

この先も、
選ばれる会社で
いられますか。

会社の価値が伝わるWebサイトを、これからの経営資産に。

はじめに

多くのWebサイトは、 公開した日が、 一番の見どころです。

作った直後は、きれいで、新しい。

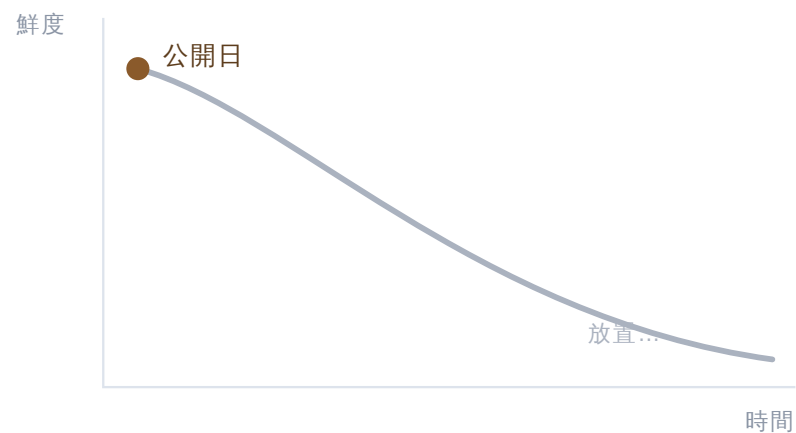
でも半年後、一年後。更新は止まり、実績は古いまま。

「うちのサイト、最近見てないな」に、なっていく。

なぜ、そうなるのか。多くのサイトが、

「作ること」をゴールにしているからです。

本当は、公開してからが始まりです。



同じ「Webサイト」でも、 資産になるものと、ならないものがあります。

	もったいないサイト	育っていくサイト
作る目的	「とりあえず持つ」	「選ばれ続ける」ため
中身	きれいな会社案内	強みが言葉になっている
一年後	古いまま放置	実績が積み上がっている

違いは、デザインの手さではありません。

「会社の中身が、伝わる言葉になっているか」。ここで、資産になるかどうかが決まります。

一つ作れば、 三つの現場で働きます。

Webサイトの価値は、問い合わせの数だけではありません。作った一つが、いくつもの場面で、繰り返し使い回せる。ここに投資としての強さがあります。

営業の現場で

商談の後、事例ページを送る。社内で説明するときの資料にもなる。

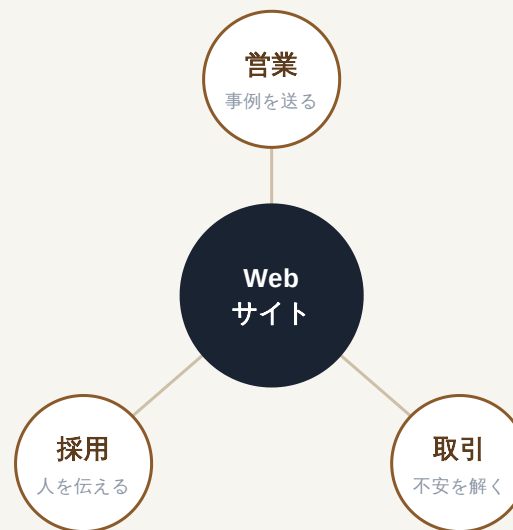
採用の現場で

仕事内容と、働く人を伝える。応募前に会社への理解を深めてもらう。

取引の前に

会社概要や事業内容を確認してもらう。「どんな会社か」の不安を先に解く。

どの現場でも根っこは同じ。会社への「信頼」を積み上げることです。



時間がたつほど、 強くなっています。

たいていのものは、古くなると価値が下がります。

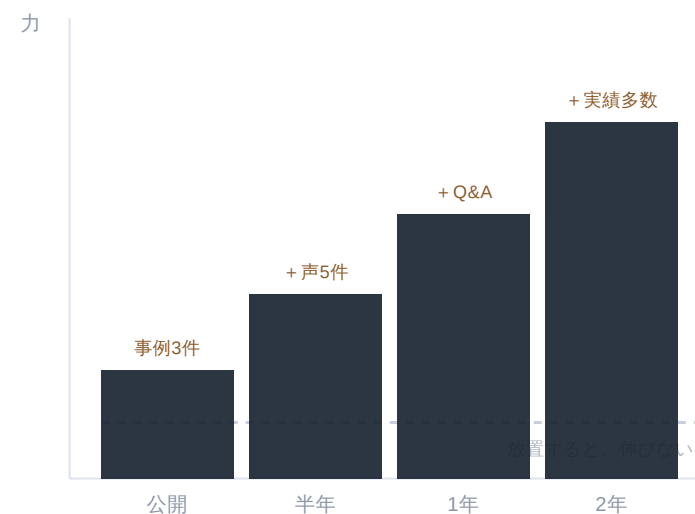
Webサイトは、逆です。使い、更新するほど、力を増していく。

一件、また一件と、事例が増える。お客様の声が、たまっていく。

去年は見せられなかった実績を、今年は見せられる。

積み上がったものは、消えません。

これが、「**Webサイトは資産になる**」ということです。



AIで、Webサイトは作れる時代。 それでも、資産になるかは別の話。

正直に言います。AIを使えば、サイトの「形」は、すぐ作れます。

私もAIを使います。だからこそ、AIの限界も知っています。

下がったのは、「形」のハードルだけです。

会社の強みは何か。何を任せてもらえる会社か。他社と、どこが違うのか。

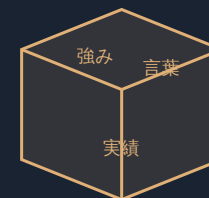
これを見つけ、伝わる言葉にする。この仕事は、まだ人にしかできません。

中身のないサイトは、AIで作っても、資産にはならない。

きれいな空箱子が、できあがるだけです。



AIが作る = きれいな形



人が入れる = 中身

誰が作るか

何を作るか、の前に。 誰が作るか、で変わります。

「会社を理解してから作ります」。これは、多くの制作会社が言うことです。
違いは、理解したものを"どこまで失わずに形にできるか"にあります。

分業でつくる — 人から人へ渡るとき、熱量がこぼれる



一貫通でつくる — 同じ頭の中でつながるから、薄まらない



最初から最後まで、**貴社専任の担当者**。だから窓口も判断も、いつも同じ。「言った・伝わっていない」が起きません。そして、思いつきをその場で形にできる。話が早い。

これからの相談を、一緒に

選ばれ続ける会社には、 選ばれる理由が、見えています。

増やしたい仕事。届けたい相手。まだ伝えきれていない、強み。

それを一緒に見つけて、言葉にして、育てていくWebサイトにする。

難しいことから始めません。まず、会社のこれからを、聞かせてください。

まずは30分、話を聞くところから。

オンラインでも対応します。

そこから、必要なWebサイトを、一緒に考えます。

お問い合わせ <https://www.hscreativestudio.com/qa>