

ジオコード、「医療・健康業界のUX指南書 Googleが選ぶベストプラクティス集6選」を無料公開

65%はモバイル端末で検索される医療・健康に関する用語

Webマーケティングとクラウドセールステックを展開する株式会社ジオコード（本社：東京都新宿区、代表取締役：原口大輔、東証スタンダード：7357）は、「医療・健康業界のUX指南書 Googleが選ぶベストプラクティス集6選」のホワイトペーパーを無料公開しました。



医療・健康業界のUX指南書 Googleが選ぶベストプラクティス 6選



※UXとは

製品やシステム、サービス、Webサイトなどの利用を通じてユーザーが得る体験（User eXperience）のこと。

2005年からSEO対策サービスの提供を開始し、累計4,400社以上を支援してきたジオコードでは、これまで蓄積してきた知見や成果、さらには最新のSEO情報から厳選した「お役立ち情報」をSEOマガジンとして定期的に発行しています。

今回のお役立ち情報は、「医療・健康業界のUX指南書 Googleが選ぶベストプラクティス集6選」と題して、以下のような課題をかかえるWeb担当者の皆さまに役立つ情報となっています。

- リード獲得ができない、頭打ちになっている
- リードは獲得できているが、成果がでない
- Webサイトを作成（リニューアル）したがリードにつながない
- ユーザビリティが良いのか悪いのか判断できない
- UX改善の成功事例を知りたい

有効な顧客リストや見込み顧客（リード）を獲得するためには、ユーザー体験（UX）の改善が重要です。今回は、Googleが提供するPlaybook（healthcare）をもとに、ホーム/ランディングページ、メニュー&ナビゲーション、検索、場所/医師、CTA（コールトゥアクション）、フォームの最適化を中心にご紹介しています。具体的な事例の紹介がメインとなっており、日々Webサイトの改善に取り組まれている方に一読いただきたい資料です。

▼「医療・健康業界のUX指南書 Googleが選ぶベストプラクティス集6選」のダウンロードは以下URLから
<https://gc-seo.jp/journal/download/10889>

ジオコードの「SEO」について

2005年の創業以来、約18年にわたりSEOを中心としたWebマーケティング関連サービスを提供してきました。Googleのガイドラインに従ってWebサイトの構築・コンテンツの作成を行う「ホワイトハットSEO」で、“検索ユーザーが本当に求めるコンテンツ”を提供しています。

分析や改善施策の立案からWebサイトの内部修正、集めたアクセスをコンバージョンにつなげるところまで、総合的なWebマーケティングをジオコード一社で完結できるのが強みです。

ゴールはCV獲得！

SEO、コンテンツマーケティング、UI・UX改善で、
成果にコミット！



【SEO サービスサイト】 <https://gc-seo.jp/>
【運営メディア「SEOマガジン」】 <https://gc-seo.jp/journal/>

株式会社ジオコードについて

ジオコードは、SEO対策とWebサイト制作を融合・発展させた「オーガニックマーケティング」やWeb広告運用などのサービスを提供するWebマーケティング事業と、クラウド営業支援ツール「ネクストSFA」などを活用したクラウドセールステック事業を展開。

Webマーケティング&営業DXで、集客から、受注までの全てを一社完結で支援し販売拡大に貢献するとともに、DX推進にも寄与するサービスを提供し、顧客の経営を攻守両面から支援しています。



社名：株式会社ジオコード
代表者：代表取締役 原口 大輔
所在地：東京都新宿区新宿4-1-6 JR新宿ミライナタワー 10F
設立：2005年2月14日
資本金：3億5,151万円（2022年2月末現在）
事業：Webマーケティング事業、クラウドセールステック事業

上 場：東京証券取引所 スタンダード市場（証券コード：7357）

H P：<https://www.geo-code.co.jp/>

■ お問い合わせ先

<サービスについて>

株式会社ジオコード

コンサル課

メール：contact@geo-code.co.jp

電 話：03-6274-8081

<プレスリリースについて（報道機関窓口）>

株式会社ジオコード

広 報：加藤 康二

メール：kato@geo-code.co.jp

電 話：080-1175-1335