

WordPress Express

ワードプレスエクスプレス

 Prime Strategy

TOPICS

事例・実績コンテンツの更新運用における
WordPress活用法 P01

連載

新人井村くんの、ワードプレス
テーマを作ろう Vol.2 P05

構築実績 P06

2011 WINTER/02

事例・実績コンテンツの更新運用における WordPress活用法

マーケティング編

事例・実績ページの掲載により、 成功の急所を捉えられる「3つの理由」

企業サイトの運営においては、「自社サービスをうまくPRできていないので、どのような情報をのせるのがよいか?」という悩みを多くの広報部門、マーケティング部門の方が感じていらっしゃるかと存じます。そのようなご相談に我々は「事例や実績は最もストレートに御社の魅力を伝えることのできるコンテンツです。ぜひ積極的に掲載しましょう」と提案しています。その理由はいくつかありますが、今回は下記の3つについて紹介いたします。

1. ユーザーの興味が強いコンテンツである
2. サービス、商品の品質を表す“証拠”である
3. 独自かつ定期的な追加が容易なコンテンツある
→SEO面での好影響

1. ユーザーの興味が強いコンテンツである

弊社サイトでは実績を「公的機関」「企業」「学校法人」などカテゴリ分けし掲載しております。

これはお打ち合わせの際に「○○の業種のサイトでの実績はありますか?」「××業種ではどんなデザインがよいですか?」という質問をいただくことが多かったためです。それだけユーザー（お客様）の興味が強いと言うことでしょう。

Googleアナリティクスで事例を掲載している弊社管理の5つの企業サイトについて、事例ページの閲覧傾向を見てみました。※図-1

事例コンテンツのディレクトリはよく閲覧されるディレクトリに位置づけられています。図のサイトAとBについてはトップページよりも閲覧数が多いという傾向がございました。これだけ興味が強いコンテンツを載せない手はないでしょう。

サイト	ディレクトリ別PVランキング	全PVに対する割合
サイトA	1位	28%
サイトB	2位	22%
サイトC	4位	14%
サイトD	4位	12%
サイトE	5位	10%

図-1

2. サービス、商品の品質を表す“証拠”である

問題・悩みがありあなたのサイトを訪れたユーザーは、「○○でその問題が解決できる」という答え（解決策）を知ることとなります。その解決策の選択が本当に正しいかどうか、ユーザーは心配でなりません。

そこで重要なことが、その解決策が正しいという“根拠”であり“証拠”です。これが不足していると説得力に欠けるWebサイトとなり、いわゆる「どこでも同じことをいっているサイト」「違いがわからない、差別化ができていないサイト」となってしまいます。

その“証拠”として手取り早いものが、事例や実績の紹介というわけです。「XXで困っていたが、A社の○○で改善した」など事例が、あなたのサービスが優れていること、ユーザーがあなたの商品を選ぶことの正しさを示してくれます。

3. 独自かつ定期的な追加が容易なコンテンツある →SEO面での好影響

事例コンテンツのよい点として、活用するとSEO面で好影響をもたらしてくれることも挙げられます。

これは

実績・事例ページはWebサイトでのPRの王道

(1)事例コンテンツは他サイトではまねができない独自性のあるコンテンツとなること。

(2)定期的な更新を行うことが容易であること。

が好影響をもたらす要因と考えられます。

「競合他社との差別化をするコンテンツ」といっても、作成が難しいことは多いですね。しかし事例は「どんなお客様が」「何に困っていて」「どのような解決策で」「どのように満足いただいたか」が容易に独自のコンテンツとなります。

またコンテンツの定期的な追加・更新もやってみるとなかなか難しいものです。「ビジネスブログやコラムを始めたが、書くべきネタが見つからず数ヶ月間放置」というサイトも少なくないように見えます。そのような方にとっては事例は定期的に追加が可能で書きやすいコンテンツといえます。

そしてこれらコンテンツの「独自性」「定期的更新」はSEOの点でも重要な要素で、実現することで好影響をもたらします。

以上のような理由から我々は企業サイトにおいて「事例・実績コンテンツは重要」という提案をしております。

そしてどのような事例の見せ方をすることでお客様の強みを見せられるか、エンドユーザーに伝わりやすいかを提案しています。WordPressを通じ、「事例・実績」というすぐ近くにある財産を活用していきましょう!

技術編

WordPressでPRの王道である自社の事例・実績を効果的に運用する

前述したとおり、事例・実績は最もストレートに企業の魅力を伝えられることのできるコンテンツです。弊社では、積極的に掲載を提案しています。

しかしながら、お客様の声として、更新が面倒でつついそのままにしてしまうというのをお聞きします。そこで簡単に追加更新ができるツールとして、WordPressをお勧めしています。

実際の弊社サイトをもとに、WordPressでどのような事例・実績の表示を行っているのかご紹介します。

本題の前に、WordPressの基本「カスタム投稿タイプ」、「カスタム分類」とは

WordPressでは情報を色々な形で管理することができます。「投稿タイプ」はWordPressが管理するコンテンツのグループ単位で、標準で用意された「投稿記事」や「固定ページ」も投稿タイプの一つです。

「投稿記事」は時系列に従ってコンテンツを管理する投稿タイプ。「固定ページ」は時系列から独立してコンテンツを管理する投稿タイプとなっています。カスタム投稿タイプの機能を利用すると独自の投稿タイプを追加でき、「投稿記事」や「固定ページ」とは別にコンテンツを管理できるようになります。

次に、カスタム分類ですが、例えば上記カスタム投稿タイプで「実績」という独自の投稿タイプを作ったとします。その「実績」を「公的機関」や「企業」等のカテゴリで分類したいと考えた時にカスタム分類の機能を利用して「グループ」を作成します。

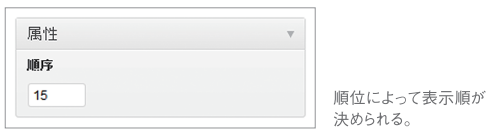


実際のサイトでは、どう活用しているのか。

弊社の実績を「カスタム投稿タイプ」や「カスタム分類」などを活用し、どのようにPRしているのか、弊社サイトを参考にご説明します。

1 主な実績エリア

全体図の①。ここでは掲載する内容の表示順が新着順とは限らないため、順序の項目を利用できるカスタム投稿機能を利用。この順序機能で表示順を管理しています。



カスタム分類機能で表示分け

さらに、主な実績の中でも分類を分けたいのでカスタム分類機能を使って「TOP公的機関」「TOP企業」「TOP社名のみ」と分類し下図のように表示位置、見せ方(画像付き、なし)を変えています。



- A TOP公的機関 「TOP公的機関」のカテゴリの場合は画像付きで上段に表示。
- B TOP企業 「TOP企業」のカテゴリの場合は画像付きで中段2段に表示。
- C TOP社名のみ 「TOP社名のみ」のカテゴリの場合はテキストのみで下段に表示。

2 4 6 講演・セミナー、新着情報、プラグイン&テーマエリア

次に、全体図の②④⑥の部分ですが、表示順が新着順にな

ワードプレステーマをつくらう

Vol.2

～HTML5の
アウトラインを考える～



みなさんこんにちは!今後のWeb標準になっていくHTML5でのWordPressテーマのベースとなるマークアップについて考えていきたいと思えます。



アウトラインとは

HTMLの階層構造のことで、本でいう目次のようなものです。アウトラインをしっかりと作成することで検索エンジンはもちろん、人が読んだ時にも情報構造をわかりやすく伝えることができます。

アウトラインの階層(セクション)を一段下げるためには、セクション・コンテンツ要素を入れ子にする/もしくはヘディング・コンテンツ要素のレベルを下げる方法を用います。

セクション・コンテンツ要素

article, aside, nav, section

HTML5では、アウトラインの構造を生成するためのセクション・コンテンツ要素が新しく追加されました。それぞれに意味づけはありますが、アウトラインへの影響は同じです。article, aside, nav, sectionの使い分けについては今回は割愛します。

divやspanはレイアウトのみを変えたいときに、section要素はアウトラインの階層を変えたいときと使い分けましょう。

ヘディング・コンテンツ要素

h1, h2, h3, h4, h5, h6, hgroup

セクションのヘッダーを定義します。簡単に言うと、アウトライン階層の見出しです。ヘディング・コンテンツのないセクションはタイトルの無い階層となります。

ヘディング・コンテンツだけでもアウトラインを生成できます。例えば<h1>A</h1><h2>B</h2>とした場合、BはAのセクションに内包されます。

XHTMLでは h1 > h2 > h3... と順に使っていくことで暗黙的に階層を行なっていましたが、HTML5ではsection要素で階層を明示できるので、見出しは全てh1要素を使う書式も推奨されています。



図1

では、実際に私のデザインしたテーマ「Soft Cloud」を例にアウトラインを作成してみます。構造がわかりやすいようにワイヤーフレーム化しました。(左下:図1参照)
これをマークアップしたものがこちらです↓

```

<body>
<header>
<h1>サイト名</h1>
<nav>
<h1>ナビゲーション</h1>
</nav>
</header>
<section>
<h1>メイン記事</h1>
<article>
<h1>メイン記事タイトル</h1>
</article>
</section>
<div id="contents">
<section>
<h1>ループ記事</h1>
<article>
<h1>ループ記事タイトル01</h1>
</article>
<article>
<h1>ループ記事タイトル02</h1>
</article>
</section>
</div>
<div id="side_bar">
<section>
<h1>サイドバー</h1>
<aside>
<h1>ウィジェット01</h1>
</aside>
<aside>
<h1>ウィジェット02</h1>
</aside>
</section>
</div>
<!-- footer -->
<section>
<h1>フッター</h1>
<aside>
<h1>フッターウィジェット01</h1>
</aside>
<aside>
<h1>フッターウィジェット02</h1>
</aside>
<aside>
<h1>フッターウィジェット03</h1>
</aside>
<aside>
<h1>フッターウィジェット04</h1>
</aside>
</section>
</footer>
</body>
    
```

HTML5のアウトラインを明示化してくれるツール「HTML5 Outliner」を使用して確認した結果が図2です。
<http://gsnedders.html5.org/outliner/>

今回はわかりやすくするため、すべてのセクションに見出しをつけています。これが正解というわけではありませんが、アウトラインの概念を理解することでHTMLの土台が固まり、迷わず各セクションにコンテンツをマークアップしていけるはず。

1. サイト名
1. ナビゲーション
2. メイン記事
1. メイン記事タイトル
3. ループ記事
1. ループ記事タイトル01
2. ループ記事タイトル02
4. サイドバー
1. ウィジェット01
2. ウィジェット02
5. フッター
1. フッターウィジェット01
2. フッターウィジェット02
3. フッターウィジェット03
4. フッターウィジェット04

図2

HTML5のマークアップに何の意味があるのか? (私信)

アウトラインの作成やarticleとsectionの使い分けなどセマンティックなHTMLは現段階で何か大きな利益があるかというところでもありません。SEOに有利という話もありますが、流動的な部分が多く必ずしも言い切れません。
 しかし今後HTML5がWeb標準化の中で、Webから自分の欲しい情報だけを抜き出したり電子書籍やブラウザ以外のアプリケーションとの連携などWeb(HTML)の使用範囲も広がっていくのではないのでしょうか。そんな近い未来にHTML5が利用されるかな、と思っています。



構築実績 - 科学技術振興機構 (JST) サイト

はじめに

科学技術振興機構 (JST) サイトは、科学技術を中心に日本文化を発信するための中国人向けポータルサイトです。

WordPress Express Vol.01 では、新規サイト立ち上げ時のお話をさせていただきました。

今回は、「公開から半年が経過したが、運用していく中でデザインや機能の改善を行いたい点がいろいろ出てきた」という経緯からリニューアルのご依頼をいただいたので、その際にクライアントが抱えていた問題点・その解決方法などを交えて、実例をご紹介します。

※過去の記事は弊社ウェブサイトからご覧になります。

<http://www.prime-strategy.co.jp/>



お悩み1 新着記事に挿入されている画像をトップページで表示させたい!

投稿記事に挿入されている画像をアイキャッチ画像に登録することで、トップページにサムネイル画像として表示させるようにいたしました。(表示の順番は新着順)

さらに、jQueryによるスライドショーで新着記事のサムネイルに動きをつけることで、躍動感のある飽きのこないトップページに生まれ変わりました。また、FlashではなくjQueryによるスライドショーなので、iPhoneやiPadでも動作を確認することができます。

※iPhoneやiPadはFlash未対応のためFlashによる動画は通常表示されません。



お悩み2 複雑なレイアウトの記事を簡単に投稿したい!!

単純なテキストだけの記事ではなく、画像の回り込みやテーブルを使用した複雑なレイアウトの記事投稿は、HTMLを知らない人にとっては難易度が高いものではありません。しかし、複雑なレイアウトでも固定化されたものであれば、カスタムフィールドテンプレート*1)により、テキストボックスに値を入力するだけで記事の投稿ができるので、表示崩れを心配することなく記事の更新ができるようになりました。

また、カスタム投稿タイプにより、分類されたカテゴリーの「日本の大学」「日本の企業」をサイドバーに独立表示*2)させることで、記事投稿画面までスムーズにたどり着くことが出来るようになり、管理画面でのユーザビリティが向上します。

クライアントにも「使いやすい!」と大変ご満足いただけました。

(三輪 悠介)



Prime Strategy 特製

わぷー タンブラーが

抽選で**30名**様に**当たる!**



・PC・スマートフォンの方はこちら

www.prime-strategy.co.jp/enquete/

※画像はイメージです。実際の商品と異なる場合がございます。

WORDPRESSが、大好きです。

 **Prime Strategy**

プライム・ストラテジー株式会社

〒105-0022

東京都港区海岸1-2-20 汐留ビルディング 3F

E-mail staff@prime-strategy.co.jp

<http://www.prime-strategy.co.jp>

お問い合わせ・お見積り専用ダイヤル

TEL.03-5776-0406

受付時間 8:45～18:00 (月～金、祝日)