

# HPの反応をアップする 文章の書き方(3)

本日はセミナーにご参加いただき  
ありがとうございます

- 12:45にセミナーを開始いたします
- マイクをオフにさせて頂いております。周囲で音がしてもセミナーには影響ありませんので、ご安心下さい
- ぜひ、メモをご用意ください
- ご質問はzoomのチャットから受け付けます



# あきばれホームページ

## HPの反応をアップする 文章の書き方(3)

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2020/07/16

# お願い

---

- ぜひ、メモを取ってください。
- ご質問はzoomのチャットへ記入ください。

## 長谷川 愛 歯科事業部長 / 主席コンサルタント

2008年、(株)WEBマーケティング総合研究所入社。

2010年より、上級コンサルタント。

2015年より、主席コンサルタント。

2016年より、歯科事業部長。

HPのコンセプトメイクから、設計、ライティング、SEOまで、WEBマーケティングのほぼ全ての領域を担当できることから、WEBマーケターとして【あきばれホームページ】サイトの運営を手がけていた経験も(2013年～2016年)。

WEBコンサルタントとしては、歯科や土業、建築業、不動産など**600サイト**以上の**集客コンサルティング**、**100サイト以上**の**ライティング**を手がけ、WEBサイトの反応率を十数倍にした実績を多数持つ。



# 復習 : ライティングの目的

---

- 何のために文章を書く(ライティング)のでしょうか？



- 最終的に、問合せや申込みを増やすため

# 復習 : ノウハウ系ページの目的

---

ノウハウ系ページのライティングの目的は・・・

- SEOでアクセスを集め
- プロとしてのノウハウを話すことで
- お客様の**信頼**を獲得し
- サービスの**興味喚起**をし
- **サービスページ**に**誘導**する

# ライティング＝読ませる

---

ライティング時に考慮すべきは

- 飛ばし読みされることを前提に、目をとめさせるには？
- さらに読み続けてもらうためには？

# 見出しのポイント ～考え方編～

---

- 見出しの目的は
  - 目を留めさせること
  - それ以降を読みたいと思わせること
- 見出しには、見出し下の本文の内容の中で興味を惹きそうなネタを書きましょう



# 見出しのポイント ~テクニック編~

---

- **デザイン**

行頭にアイコンがあるタイプがおススメ。アイコンでアイキャッチを取る。

線で区切らない方が読み続けてもらいやすい。

- **フォント**

反応重視なら、ゴシックで太字or明朝で太字。

ただし**太字**は野暮ったく見えるので、デザイン重視ならやめた方がよい。

# 見出しのポイント ～テクニック編(2)～

---

- **強調(文字装飾)**

太字、赤字、赤太字。一部だけフォントサイズを大きくする。やり過ぎは禁物。

- **スマホ対応**

2行まで。20～30文字以内が目安。

# 本文の文章の作成ポイント

飛ばし読みされてもメッセージが伝わるようにする。  
見出しと強調箇所だけ読んで、何が書かれているか伝わるように

## ● 強調(文字装飾)

- 重要な箇所を「赤字」「赤太字」「太字」で強調
- 赤色以外で使って良いのは、濃緑、濃茶(うすい色は×)
- 青色、紫色はリンク以外×
- フレーズ単位で付ける(10文字以上は×)
- 1段落3ヶ所程度(多くても5ヶ所まで)
- 下線はリンクと間違われるので×

# 本文の文章の作成ポイント

---

- わかりやすい、読みやすい文章
  - 何度も読まないで理解できないような難しい文章は×
  - **中学生でもわかる**平易な文章で。
- 漢字の多用、横文字の多用は避ける
  - 漢字はできるだけ**3文字**以上は続けない。
  - 間に**平仮名**や**句読点**を入れる。
  - 漢字ばかりの文章は読みにくいし「難しい」と感じさせる。
  - 同様に**横文字**の多用も避け、和語を使う。

# 本文の文章の作成ポイント

---

- 段落を作る

- 段落のない連続した文章は読みにくい。適度に段落を作る。
- 1段落はスマホで**5～10行**(PCで**3～5行**)くらいが目安。

- 写真下のキャプション

- 画像に目が行きやすいので重要なメッセージを含めておく。

# まだまだコロナは続きますが..

---

来週も、木曜日の12:45～13:30を  
予定しています

新型コロナウイルスに負けずに  
がんばりましょう！