

メディアプランニング論

対象媒体：長野大学ホームページ



課題

1. ターゲットとホームページの内容・目的が不明確
(誰に何を主に伝えたいのかわからない)
2. 長野大学の特長やアピールポイントがわからない

課題

3. 文字・情報量の多さ

(すべての内容をトップページに詰め込んだような感じ)

⇒瞬時に知りたい情報を取り出すことが難しい。

読む気力を失わせる。

4. デザイン性や統一感の欠如

⇒興味関心を引き起こせられない。

つまり・・・

- ・読むまでに至らない
- ・アクセスすらしてもらえない（存在を知っていても）
- ・個人が必要とする（知りたい）情報を取り出しにくい

改善策

- ① 読み手の興味関心を惹き、見てみたくなるようなデザイン、レイアウトに
- ② そのうえで、ターゲットやHPの目的の明確化

具体的な改善案と考えられる効果

- ① ゼミ活動が活発→「ゼミ活動」という項目をトップに大きく取り上げる

⇒入学を考えている受験生や新入生の目に瞬時に留まり、関心を抱いたり、知りたかった情報としてすぐに取り出すことができたりする。

長野大学としての“強み”や“らしさ”がつつたわりやすくなる。

具体的な改善案と考えられる効果

② 写真の挿入や配色、アニメーションの挿入などメインビジュアルの工夫

⇒HPから「この大学楽しそう!」「なんかセンスありそう」と興味を持ってもらえる。

HP自体に目を通しやすくなる。

具体的な改善案と考えられる効果

- ③ 受験生、在校生、外部向けなどカテゴリーを大きく作り、トップには必要な情報のみを表示（文字情報量の削減）

例：「受験生はこちら」に受験生が必要としそうな情報（入試情報や学部別の紹介、サークル活動etc.）をまとめ、長野大学を志望している受験生がそこをクリックすることで瞬時に案内できるようにする。

ナビゲーションウィンドウの活用も…

具体的な改善案と考えられる効果

「誰が、どんな情報を求めているのか」
「誰に、どんな情報を発信したいのか」 ➡ 明確化

⇒文字情報量が少ないことで、読み進めてみようと思える。

一目見て自分が欲しい内容の在りかがわかりやすくなり、効率的に情報を取り出せる。

ご清聴ありがとうございました。