

事例ページ構成テンプレート

課題・対応・Before/After・成果を整理するための記入シート

このテンプレートの使い方

事例ページを作成する前に、案件概要、課題、実施内容、成果、掲載可否を整理するためのテンプレートです。確認できない数字や未許可の情報は記載せず、公開できる範囲で正確に整理してください。

案件名	例：問い合わせ導線を整理した Web サイト改善事例
対象企業・業種	例：地域密着型サービス業／BtoB 製造業など。公開名が出せない場合は業種のみ記載。
対象サービス	例：Web サイト制作、SEO 改善、LP 改善、業務効率化など。
公開範囲	社名掲載可／匿名掲載／数値掲載可／画像掲載可など、公開できる範囲を記載。

1. 事例ページの要約

最初に、読み手が短時間で内容を理解できるように、事例の全体像を整理します。

一文要約	この事例を 1 文で説明します。例：問い合わせ導線を見直し、サービス内容を理解しやすい構成に改善した事例。
主な課題	施策前に最も大きかった課題を 1~3 点で整理します。
主な対応	課題に対して行った対応を簡潔に記載します。
主な成果・変化	確認できた変化を事実ベースで記載します。数字があれば期間・条件も添えます。

2. Before / After 整理表

課題と改善後の状態が対応するように記入します。読み手が「何がどう変わったのか」を把握しやすくするための比較表です。

比較項目	Before 施策前の状態	実施内容 何を行ったか	After 改善後の状態
情報設計	記入欄	記入欄	記入欄
導線・CTA	記入欄	記入欄	記入欄
見せ方・文章	記入欄	記入欄	記入欄
運用面	記入欄	記入欄	記入欄
その他	記入欄	記入欄	記入欄

3. 数字・データの整理

掲載できる数字がある場合は、指標だけでなく期間・対象範囲・計測方法も記載します。数字が出せない場合は、無理に作らず改善内容を事実ベースで整理します。

掲載する指標	例：問い合わせ数、アクセス数、クリック数、資料 DL 数、作業時間など。
比較期間	例：公開前 3 か月と公開後 3 か月、改善前後の同期間など。
対象範囲	例：対象ページ、特定フォーム、特定キャンペーンなど。
計測方法	例：Google Analytics、Search Console、フォーム集計、社内記録など。
掲載時の注意	因果関係が断定できない場合は、断定表現を避けるなど注意点を記載。

4. 信頼性を高める情報

事例ページでは、実績の見せ方だけでなく、説明の具体性と公開範囲への配慮が信頼性につながります。

クライアントの声	掲載許可がある場合のみ記載。どの点が役立ったのか、具体的な内容を整理。
掲載できる素材	写真、画面キャプチャ、図解、ワイヤーフレーム、資料画像など。公開可否も記載。
伏せる情報	社名、売上、顧客情報、管理画面、広告データなど、公開しない情報を明記。
表現上の注意	誇張表現、断定しすぎる成果表現、未確認情報を避けるための注意点を記載。

5. 事例ページ本文の構成案

そのまま記事やページ制作に展開できるように、見出しごとに記載内容を整理します。

タイトル	課題と改善内容が伝わるタイトルにします。例：問い合わせ導線を整理し、サービス内容を伝わりやすくした改善事例。
概要	業種、対象サービス、対応範囲、実施期間などを簡潔にまとめます。
課題	施策前の状態を具体的に説明します。読み手が自社に置き換えやすい表現にします。
実施内容	情報設計、デザイン、導線、文章、計測、運用体制など、実際に行った対応を整理します。
Before/After	改善前後の違いを文章または表で整理します。
成果・変化	確認できた成果や変化を記載します。数字がある場合は条件も添えます。
今後の活用	今後の運用、改善方針、次に取り組む内容を記載します。
CTA	例：事例ページ構成テンプレをダウンロード／自社の事例ページについて相談する。

6. 公開前チェックリスト

確認	チェック項目	メモ
<input type="checkbox"/>	課題・対応・成果の流れが一貫している	
<input type="checkbox"/>	Before と After が対応関係になっている	
<input type="checkbox"/>	数字には期間・対象範囲・計測方法を添えている	
<input type="checkbox"/>	確認できない成果や未確認情報を書いていない	
<input type="checkbox"/>	クライアント名・画像・数値の掲載許可を確認している	
<input type="checkbox"/>	専門用語が多すぎず、見込み客にも理解しやすい	
<input type="checkbox"/>	CTA が記事内容の流れに合っている	
<input type="checkbox"/>	社内共有や営業資料としても使いやすい内容になっている	

記入のポイント

事例ページは成果を大きく見せるためではなく、課題から成果までの流れを正確に伝えるためのページです。公開できる範囲を守りながら、読み手が判断しやすい情報に整理してください。