

知識ゼロから始める 成果を高めるLP (ランディングページ) 制作



0

■ アジェンダ 01

1. ランディングページとは
2. ランディングページの最適化(LPO)の重要性
3. 成果を出すまでの流れ
4. ランディングページ作成の流れ 確認 & 準備
5. ランディングページ作成準備 01「調査」
6. ランディングページ作成準備 02「分析」
7. ランディングページ作成準備 03「設計」
8. 人々が行動を起こすwebサイトとは
9. 縦長LPと、サイト型LP
10. ランディングページの鉄板構成



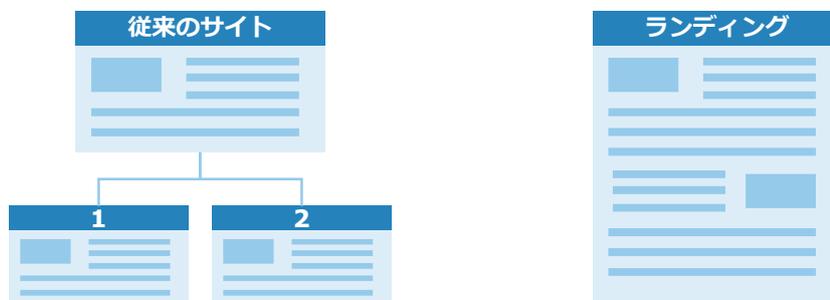
1

■アジェンダ 02

11. ランディングページの構成 01 喚起パート
12. ランディングページの構成 02 結果パート
13. ランディングページの構成 03 証拠パート
14. ランディングページの構成 04 共鳴パート
15. ランディングページの構成 05 信頼パート
16. ランディングページの構成 06 ストーリーパート
17. ランディングページの構成 07 クロージングパート
18. ランディングページの構成 08 P.Sパート
19. ランディングページの評価方法
20. 購入ボタンの設置場所
21. メールフォームの最適化

■01.ランディングページとは？

1ページで構成されたWebサイト



■ 01.ランディングページとは？ 「LPの目的」「LPの3つの特徴」

1.ページ内で商品やサービスをアピールしやすい

- 特定の商品やサービスに特化できる

2.来訪者の離脱を防ぐ

- 基本的にCV以外のリンクボタンが存在しない

3.コストを低く抑えることが出来る

- 要点を抑えれば、自作することも可能。



4

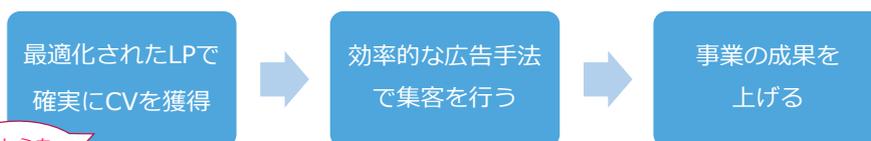
■ 02.ランディングページの最適化の重要性 01 「LPO」とは？

【集客からCVまでの流れ】



ここを改善することでCVがアップ!

【Webページで成果を高める流れ】



こちらを優先する



5

■ 02.ランディングページの最適化の重要性 02 「LPOの重要性」について

ケース1	ケース2
商材：単価10,000円 利益5,000円 サイト：訪問者数が1,000人 購入率1% 売上：訪問者数×購入率×単価=10万円 利益：訪問者数×購入率×利益=5万円	サイト：訪問者数が1,000人 購入率2% 売上：訪問者数×購入率×単価=20万円 利益：訪問者数×購入率×利益=10万円
ケース3	ケース4
商材とサイトの条件は同じ 広告費：30,000円 購入率1% 利益：訪問者数×購入率×利益-広告費 =2万円	商材とサイトの条件は同じ 広告費：30,000円 購入率2% 利益：訪問者数×購入率×利益-広告費 =7万円

■ 03.成果を出すための流れ LPを使ったWebマーケティング戦略

