

# 「伝える」から 「伝わる」Webサイトへ

広報担当者や、  
コーポレートサイトに  
携わっている方に  
最適の講座です

オウンドメディア対応の強化、ソーシャルメディアとの連動で、ますます“双方向”へ  
「オウンドメディアの強化・ソーシャル化」が今後の企業サイトの鍵となります

## コーポレートサイト強化 1日集中セミナー

【東京会場開催&オンライン開催】  
2025年3月24日(月)開催  
1日集中

企業

団体

教育  
機関

行政  
法人

- いまだ進まないスマートフォン対応
- 高いユーザビリティが信頼を生む
- ソーシャル化、グローバル化で対話の場を広げる
- “外注・単発”から“コントロール・継続”へサイト運営体制の変容
- CSR・SDGsページで伝える企業メッセージ
- マーケティングサイトとの連携

こんな悩みをお持ちの方に最適な講座です

Webに掲載するコンテンツを各事業部が別々に提供してくるため、Webサイトが“情報の寄せ集め”のようになっている。情報を整理整頓し、ユーザーを目的の場所に誘導したい。

サイトのリニューアルを考えているが、どのように改善したらよいのかという指標を学びたい。

各部署の要望を受けて仕事をする「受け身」型の現状を変えたい。

指標となるものを知り、社内のコンセンサスを取りやすくしたい。

Twitterをはじめとするソーシャルメディアを他社がどのように活用しているのか参考にしたい。

Webコミュニケーションの目的をどのように社内で共有し、推進していくのか、スタンダードな方法があれば知りたい。

先行きが見えない経済状況の中で、生活者は企業の哲学や理念、そして行動から、「信頼できる企業かどうか」を判断するようになっていきます。

# これからはいかにコーポレートサイトをソーシャル化し、“企業の姿勢”を伝えていくかが問われる時代です。

誰もが情報収集をWeb上で行うようになった時代、生活者は日常生活のあらゆる場面で新しい情報にアクセスしています。こうした環境の中で、Webコミュニケーションへの取り組みを強化する企業は年々増加傾向にあります。特に「コーポレートサイト」は、顧客のみならず株主から従業員まで、さまざまなステークホルダーの第一印象に直結するため対応が急がれます。

さらにオンラインツールの進化により、即時性が求められるニュースの場合にはブログ、双方向のコミュニケーションが必要な場合にはツイッター、危機発生時にはシャドーサイトなど、用途に合わせて最適な情報が発信できるようになりつつあります。

しかし多様化するステークホルダーのニーズや、増え続ける情報に対して、企業のWebコミュニケーション能力が追いついていないのが現状です。目的のページにすぐに辿り着けない、もしくは情報が整理できておらず有効に活用されていない企業サイトやソーシャルメディアも数多く見受けられます。それではユーザーがすぐにサイトから離れてしまうばかりか、逆にマイナスのイメージも与えてしまいます。

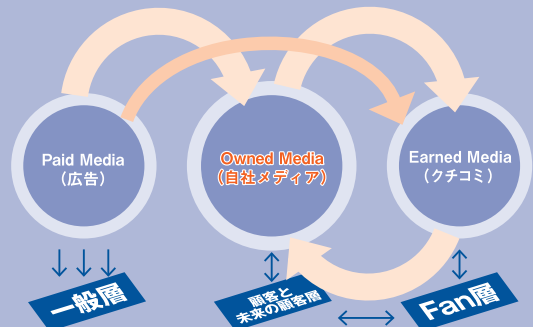
またWebサイトは営業、IR、人事、宣伝、流通、CSRなど多くの部署が関わります。このことが各ページの情報の質やトーンにばらつきを生み、ページごとの連携が図れないという問題を生み出しています。

この問題を解決するには、企業の情報発信を司る部門が中心となり、Webコミュニケーションを戦略的に活用し、自社の活動を正しく伝えていく必要があります。

しかし今まで、Web領域においては技術的な知識を学ぶセミナーが多くを占め、企業全体のコミュニケーションという視点でWebを学ぶ

講座はほとんどありませんでした。そこで宣伝会議ではWebサイトやソーシャルメディアの運用やディレクションをしている担当者の方々に向けて、企業の規模にかかわらず広報の重要なツールとしてコーポレートサイトを戦略的にプロデュースする力を養成する講座を開講いたします。

## トリプルメディア時代における 自社のオンラインメディアが果たす役割とは？



Webサイトや自社ブログ、SNSなどの自社メディアだけでなく、広告活動やクチコミとの連携も含めて全体のコミュニケーションを考えなければならない時代になっています。

## 企業ブランドを高めるコーポレートサイトのあり方を学ぶ

### 対象はWebサイトの「システム管理」ではなく「運営管理」の担当者

広報の視点から「Webサイト」を考える

これまでWeb知識の習得の場は、Webデザイナーやプログラマーに向けたものがほとんどでした。そこで、本講座では企業や団体の広報担当者に向け、Webの活用によって変化した広報コミュニケーションのプロセスと、日本企業の広報組織の課題に触れながら、Webサイトやソーシャルメディア活用方法を学びます。

### 個人ワークショップを通じ自ら「企画」する力を身に付ける

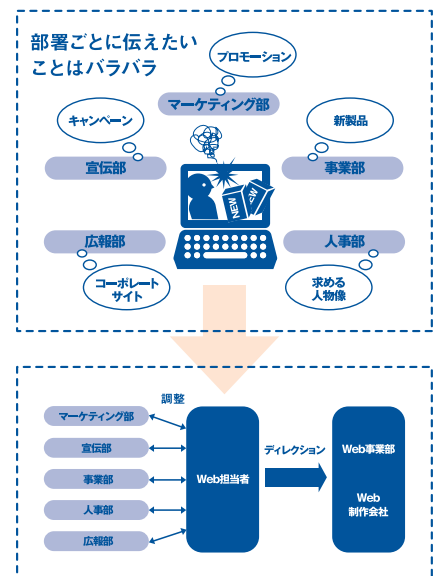
ただ聞くだけでなく、手を動かすことで、その場で身に付ける

講義では、個人ワークショップの時間を設けています。Webサイト改善などのテーマに沿って、自ら何が問題なのかを考える力をその場で身に付けていきます。

### スマートフォンやタブレット対応を含めた最新動向も伝授

企業のWebコミュニケーションの最新トピックスをお届け

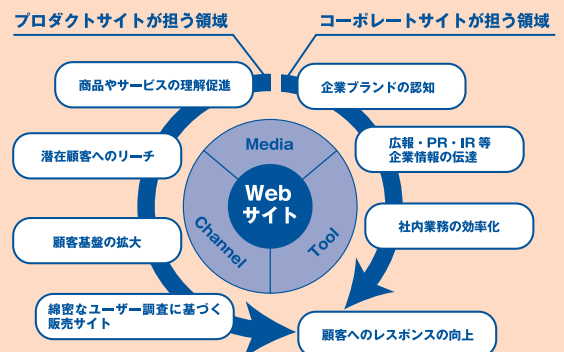
新しい端末の普及とツールとの進化により、企業のWebコミュニケーションはわずか半年前の事例ですら、参考にならない場合があります。そこで講義では、スマートフォンやタブレット端末への対応や、コミュニケーションの変化について、最新事例から動向を読み解きます。



## 学習 Point 1

### Webサイトにどのような役割を持たせるかをしっかり把握

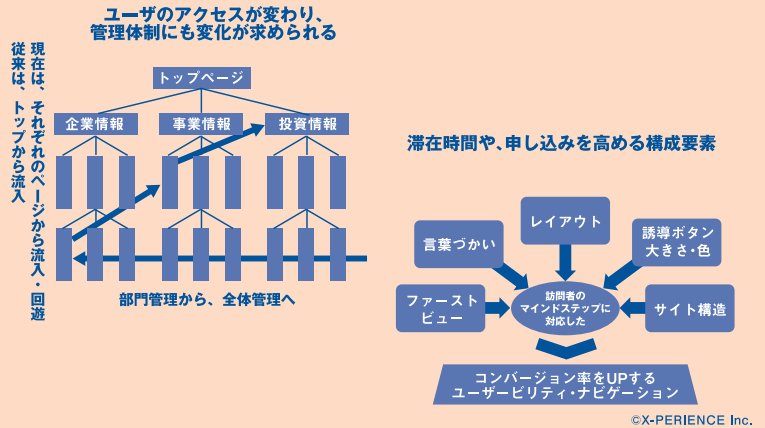
企業のWebサイトには、図のように大きく分けて2つの領域があり、そこにさまざまな目的が存在しています。しかし、そうした目的ごとに関連する部署が異なり、その情報の受け手となるステークホルダーもまた顧客から社員、株主、学生などさまざまです。このような状況でWebサイトを統括し管理する人間がいないと、統一感の無い雑多な印象しか残らないサイトとなり、結果として企業イメージの低下にもつながります。講座ではまずWebサイトに持たせるべき役割について明確化します。



## 学習 Point 2

### ユーザの体験を最大化する サイト構造の作り方を学ぶ

サーチエンジンの検索性能の向上によって、Webサイトへのアクセス方法は従来のトップページを入口とした形から、商品や会社情報などのページへ直接アクセスすることが多くなりました。サイト内の行動パターンも大きく広がる中で、求めている情報が掲載されていない、または瞬時に見つけられなければ、せっかくアクセスしてきたユーザーが最初の訪問ページを見ただけでサイトから離れてしまい、多くのユーザー、潜在顧客を逃しかねません。本講座では、Webサイトの統括管理によって各部門間のリレーションをはかるとともに、サイト訪問者の求めている情報提供の精度と質を高めることで、サイト内のさまざまなページへのアクセスを促すWebサイトの構造について学びます。

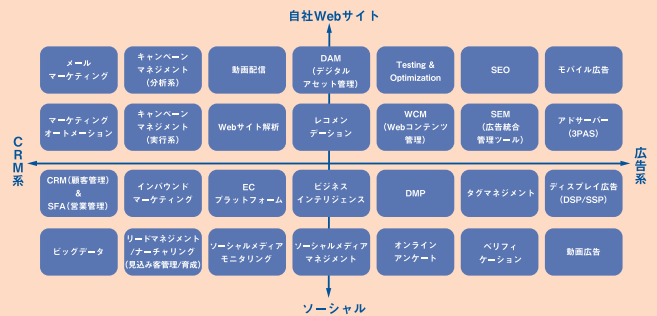


## 学習 Point 3

### コーポレートサイト以外にも 広がる広報担当者 と Web との関わり

これまで、Webを担当する広報担当者の業務といえば「コーポレートサイトの管理」でしたが、ソーシャルメディアなどが広がった今、広報担当者のWebとの関わりはますます拡大しています。何から手を付けてよいのか分からない状態では、Webコミュニケーションは進化しません。自社の現状や目的を踏まえ、どういったコミュニケーションが必要かをプランニングする力が求められています。

### 広報担当者に求められる実務領域の拡大



## 学習 Point 4

### Web 広報の「攻め」「守り」、 双方のノウハウを体得

Twitter、YouTube、Facebookなどで取り上げられた情報が、瞬間に世界中の個人に影響を与える時代となっています。そのため、良い情報も悪い情報も際限なく広がります。つまり、広報担当者にとってコミュニケーションは、まさに「諸刃の剣」と言えます。この「諸刃の剣」をコントロールするために、攻守にバランスのとれた情報発信の考え方や手法を伝授いたします。

### 「攻める」Web広報

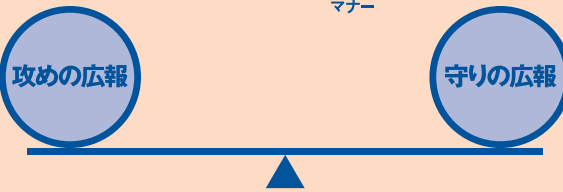
- ニュース配信
- 社長ブログ
- マーケティング広報の考え方
- インターネットにおけるメディアリレーション

- メディアルームの活用
- Web制作会社と広告会社・PR会社の活用方法
- バイラルコミュニケーション
- デザイン・ビジュアルの理解

### 「守る」Web広報

- リスクマネジメントとWeb
- 不祥事時のHP対応
- アクセス解析を活用した効果測定
- 企業ブランドとHPのトーン&マナー

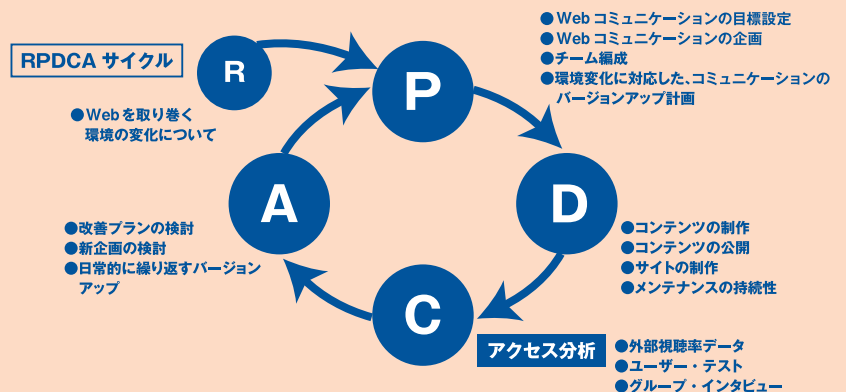
- CGMの炎上対策
- 個人情報保護法を助成したデータ取得
- 社内SNSで社内に活性化
- HPの全体バランスのとり方



## 学習 Point 5

### Web コミュニケーション改善のために、 成果に結びつく効果測定法を知る

Web サイトやソーシャルメディアの大きな特徴として、他の媒体よりも情報を更新しやすいという点が挙げられます。また、アクセス数などを数値で測ることができるため、目的にあわせた更新を行えばユーザーの反応を観測することができます。予想と異なったデータが観測されたら、さらに戦略を変更することも可能です。Web コミュニケーションではリサーチの「R」を含めた「RPDCAサイクル」を回すことが非常に重要になってきます。講座では、実際に企業が実施した事例に沿い、アクセス解析が Web コミュニケーションを常に改善していくための重要なプロセスであることを理解し、成果に結びつく効果測定法を学びます。



## 明日から即活用できる、演習を多用したカリキュラム

時間	講義テーマ	講義内容	講師
10:00~12:00 13:00~14:00	<b>これからの コーポレートサイトの 考え方</b>	コーポレートサイトのあるべき姿／現在の潮流／ソーシャルメディアと企業サイトの関係／他部署との関わり方、運用方法について／サイトの定性評価	<b>後藤 洋氏</b> (トライベック・グループ)
14:20~17:30	<b>Webサイトの 情報の質を高める</b>	成果を上げる自社サイトの構築法とその実際／Webメディアの特性／事例に見るWebの現状／自社メディアの品質を上げるといことは／サイト内に入ったユーザーに対して、どういった見せ方をしていけばユーザーは満足するか／企業のブランドを体験させるには／理想的なコンバージョンファンネル	<b>橋 守氏</b> (エクスペリエンス)

※カリキュラム・講師・日程は都合により変更になることがあります。

## 企業・団体の Web コミュニケーションに精通した講師陣

### 〈ユーザー視点のサイト作りで多くの事例を手掛ける〉



#### 後藤 洋氏

トライベック株式会社 代表取締役 CEO  
CX コンソーシアム代表幹事

慶應義塾大学卒業後、2001年にソフトバンクに入社。同社にて新規事業立ち上げのマーケティング全般を担当後、2002年トライベック・ストラテジーに参画。同社のコンサルティング事業を一手に担い、幅広い業界のデジタル戦略、ブランド戦略、ロイヤリティ戦略プロジェクトなどに多数従事。経営者として企業規模拡大と持続的成長を目指すべく、積極的なM&Aにも着手。2021年4月に会員300万人を誇る国内最大級の書式テンプレートメディア「ビズオーション」を経営統合し、総合型のDXコンサルティング企業として幅広いサービスを提供する企業へと成長させている。同社代表取締役CEOとして、数多くのメディアやイベント登壇、マーケティングやDX研修講師などを務める。



#### 橋 守氏

エクスペリエンス 代表取締役

リクルート「住宅情報」「カーセンサー」等、ポイントキャスト代表取締役社長、Jストリーム事業推進部長を経て、2005年Jストリーム・東北新社・ロボット・ビジネスアキテックツ・ベースメントファクトリー・プロダクションの5社の出資でエクスペリエンス設立。08年夏MBOを実施。顧客接点の最適化＝顧客基点アプローチのWEB。すなわち、ユーザーに最大のベネフィットとエクスペリエンスをもたらすサイト作りをめざし、サイト戦略立案、サイト設計、実装、リリース後のKPI設計、PDCAサイクルの支援までを手掛ける。「わかりにくい」を「わかりやすく」、「使いづらい」を「使いやすい」が仕事のテーマ。「数字で説明する。」が信条。08年日本産業広告協会日本BtoB広告賞グランプリ、経済産業大臣賞受賞他受賞多数。

## 受講者の声

現在のトレンドや各種事例の紹介・ポイントが一連の流れでまとめられていて、大変わかりやすかった。

食品 男性

良い例、悪い例を実例を交えてご説明頂いたので、一目瞭然とわかりやすかった。

広告業 女性

コーポレートサイトのリニューアルを予定しているものの、多くの商品サービスサイトも抱えており、連携や棲み分けについて悩んでいる部分が多かったが、今日のセミナーですっきりしました。

人材 女性

資料が美しく分かりやすく、説得力がありました。サイトリニューアルを控えており、整理すべきことや作成すべきものが明確になったのでとても良かった。

メーカー 男性

セミナー後すぐに実施できる改善方法を挙げていただいたので、学んだ内容を有効に活用できたと感じた。「まずやらなければならないこと」、「すぐに行えること」が大変勉強になった。

非営利法人 女性

これまでの思い込みを見直せる良い機会であった。直帰率など、自社の現状把握の不足な点の気づきとなった。数字の分析、整理が大いに参考になるものでした。

メーカー 男性

## 講座概要

- 開講日程：2025年3月24日(月)
- 講義時間：10:00~17:30
- 講義形式：東京会場(南青山)開催&オンライン開催 ※ZOOMを活用予定
- 受講定員：30名 ※東京会場(南青山)
- 受講料金：59,000円(税込 64,900円) ※申込金5,000円(税込 5,500円)を含みます
- 受講対象：受講対象:企業・各種団体の広報やWeb部門の方で、企業サイトを担当されている方。  
また、Webサイトに関わるソリューションを提供されている広告関連会社、Web制作会社の方など。

お申込みはWebから またはこちらまで  
FAXにてお送りください

▶ 03-3475-3033



WEB申込 ▶ すぐ受講いただけます

FAX申込 ▶ 受講環境の設定に関する手続きのため 1週間ほどお時間がかかります

コーポレートサイト強化1日集中セミナー お申込者情報記載欄	会社情報	会社名	TEL		
		住所 〒			
	申込者様	氏名	所属部署	役職	生年月日
		Eメール			
派遣責任者様	氏名	所属部署	役職	生年月日	
	Eメール				
申込形態		①企業申込(請求書を発行します)    ②個人申込		宣伝会議からの情報	①いる    ②いない    ③すでに届いている

お振込み先 三菱UFJ銀行 青山支店 普通 1145602 口座名義:株式会社宣伝会議

※受講は受講者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。尚、同一の講座を別々の方に受講いただくことは禁止としております。※お申込み後のキャンセルは原則承っておりません。※万一、受講前に受講予定の方の参加ができなくなった場合は、事務局までお問合せください。同一講座の受講中において、参加者の途中変更はできません。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更・中止となる場合がございます。その際、交通・宿泊費等の保証はできませんのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とする受講等に関する申し込みにあたっては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により宣伝会議が取得した個人情報を受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー(https://www.sendenkaigi.com/privacy/)をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

### ■お問合せ

株式会社宣伝会議 〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号  
TEL:03-3475-3030 E-mail: info-educ@sendenkaigi.com www.sendenkaigi.com/class/

