

## 1. 目的を決める

- ・認知度アップ
- ・お客様の信頼を得る
- ・デザイン案件などの依頼数増加

## 2. コンセプトを決める

- ・信頼感、安心感のあるデザイン
- ・サイト推移のアクセシビリティ向上
- ・場所を選ばないホームページアクセス
- ・SEO対策

## 3. 自己分析をする

	好影響	悪影響
内部環境	<b>【強み】</b> ・イラストなども含む、多種多様なデザイン案件を手がけることで、様々な案件に対応できる	<b>【弱み】</b> ・対象が広いため、印象が弱くなりやすい
外部環境	<b>【機会】</b> ・ネット環境の整備などにより、デザイン以外の環境は整っているため、デザイン以外の案件も増えている	<b>【脅威】</b> ・技術者の増加、それに伴い、デザイン以外の部分は仕事が減っている

## 4. AISAS の法則に当てはめる

### • Attention (注意)

Javascriptを使用して動きのあるホームページを構築

### • Interest (関心)

業務実績を順次掲載していき、広い範囲でお客様の関心を得ていく  
レスポンシブデザインでアクセスしやすくするのもその一環

### • Search

地元イベントなどともコラボし、認知度を高め、他地域の同種イベントの依頼を受けやすくする  
※地域のフットサルの大会デザインなどを通じ、各地のフットサル大会と連動したデザイン構築

### • Action

電話やメールでいつでも問い合わせが出来るようにする

### • Share

制作したデザイン案件を順次掲載していき、その効果を載せる

## 5. ターゲットを決める

• 地域のイベントなどのデザイン全般

• 新規企業のデザイン案件

• コストを抑えた販売促進を希望されるお客様  
※デザインのための販売も行い、印刷などのコストを削減する

## 6.最終目標を決める

- ① 業務実績の迅速な公開
- ② 関連するイベントなどのデザイン案提示
- ③ HPの閲覧数アップ
- ④ 認知度アップ
- ⑤ デザイン案件の実績数アップ
- ⑥ 実績と信頼アップ

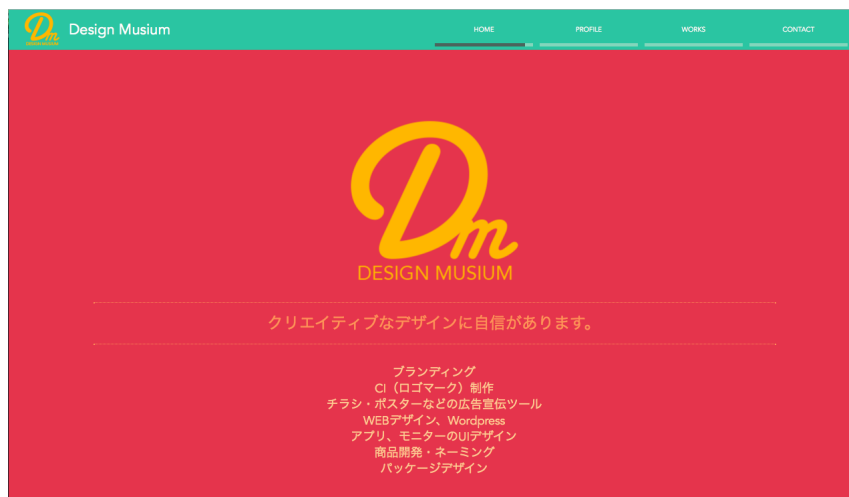


## 7 キーワードを決める

- BIG：ロゴデザイン・パッケージデザイン・チラシデザイン・ホームページデザイン
- SMALL：フットサル・地域イベント・スポーツ

## 8.デザインのテイストを決める

ナビゲーションバーはパステルグリーンとブルーの色調で信頼感と安心感を向上  
中のコンテンツの色はビビットなピンク系、落ち着いたグレー系などを用いエリアの  
違いを明確にする。



## 9. レイアウトを決める・ユーザビリティを決める

