

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。

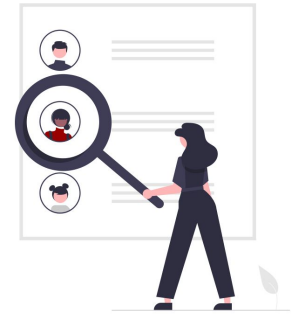
例)ターゲットの場合

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。



ペルソナの設定方法

ペルソナを設定する際にはペルソナ設定シートを使うと設定しやすくなります。

ペルソナ設定シート

【work】ペルソナの作成

例を参考に、弊社のペルソナを作成してみてください。

項目	(例)ペルソナ	ペルソナ	
デモグラフィック	写真		
	名前	小林 啓太	
	年齢	42歳	
	性別	男性	
	職种・業種	司法書士	
	役職	事務所代表	
	年収	550万円	
	居住地	愛知県名古屋府	
	最終学歴	愛知学院大学法学部法律学科 卒業	
	恋人の有無・未婚・既婚	未婚	
ライフスタイル	所持しているデバイス	iPhoneX	
	よく使用するSNS	LINE	
	インターネット利用頻度	120分/日	
	食生活(外食頻度か自炊派か)	外食派	
	よく利用するアプリ	YouTube	
	よく行く飲食店	すき家	
	好きな番組	WBS	
	インドア/アウトドア	アウトドア	
	週末の過ごし方	トレンディング・動画を見る	
	現在課題に思っている事(悩み)	・ホームページがスマホ対応していない ・ホームページで電話番号を掲載できていない ・できるだけ安い費用でホームページを作りたい	
将来実現したいと思っている事(ニーズ)	Google検索エンジンで検索して、電話にて問合せする		
ビジネス価値	業者との接触方法	まずは移動時間などで口コミを見て、いくつかの業者に絞る。そこから問合せをする	
	製品・サービスを調べるための行動パターン	通勤時間に、スマホで競合のサイトを調べたりしている。競合の小中学生向けのスマホ対応されたサイトにリニューアルしている事を知り、若干検討する。 「あの事業者は儲かっているの?」「俺と一緒の時期に創業したはず...?」をそろそろ新規顧客の開始に叩き落とすために聞いてみたい。 今のサイトは結構高価なお金出たし、今発生している案件の売掛金の回収がかかりすぎるから、売掛金回収できたらH作成しようか、でも何処かやっちゃった方がいい...とお悩みの悩んでいる。 そこで「ホームページ作成」と検索してみて、上から2~3項目に絞ってきた制作会社に電話してみた。お値段が安いからいいかなって思った。別途提案は新しいつつ、「ホームページ リニューアル 安い」と調べて出てきた業者に電話で問合せしてみた。 さっき電話したところより安値にできるし、自分で更新できない。まあ、これくらいいいやないかなって思いつける。ただ、提案につながるのだから、コンタクトを取ってやるかなって思った。メールと来ない。経理員を電話やメールで確認して、PCのホームページの申込みフォームから申込みに来る。	
悩みや課題に気づいてサービスを利用するまで	悩みや課題に気づいてサービスを利用するまで		
	※POINT※	・サイト制作の依頼に当たっては、おおよそ標準的な費用がいくらかかるか、相場感の把握が重要である。お任せする場合は、おおよそ相場感でサービスを利用するのかが決まってくる。	

ペルソナからニーズ、お悩みを書き出す

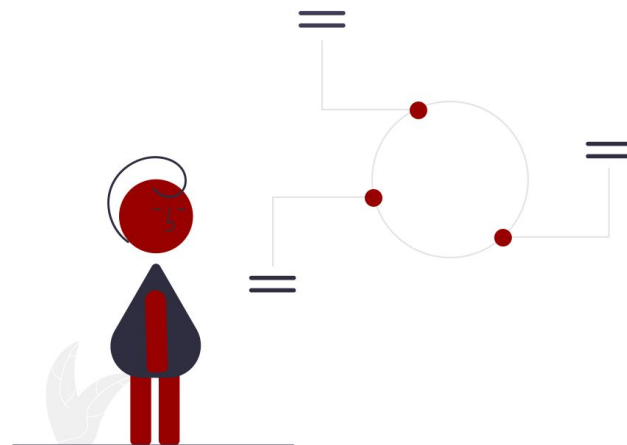
ペルソナが設定できたら、まずはそのペルソナのニーズやお悩みを書き出します。

【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

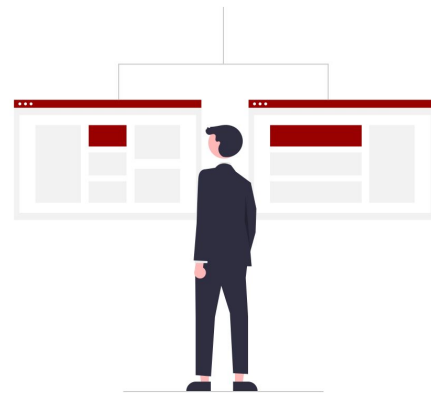


競合と強みを比較する

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。

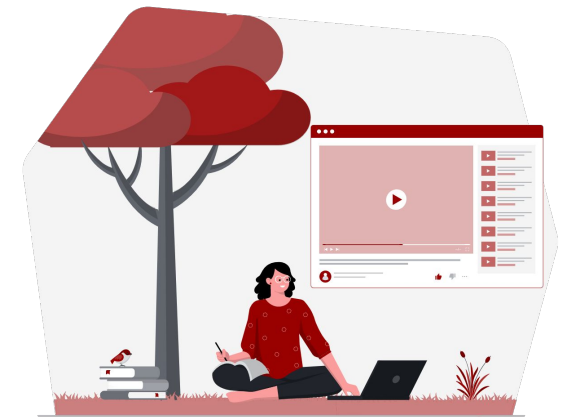
特徴3: 相性の良い異性と出会えます

└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