

48_PDCA (チェックシート)

P. 計画	D. 結果	C. 評価	A. 改善(行動)
<p>顧客単価アップに注力。 顧客リストを見直し、見込み客リストを更新。30万円のプラン利用者に対して追加提案</p>	<p>見込み客リストの更新とチーム内共有完了</p> <p>34社の訪問達成、うち6社と商談達成</p> <p>100万円以上のプラン契約は1社のみ</p>	<p>直接訪問は好印象（競合他社のほとんどがメール営業）</p> <p>2つのプランの違いが伝わらない。70万円上乗せするメリットを感じてもらえない</p>	<p>プラン別のメリットを比較する資料を作成。 あわせて事例も掲載する（制作担当に依頼する）</p> <p>見込みリストの範囲を拡張する（2年→5年）</p>
<p>目標</p>	<p>30万円プランの再契約1件</p>	<p>現在は離脱している企業も覚えてくれており、提案を待っているような雰囲気があった</p>	
<p>単価100万円以上のプラン契約2件</p> <p>見込み客への訪問30社、うち6社で商談</p>			

エクササイズ1

PLAN	DO	CHECK	ACTION
<p>記事数の多さ重視で展開しているWebメディアについて、質重視にシフトさせる。新規記事数を半分にし、PV数は維持する</p>	<p>記事1本あたりの文字数を増やす。それにより内容を濃く。 結果、記事数は半分なのに、PV数は1.4倍まで上昇した</p>	<p>内容が濃くなったぶん記事1本あたりのSNSでのシェア数、関連記事への遷移数が上昇したのがよかった</p>	<p>記事の質はこの調子で磨きつつ、SNSでシェアされる仕掛けや、関連記事へのリンク設計を意識的に行う</p>
<p>SNSシェアボタンを目立つデザインに修正。関連記事や主要キーワードへの文字リンク挿入を行う。PV数+10%を目標とする</p>	<p>SNSボタンのデザイン変更、繊維用リンクの調整を実施。PV数は+6%にとどまった</p>	<p>遷移用リンクの調整は効果があったので継続する。SNSのシェア施策についてはデザインによる効果は出ておらず改善が必要</p>	<p>SNSのシェアについては、シェアしたくなるタイトルのつけ方とアイキャッチ画像の仕様を変更する</p>

48_PDCA (チェックシート)

P. 計画	D. 結果	C. 評価	A. 改善(行動)
目標			