

これで売れる！ ランディングページ8つのポイント

■ランディングページで売上をあげたいけど…

WEB上で売上をアップさせるための施策として、ランディングページ(LP)を活用するケースが多く見られます。

ランディングページとは、1ページで構成した商品やサービスを売るための縦長いホームページのことです。

今回は、作っただけで成果はあがるか分からないため、制作を躊躇している方や、作成したけど思うような成果が出なくてお困りの方などのために、売れるランディングページのポイントをお伝えします。

■売れるランディングページ 8つのチェックポイント

①ターゲットは明確ですか？

まずはターゲットを明確にしましょう。

ランディングページは 1 つの商品やサービスに絞って作成するページです。ターゲットがはっきりしていないと、訴求効果は発揮されません。

②キャッチコピーで注意を引けていますか？

ランディングページのキャッチコピーで大切なのは、サイトを見ているユーザーの目を留めさせることです。興味関心を引いて、最後まで縦長のサイトを見てもらうことが重要です。

③客観的な証拠は示されていますか？

お客様の声やサービスの結果などを、客観的に示すことで、お客様から購入前に信用を得られ、購入意欲を高めることができます。

④商品・サービスのメリットは示されていますか？

導入後・購入後のメリットや、他社よりも優れている部分などを掲載することで、商品・サービスの強みをより詳しく理解してもらえます。

⑤商品・サービスの詳細は掲載されていますか？

詳細を掲載することで、商品やサービスがどのような内容であるか、お客様がイメージしやすくなります。画像などを効果的に使用しながら、商品名・価格・内容など、詳しく掲載するとよいでしょう。

⑥よくあるご質問は用意していますか？

商品購入前のお客様の不安を払拭し、安心感を与えるための大切な要素の一つです。あらかじめ予測されるような質問とその答えを掲載しましょう。

⑦行動喚起を促すための工夫はされていますか？

お客様に行動を促すためのボタンの設置は重要です。

「購入」「予約」「問い合わせ」「カタログダウンロード」「電話発信」など、お客様に何をしていただくのか考えて設置するとよいでしょう。また、「今だけキャンペーン！」など、あおり文も効果的です。

⑧問い合わせ先は掲載されていますか？

サイトの信頼性を上げるためにも、電話番号・メールアドレスなどのお店の問い合わせ先は掲載しましょう。

■ランディングページセミナー企画

ここまでランディングページの 8 つのポイントをお伝えしましたが、ランディングページについて、もっと知りたい、具体的な作成方法について知りたい方向けの動画配信やオンラインセミナーを企画中です。

オンラインセミナーに参加してみたいと思われた方は、ぜひメールでお知らせください。

日程が決まり次第メルマガでもお知らせします。

わたし Biz

主催：杉本 由美

メール：info@watashibiz.com