

# 強みを生かしたページ作成のノウハウ

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



# あきばれホームページ

強みを生かしたページ作成のノウハウ

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2022/6/2

# 本日の目次

---

1. セミナーのゴール
2. 前回の復習
3. 強みを掲載すべきページ
4. 掲載方法
5. まとめ



# 1. セミナーのゴール



# 本日のセミナーのゴール

---

強みを生かしたページを作成できるようになる

## 2.前回の復習

# ペルソナとは？

「ターゲット」よりも、さらに具体的(顔や普段の生活など)に想像したお客さまのことを「ペルソナ」と呼びます。

例)ターゲットの場合

30~40代、男性、サラリーマン、肩こりや腰痛に悩む

例)ペルソナの場合

- ・32歳
- ・男性
- ・都内のIT企業に勤める
- ・毎日パソコンを9時間以上見るのに加え、運動をほとんどしないから肩こりに悩んでいる

ペルソナを設定することで、よりニーズやお悩みを想像しやすくなります。





# ペルソナからニーズ、お悩みを書き出す

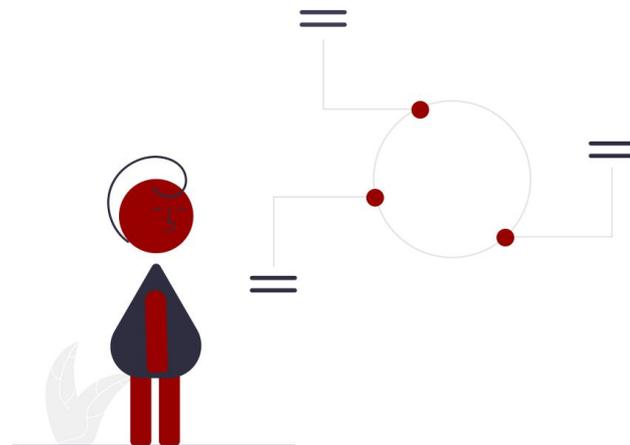
ペルソナが設定できたら、まずはそのペルソナのニーズやお悩みを書き出します。

## 【お悩み】

- 結婚したいけど、職場が男性ばかりで全然出会いがない
- 自分に自信がなく、しばらく女性ともコミュニケーションをとっていない

## 【ニーズ】

- 結婚を真剣に考えている女性と出会いたい



# ニーズやお悩みに対するサービス(商品)

ニーズやお悩みを解消できるサービス(商品)に対して、なぜ解消できるのか、なぜ解決できるのか、それはなぜなのか…となぜを繰り返していきます。

## 【ターゲットのお悩み】

- 自分に自信がなく、しばらく女性ともコミュニケーションをとっていない

## 【解消出来るサービス】

ファーストプラン(はじめて婚活する方向けのサービス)

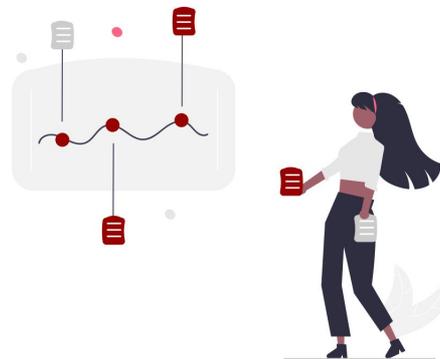
## 【なぜ?を繰り返す】

ファーストプランならそのお悩みを解決できる

なぜ? → 自信がつくまでアドバイスするから

なぜ自信がつく? → 印象の良い服装や、話し方、身のこなしをアドバイスするから

なぜ自信がつく? → 実際に同行しての洋服選びや、会話をリアルに学べるから

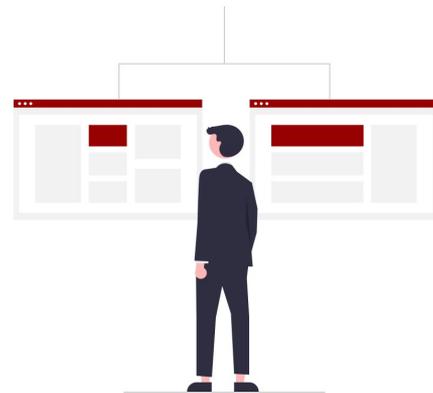


# 競合と強みを比較する

トップページで狙ってるキーワードで検索した結果の上位10サイト(ポータル除く)を確認します。

そこで、競合他社の特徴や強みと、ペルソナから書き出した自社の特徴や強みを比較します。

書き出した強みの中で、競合に勝てる強みを選択して、ホームページに掲載してください。



### 3. 強みを掲載すべきページ

# 強みを掲載すべきページ

強みを掲載していただきたいページは主に、

- トップページ
- サービス(商品)ごとの詳細ページ

上記、お問合せに繋がりやすいページです。サービス検討段階のユーザーは競合他社と御社のサービスを比べ、検討いたします。そのため、お問合せに繋がりやすいページには必ず強みを記載するようにしましょう。

また、より詳細を伝えるために、強みだけをまとめた

- 特徴ページ

も、ご作成ください。

## 4. 掲載方法

強みは御社の特徴として掲載いたします。先程の例をみてみましょう。

## 【解消出来るサービス】

ファーストプラン(はじめて婚活する方向けのサービス)

## 【なぜ？を繰り返す】

ファーストプランならそのお悩みを解決できる

なぜ？→自信がつくまでアドバイスするから

なぜ自信がつく？→印象の良い服装や、話し方、身のこなしをアドバイスするから

なぜ自信がつく？→実際に同行しての洋服選びや、会話をリアルに学べるから

このまま御社の強みを特徴として、「実際に同行しての洋服選び」や「会話をリアルに学べる」と掲載しても、ユーザーが読んだ際にそのサービスをうけることで「自分がどうなるのか」が想像し辛い場合がございます。

この場合、メリットをベネフィットに変えることで、ユーザーにイメージしてもらいやすくなります。

# メリットとベネフィット

メリットとベネフィットを判断する場合は、主語を入れてみてください。

メリットの例：

- **私は、実際に同行しての洋服選びのお手伝いをします**

ベネフィットの例：

- **あなたは、会話をリアルに学べる**



# メリットをベネフィットに変える

メリットをベネフィットに変える場合は、その後お客様がどうなるのかを書きます。

メリットの例:

- 私は、実際に同行しての洋服選びのお手伝いをします

ベネフィットの例:

- あなたは、異性に好印象を与える服装で自信が持てます



# ホームページに掲載する場合のコンテンツ例

特徴は、3つ掲載することをおすすめいたします。補足の文章ではその根拠となることを書いてください。

## 特徴1: 会話をリアルに学べる

└補足文: 男性の場合女性カウンセラーが、女性の場合男性カウンセラーがご対応するので、実  
際の会話をリアルに学ぶことができます。

## 特徴2: 異性に好印象を与える服装で自信が持てます

└補足文: カウンセラーが実際に買い物に同行し、異性に好印象な服装を選びます。実際にお  
会いするからこそ、あなたに一番似合う服装を選べます。

## 特徴3: 相性の良い異性と出会えます

└補足文: 登録者数〇〇人の中から、条件に合った異性を探せます。また、お相手の提示する  
条件も見ることができますので、相性の良い異性を見つけられます。

## 5. まとめ

# まとめ

- 強みは御社の特徴として掲載しましょう。
- 強みがメリットの場合は、ベネフィットに変換してください。



# ご清聴いただきありがとうございました

---

## 次回ウェブセミナーのご案内

開催日時 : 6月9日(木) 12:45～13:30

対象 : 会員さま

参加費 : 無料

次回タイトル : 公開デザイン調整