

ブログサイト制作

2023年5月8日

ブログ作成の目的と課題整理

目的

採用強化

- ・コスト削減しつつ、Wantedlyと2本柱採用強化
- ・経験者メインの採用
- ・未経験者→向上心のある人の採用
- ・ビジョンに共感する仲間を採用

アウトブランディング強化

- ・コムデを知らない潜在顧客の開拓
- ・選ばれるために強みや特長を理解してもらい、認知度を高める
- ・営業方法の一つにする

インナーブランディング強化

- ・ナレッジとかを貯める
- ・会社の価値を社員に訴求

課題

- ・中で働く内容が魅力的に伝わっていない
- ・未経験が多く、どうしても初学者向けの記事になる
 - └経験者に魅力的でない
- ・記事から統一したビジョンを感じにくい
 - └目的がバラバラに感じる

- ・コムデを知るきっかけがない
 - └タッチポイントが少なかった？
- ・他社との差別化ができていない
 - └実績が簡素で良さを伝えきれていない
- ・会社の資産になる自社案件がない
 - └動いているものが少ない？

- ・技術力に差があり、属人化している
- ・会社の方向性がわかりにくい
 - └ベンチャーが故につかみにくいところがあった
 - └ビジネスモデルの変化
- ・技術の慢性化

他社調査

どうやって特徴や強みを社内外にアピールしているか
手がかりを見るために他社を調査してみました

調査①_ferret

■サイトの目的・与える印象

コンセプト「マーケターのよりどころ」

Webマーケティングのノウハウが学べるオウンドメディア。

■強みや特徴の出し方

- ・ノウハウがこのサイトに集約されており、体系化されている
- ・専門知識が多いwebマーケティングを初心者にもわかりやすく説明している

→わかりやすさで競合メディアとの差別化ポイント

- ・想定する読者の知識レベル別に情報を発信。
- ・実務に役立つ資料ダウンロードできるようになっている
- ・マーケティングで成果を上げるための一連の流れを教えてくれる

■ここが弱いな～と感じる所

しいていうなら、一部（動画など）会員登録しないと見れないのが面倒…



<https://ferret-plus.com/>

調査②_株式会社サイボウズ

■サイトの目的・与える印象

働き方・マネジメントに特化しているオウンドメディア。認知度向上とブランディングが目的。

■強みや特徴の出し方

- ・企業が読んでほしいものというより、読者が読みたいものを掲載。お問い合わせの動線がない。認知度向上に重きをおいている。
- ・働き方×ITと関連付けがおおい
- ・効率化に重きをおいて、自社ソフトウェアの導入を提案したりしている。（あんまり売ろうとしている感じはでていない）
- ・人にフォーカスしているものだと、インタビュー形式（吹き出し）多い



<https://cybozushiki.cybozu.co.jp/>

調査③_CAREER HACK

■サイトの目的・与える印象

- ・エン・ジャパンが運営する、WEB/IT業界向けのオウンドメディア
キャリアにつながるコンテンツを中心に配信している
- ・ターゲットはIT・Web業界で働く会社員、採用担当者、フリーランス、転職を考えている人など
- ・転職・就職サイト、スカウトサイトへの登録、人材紹介が目的

■強みや特徴の出し方

- ・仕事術や開発秘話などを紹介する記事を中心に、新しいキャリアの可能性や多種多様なライフスタイルのコンテンツ
- ・変化の早いWeb・IT業界において、AI関連・最新プロダクト記事などのトレンド記事豊富
- ・エピソード形式で内容を紹介
- ・ニーズを持っているユーザーを集めて主要なサイトへと流入させている



<https://careerhack.en-japan.com/>

調査④_株式会社インプル

■サイトの目的・与える印象

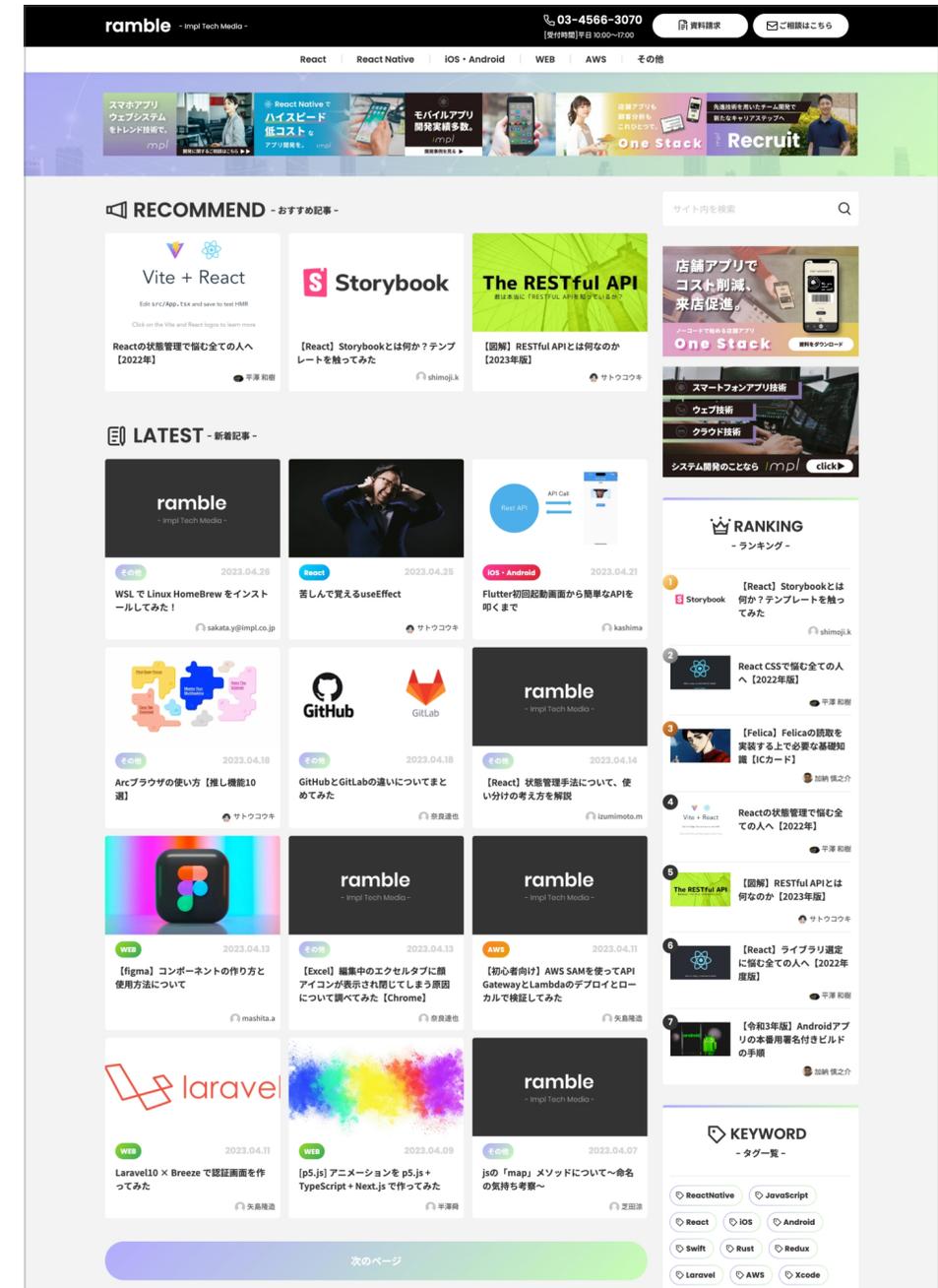
得意としているReactを中心とした技術記事を掲載するオウンドメディア
バナーなどを見るに受注の増加が目的？アウトプット習慣化もありそう

■強みや特徴の出し方

- ・（恐らく）当番制ではなく書きたい人が書いているので、記事の熱量が高め
最近記事執筆に対して報奨制度もできたとのこと
- ・おすすめ、ランキングともにReactの記事がほとんど→React強いんだな～
- ・採用に関するポップアップがある→求職者にはよい
- ・実装やってみた系が多いので、会社の持つスキルが分かりやすい
→リテラシーがある発注者を捕まえられれば、単価の高い案件に繋がりそう

■ここが弱いな～と感じる所

- ・パッと見てページ上部にあるバナーの内容が頭に入っていない
- ・サムネイルに統一感がないので、画像だけ見るとコピーコンテンツサイトっぽい
- ・ある程度リテラシーがないとわからない内容の記事が多い
- ・運営元が分かりにくい



調査まとめ

採用強化

- ・今すぐ転職したくて職を探している顕在層、相性の良い・条件の良い会社があれば転職も視野に入れている潜在層に刺さるような記事
- ・変化の早いWeb・IT業界において、海外の事例やAI関連・最新プロダクト記事などのトレンド記事
- ・インタビューを通して仕事術や開発秘話などを紹介する記事を中心
- ・新しいキャリアの可能性や多種多様なライフスタイルに迫るコンテンツ
- ・企業理念、雰囲気、価値観、らしさといった、より温度感の高い情報をユーザーは取得できるので、ミスマッチを防ぐことができる？

アウトブランディング強化

- ・会社・組織、働き方・生き方など、共感するテーマのコラムやインタビュー記事で、読者との関係性づくり（知名度のみで利益求めている場合）
- ・潜在ユーザーに読んでもらって認知度を上げるのが目的
- ・web制作に関わるテック記事は、ITリテラシーないとわからない内容だが人気記事から強みがわかりやすい
- ・会社の強みやノウハウが集約されており、体系化されている
- ・想定する読者の知識レベル別に情報を発信。
- ・重要なワードは何度も登場させ、SEO対策をしている

インナーブランディング強化

- ・社員のモチベーション維持のための報奨制度のPR
- ・社員を巻き込むことで、当事者自身が会社について考える機会、当事者周辺の社員にその考えを普及させていく機会としても活用している？
- ・アウトプットの機会にすることで、社員のスキル・言語化能力の向上
- ・ミッション・ビジョン・バリューに沿った記事を記載している

ユーザー心理の整理

ここまでは、他社業界調査。

実際のユーザー視点に立ってみて、

ブログに必要そうなものを

ペルソナやカスタマージャーニーマップを用いて

ユーザー心理を整理しました。

ペルソナ①



名前	田中 光輝
性別	男性
年齢	28歳
出身地	埼玉県所沢市
住まい	埼玉県大宮市
家族構成	一人暮らし
職業	フロントエンドエンジニア
年収	380万円

チームでいいものを作りたい！キャリアアップのはかり方を探している悩めるフロントエンドエンジニア

経歴

フロントエンドエンジニアとして4年程度の経験があり、HTML、CSS、JavaScript等の技術を扱った経験がある。未経験からのスタートで、新人として学んだが、チームのマネジメントにも興味がある。

問題や課題

小さなチームをリードして、自身のリーダーシップやマネジメント能力を向上させたいと考えている。また、新しい技術やトレンドに対する興味が強く、最新の技術を習得したいという欲求がある。

購買行動や消費傾向

オンラインコンテンツを中心に情報収集を行い、SNSやブログ、技術系のWebメディアなどを利用している。オンラインショッピングも積極的に利用する。

興味や趣味、ライフスタイル

新しい技術を追求することが好き。また、音楽やスポーツなどのアウトドア活動にも興味がある。

オウンドメディアに対して期待する内容や情報:

最新の技術やトレンドに関する情報や、自身のスキルアップに役立つ情報を提供してほしいと思っている。また、チームマネジメントに関する情報も求めている。

ペルソナ②



名前	遠藤 ひろし
性別	男性
年齢	36歳
出身地	宮城県
住まい	江東区
学齢	早稲田大卒
家族構成	妻、娘（5歳）
職業	中規模の広告代理店営業
年収	700万円

最適な戦略を採用し、より多くの成果を上げたい広告代理店営業

経験

webやアプリ、システムを全般を担当。対応範囲が広いので、広く浅くやっている状態。ITリテラシーでいうと、基本的なことは分かる程度

問題や課題

提案の幅が全くなくて困っている。アプリやサイネージなど、さまざまな訴求方法の手段を知っていれば、提案できるが知らないからできない状態。同時進行の案件が多すぎて、一つ一つに時間をかけることはできないので、丸っと信頼できるところに任せたいのが本音、でも費用はあまりない…

購買行動や消費傾向

- ・得なものが好き
- ・最小限の労力で最大限のメリットを得たいと思っている。コストパフォーマンス・タイムパフォーマンスで選ぶ

興味や趣味、ライフスタイル

ゴルフやたまにやる筋トレが趣味。日経電子版読んでる

オウンドメディアに対して期待する内容や情報:

- ・内容がわかりやすく、自分でも説明できるようにまとめられている
- ・最新のデジタル業界についての動向や制作会社の実力確認

欲求やニーズ

- ・知識を増やしたい、でも時間がない
- ・信頼できる制作会社に全部任せたい
- ・売上の数字を叩きたい

ユーザー心理

	求職者	クライアント	社内
タッチポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・ Google検索 ・ 転職サイト ・ 転職エージェント ・ SNS ・ コーポレートサイト 	<ul style="list-style-type: none"> ・ Google検索 ・ SNS検索 ・ DM配信 ・ オウンドメディア ・ 同業種の営業からの口コミ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ Wantedly ・ 社内報 ・ 同僚や上司
思考・悩み	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自分のやりたい技術ができるのか疑問 ・ リアルな声も求めている ・ 選考に通過しない ・ スキルがどのくらい評価されるのか不安 ・ 喜んでもらえるようないいものを作りたい！ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ DMが多くてうっとおしい ・ 予算感や技術力がわからない ・ 実績のページがあまり詳細に書かれていないので具体的にイメージしにくい ・ トラブルをなく、納期通りに納品してほしい 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自己流のときと比べたらだいぶ成長してきた ・ 技術力がまだまだなので、将来について不安 ・ 自分のレベル他社と比べたらどうなんだろう… ・ 経済的に安定したい
求めること	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利益出していて、安定感がある会社 ・ 自身のスキルアップに対する欲求が高く、最新の技術やトレンドについて理解を深めたい ・ 給料上げたい ・ テックメンバーの情報が知りたい 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 受注したい案件がある ・ 自分の営業成績上げたい ・ 掲載されていない実績を見たい ・ 概算でいいから見積もり知りたい ・ 見積り、提案力、課題解決力あるか？ ・ まるっとお願いできるかな？ ・ 信頼できるかな？ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ もっとスキルを上げたい ・ 経験者の先輩がほしい ・ 大型案件に関わりたい ・ 部署や地域の壁を超えて、もっとコミュニケーションがほしい

キーワード：人に寄り添う・共に歩く・一步踏み出す・道のり・貢献

コンセプト設定

ブログの目的やユーザー視点を元に、
何が提供できるか？をまとめコンセプト設定
いたしました。

未経験採用・人材採用などIT技術者の道
を作っているコムデ…

デジタル業界の未来を拓くための 「道しるべ」となるブログ

日々変化するデジタル領域で彷徨っている「デジタル迷子」の強い味方に。
デジタル技術を活用し、夢や目標を実現するための情報を提供します。

コムデのブログに辿り着くユーザーのそれぞれにとっての目的地とは…

- あるスキルアップを目指す中堅エンジニアの「向上心を刺激する、ワクワクする案件に携わる未来」
- ある広告代理店の営業マンの「DX戦略の提案力の強化、継続できる売上の確保」
- ある悩める未経験社員の「なりたい自分を見つけ、キャリアプランを描き、ロールモデルになる」

デジタル業界・IT業界の拡大、成長に繋がる

ある広告代理店の営業マンの
「DX戦略の提案力の強化、継続できる
売上の確保」

ある悩める未経験社員の
「なりたい自分を見つけ、キャリアプ
ランを描き、ロールモデルになる」

あるスキルアップを目指す中堅エンジ
ニアの「向上心を刺激する、ワクワク
する案件に携わる未来」

具体例

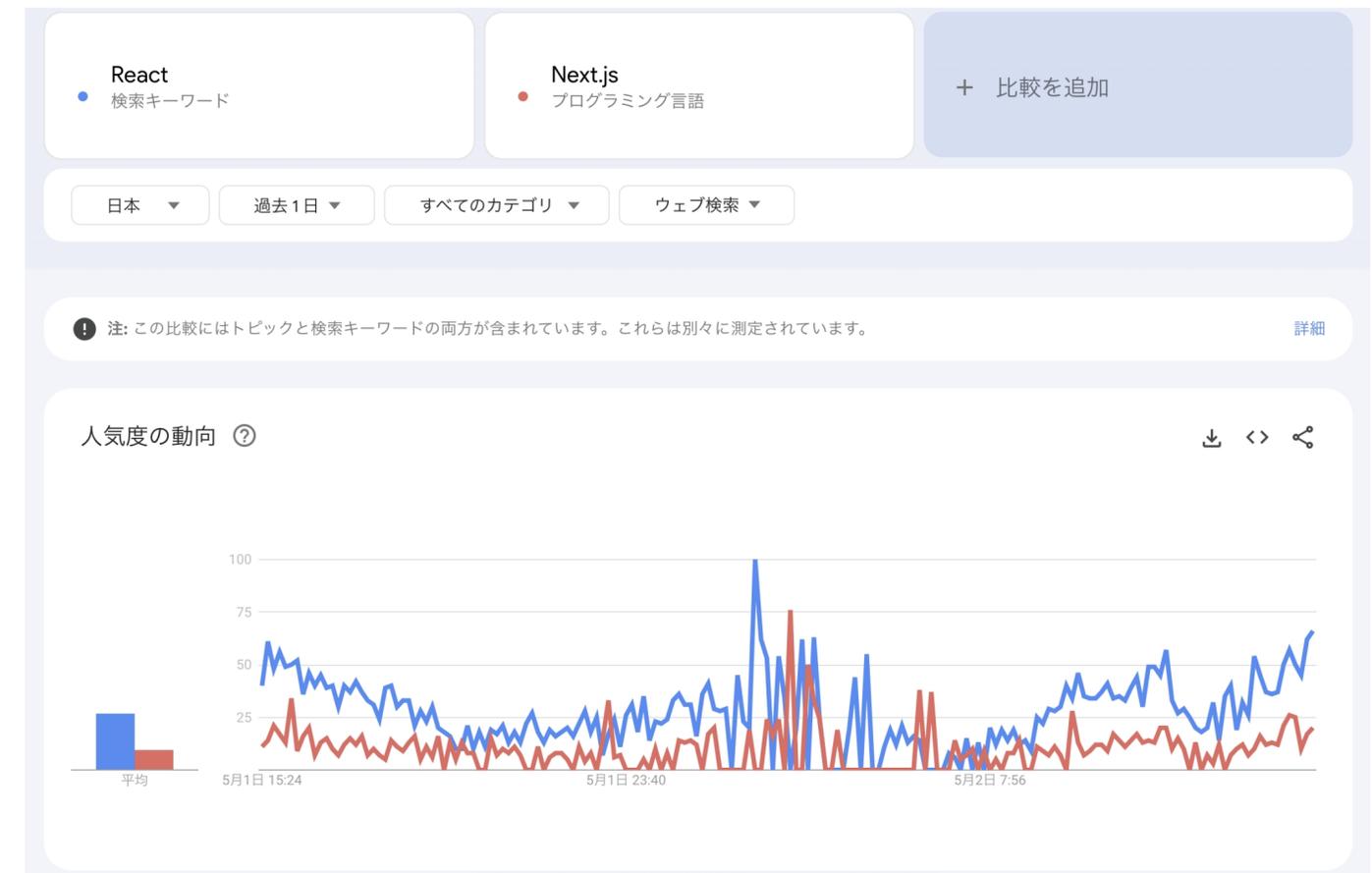
ユーザーの悩みや、知りたいこと、なりたいこと、
やりたいことを発信していく。
そのためにはどんなことができるか考えました。

具体例①

キーワード調査

検索されているキーワードからトレンド調査やSEOのキーワード選定を行い
キャリアアップや実務で役立つ必要がある情報を提供する

※使用ツールは検討中



<https://trends.google.co.jp/home>

お客様とともに一緒に課題解決する

ディレクターや人事が直接聞いた相談や質問、依頼をブログ記事にする

→悩んでいる企業や検討している企業の後押し。

→既存クライアントにも共有してブログに訪れてもらう動線にもする

クライアントからの相談内容

▼用語編

- ・CMSって何？（カスタム投稿などのことから知らない場合の説明）
- ・SMTP情報って何？
- ・DNS切り替えて何？
- ・レスポンスって何？
- ・OGP画像って何？
- ・メタ情報（これが何かわからないそうなので、いつも解説サイトを送っている）
- ・SSLとは？これがないとどうなるのか？
- ・WEBフォントとは
- ・Basic認証/IP制限・IPアドレス

▼必要な情報編

- ・AWSサーバー構築・移行するのに必要な情報（アクセス数やWPやPHPのバージョンなど）
- ・サーバー移行する際に事前確認で必要な情報（FTP情報、ドメインの設定など）
- ・OGP画像/メタ情報/ファビコン/GAタグ/ロゴ
- ・現行サイトで使用されているイラストを流用するときの権利確認

▼先方の方での用意してくれると助かる編（コムデで対応の場合結構費用取っている）

- ・GAタグの発行方法
- ・YouTubeチャンネルの開設方法
- ・Googleマップのタグ発行方法
- ・API連携のための開発者アカウント取得方法
- ・サーチコンソール
- ・Twitterカード
- ・ファビコン画像
- ・諸々必要画像の縦横比
- ・動画の圧縮
- ・スラッグ
- ・フォントファイル

▼ざっくり概算相談系

- ・参考サイトを送り付けられて、「これを実装する概算を知りたい」
→お客様への提案、予算取りに使用される
- ・WEB GLやCANVASなど、何で実装しているかはわからないけど、参考サイトのアニメーションで実装してほしいなど
- ・SEO対策してほしい！



読者目標から逆算した記事構成

- ・ 成果を上げるための一連の流れを紹介（体系化）
- ・ グーグルアナリティクスマスターまでの道シリーズ1~5など目的に沿った記事作成
- ・ この記事を読むことによるゴール設定がわかりやすく、ユーザーにとっても達成感を感じさせる

＼ これであなとも ／
Google Analyticsマスターの道



具体例④

更新を続けるためのサポート

社員自身が自社の価値を理解することで、自ら情報発信できるようになり社外向けのアウトブランディングにつなげる

- ・各部署の更新スケジュールをスプレッドシートで作成
- ・数値目標を設定し、PV数をみれる仕組みづくり
- ・一人で追い詰めないような仕組みづくり

→チームでのネタ会

(どうやったら楽しんでブログを更新し続けられるか…)

※要検討



社内におけるブログの立ち位置

他のブログとの 違い

社員にコムでブログの立ち位置を理解してもらうために
まとめました。

他のブログとの違い

リンクとして掲載

リンクとして掲載



- ・入社前のコムデとのタッチポイント
- ・面接だけじゃわからない情報を集約

人柄、社風、仕事の進め方

コムデブログ

- ・顧客やエンジニアの悩みを解決するための道標になるブログ。
- ・顧客に寄り添うような形の記事展開

課題解決、顧客目線、案件紹介



- ・技術面をアピールしてエンジニアの転職希望者を増やしていく
- ・WP特化したサイト。WPの辞書

技術・コムデメンバーのアウトプット場