



フォローアップで 継続的なブランディング



カスタマーフォローアップ セクション・リーダー
西村 治久

本日、お話しすること・・・

◆（余談）自己紹介

◆（導入）WEBの更新の実際は!?

◆（本題）フォローアップについて

— フォローアップとは!?

— カスタマーフォローアップセクション紹介

— 事例紹介

◆ まとめ

◆（余談）自己紹介

他の会社が
「どんな体制で」
「どう差別化しているか」
気になりませんか？

どのように見積やサイトマップを
作っているの？ など...

他社のワークフローが気になりませんか？

◆（余談）自己紹介

そこで、軽く自己紹介です

詳しくは、ぜひ
アフターパーティで
意見交換しましょう！

◆（余談）自己紹介

シーエスレポーターズ
customer loyalty information service company

★メンバー



新潟市中央区、桜木ICの近く。
十数名規模の会社です

◆（余談）自己紹介

 シーエスレポーターズ
customer loyalty information service company

★事業

WEB 企画・制作・ディレクション

さらに

オリジナルASP

CS・ES 調査

カスタマーフォローアップ

◆（余談）自己紹介

 シーエスレポーターズ
customer loyalty information service company

★体制

プランニングセクション

デザインセクション

オーサリングセクション

プログラムセクション

カスタマーフォローアップセクション

専門スタッフによる
分業・連携の体制です

◆（余談）自己紹介

みなさんはどうですか？

ぜひアフターパーティで
意見交換しましょう！

◆（導入）WEBの更新の実際は!?

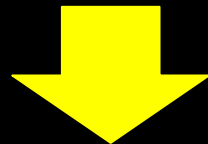
よく耳にするのは・・・

WEBサイトを公開して終わり。
更新に手が回らない

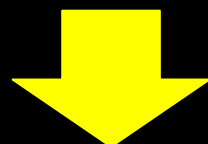
WEBサイトをCMS化したけど、
クライアントの担当者が
活用しきれない

◆（導入）WEBの更新の実際は!?

WEBサイトは、公開後に評価されます



求められる情報が更新されないと
ユーザーが満足しません



WEBサイトが
信頼されない

ブランド価値が
下がる！

◆（導入）WEBの更新の実際は!?

つまり…

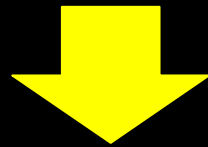
WEBブランディングとは

＝

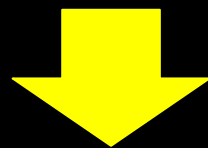
信頼を得ること

◆（導入）WEBの更新の実際は!?

信頼を得るには更新が必要



WEBブランディングは、
継続的に構築・維持していくもの



そのためのブランディング手法
“フォローアップ”

◆（本題）フォローアップとは？

みなさんにお聞きします！

- 普段、フォローアップ
という言葉をよく耳にしますか？
- すでに仕事に、フォローアップを
取り入れていていますか？

◆（本題）フォローアップとは？

フォローアップ【follow-up】

一度行ったことに対して
その後、

より高い効果・満足度を得るために
追跡調査・検証・改善すること

◆（本題）フォローアップとは？

すでに色々な業界で
「**フォローアップ**」が使われています

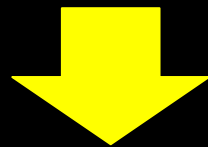
建築業界 ⇒ **施工の修正・変更**

医療業界 ⇒ **患者の術後のケア**

広告業界 ⇒ **広告の効果検証・追跡**

◆（本題）カスタマーフォローアップセクション

ぜひWEBにも取り入れたい！



カスタマーフォローアップ
というセクションを
立ち上げました

◆（本題）カスタマーフォローアップセクション

セクションの役割

- WEBサイト公開後の引き継ぎ、更新代行
- クライアント管理（年間の更新スケジューリング etc）
- 各種調査（WEB広告レポート、アンケート集計 etc）
- メール配信（配信代行、メルマガ制作、企画立案 etc）
- PCサポート

他にもたくさん！

◆（本題）カスタマーフォローアップセクション

セクションの課題

- クライアントの意見と、当社の提案のズレ
⇒ 数字的な根拠をもとに提案！
- WEBサイト公開後の引き継ぎ
⇒ コンセプトも引き継ぐ！
- 誤解・クレームを防ぐ、聞く力・伝える能力
⇒ スケジュール／クライアント管理

◆（本題）事例紹介

ケース 1 大学WEBサイトリニューアル

提案

ユーザビリティテストの実施。
フルCMS化、サイト更新フローの改善

効果

ゴメスの大学サイトランキング、
国立大学のなかで7位に急上昇。

◆（本題）事例紹介

ケース 2 専門学校 WEBサイト

提案

PCサイトよりも、ケータイサイトの拡充を。
コンテンツ調査 ⇒ ブログ・動画を前面に

効果

前年比 2.6倍のユニークユーザー獲得。
学校パンフの資料請求の数は
ケータイサイトが8割に(PCサイトと逆転)

◆（本題）事例紹介

ケース 3 住宅メーカー WEB広告

提案

検索キーワードのニーズ調査を実施。
WEB広告の管理を代行

効果

WEB広告の実施前・実施後で、
ユニークユーザー数が2倍に。
かけた広告費は4万円ほど

◆（本題）事例紹介

ケース 4 ラーメン店 メール配信

提案

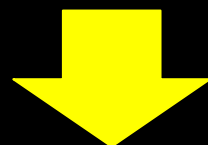
「お店の最新情報をいち早くお知らせ」
だけでは、メール配信の効果はない。

効果

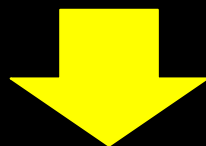
週代わりトッピングの全プレを実施し、
来客数は月20%UP、売上15%UP！

◆ まとめ

最近、よく見かけませんか？



企業がTwitterやブロッガーを活用。
「FAQ」をCGM化して生の声を可視化



ユーザーと企業の接触機会をWEBで促進。
口コミに応えることが信頼につながります

◆ まとめ

**HTMLやデザインの技術も
もちろん重要ですが、**

**フォローアップで差別化し、
継続的なWEBブランディングで
勝負しましょう！**