



Web広告を実施するうえで重要な  
**LPの作成の考え方**をご紹介します

## 代表プロフィール



代表取締役  
**海老名 康**

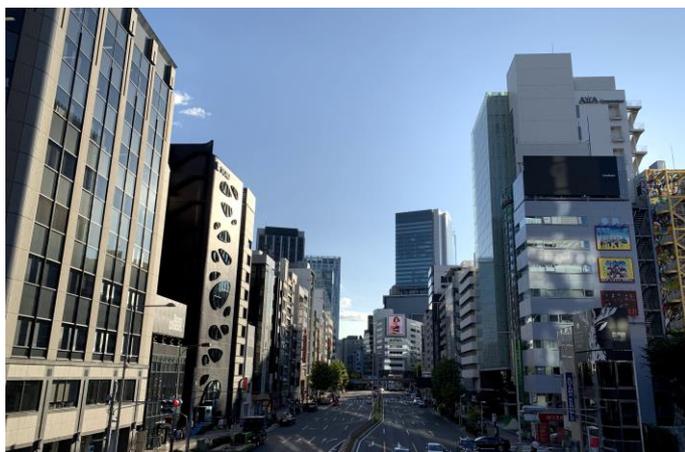
学校法人 文化服装学院 Webマーケティング講師  
月刊『販促会議』 「Web集客の基本」執筆を担当

Webマーケティング会社にて博報堂など広告代理店を担当。

その後、NTTアドに勤務し、日本郵政グループ「かんぽ生命」や「ゆうちょ銀行」などのクライアントを担当し、各種キャンペーンの提案および実施に関わる。

2013年に日辰広告代表取締役に就任。

## 会社概要

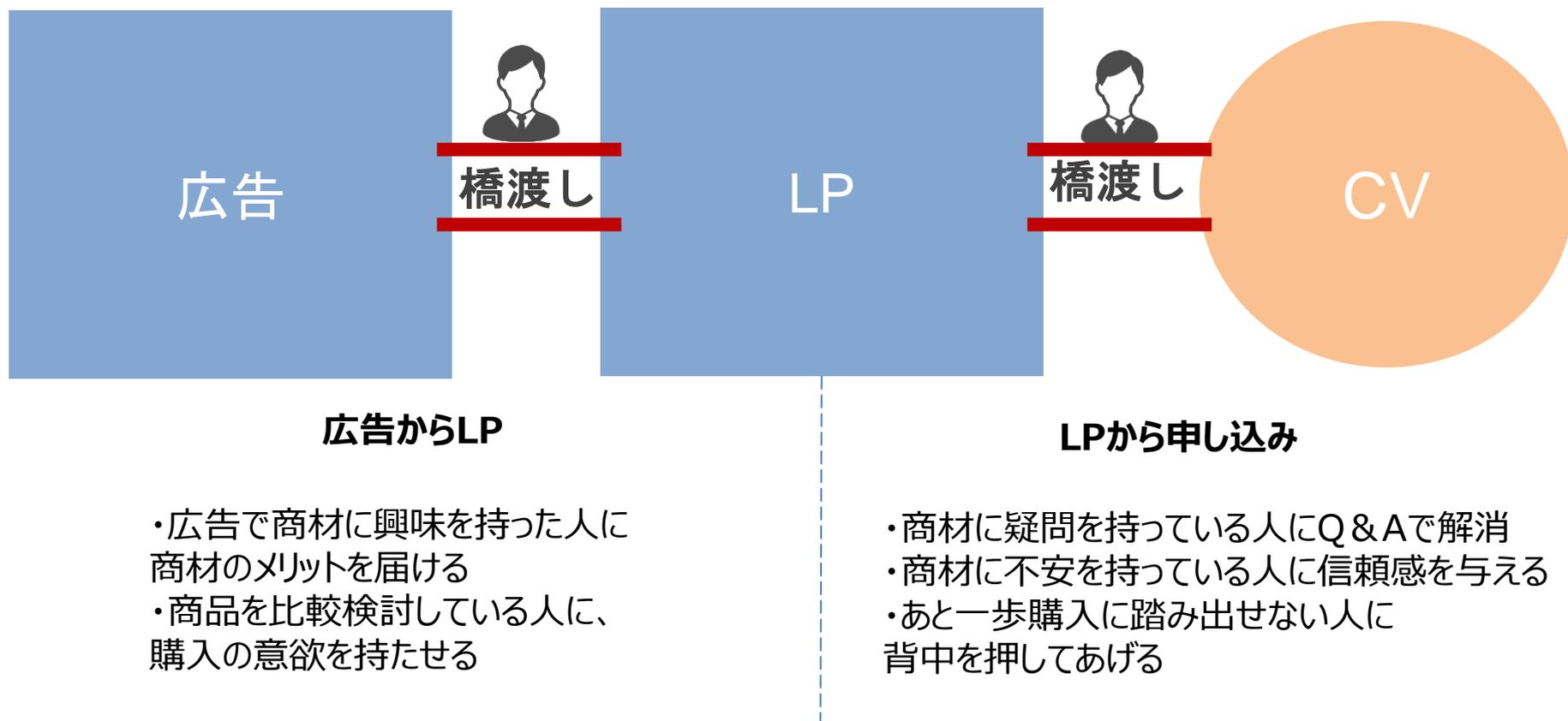


商号	日辰広告株式会社
設立	1972年8月
所在地	東京都渋谷区渋谷1-1-10
TEL	03-6805-1283 (代表)
従業員	12名
事業内容	新規ビジネスモデルの構築支援 Web広告の運用管理 SEO等コンテンツマーケティング システム/アプリ開発 SNS運用 Webサイトのデザイン・制作

LPはなぜ必要なのか？

## LPの役割

ユーザーを広告クリックから申し込みまで**スムーズに橋渡しする**  
→ユーザーの関心度を高め、途中離脱を防止し**CV率の最大化を目指す**



## ポイント

- ①ファーストビューで印象に残る数値やキャッチコピーを効果的に使う
- ②課題→解決策→根拠の流れをもとにユーザーの商材に対する不安をなくす
- ③お客様の声やF&Qで商材に対する信頼感を与え、申し込みを一押しさせる

①

ファーストビュー

数値やキャッチコピーなどを有効的に使う  
例：〇〇大学の合格者の3人に2人が△△塾！

相手に「自分ごと」のように思わせる  
例：こんなことにお悩みではありませんか？

購買を促すようなメリットを提示  
例：オンラインでの授業も対応！少数精鋭！

データを用いることで、納得感を高める  
例：2021年度〇〇大学合格865名！

実際の体験談を掲載し、納得から信頼へ  
例：〇〇大学合格 三浦さんの合格体験談

申し込み後にどのような流れで進めるのか  
例：試験に合わせた5つの学習ステップ

想定される不安や疑問を解決する  
例：Q.部活と両立できるか心配です。

顧客の背中を押すような内容に  
例：今なら入会金無料！

②

お悩みの共感

ベネフィット

実績

③

お客様の声

商品・サービスの使い方

F&Q

クロージング

申し込みはこちら

## LP作成のポイント

- ①ターゲットを設定する（どんな人に読んでもらいたいかを考える）
- ②ターゲットに合わせたトンナマを用意する（文章やデザインに一貫性を持たせる）
- ③フォームの項目を最小限にする（出口を少なくして、効果検証しやすくする）

### 1. ターゲットの明確化



**どんな人に読んで  
もらいたいのか？**

まずどのような人間に読んでもらいたいかを考えましょう。ターゲットが不明瞭なままのLPはユーザーが「自分ごと」のように思いづらく、CVにまで至りにくい傾向がありますので、作成前に明確にしておきましょう。

### 2. トンナマの用意



**文章やデザインに  
一貫性が保たれているか。**

設定したターゲットに合ったトンナマ(一貫性を守るルール)を決めましょう。

デザインや文章に一貫性がないと、ユーザーはストレスになり、商材の魅力も伝えきれません。

### 3. フォーム項目を最小限



**遷移先はできるだけ最小限に**

遷移先が多すぎると、CVにたどりつきにくくなるほか、効果検証もしづらいため、遷移先のページは多くても2つまでにしましょう。

# 日辰広告のWeb広告運用の 特長・サービスご紹介

## 特長①：認定資格保有者が運用を担当



Web広告媒体は、常にアップデートを繰り返しており、適切な運用を行ううえで最新の情報収集は運用者にとって欠かすことができません。

弊社のWeb広告運用担当者は、**全スタッフが担当する媒体とWeb解析（Googleアナリティクス）の認定資格を取得**しており、最新の媒体情報を熟知しています。

また、認定資格は一定期間で有効期限が切れますが更新も行っています。

## 特長②：アジャイル思想の運用



いわゆる「ウォーターフォール型」が多いWeb広告運用において、**アジャイル思想の運用を提供**しています。1ヶ月単位でのお申し込みとなりますが、事前にご提示していた計画と異なる傾向が出た場合には運用期間中であっても、「媒体変更・アロケーション」「ターゲット変更や目的の変更」など随時改善をご提案致します。

## 特長③：丁寧な運用&レポートご報告



弊社、約7割が代理店様とのお取引となっており、レポートフォーマットについては精査を重ねて参りました。広告主様のご要望に合わせて「**エクセル形式**」「**パワーポイント形式**」「**BI形式**」の**いずれかでご提出**をさせていただきます。

また、レポートに関してはWeb打ち合わせやお電話にてご説明もさせていただきます。

## 定例レポートの内容

### Web広告分析レポート



月間の広告運用状況と併せて、実施した施策に対する結果をご報告いたします。最終刈り取りでCVを獲得した広告だけでなく、初回接触・中間接触でCVに貢献した広告も含めて評価することで、**Web 広告全体を俯瞰した改善策をご提案いたします。**

### Webサイトアクセス分析レポート



月間のサイトアクセス状況・ヒートマップ分析と合わせて、Webサイトの変更箇所に対する結果をご報告いたします。「定量分析(アクセス解析)」と「定性分析(ヒートマップ、ユーザービリティ分析)」を組み合わせることで、**ユーザーの顕在・潜在ニーズを踏まえた、本質的なサイト改善をご提案いたします。**

レポート結果に基づいて、各広告媒体の課題やWebサイトの課題発見さらには目標設定につなげます

## テクノロジー・通信



## 金融・ファイナンス



## 運輸・公共



## 素材・商社



## 資本財・その他



## 消費・サービス



※上記の運用実績には弊社との直接取引と、広告代理店経由での運用案件を含みます。

## クライアントと向き合ったWeb広告を、どこよりも真剣に。

わたしたち日辰広告は、「広告はお客様の成功を手助けするための一部」という考えのもと、日々業務を行っております。そのため枠や媒体ありきの営業は一切行いません。時として広告をおススメしない場合もありますが、それはお客様の成功が必ずしも広告とは限らない場合も多分にあるからです。

小さな会社ではありますが、  
**「お客様のビジネスを成功に導くための広告」**  
 その一念にこだわってこれからも営業してまいります。

### 代表プロフィール



代表取締役  
**海老名 康**

Webマーケティング会社・イトクロにて博報堂など広告代理店を担当。

その後、NTTアドに勤務し、日本郵政グループ「かんぽ生命」や「ゆうちょ銀行」などのクライアントを担当し、各種キャンペーンの提案および実施に関わる。

2013年に日辰広告代表取締役に就任。

### 会社概要

商号	日辰広告株式会社
設立	1972年8月
所在地	東京都渋谷区渋谷1-1-10
TEL	03-6805-1283 (代表)
従業員	12名
事業内容	新規ビジネスモデルの構築支援 Web広告の運用管理 SEO等コンテンツマーケティング システム/アプリ開発 SNS運用 Webサイトのデザイン・制作

弊社はこれまで積極的な営業手法で業績を伸ばしてきた会社ではありません。実際に売上や実績が伸びたお客さまから、新たなお客さまをご紹介いただき、徐々にお客さまが増えていった経緯があります。

まずは一度、現在考えていることを整理する意味でも気軽にご相談ください。一緒に解決策を探ることができればと思います。



## 【プロモーションや売上増加に関するご相談】

- ・メールでのご連絡先：info@nissinko.net
- ・お電話でのご連絡先：03-6805-1283

※現在、新型コロナウイルスの影響でリモートワークを実施しており、お電話でのご相談が承れない可能性もありますので、あらかじめご了承下さい。