

売れるLPの作り方とは!?
効果的な**LP**を
制作するための5つのポイント



こんにちは！ 株式会社ロックハーツのデジタルマーケティングチームです。 資料のダウンロードをいただき、誠にありがとうございます。

ロックハーツでは、WEBサイトの運用・LP最適化の分野の他に、SEOに強い「WEB制作」のサービスも行なっています。今回は、ロックハーツデジタルマーケティング記事コンテンツより、WEB制作でも特に「LP(ランディングページ)を制作する際に効果的なページを作るためのポイント」を5つご紹介します。こちらのポイント以外にも、各企業様に合わせた適切なプランをご提案をし「売れるLP」を目指して様々なご支援をさせていただきます。

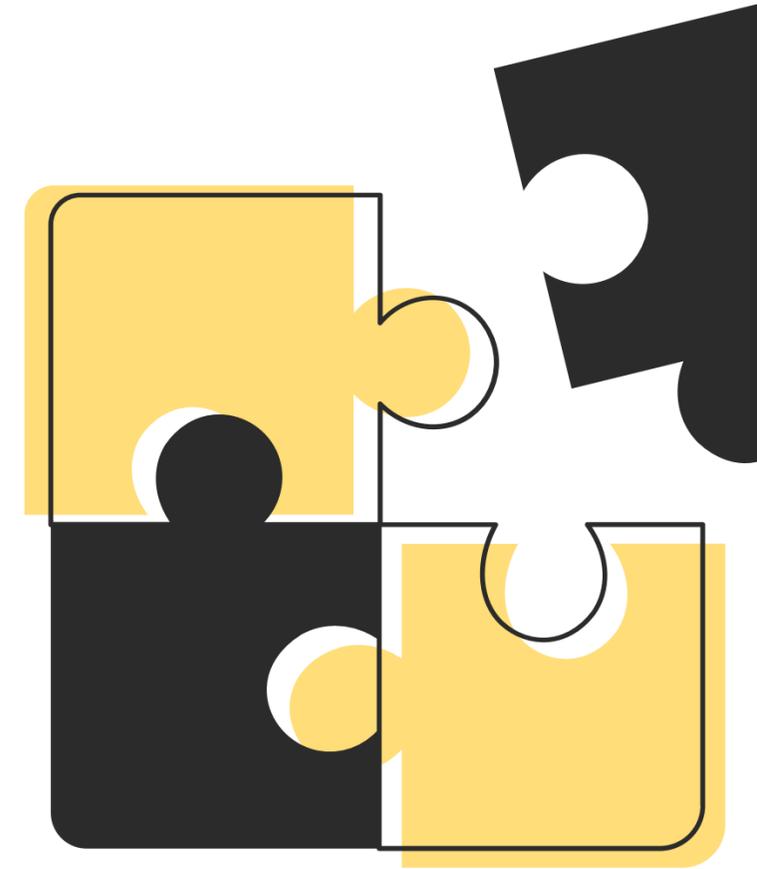
また映像制作会社である「ロックハーツ」は、デジタルマーケティングの分野だけでなく、映像制作分野も得意としております。動画マーケティングを元に質の高い映像作品を作成し、デジタルマーケティングのノウハウを活かした適切な運用を行う事で、それぞれの企業様に合ったプランをご提案、ビジネス成功へ導くことを可能にいたしました。

多様なサービスをご用意しており、特に新サービス、勝ちパターンをご提供する「LP制作・運用」はオススメです。各サービス共に無料でお見積もりも承っておりますので、ぜひ記事内容をご覧ください、お気軽にお問い合わせください。

目次

売れるLPの作り方とは!? 効果的なランディングページを制作するための 5つのポイント

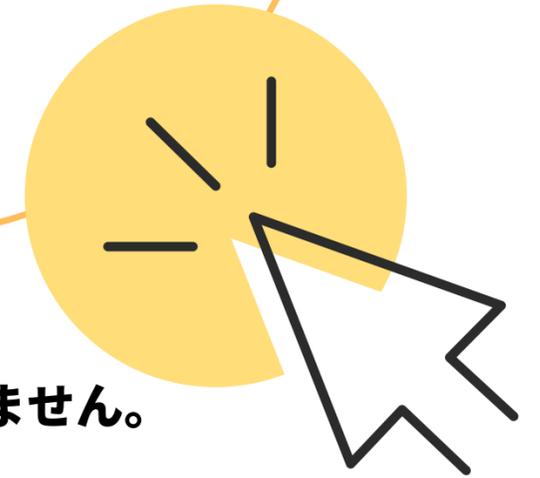
- 1, 効果的なLP (ランディングページ) を制作する為のポイント
- 2, 効果的なLP (ランディングページ) とは何か?
 - 【ポイント1】 ターゲットを明確化
 - 【ポイント2】 パッと見て、内容を理解できるページにする
 - 【ポイント3】 購入したくなる様な内容載せる
 - 【ポイント4】 数字等のデータで説得力を
 - 【ポイント5】 集客・CVに繋がりやすいページ構成にする
- 3, SEOとは?
- 4, LPOとは?
- 5, 3秒で判断! 「ファーストビュー」の重要性
- 6, 効果的なファーストビューとは?
- 7, デザインのポイント
- 8, まとめ



① 効果的なLP（ランディングページ）を制作する為のポイント

皆さんはLP（ランディングページ）をご存知ですか？

ランディングページとは「検索結果や広告などを經由して訪問者が最初にアクセスするページ」、いわゆる「WEB集客に特化した縦長のページ」のことを指します。ランディングページとは、ネットで売上を上げるための「最重要要素」なので、商品やサービスを効果的に宣伝し、訪問者のニーズを満たしてWEBサイトでの滞在時間、ページの中の時間を長くするために工夫をしなければなりません。では効果的なLP（ランディングページ）とは何でしょうか？



② 効果的なLP（ランディングページ）とは何か？

集客やブランドの認知を拡大し、売上につなげる効果的なLPとは、どのようなページになるのでしょうか？

まず大前提として、LPは「CV(コンバージョン)を獲得するための効果的なページ」でなければならないという事をお伝えしたいです。もしコンバージョンに結びつかないページはLPとしても機能していませんし、効果的なページだと言う事も言えない、ただのWEBページになってしまいます。まずは、コンバージョンを獲得する上では、「内容を吟味してページを制作すること」と、アピールしたい商品やサービスを考えて「適切に使用し、運用すること」が大切になります。

では、実際に成功するLPを制作する上では何に心がければ良いのでしょうか？

次に、実際に運用時に気をつけたいポイント5つのご紹介をします。

このポイントを抑えて制作をすると、集客に成功しやすいLPを制作し、運用に成功する可能性が高くなります。

ロックハーツ流 5つのポイント

ポイント 1 ターゲットを明確化

まず1つ目のポイントは、「ターゲットを明確化する」ということです。サイトで集客し、コンバージョンにつなげたい「メインターゲット像」を明確にしておきましょう。年齢・性別・ニーズ・職業・ライフスタイルなどのペルソナ等を検討しておくことで、どのような訴求がターゲットに刺さるかという事はLP製作時における、ページ構成や色、使いやすさ、文字の大きさなど様々な判断をくだす時に役立ちます。また、ターゲットに合わせたページ制作の他にも運用時にキャンペーンを打ったり、サービスを変更する際や、ページの効果測定などの作業時に何を分析したら良いのか？などの場面で良い判断基準になります。ターゲットを明確化すると、そのターゲットが好む文言などもイメージしやすくなるので、コピー作成時などに対しても失敗が少なくなります。

ポイント 2 パッと見て、内容を理解できるページにする

2つ目のポイントは、「パッと見て、内容を理解できるページにする」ということです。パッと見た時に、瞬間的に内容が理解できる事は大切です。写真がありすぎて何を表しているのかわからない、何の商品・サービスの事を言いたいかわからないなどのページを見た際に、ユーザーはストレスを感じるかもしくは関心を失って、すぐにページから離脱してしまう可能性もあります。特に「メインビジュアル」に関しては神経を使ってサイズや画像の質、デザインに気を付けねばなりません。特にLPから「この商品・サービスを受けるとどんな価値を得ることができるのか？」を短時間で読み取ってもらわねばなりません。画像は、見たらすぐに何のサービスなのかが分かるわかりやすい物にすると良いです。

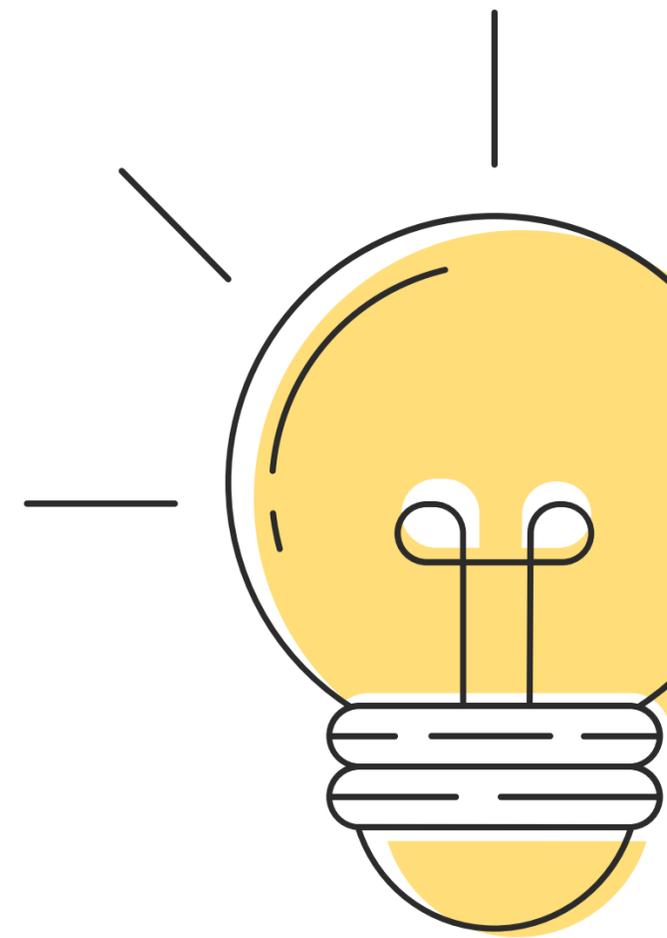
ポイント 3 購入したくなる様な内容を載せる

3つ目のポイントは、「購入したくなる様な内容を載せる」ということです。魅力的な写真や文言はもちろんですが、「ユーザーのニーズを満たす内容」を明確に打ち出して、購入したい！と思わせる様な内容を作るべきです。画像も単にキレイな写真を並べるだけでなく「何を伝えて、何をお客様にイメージしてほしいか？」を基準に選定した写真を使用するとユーザーに響く内容を作ることができ、ユーザーのニーズとマッチさせ、コンバージョンにつながる可能性を高めてくれます。例えば、エステサロンを探しているユーザーがいたとして、そういったユーザーは、エステで「キレイになるイメージ」「心地よい施術のイメージ」などを具体的に示す写真や文言などを強調して上げるとイメージが付きやすく、サービスを受けてみたいと感じる可能性があります。そのため、単に女性の画像を載せたイメージよりも、エステの施術シーンやサロンの心地よい雰囲気などのイメージを載せた方が心に響きやすくなります。また、ホテルや旅館を探しているユーザーに対してと仮定したら、数ある宿泊施設の中で選んでもらうために、「美味しい旬の食材を使った料理」や「風情のある内装・外装」、「客室やろびーなどの施設オリジナルの空間の写真」などをキレイに写すと良いかと思います。今まで出した例の様に、自分が消費者の立場に立って、何を良いと感じるか？の感性も重要になってきます。

ポイント 4 数字等のデータで説得力を

4つ目のポイントは、「数字データで説得力を」ということです。

数字データ、例えば、〇〇ランキング一位！や、利用者数〇〇人などのデータを提示すると、サービスや商品への信頼性、良い物であるという「説得力」が増して購買行動に出る可能性が高くなったり、サイトの閲覧時間も長くすることが可能となり、結果的にブランド認知や問い合わせ、購入、購入後のSNSなどを使っての情報拡散等へつながって行く道を作ることができます。



ポイント 5 集客・CVに繋がりやすいページ構成にする

最後の5つ目のポイントは、「集客・CV（コンバージョン）に繋がりやすいページ構成にする」ということです。

せっかく1-4までのポイントを意識しても、CVへつながる動線ができていなければ思うような結果は出ないと思います。「問い合わせ」や「商品購入」などへの導線は、必ずユーザーに気づかれる様に目立つ色を使用してページのファーストビュー内に目立つように配置しましょう。

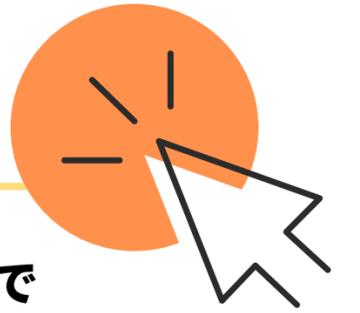
「商品購入」や「問い合わせ」、あるいは「申し込み」をする事を目的に訪れている購買のモチベーションの高いユーザーに対しては、スムーズな導線を整えることで、結果に結びつく動きを取ってくれやすくなります。

また、ページに辿り着くまでの集客の段階では、ページに人を集めてくるために、「SEO（サーチエンジン最適化）」と「LPO（ランディングページ最適化）」の2つの対策にも着手し、制作したLP（ランディングページ）がCV（コンバージョン）獲得に向けて最大限に効果を発揮してくれるような流れを作っていかなければなりません。

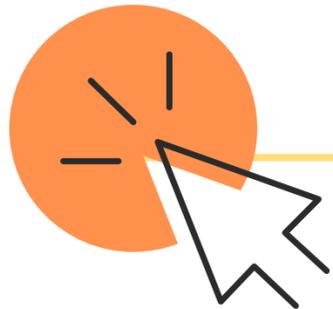
以下にSEOとLPOに関して内容と、対策のメリットに関して詳しくご紹介しておきます。



③ SEOとは？



『**検索エンジン最適化**』（**Search Engine Optimization**）の略称で、GoogleやYahoo!などを代表とする「検索エンジン」でユーザーがキーワードを検索した際に、検索エンジン側に的確に、そして正確に「ページ内容を評価される」ように「Webページの最適化」を行い、**自らのサイトが上位に表示される様にするテクニックを指すマーケティング手法**です。具体的には、検索ワードで上位の評価を受けているワードを盛り込んだり、優秀だと思われる外部の被リンクを集めたり等の対策を行ったりして「ユーザーに価値あると認められるコンテンツを提供している」という事を「検索エンジンに評価される様に働きかける」技術的な作業を行ったりします。オーガニック検索からの流入は、特定の情報を求めている購買欲のある「質の高いユーザー」が流れてくることが多いため、SEO対策で獲得したユーザーは商品やサービスとマッチングしやすい傾向にあり、彼らはサイトに訪れた際に最終的なコンバージョンに結びつきやすい存在であると言えます。この様にSEO対策は、WEBプロモーションを行う際には大変重要な要素で、ダイレクトに「集客に成功する大事な要素」であると言えます。

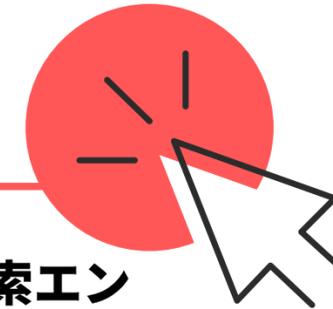


SEO対策のメリット

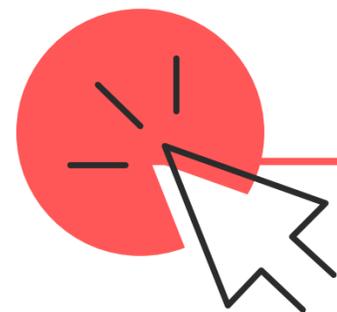
まずはアクセス数を増やす事（集客）が大切です。メリットは主に3つあります。

- ① 検索エンジンに働きかけ、上位表示させる事に成功すると長期的にサイトのアクセス数を増加させることができる
- ② SEOに成功すると、企業のブランド認知に繋がり、地位を確立することができる
- ③ サイトのアクセス数増加により、CV（コンバージョン）につながる確率が高くなる

④ LPOとは？



ランディングページ最適化 (Landing Page Optimization) の略称で、LPOは、SEO(検索エンジン最適化) や、SEM (検索エンジンマーケティング) と一緒に語られるマーケティング手法の一つです。LPというのは「ランディングページ (Landing Page)」の略で、着地ページとも言われる「サービス (製品) を効果的に販売するために、優先的に伝えたい情報を載せた縦長の紹介ページ」、あるいは「**ホームページに訪れた際に最初にアクセスされる一番重要なページ**」等を指します。LPがあることによって、CVR (コンバージョン率) を上げられる利点があるため、各企業はこのページに力を注いでいるケースが多いです。LPに対してそれぞれの流入したユーザーの目的に合わせた情報 (テキストやクリエイティブ) をページ内に準備しておけば、サイトからの途中離脱を防ぐことが期待できると共に、効率的なコンバージョンに結びつく可能性が高くなります。その事からもLPは費用対効果を考えると、非常に有益で重要なページだと言えます。LPOとは、このランディングページの最終的なコンバージョンを最大限にまで高める (最適化) する事を目的とした作業を指します。

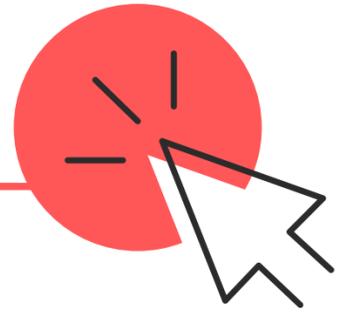


LPO対策のメリット

せっかく集めたユーザーを逃さないためにもニーズにあった魅力的なLPで惹きつけて、コンバージョンを促しましょう。こちらにもメリットは主に3つあります。

- ① LPを作成したら、A/Bテスト等の適切な方法を用いて試行錯誤することで結果に結びつけやすくなる
- ② 魅力的なLPを作成することに成功すると、WEBサイトへのアクセス時にユーザーの離脱を防いだり、滞在時間を長くすることができる
- ③ 新商品や新サービスを展開した際にCV (コンバージョン) に結びつきやすくなる

⑤ 3秒で判断！「ファーストビュー」の重要性



皆様は、ホームページなどの最初のページ「ファーストビュー」を作成する時に、気をつけていることなどございますか？
今回は、ページの顔ともなる「ファーストビュー」を効果的なものにするためのちょっとしたヒントをお伝えします。

そもそも「ファーストビュー」とは何か？からお話しますと、ファーストビューとはユーザー（訪問者）がWebページにアクセスした時に最初に表示される上の部分《スクロールせずに画面に表示される部分》の事です。

ここはLP（ランディングページ）の最初の部分と言ったらイメージしやすいかもしれません。

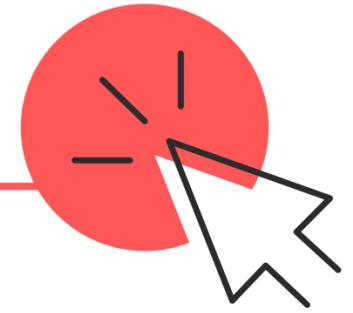
一般的に、Webサイトに訪れたユーザーは「3秒以内」に自分にとって有益なサイトかどうかを判断すると言われており、ページの文言・写真・文章などを一瞬で判断し、滞在するか否かを決定するそうです。

この3秒の判断で勝つか負けるかは、徹底したターゲット層への分析、商品やサービスの見せ方の研究などをどれだけ行い、ファーストビュー内にその要素を凝縮できたかに委ねられています。

このファーストビューのデザインや構成を失敗してしまうと、CV（コンバージョン）を逃すことになったり、ブランド自体のイメージを悪くしてしまう事もあるので、サイトを制作する上で、この「ファーストビュー」に最もこだわるといったことは非常に重要だと言えます。



⑥ 効果的なファーストビューとは？



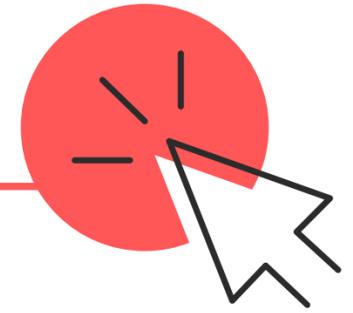
こだわらねばいけない「ファーストビュー」ですが、魅力的で効果的なファーストビューとは何か？
を具体的にお話するとそれはずばり！「ユーザー（訪問者の）興味関心を最大化するページ」という事が言えます。
効果的なファーストビューとは、訪問者に対して、見ただけで心を掴むものでないといけません。
例えば、LP（ランディングページ）を作成し、SEO（検索エンジン最適化）や、LPO（ランディングページ最適化）を行ったとしてもファーストビューがわかりづらかったり、デザインが微妙な物で、ユーザーに下までスクロールされないとコンバージョンはおろか、ページの滞在時間も短いものになってしまいます。
この様に、あまり効果的ではないファーストビューをイメージすると、その逆であるページが大変有効であるイメージできるかと思えます。まとめると効果的なページは以下の特徴を持つと言えます。



以上のお話から以下の様な特徴を持つ「ファーストビュー」のページが望ましいと言えます。

- ターゲットユーザーのニーズに合致した内容である
- ターゲットユーザーが魅力的に感じる色合い、デザインである
- WEBサイト、LPにて伝えたいメッセージが端的に示された内容になっている

7 デザインのポイント



では、ファーストビューのデザインのポイントの一部をご紹介します。
デザインを行う際には、先程の効果的なファーストビューの特徴を抑えたデザイン構成が必要になります。
下記に、行いたいデザインの工夫をご紹介します。

●**キャッチコピー等が自社商品やサービス内容ときちんと合っているかを確認してわかりやすく表示されたデザインにする**

→キャッチコピーは下まで画面をスクロールしてくれるか重要な要素になってきます。サービスの内容と合っているかを確認してズレのないキャッチコピーを作成しましょう。

●**ターゲットを明確にし、色使い・文字の大きさなどを適切な色味にする**

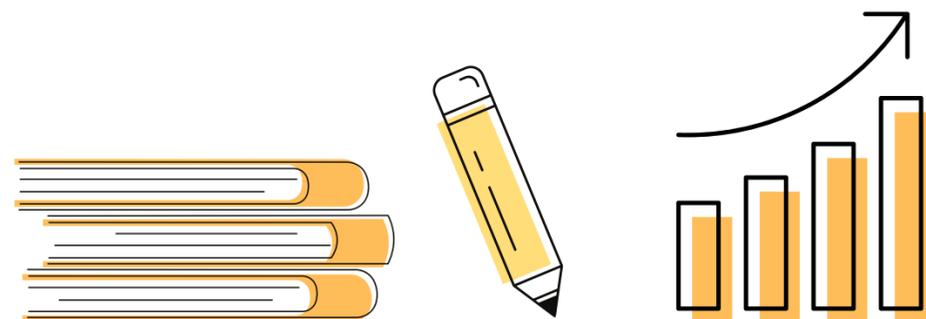
→例えば、食品であれば食べたくくなるような鮮やかな色合を目指したり、写真を入れてみたり、ターゲットが高齢者層であれば、文字を大きくわかりやすくするなどの工夫が必要になってきます。

●**検索キーワードを使用して「自分にメリットがある」と感じさせるファーストビューにする**

→最終的にはCVに繋げる狙いがありますが、まずは訪れたユーザーにとって、「この場所は自分に有益な情報がある」と思わせるページでなければならないため、ターゲットユーザーが検索しそうなワードを分析し、その要素をズレる事なく盛り込んでおくことが重要です。

●**ファーストビューで何のサイトかわかりやすいように、内容をイメージしやすいイメージを使用する**

→ユーザーは離れは「わかりにくさ」から来ます。どのような商品を扱っていて、何のサービスの紹介なのか？単純に情報を提供するだけのページなのか、または購入までできるページなのか？などの要素をユーザーに瞬時に判断してもらう構成にしましょう。



まとめ

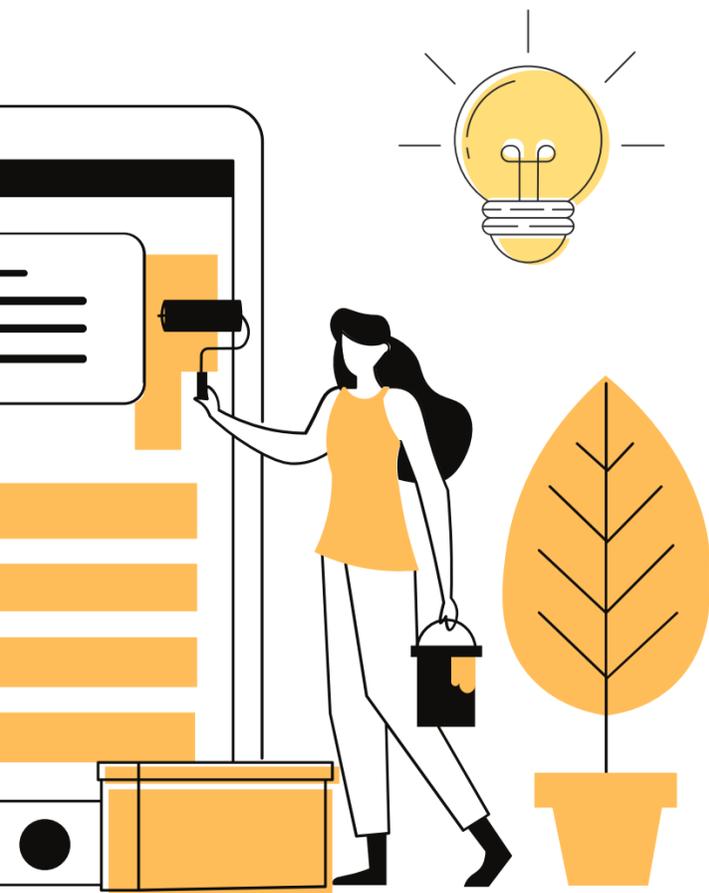
ロックハーツの「WEBサイト・LP最適化」サービスに 全てお任せください！

本日の内容はいかがでしたか？

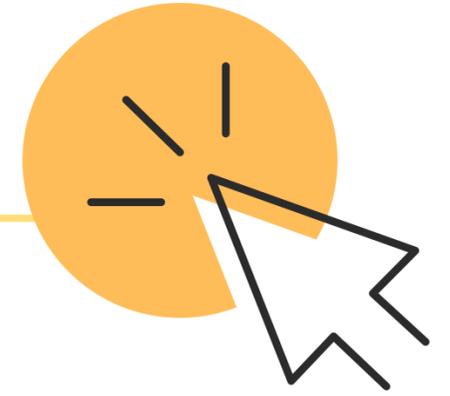
ファーストビューはWEB制作・LP制作の際にとっても大切なものであることがおわかりになられたと思います。効果的なLPのファーストページを制作するためには、マーケティングの知識と、効果的なページを作る制作スキルやノウハウが必要になってきます。確かなCV（コンバージョン）につながる構成を考えたりするのも難しいとお考えの方もたくさんおられるかと思いますが。

そんな時にオススメさせていただきたいのが、**ロックハーツの「WEBサイト・LP最適化」のサービス**です。ロックハーツではデジタルマーケティングの知識を駆使した「検索に強いWEBサイト・LP制作」「動画マーケティングに特化したWEB構築サービス」などを展開しています。それぞれの企業様の製品・サービス特徴、効果の見込めるファーストビューなどを分析し、最適なサービスをご提案いたします。

詳しくは次頁の公式サイトのご案内をご覧ください。
無料でお見積りもご案内しておりますので、ぜひお気軽にご相談ください。



株式会社ロックハーツ お問い合わせ先



☎ 092-593-1113

✉ marketing@rock-h.jp

■全サービス無料お見積り・お問い合わせフォーム：<https://rockhearts.jp/contact/>

■LP制作・運用サービス無料お見積り・お問い合わせフォーム：<https://rockhearts.jp/lp/contact/>

各サービスのご案内

高品質な動画、検索に強いWEBサイト・LP制作、確かな結果を導き出す広告運用など、ビジネスを成功へ導く各種サービスを多数ご用意いたしております。サービスを一緒に行う事で相乗効果を狙う事ができますので、ぜひ合わせてご利用ください。

■LP制作 <https://rockhearts.jp/lp/>

■広告運用 <https://rockhearts.jp/ad/>

■WEB制作 <https://rockhearts.jp/web/>

■映像制作 <https://rockhearts.jp/movie/>



「デジタルマーケティング」×「動画」の耳寄り情報をお届け中！

「ロックハーツ デジタルマーケティングブログ」のチェックをぜひお願いいたします！

<https://rockhearts.jp/media/digitalmarketing/>