

インターネットにおける「企業サイト」の評価手法を開発 本格的に運用開始

博報堂は、インターネットにおける「企業サイト」を評価する手法を開発し、本格的な運用を始めましたのでお知らせ致します。

インターネットの普及に伴い、「企業サイト」へのアクセスが増加し、企業と生活者をつなぐコミュニケーションツールとしての「企業サイト」の位置付けも重要性を増してきています。さらに、昨今のブロードバンドの普及に伴い、Webサイトのコンテンツやデザイン、ユーザビリティなどの質に対するブロードバンドユーザーの期待が高くなってきており、企業サイトにもこれらが厳しく求められるようになってきています。

博報堂では、今後、「企業サイト」のあり方が、企業のブランドイメージ構築のための重要な要素になると考え、企業ブランドへのWEBサイトの貢献度 ユーザータイプ別の満足度の2点を中心に、「企業サイト」を「評価する手法」を開発したものです。

本評価手法の開発にあたり、すでに、2003年1月から3月にかけて、8業種48企業の企業サイトについて、約18000サンプルの「サイト評価調査」を実施し、「企業イメージへの貢献度」「ユーザータイプ別の満足度」についてのデータを蓄積しております。

博報堂では、これらのデータベース・調査手法を活用しながら、お得意先企業のサイト構築について

- ・ WEBサイト評価の実施
- ・ サイトの評価結果に基づいた、リニューアル・再構築のご提案
- ・ サイトの制作・運営

などをご提供してまいります。

なお、すでに博報堂では、CS（顧客満足度）の観点から構築した「電子商取引（eコマース）サイトの評価手法」を2001年より運用しております。