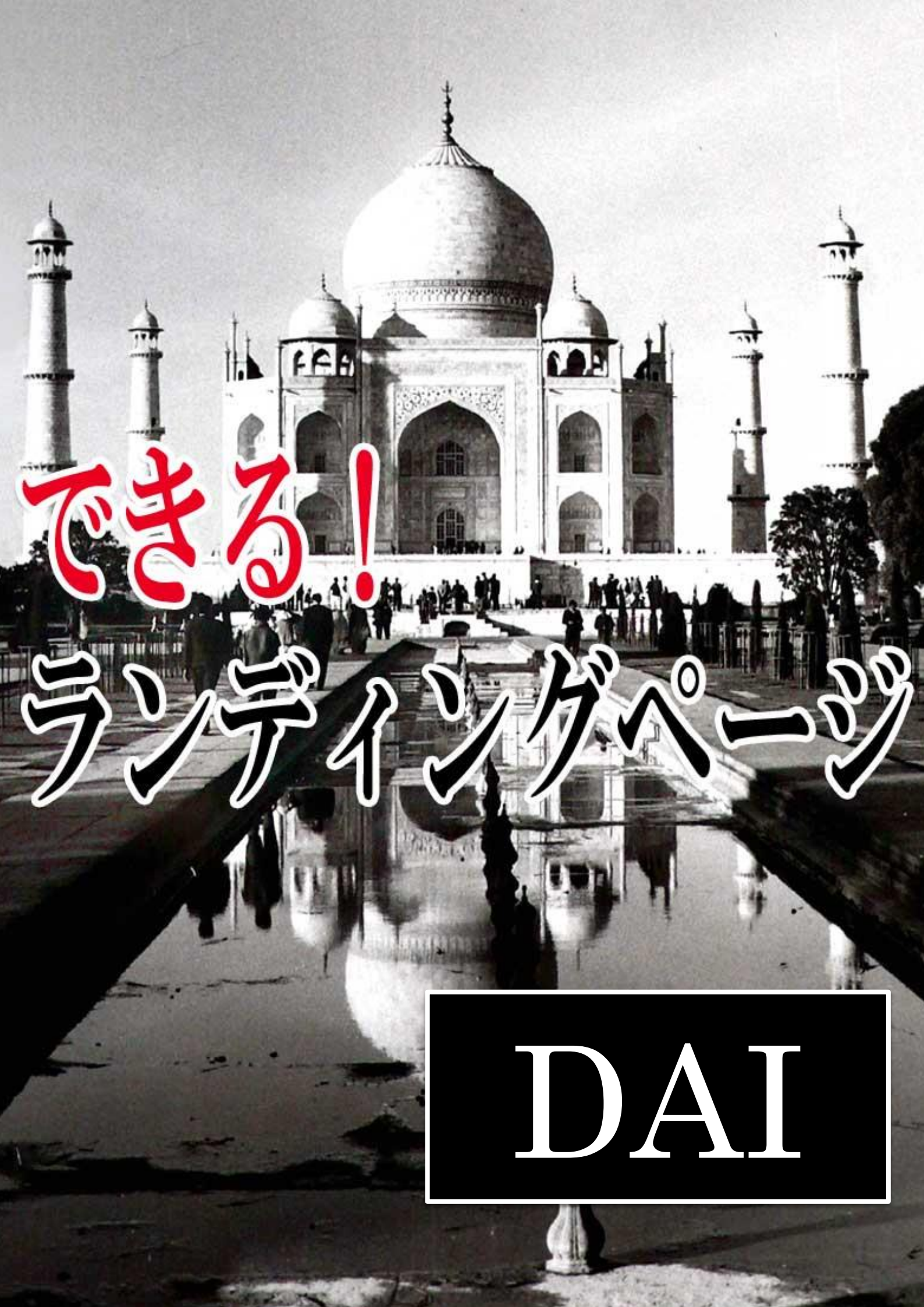

できる！
ランディングページ
DAI

■著作権について
本冊子と表記は、著作権法で保護されている著作物です。
本冊子の著作権は、発行者にあります。
本冊子の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

■使用許諾契約書
本契約は､本冊子を入手した個人･法人（以下､甲と称す）と発行者（以下、乙と称す）との間で合意した契約です｡本冊子を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第１条本契約の目的：
乙が著作権を有する本冊子に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第２条禁止事項：
本冊子に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本冊子から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを 第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本冊子に含まれる情報を使用できるものとします。

第３条損害賠償：
甲が本契約の第２条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

第４条契約の解除：
甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第５条責任の範囲：
本冊子の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

Copyright (C)　DAI　All Rights Reserved.

●ランディングページページとは？

ランディングページは、広告などをクリックしたときに**外部サイトから最初に訪れるページ**のことです。商品サイトへ誘導したり、無料プレゼントにより登録を促したりすることを目的としています。

ネットビジネスでは、**メールアドレスや名前を登録するリスト取りのページ**として使われることが多く、LP と省略して表します。

ステップメールへの誘導やメルマガ登録、無料オファーに利用されます。

●基本はセールスレターと同じ

ランディングページの目的はメールアドレスを登録してもらうことです。

セールスレターの目的は商品を売ることですから、商品を売るかわりに、メールアドレスを登録してもらうのがランディングページです。

登録は無料で、商品販売のように有料でない分、お客様にリスクがないので、セールスレターより気軽に作ることができます。
さくっと作って、登録率を見ながら改善を行っていくことが大切です。

ランディングページの構成に必要な要素というのは、基本的にセールスレターを同様です。

セールスレターを書くのと同じくらい気を配ることで、登録率の高いランディングページを作成することができます。

必要な要素については、ステップメールの解説のときにお伝えしましたので、そちらも参考にしてください。

できるステップメール
http://aspergerz.biz/img/ds1.pdf

Copyright (C)　DAI　All Rights Reserved.

●最初は真似から入ろう

いきなりランディングページを作ろうと思ってもなかなか難しいものがあります。ですので、普段から「これは登録したい！」と思ったランディングページを印刷したり、保存したりし、ストックしておくことが大切です。

見本となるようなランディングページを集め、スワイプファイルとして手元に持っておきます。セールスレターに関してもよいものを目にしたらストックしておくといいです。

そして、いざ作るときになったら、**自分のイメージと一番近いものを引っ張り出してきて、それを参考に作成します。**

キャッチコピーの書き方や各要素を伝える順番、画像の使い方など、結果が出ているランディングページを見本に真似して作成することで、同じように結果が出るページを作ることができます。

●テンプレートを利用しよう

ランディングページは見栄えがいい方が登録率は上がります。もちろん、中身も重要ですが、デザインも重要です。

１から作ることは難しいので、テンプレートを利用するといいです。

例えば、私が使っているのは次のようなものです。

たくさんのパターンの中から選択できるので、非常に使い勝手がいいです。最初はこういったものを利用し、徐々にオリジナルにしていくといいと思います。

MeVIUS-メビウス-
http://aspergerz.biz/101/77/

Copyright (C)　DAI　All Rights Reserved.

●基本的な２パターン

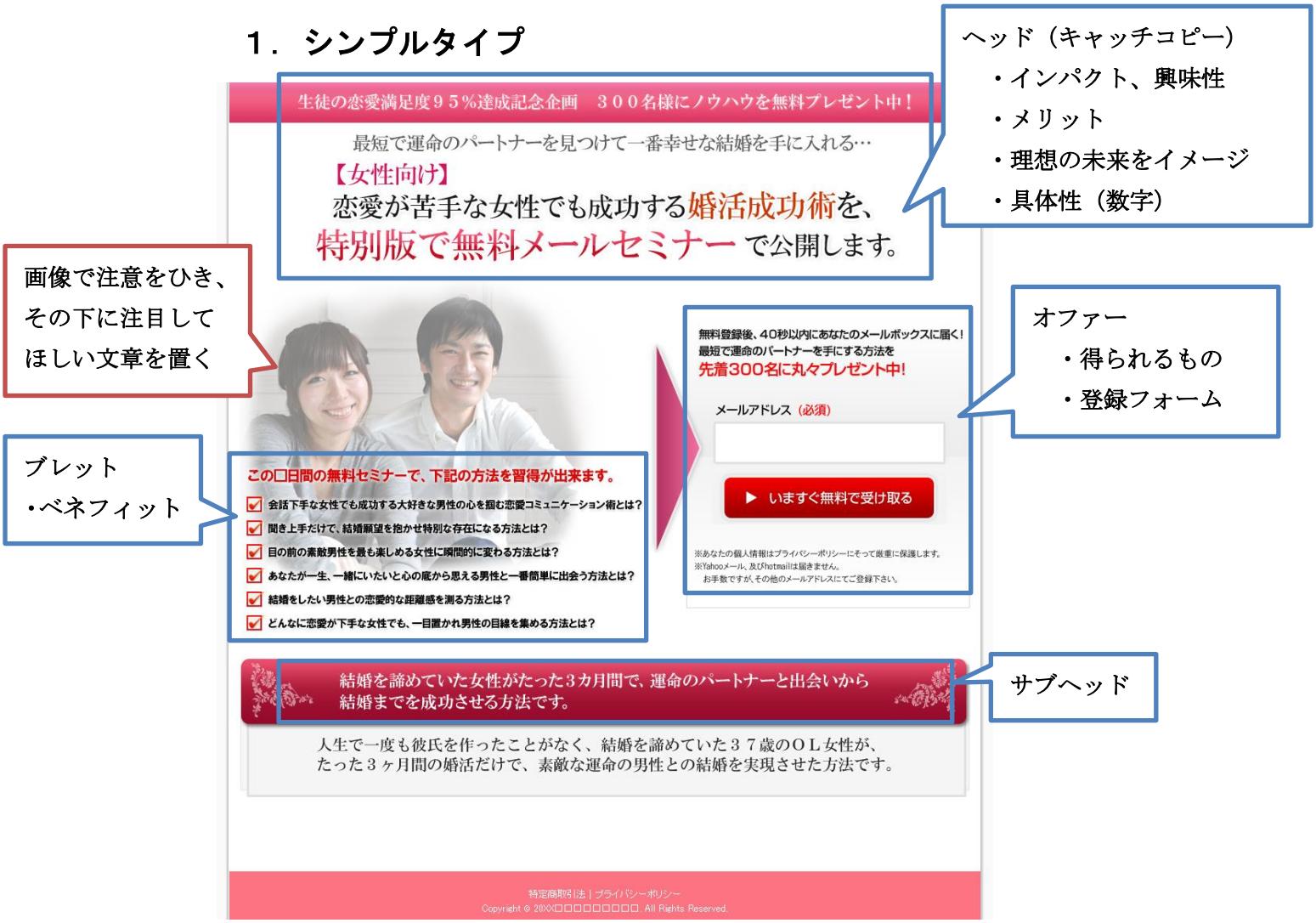
ランディングページには主に２パターンあります。

パソコンの画面に収まるようなシンプルなタイプとセールスレターのように長いタイプです。

シンプルなタイプは、お客様への興味付けだけで登録を促すものです。ただ最近では飽きられている感があるので、できればきちんとレタータイプのランディングページを作った方がよいと思います。

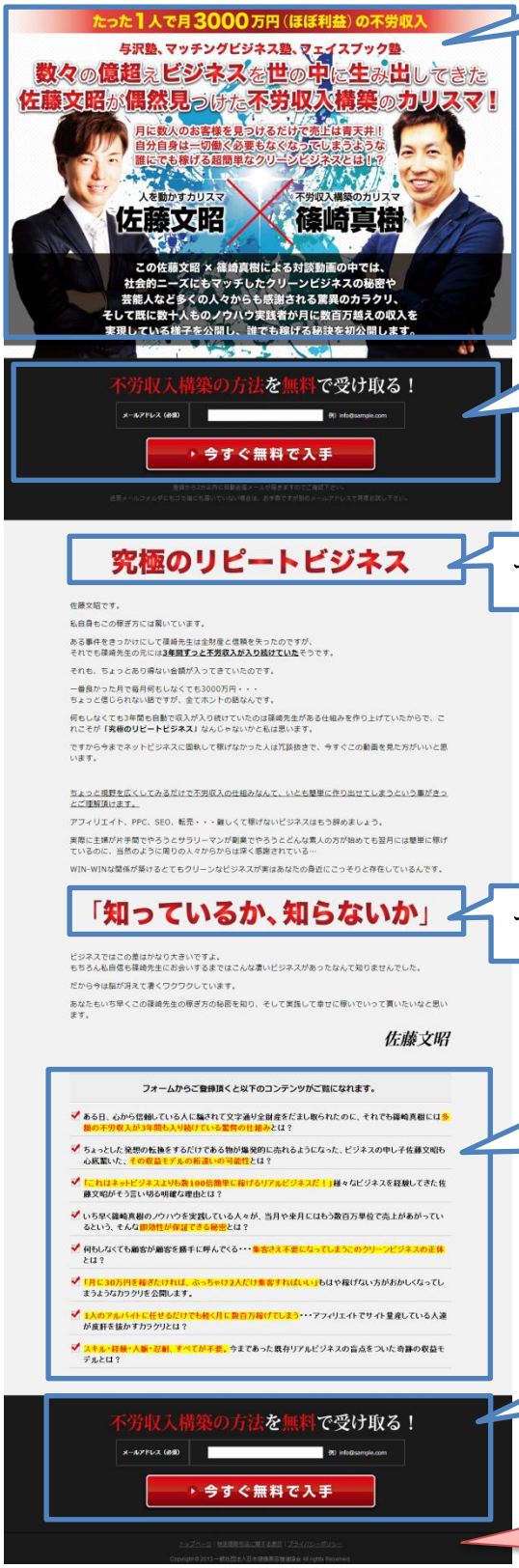
それぞれ、次のように要素を配置します。

１．シンプルタイプ



Copyright (C)　DAI　All Rights Reserved.

2．レタータイプ



ヘッド（キャッチコピー）

キャッチコピーはもっとも重要
お客様にとってインパクトがあること
が大切

オファー
・登録フォーム
オファーであることを知らせる

サブヘッド

・全体を通して、信念、自己紹介、理想、仮想敵、恐怖、事例という要素を満たすことが大切
・信念を伝えるためにストーリーを入れてもよい

サブヘッド

ブレット
・ベネフィット

特典（無料プレゼント）があるともっとよい

期限（緊急性・限定性）として締切りや人数限定があるともっとよい

登録フォーム

最後に、リスク排除（Q&A、お客様の声）があるともっとよい

Copyright (C)　DAI　All Rights Reserved.

●要素を満たす

ステップメールを書くときに要素を満たすように書きましたが、それはセールスレターやランディングページでも同じです。

すべての要素を満たすことで、伝える力がより強く、見た人の心に響く、強力なランディングページになります。次の要素を満たします。

- **信念**：　なぜ自分がこのことを伝えるのか理由「WHY」
- **自己紹介**：　興味付け、自分の最大の特徴とメリット
- **理想**：　どのような理想の世界を目指しているのか
- **仮想敵**：　苦しめている原因
- **恐怖**：　問題の自覚、最悪の未来
- **事例**：　具体的なノウハウなど解決策、自分にもできる
- **特典**：　無料プレゼント
- **期限**：　緊急性、限定性
- **リスク排除**：　Q&A、感想

お客様が本当に求めているものの本質を見極め、
１日に何回も考えてしまう欲求にフォーカスすることが大事です。

１から作ろうとすると結構大変ですので、
最初は目にとまったランディングページやセールスレターを
真似するとよいと思います。

そして**要素のパーツごと**に作っていけばそこまで大変な作業ではありません。**パーツの組み合わせで完成する**ということを頭に入れておくと作りやすいですし、反応率の高いレターになります。

ランディングページの解説は以上です。
ありがとうございました。

Copyright (C)　DAI　All Rights Reserved.

【発行者情報】
発行者　DAI
メール　telepan@nifty.com
サイト　http://aspergerz.biz/