

2011 WebBiz研 第1回 アンケート集計

開催日時:2011年 7月28日(木)15:30~17:00

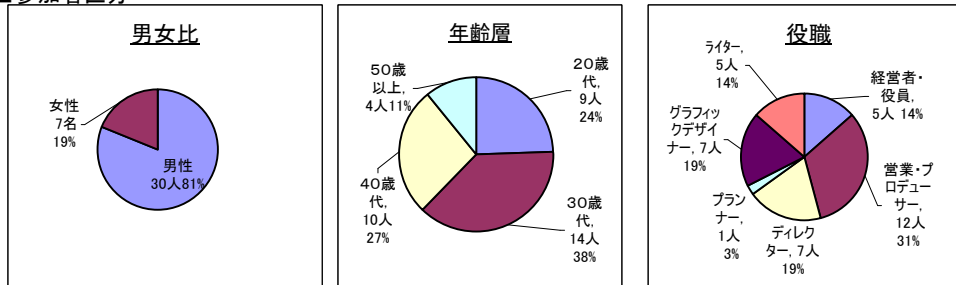
参加者数:37名

会場 (株)モリサワ東京本社

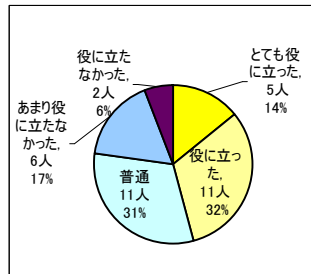
講師 大和ハウス工業株式会社 デジタルメディア室 室長 大島 茂氏

全日本空輸株式会社 WEB企画チーム リーダー 高柳 直明氏

■参加者区分

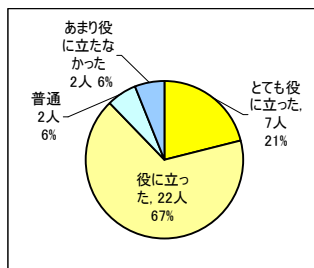


■第1部 「大和ハウス工業(株)太島茂氏」の講演は？



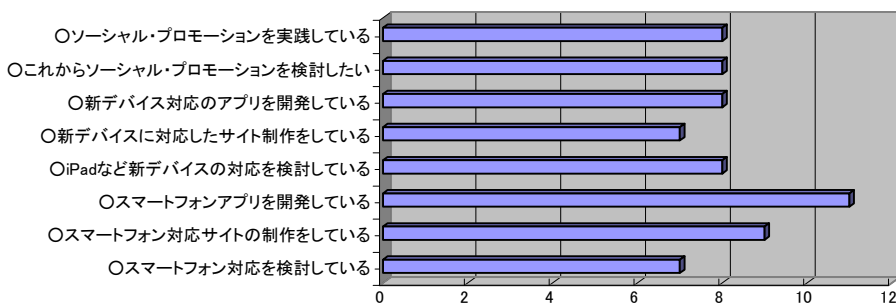
- リアルな場であるイベント会場(モデルハウス)への誘導についてスマートフォンの活用がわかり今後の展開の参考になった。
- スマートフォンの普及に伴い、クライアントも制作会社も早急な対応が求められているものの、双方時間やリソース不足になりがち。資料請求と言う落としどころを設定し必要なページから順番に対応していくのは理に適っていると思いました。スマートフォンならではの見せ方や表現が今後の課題であると痛感しました。
- 各デバイスの対応(制作・検証)の課題をあらためて感じました。
- 当社は様々な取り組みの中、スマートフォン対応、アプリ開発なども行なっているので参考になった。
- 前半の大和ハウスのWebサイト紹介がわかり辛い部分が多く、説明も聞き取りづらく残念。後半は比較的判りやすかった。
- クライアントの生の声が聴け、勉強になった。
- コンテンツが増えることにより企業側の問題点がわかった。
- 企業内でのスマートフォンがどのように捉えられているか参考になった。スマホ対応は現状どの業種にも必須となっているので実践的な話しを聴く事が出来よかった。
- 課題に関して引続き考えていきたい。 1)技術について 2)集客について
- 先日日経BPのセミナーでソーシャル(facebookの活用)のお話しをされていて面白かったのでそのあたりもまた、OACで聞けたら嬉しい。
- ロケーションサービスの展開に興味を持ちました。勉強したい。
- 言葉が聞き取りづらかった。Web制作でのエピソードをもっと聞きたかった。
- 問題点や課題をもっと知りたかった。
- スマホ関連より企業としてのWeb戦略を詳しく聞きたかった。
- 資料請求など戦略上のゴールを聞けたのは良かったが、全体に要領が得られてなかった。ソーシャルの注目ポイントや予算の捻出の仕方などもっと聞けたらよかった。
- ソーシャルメディアを使い、どのようなお客様に届け、どのようにセールスするのか聞きたかった。
- PCサイトのちょっとした利便性を考えた仕掛けについては地味ではあるが大切で、このあたりの違いが結果として大きな違いを生むのかなと思いました。スマホの活用に関しては手間やコストとの兼ね合いが重要だと感じました。
- 今後のGPSの活用に関して興味深かった。
- Webに込めた狙いや想いなど参考になった。
- あまり惹き付けられる内容ではなかった。
- PCをはじめ多様化するデバイスとユーザーへのコミュニケーションが、よりインタラクティブな関係が必要とされてきていることを痛感。今後はユーザーニーズの分析及び参加することの共感を大切に考えていくことが重要であると思いました。

■第2部 「全日本空輸(株)高柳直明氏」の講演は？



- 航空券を購入しやすいインターフェースが良く出来ていた。またユーザとのコミュニケーションも取れる場所が用意されていてANAとお客様との距離が近づいている印象。
- ANAのスマートフォン戦略がジャンルごとによりしっかりと役割分担して創られていることを知り参考になった。
- ANAの取り組みが良く判った。
- PC、モバイル、スマートフォン毎の対応、効果が聞けたのが良かった。
- 非常に判りやすくPC、スマートフォンの現状を聞かせていただき、またSNSまでうまく利用し費用を抑えていると思いました。
- 787の販促の話は興味深かった。媒体機能のない制作会社でも提案次第では活路が見出せるのではと思いました。
- ANAのソーシャルキャンペーンが色々知ることが出来た。facebook、twitterなどチェックしたいと思う。特に航空業界はソーシャルメディアとの相性が良いと感じた。
- 顧客を国内旅行者、海外旅行者(ビジネスマン含む)にセグメントして画面作りをしていることに驚いた。かつてのPDAサイトをベースにスマホ対応しているのを聞いてナルホドと思った。
- 企業としての開発等取り組みが、進化していることが良く判った。
- 具体的な制作会社名が判り良かった。
- 787の販売促進展開は面白そう。
- 具体的な話が聴けて参考になった。スマートフォンに対応する際の問題点、課題など今後の提案に活かしていきたい。
- スマートフォン向けのサイトやアプリがPCサイトの単なる焼き増しではなく、スマートフォンでしか出来ない表現を活かしていた良い例を見せていただきました。
- デバイスごとのアプリやプロモーションが大変興味深かった。
- ソーシャルメディアを活用しての787の紹介や集客、企業ブランディングなど参考になった。またマンパワーが少ない中、非常に効率的に外部と協力してプロモーションを実施しており他社とは違う動きを感じた。
- 具体的で判りやすかった。が、もう少し時間を掛けていただけたらもっと理解が深められたと思う。

■スマートフォンや新デバイス、ソーシャル・プロモーションなど自社の取り組み状況は？



- 上記以外の内容
- 現在まで企画・ディレクション・コピー等社内にて構築し実制作は外部パートナー会社と協力して進行。今後は内制化を踏まえた事業展開を推進。
- 自社サイトでの運用面と制作アウトソーシング面、双方で上記内容にあたっていきます。

■今後取り上げてほしいテーマは？

- facebook、twitterはじめ、SNSなどを活用した集客プロモーションの実例などがあれば非常に興味がある。
- 今回の大和ハウス工業、ANAの2社だけでもスマートフォンに求めているものがかなり違っていたので、同一テーマで様々な業種のお話を聴きたい。
- スマートフォンアプリ制作にあたっての企画書が見たい。また、何故アプリ制作が実現したのか、一連のプロモーション企画の流れとともに説明が聴きたい。
- facebookとGoogletの使い分けについて。
- ソーシャルの今後。
- 海外の事例などコンパクトに学べる機会があれば嬉しい。
- セミナー後、OACサイトにセミナー詳細がアップされる機会が多くなり、セミナー時のメモの取り方もその有無で変わってくるはず。セミナー開始前に詳細がアップされるのか否かを教えてほしい。
- フラッシュマーケティングの事例。Web広告の事例。
- facebook、twitterを活用し成功したキャンペーンの紹介。
- ソーシャルプロモーションの実例と結果。その後のユーザーからの効果（プラスの結びつきが生まれたのか）など、企業の持っているデータを知りたい。