

Web site proposal

ブーケ大倉 WEBサイト作成
企画書

クライアント情報

名称:ブーケ大倉 様

事業内容:ブーケ、コサージュ、アレンジメントのオーダー作成

コーポレートカラー:ナシ

花をブーケやコサージュや、アレンジメントなどオーダーに合わせて、アレンジして提供している。

特にこれといった強みはないが、東京ドームシティ・ラクーアの中、という好立地に恵まれている。東京ドームホテルでの結婚式という強固なパイプを持っている。

現HPはナシ。今回新規に作成する。

サイトターゲット

ターゲット:

- ・近隣のアレンジメントフラワー教室の利用者
 - ・近隣住民、勤労者
 - ・近隣で結婚式、発表会に参加する人
- 年齢層:28～50歳

訴求目的:周知度アップ

競合サイト

青山フラワーマーケット

<http://www.aoyamaflowermarket.com/>

競合サイトの特徴

他のフラワーショップのサイトと比べて落ち着きがありオシャレなデザイン。
ただし寂しい。

当サイトを訪れるユーザが見る次のサイト

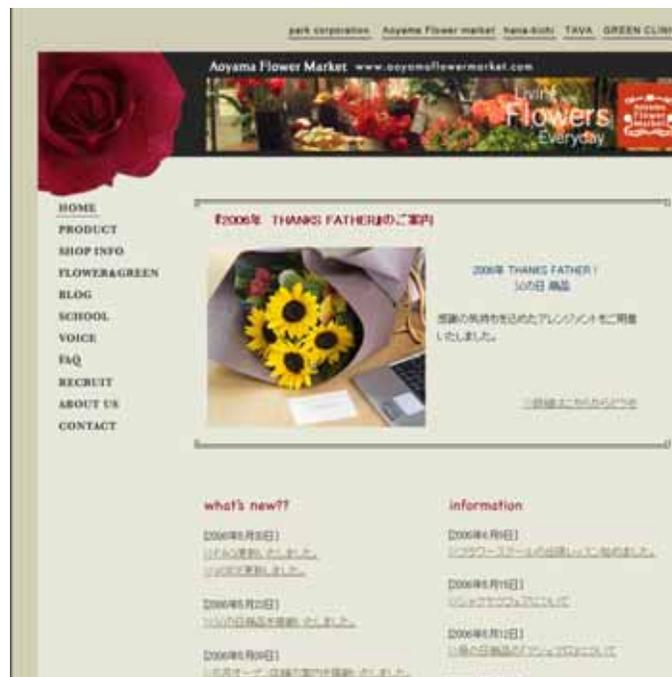
日比谷花壇 (<http://www.hibiyakadan.com/>)

株式会社paperboy&co. (<http://paperboy.co.jp/>)

花時間

(<http://www.hanajikan.jp/>)

イイハナドットコム (<http://e87.bellne.com/>)



コンセプト/主目的

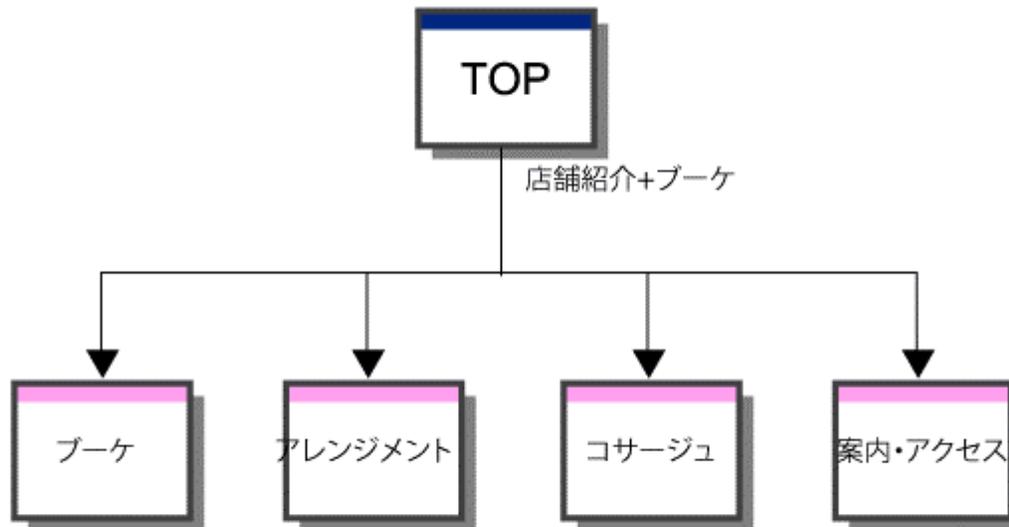
特に強みはないが、それは他のショップも同じ。
であれば、好立地というポイントを押し出す。

「東京ドームシティ付近の花屋 = ブーケ大倉」という意識を植え付け、ターゲットについては100%に近い集客を狙う。

また、既存ショップのサイトについても似たりよったりでありあまり差別化が図れていない。

サイトのイメージそのもので差別化を図る。

リニューアル後のサイトマップ



キーワード

ご指示いただいたキーワードを入れ込んで作成いたします。

ブーケ, ウェディング, ブライダル, 花, フラワー, 花屋, お花屋さん, フラワーショップ, フラワーギフト, ギフト, フラワースクール, ガーデニング, ガーデン, 園芸, 花束, アレンジメント, ドライフラワー

また、

東京ドーム, 東京ドームホテル, 東京ドームシティ, ラクーン

というキーワードも重視させていただきます。

Webサイト制作規約

文書宣言

HTML 4.01 Transitional

成形

CSS2.0、スタイルシートレイアウトにより作成

ブラウザ

Windows

InternetExplorer(5, 5.5, 6)、Opera7、Netscape7、Firefox1.0

Macintosh

Safari1.2、InternetExplorer5.2、Opera7、Netscape7、Firefox1.0

古いブラウザ(InternetExplorer4, Netscape4.7)はCSSに不具合が多く、
対処不可能ですので、CSSを適用せずに、HTMLの文書構造のみ
(見出し、段落、リストなど)段階的に表示させます。

ディスプレイ解像度

解像度は 1024 × 768px を想定しております。

クライアントへの施策

リスティング広告などをオススメします。



Googleアドワーズの表示例

- » Google の検索結果画面の右端に、広告が表示されます。
- » テキストで広告が表示されます。
- » 3行の広告とURLが表示されます。
- » 同一キーワードを複数の広告主が購入している場合は縦に並んで順番に表示されます。



Yahoo!オーバーチュアの表示例

- » Yahoo!の検索結果の上に4つ、検索結果の下に2つ表示されます。
- » クリックされる確率は5～10%。
- » 「見出し」などをきちんと作れば30%ということもあります。
- » 一般の検索結果よりもクリック率が高いというデータもあります。