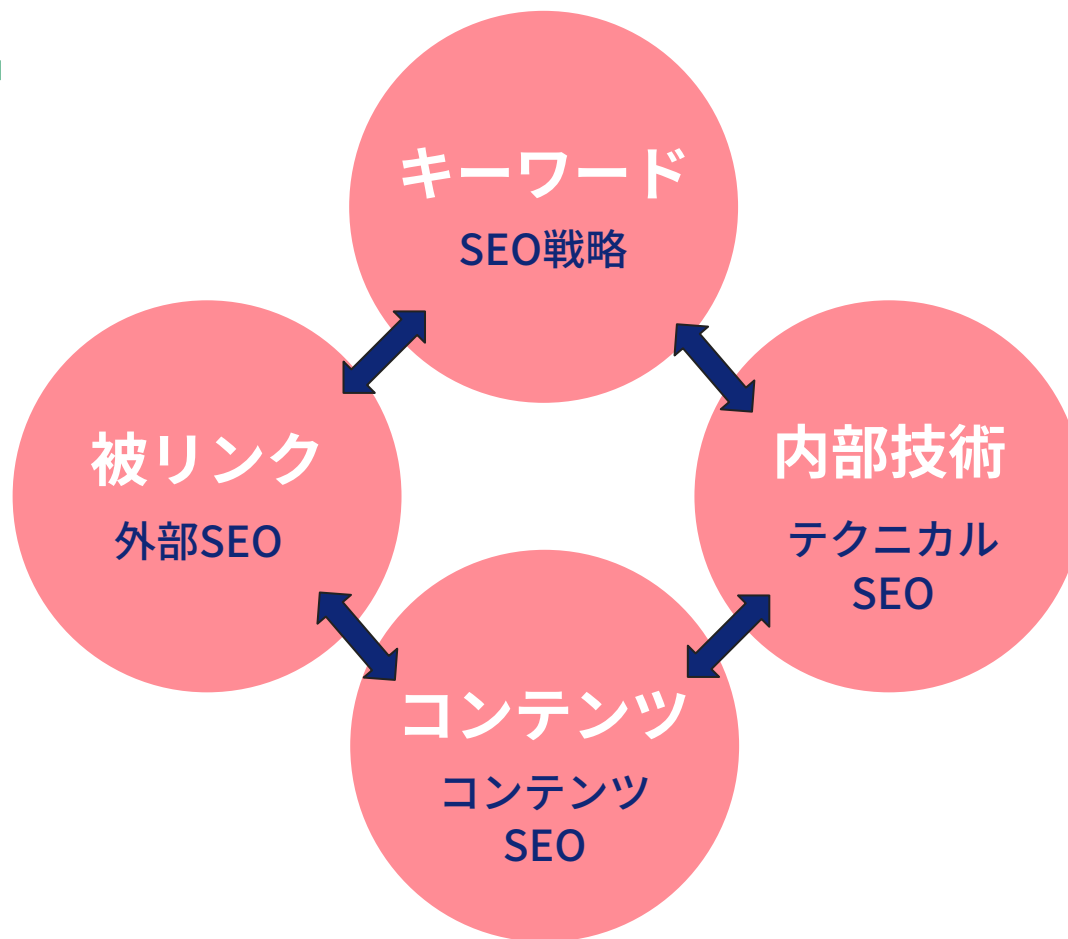
SEOで注ぎ込んだ労力はサイトの資産となります。リスティング広告の場合は、ユーザーに対して常に見られるようにするには広告費用を捻出し続けなければなりません。SEOの場合は検索結果の上位に進出するために、ユーザーを満足させるコンテンツを作ることが不可欠であるため、そのコンテンツの積み上げがサイトの資産になります。

ブランディング面での認知向上

検索volが大きい「ビックキーワード」での上位表示やオウンドメディアで特定のテーマに対する情報を定期的に発しユーザーと接点を持つことで、自社サイトやサービスに対してユーザーの頭にブランドイメージとして蓄積され付加価値を上げる仕掛けづくりに寄与出来ます。



必要な要素



SEO対策を行う上で必要な要素は4つあります。
どれか1つだけでなく、トータルで対策を行うことが重要になります。



必要な要素

キーワード

キーワードマーケティング

自社のビジネスに合わせて、ターゲットのペルソナ・ジャーニーから上位獲得すべきキーワードを選定します。潜在層から顕在層まで網羅的に洗い出すことで、コンバージョン獲得に寄与するキーワードを量と質の面から検討し、より成果に貢献しやすい戦略を設計することができます。

内部技術

マイナスを0にする施策 Googleに評価される技術実装

検索エンジン(Google/Yahooなど)でユーザーが検索したキーワードに対して適切な情報を含むページを返せるように、検索エンジンには200以上の独自の評価基準によってページのランキングを付けを行っています。検索エンジンが正しくページ内容を理解するために必要施策が内部技術になります。

被リンク

信頼性・関連性の高い外部リンク

被リンク ≠ ブラックハットSEOではありません。ブラックハットSEOとは、検索エンジンのアルゴリズムの裏をかいた悪質な技術によって検索順位を上げようとする手法で最悪ペナルティが課されます。一方、サイトを見たユーザーにより自然発生した被リンクや関連性の高いサイトからの被リンクは、むしろ検索エンジンがサイトを評価する上で価値を示す基準として使われます。

コンテンツ

0からプラスを積み重ねる施策 ユーザーのためになるページ

SEOに強いサイトを作るために外せないのは、良質なコンテンツを追加していくことです。ユーザーの検索意図に沿った良質なコンテンツを継続的に発信し、自然検索から集客の増加を目指します。「良いコンテンツとは何か」を定める検索エンジン評価指針の1つとしてE-A-T(専門性、権威性、信頼性)があり、単にコンテンツを作成するのではなく、品質を担保して記事を発信することが重要になります。



弊社の強み

内部技術/コンテンツ両方に対応

SEO対策を行うには、内部技術だけ・コンテンツだけ、と、どちらか一方の対策だけではサイト成果につながりません。最短で成果を出すためには、ビジネス理解とサイトの状況を理解し、優先順位・戦略を網羅的に検討した上で今サイトに必要な打ち手を見極める必要があります。そのため、内部技術/コンテンツ両方を熟知したSEO知見が必要になります。

Lifunextは、データベース型/メディア/サービスサイトにおける知見があるメンバーが在籍しているため、各サイトタイプで適切な内部技術/コンテンツ施策をご提案出来ます。



実装ディレクション/管理も伴走

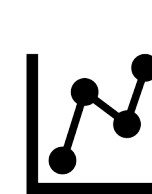
SEOコンサルティングを外部に依頼したが、成果が出ないケースとしてよくある課題の1つが「SEOコンサルタントが提案した内容が、お客様側のリソースの問題でサイトに実装出来ない」という場合です。Lifunextは、ただ提案して終わりではなく、実装までの一連をサポート致します。

工番ID	依頼サイト	依頼種別	依頼内容	対応状況	期日	完了日	備考
202012	Webサイト構築	SEO	SEO対策/HTML修正/SEO対策	SEO対策/HTML修正/SEO対策	期日	202012/09	
202012	Webサイト構築	SEO	SEO対策/HTML修正/SEO対策	SEO対策/HTML修正/SEO対策	期日	202012/11	
202012	Webサイト構築	SEO	SEO対策/HTML修正/SEO対策	SEO対策/HTML修正/SEO対策	期日	202012/11	
202012	Webサイト構築	SEO	SEO対策/HTML修正/SEO対策	SEO対策/HTML修正/SEO対策	期日	202012/11	
202012	Webサイト構築	SEO	SEO対策/HTML修正/SEO対策	SEO対策/HTML修正/SEO対策	期日	202012/11	
202013	Webサイト構築	SEO	SEO対策/HTML修正/SEO対策	SEO対策/HTML修正/SEO対策	期日	202012/11	
202014	Webサイト構築	SEO	SEO対策/HTML修正/SEO対策	SEO対策/HTML修正/SEO対策	期日	202012/11	
202015	Webサイト構築	SEO	SEO対策/HTML修正/SEO対策	SEO対策/HTML修正/SEO対策	期日	202012/11	
202016	Webサイト構築	SEO	SEO対策/HTML修正/SEO対策	SEO対策/HTML修正/SEO対策	期日	202012/11	
202012	Webサイト構築	SEO	SEO対策/HTML修正/SEO対策	SEO対策/HTML修正/SEO対策	期日	202012/11	
202012	Webサイト構築	SEO	SEO対策/HTML修正/SEO対策	SEO対策/HTML修正/SEO対策	期日	202012/11	



SEOに留まらないCRO・UI/UX支援

Googleにとって、ユーザーに対し最適な検索結果を提供すること自体が利益になります。ユーザー観点でサイトの使い勝手やビジュアルを最適化するUI/UX施策。サイトに流入したユーザー行動を定量・定性的に分析し、適切な導線経路やコンテンツ改善を行うことで収益に結び付けるCRO(コンバージョン率最適化) 施策。SEOとあわせてこれらの施策を行うことで、サイト上でより高い利益獲得を実現することが出来ます。



分析



クリエイティブ



数値実績

クライアント様のメディアのユーザーが検索するニーズを深掘りしたキーワード戦略、コンテンツ制作のレギュレーション策定、記事制作のインハウス支援を行いました。

自然検索流入セッション数推移



サイト：女性系メディア

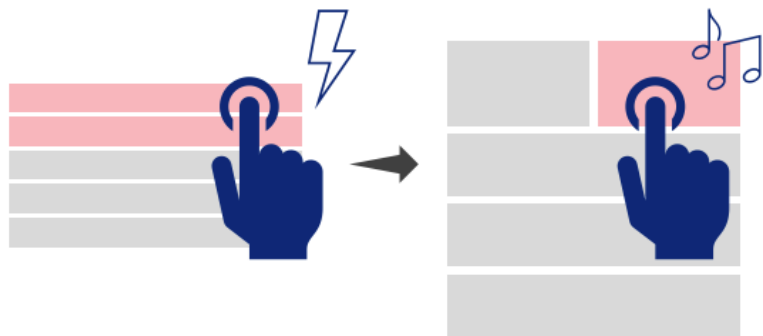
UI / UX Consulting

ユーザービリティ改善・ユーザー体験改善に向けてのコンサルティング

UI/UXとは？

UI = ユーザーインターフェース

「ユーザーとモノの接点」を意味する言葉で、Web領域でいうと、サイトの見た目や構成による「使いやすさ（情報の探しやすさも含む）」を指します。



UX = ユーザーエクスペリエンス

サイトの使いやすさや、サイト内のデザイン・情報により、ユーザーが「どんな体験をしてどんな印象を持ったか」を指します。

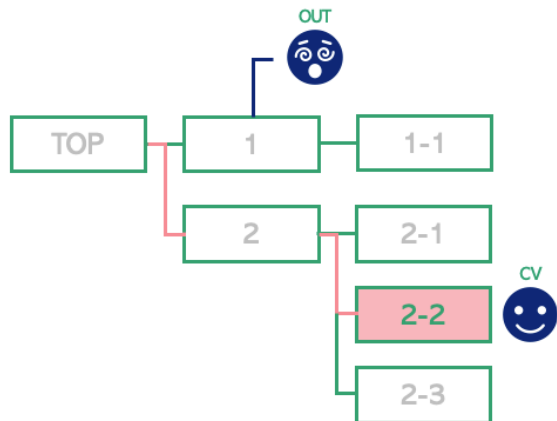


両者は密接に関わっており、物理的な側面・人間の心理的な側面が絡み合っている複雑な領域です。

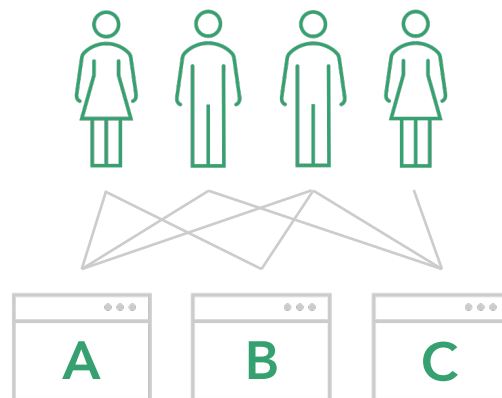
課題発見のためのデータ分析

Google Analyticsやヒートマップツールを活用し、サイト上の課題をデータに基づき論理的に洗い出します。

回遊状況の把握



競合・ターゲット分析



ユーザーの興味・思考



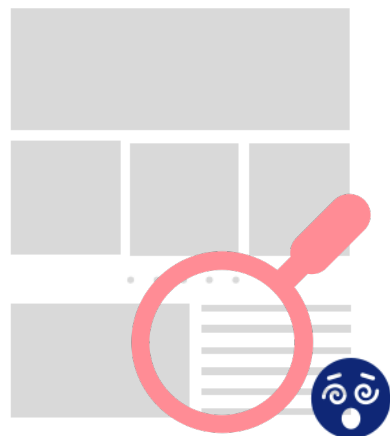
ユーザーアンケート

データだけではわからないユーザーの生の声を集めると、より具体的な課題がわかります。
(弊社では独自に開発したアンケートツールを保有しております)

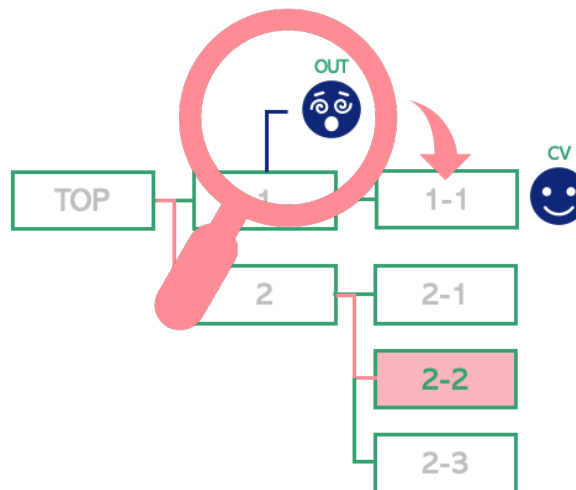
アプローチの方法

貴社が目指すゴールと抽出された課題点に応じて、下記のようなアプローチの方法をご提案いたします。

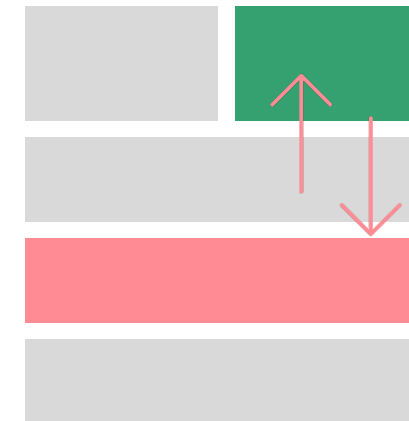
離脱しやすいポイントの 原因追求・改善



コンバージョンに向けた ユーザー導線の矯正



ユーザーが好む 情報構成への組み換え



弊社ではマーケティングDXをトータルサポートできる体制を整えておりますので、分析結果を踏まえ、UI/UX施策でのアプローチが適切ではないと判断した場合は、別の最適な方法もご提案が可能です。

弊社の強み

Web制作だけを経験してきたメンバーではないからこそ実現できる“多角的な付加価値”が弊社の強みです。

ベースとなるスキル

UI/UXを加味した Webサイト制作の経験量



デザイナー経験もあるメンバー
だからこそ可能となる

高いデザインの知見



1,000ページ規模のサイト制作
を捌いた経験があるからこそ

効率ディレクション

付加価値を醸成するスキル①

広告事業から培ったコミュニケーション戦略力



ユーザーのインサイトに沿った、
刺さりやすい情報選定とサイト構成が得手。

付加価値を醸成するスキル②

Google認定資格保有者在籍のデータ活用力

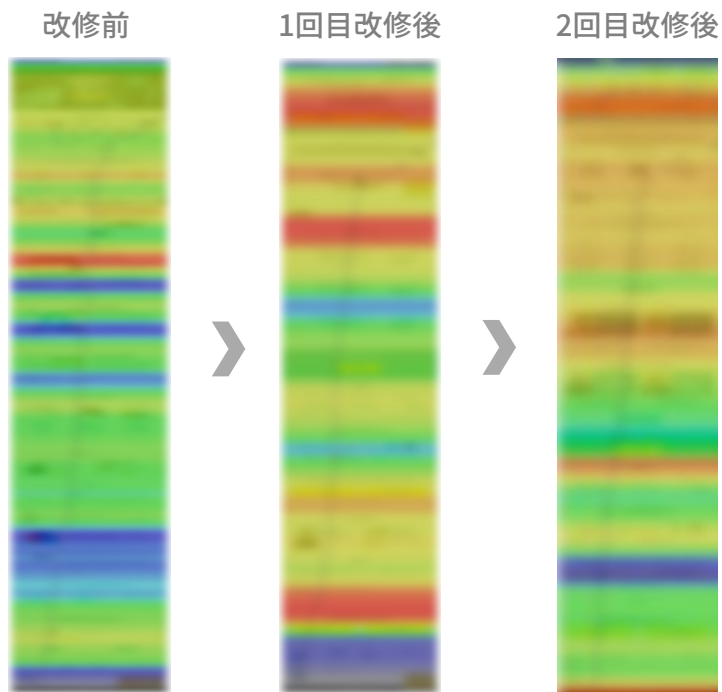


Google Analyticsへの知見レベルが高く、
設定・データ取得・分析まで一貫で対応可。

数値実績

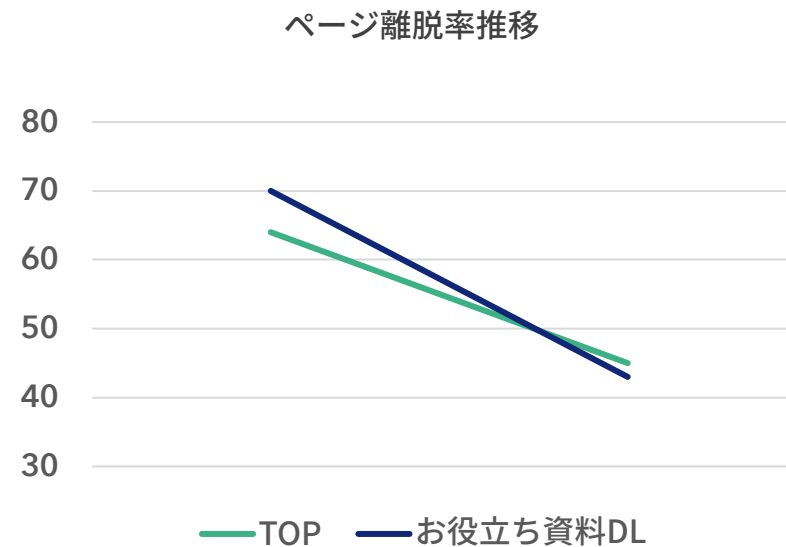
※ リクルート系サービスサイト改善実績

サービス概要の掴みづらさが課題のTOPページにつき
構成やレイアウトを変更し、ユーザー態度が改善



重要なページ前半が理想的な均一の薄オレンジ色に改善。

その結果、TOPページの離脱率が
64% → 45% に改善



元々1スクロール後までのエリアで離脱率の急降下が起きていた。
データ分析から初見の方が知りたい情報をあぶり出し、
序盤での訴求の打ち出し方の変更を行ったことが寄与。

New & Renewal

Webサイトを新たに立ち上げたい・
リニューアルをしたい方へ



よくある失敗例

- ☑ 以後の運用を考えなかった
⇒ 更新の難しいサイトになってしまい運用工数UP
- ☑ SEOを加味しなかった
⇒ 検索順位や流入数が急降下
- ☑ 感覚的に構成してしまった
⇒ 使いづらい点・分かりにくい点が多発し離脱率UP
- ☑ デザインの意図が明確でなかった
⇒ 後日行ったユーザー調査でデザインの不評が判明



完成してしまってからだと改善余地が限られてしまいます



① 以後の運用を考えなかった

貴社サイトはいくつチェックが入るでしょうか？

- サイトが完成したあと、そのサイト内の情報を更新する可能性がある。
- 更新担当者は、Webデザイナーやコーダーではない。
- 社内にサーバー管理に詳しい人がいない。



2個以上チェックが入る場合、下記の点を検討せずに制作すると、以後の運用に疲弊してしまいWeb施策での効果が出しづらくなってしまいます。

- 専門スタッフでなくても簡易更新ができる「CMS（WordPress等）」の導入をご提案
- 専門スタッフがいる場合でも、追加情報の掲載方法に制限の出るようなデザインの複雑化を回避



②SEOを加味しなかった

よくあるリニューアル時の実装失敗例

- リダイレクト・canonicalの設定ミス
- 内部リンクを減らし過ぎてしまった
- 存在しないページ・削除したページに404を返していない etc…

せっかくのリニューアルが、“**マイナス成果**”につながってしまうことがあります

- キーワード検索順位の急下落
- 自然検索流入の急減少
- コンバージョン数の急減少

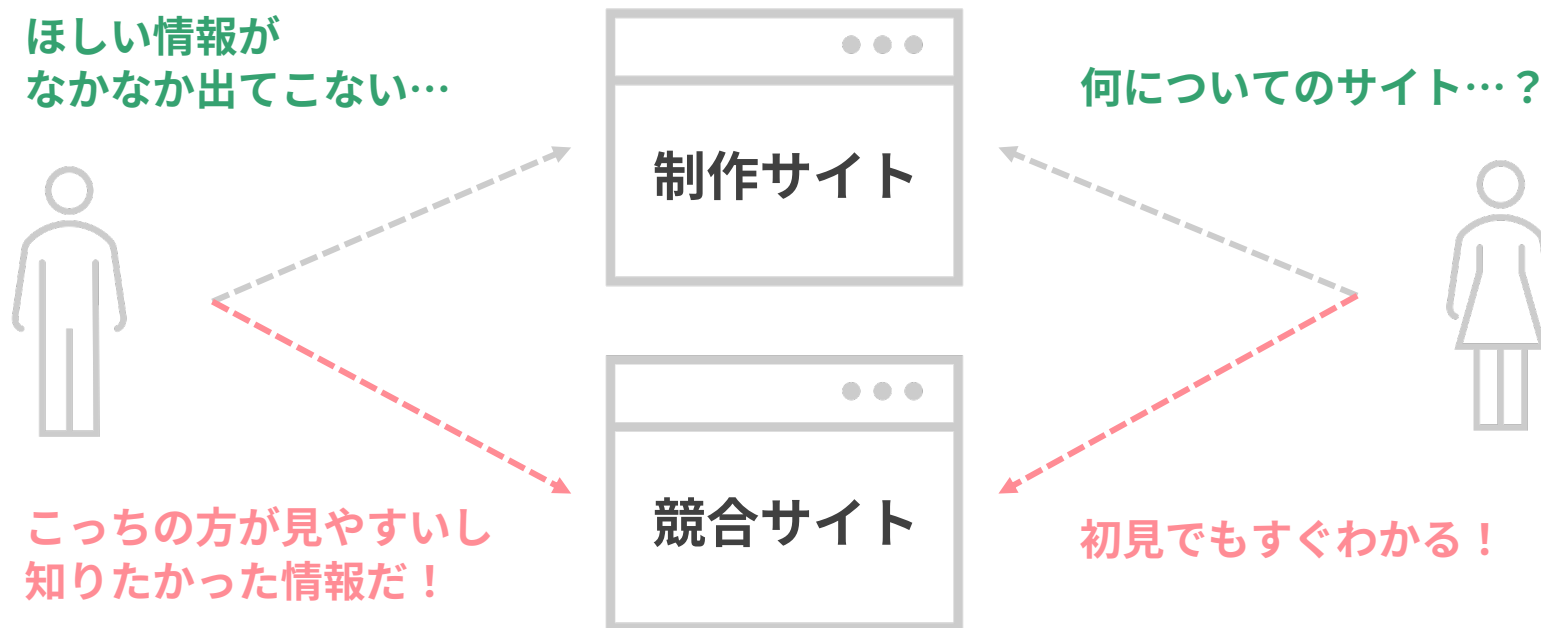


リニューアル後にGoogleからの評価にマイナスに働く箇所を特定し、改修することになるとその期間の売上減少・改修に工数やコストが余分にかかってしまいます。



③ 感覚的に構成してしまった

- そのサイトに訪れるのは「どんな状況で・何を知りたい・どんなユーザー」が考えられるでしょうか？
- 制作するサイトの「競合にあたるサイトとの差別化」をするための企画はしましたか？



これから制作するサイトを取り巻く様々な環境要因を加味して企画・構成をしないと、思わぬところでユーザーからのマイナス評価を受けたり、競合に負けたりする可能性があります。



④デザインの意図が明確でなかった

- 制作会社が出してくれた「なんとなくかっこいいな！」と思ったデザインを選んだ
- 担当者間ですり合わせ、自分たちの好みのデザインをオーダーした

もうすこし踏み込んで考えてみると、よりよいデザインのジャッジができるかもしれません。

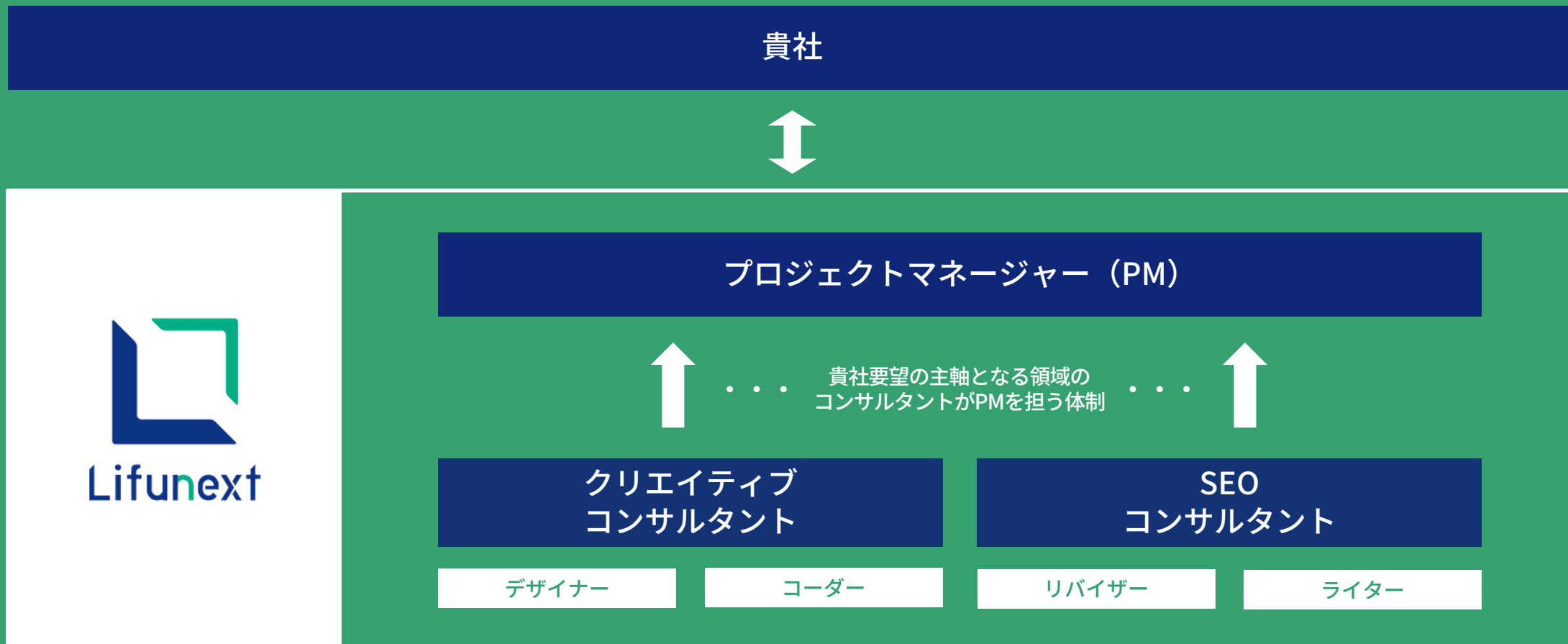


- そのデザインは、最新のトレンドを抑えた提案だったでしょうか？
- 既存のデザインに関する課題点を解決したデザインになっているでしょうか？
- サイトを見るユーザーは、ご担当者様と類似するペルソナの方だけでしょうか？
- そのサイトに載る商品や企業の立ち位置やブランディングの企画はしましたか？



正解がなく、万人に好まれるデザインを作るのは難しいのが事実ではありますが、「感覚的」ではなく「論理的」にデザインをしないと、どこかで矛盾が生じてしまうでしょう。

Lifunextには これを解決できる体制があります





SEO・UI/UX両方の専門家がアプローチ

SEO・UI/UXの専門家が対検索エンジン・対ユーザー観点のサイト改善のご提案が出来ます。



対“検索エンジン(Google)”へのアプローチ

Googleから評価されやすいサイトの構造・コンテンツ要素を取り入れ、検索順位を向上させることで自然検索流入数を増加させます。

対“ユーザー”へのアプローチ

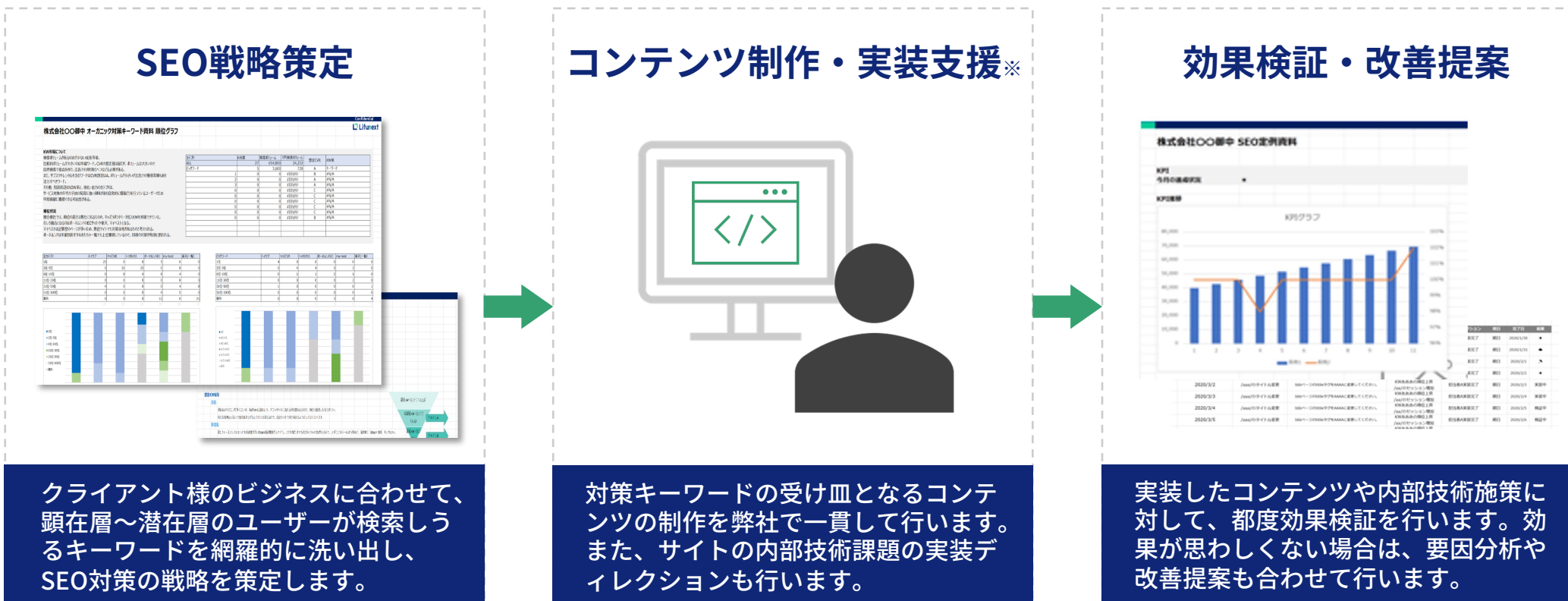
データから読み解いたユーザー行動から、ユーザーの興味や思考に沿った情報構成と、ユーザーフレンドリーなデザインをご提案いたします。



企画後の運用・改善まで一貫で

SEO領域

※実装は行わず、実装サポート/ディレクションのみになります



PDCA



企画後の運用・改善まで一貫で

SEO領域

SEO観点でのコンテンツ企画のみの場合、記事ページの実装は文字を流し込むのみになってしまう場合が多く、ユーザー視点で見ると情報を掴みづらいページ構成になってしまっているかもしれません。UI/UXの視点を持って実装することで、ユーザーが記事ページに流入してきた後の体験が改善し、離脱率の低下を図ることも可能になってきます。



自分が携った制作物をまとめた「作品集」のようなもの。紙面でまとめる場合もあるが、最近ではポートフォリオ用サイトを制作しておくのが主流。

経験者の転職活動で評価対象となるのは、資格よりもポートフォリオや実績がメインです。一方、未経験でクリエイティブ職に転職を希望する場合、制作に関わる資格を取得しておくこと、ソフトのスキルがあることや、クリエイティブへの興味を持って活動していたという熱意をアピールすることができるでしょう。

例えば、

[色彩検定](#)
[Adobe Photoshopクリエイター能力認定試験](#)
[DTPエキスパート](#)

などの民家資格が挙げられます。色彩検定は、名前の通り「色」の知識や技能を問う試験となっており、グラフィックのみでなく、ファッションやインテリアまで幅広いジャンルに使えるものです。Adobe Photoshopクリエイター能力認定試験は、Photoshop自体がグラフィック全般に使えるソフトとなっているため、グラフィックの制作スキルを問う実技試験となっています。この2つの資格については、紙・Webどちらのクリエイターを目指す方にも役に立つ資格となるでしょう。DTPエキスパートについては、紙のクリエイターの方に役立つ資格となります。DTPとは印刷物における紙面のデザインを指すのですが、そちらに関する知識を問う学科試験と、スキルを問う実技試験の両方を兼ね備えている試験となっているようです。

各資格についての詳細は、[【クリエイティブ系資格一覧】スキルを証明するのに役立つ資格は？資格の種類・内容・難易度を紹介](#)の記事をご覧ください。

経験者の転職活動で評価対象となるのは、資格よりもポートフォリオや実績がメインです。未経験でクリエイティブ職に転職を希望する場合、制作に関わる資格を取得しておくこと、ソフトのスキルがあることや、クリエイティブへの興味を持って活動していたという熱意をアピールすることができるでしょう。

▼パーソナルトレーナーがよく取得している資格

色彩検定	紙・Webの両方に役立つ	グラフィックはもちろん、ファッションやインテリアまで幅広く「色」に関する知識や技能を問う試験。
Adobe Photoshopクリエイター能力認定試験		Photoshopを使用したグラフィックコンテンツの制作スキルを問う実技試験。
DTPエキスパート	紙のみに役立つ	DTP（印刷物における紙面のデザイン）に関する知識を問う学科試験と、制作スキルを問う実技試験。

各資格について、詳細は下記の記事をご覧ください。

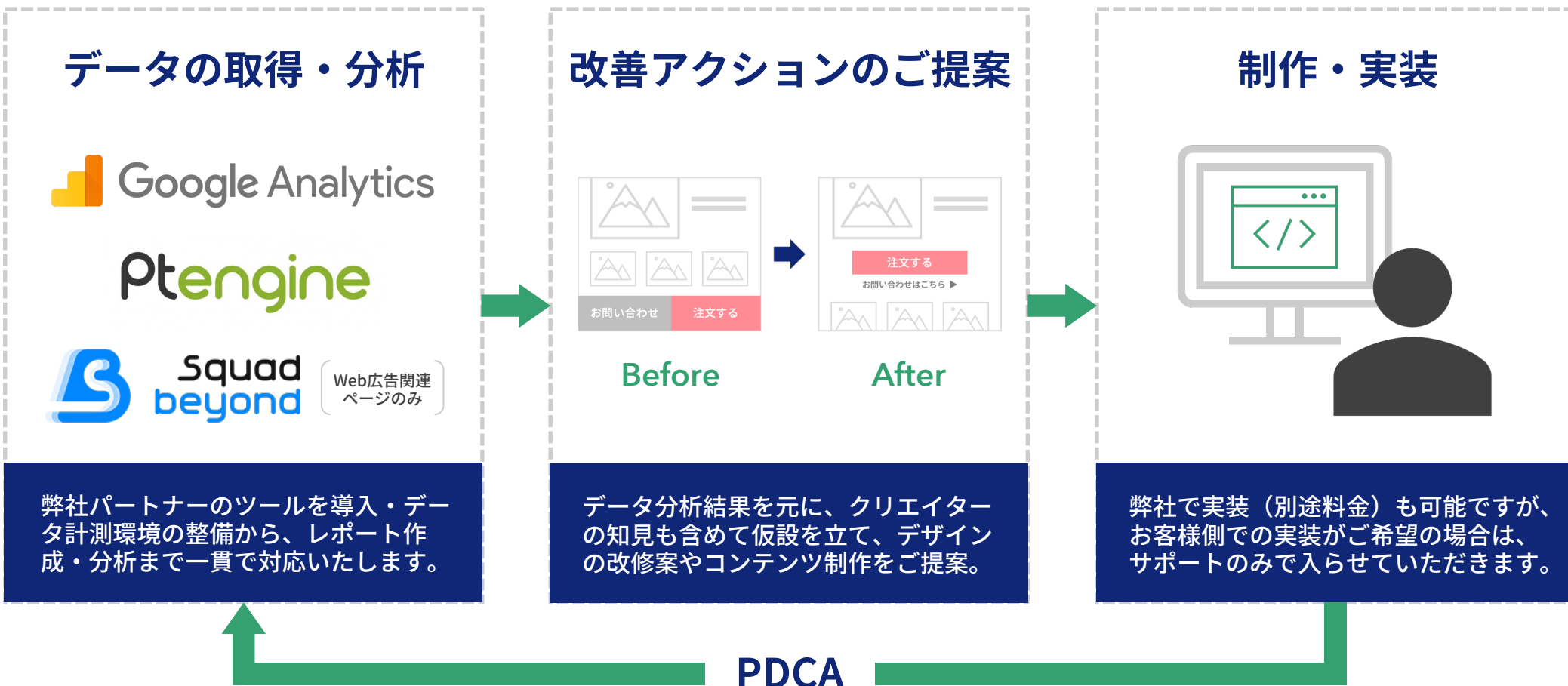


[【クリエイティブ系資格一覧】スキルを証明するのに役立つ資格は？資格の種類・内容・難易度を紹介](#)



企画後の運用・改善まで一貫で

UI/UX領域





企画後の運用・改善まで一貫で

UI/UX領域

SEOとの掛け合わせでないとできないこと

流入を増やす



UI/UXはサイトに訪れたユーザーに対する施策になるので、UI/UXのみを行っても流入ユーザー自体を増やすことはできません。流入を増やしたければSEOと両軸で行うのが効果的です。

対Googleを意識して画像を取り扱う



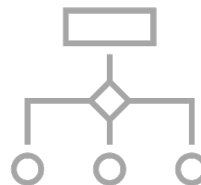
読み込みスピード等使用感を意識した画像と文字の使い分けはUI/UXディレクターの検討範囲内ですが、Googleの画像検索を意識したaltタグの設定等はSEOコンサルタントの目が入ってこそできる領域です。

ページ内リンクを適切に活用する



サイトの回遊を意識したページ内リンクの設置はUI/UXディレクターの得意とするところですが、Googleに評価されやすい箇所ページ内の相互リンクを貼ることで、SEO観点でのメリットを検討することも可能です。

構造化マークアップを行う



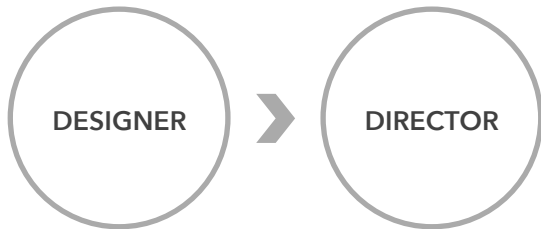
Googleの検索エンジンにWebサイトの構造を認識させるためのマークアップを行うとSEOで有利になってきます。通常のサイトマップではなく「XMLサイトマップ」というファイルの活用をご提案いたします。



ブランディング面の企画も対応可能

貴社のご要望や要件に応じて試行錯誤を繰り返しながら、理想のイメージ像を具現化していくサービスも行っております。データエージェンシーである弊社独自の強みを活かして、論理的なデザインをご提案いたします。

デザイナー経験ありの
ディレクターのみ在籍



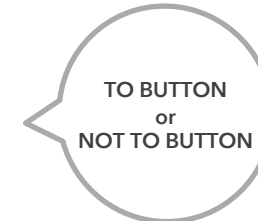
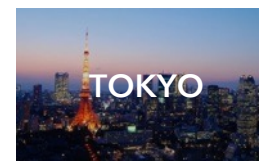
効率的な進行管理のみに留まらず
デザインの専門知識を持ってご提案。

社内で継続している
デザイントレンドの研究



実際の生活の中からトレンドを分析する
弊社独自の研究成果をご提供。

対“ヒト”を科学する
デザイン表現の研究



弊社独自に蓄積したデザインに対する
ヒトの反応を元に、論理的な設計を。

基本的な対応事項

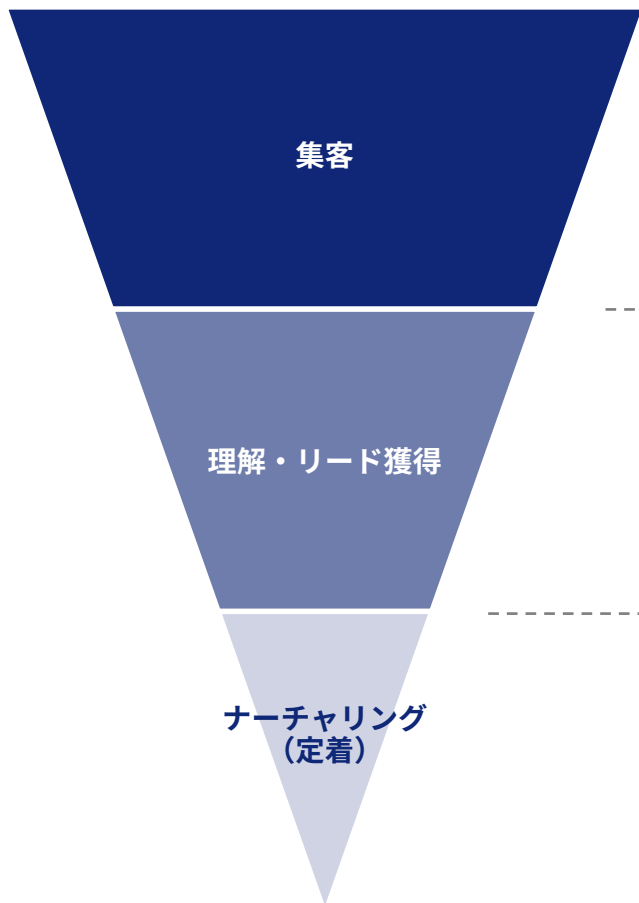
要望ヒアリング～具現化のサポート

競合の設定とポジショニング決定



マーケティングDXをトータルサポート

サイトの構築はもちろんのこと、マーケティングにおける構成要素を網羅的にサポート。
貴社におけるマーケティングのトータルでサポートでき、貴社のビジネスの拡大を加速させます。



広告運用



SEO



SNS発信



クリエイティブ



サイト制作



UI/UX改善



LP制作



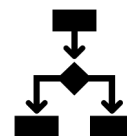
LPO



CRM



MA



Menu & Price

サービスメニューと料金表



SEO料金プラン (既存サイトへのアプローチ)

SEOコンサルティング プレミアムプラン	初期設計 月次コンサルティング 記事制作(要件・執筆)	¥ 750,000/月
SEOコンサルティング スタンダードプラン	初期設計 月次コンサルティング 記事制作(要件のみ)	¥ 500,000/月
SEOコンサルティング ベーシックプラン	初期設計 月次コンサルティング	¥ 450,000/月

※注意事項

上記プランは基本プランのため、お客様のご要望やサイト規模によっては別途個別でお見積りを算出いたします。

記事制作は、各プランで記事要件5本/月、記事執筆5本/月までです。5本以上をご希望の場合は、別途お見積り致します。
コンサルティング期間は、12か月～となります。期間に関しては、お客様のご要望の沿って調整可能です。

SEOプラン例

▼ 全体の監修・戦略策定・運用に加え、記事の執筆・記事ページのUI/UXを加味したディレクションを含めた場合

SEOコンサルティング
プレミアムプラン

初期設計
月次コンサルティング
記事制作(要件・執筆)

¥ 750,000/月

+

記事制作 ※1

- ・ SEO記事要件作成
- ・ 記事執筆

¥ 62,000~ × 5本

記事デザイン監修 ※2

- ・ 記事ページのUI/UXディレクション
- ・ 簡易構成案作成

¥ 50,000~ × 5本

※1 監修付記事の場合は別途お見積り

※2 記事ページのデザイン・実装まで行う場合の制作費は別途お見積り

UI/UX料金プラン

*分析に必要となる有償ツールが発生する場合、そちらの費用は別途となります

初期費用
(要件定義・データ取得基盤整備等)

¥ 500,000 ~

**サイトデータ分析・
サイト改修コンサルティング**

▼レポート・文言での改修提案

¥ 250,000 ~

/

▼レポート・改修ラフ案提出

¥ 500,000 ~

サイトデータ分析～制作まで

ご制作内容に応じてお見積り

※注意事項

弊社では稼働工数換算で最終的な制作金額を決定させていただいております。当初のお見積り金額に沿って個別契約をお送りさせていただいており、そちらの書面にて、金額内で対応できる内容・レポートの頻度を定めさせていただいております。そちらを超える稼働が発生した場合は、料金・スケジュール面での調整をお願いさせていただいておりますので、予めご了承いただけますと幸いです。

サイトリリニューアル料金プラン

	文字や画像が動くページ	静止画で作られたページ
分析ツール初期構築・運用・分析	¥ 200,000 ~ ¥ 300,000	
コンセプト作成・ディレクトリ編成	¥ 350,000 ~ ¥ 550,000	
SEO初期設計・コンサルティング	¥ 450,000 ~ (PDCAを回しての継続コンサルティングの場合は月額でこちらの費用がかかります)	
TOPページ UI/UX企画～制作	¥ 800,000 ~	¥ 550,000 ~
下層ページ UI/UX企画～制作	¥ 350,000 ~	¥ 250,000 ~

※注意事項

- ・有償ツールの利用費は別途料金となります。
- ・フォームやレコメンド機能等システム開発要件が必要になる場合は、別途ご相談させていただきます。
- ・ページ規模や内容によって異なりますので、ご要望をお伺いし内容が固まったのちに正式見積もりとなります。