



成約率を高めよう





成約率を高める順番

1

導線を分解して理解する

2

それぞれの工程を改善する



◆ ①導線を分解して理解する

導線を分解することで、どこを改善すべきかを明確にする

- ・広告 → LP → 問い合わせ → 成約
- ・オーガニック → LP → 問い合わせ → 成約
- ・SNS → LP → 問い合わせ → 成約
- ・ポータルサイト → 成約

様々導線があるが、

広告のパフォーマンスが悪いのか？LPのパフォーマンスが悪いのか？

SNSのパフォーマンスが悪いのか？ポータルサイトのパフォーマンスが悪いのか？

それぞれ数字を把握しよう



広告



【コピーの検証】

コピーの訴求がユーザーの興味関心を引く内容になっているか
誘導先の訴求と一貫性があるか

【クリエイティブの検証】

使用している画像やデザインは適切か
より訴求の表現に合うものはないか

見る数字

インプレッション/表示回数
CTR(クリック率)/CPC(クリック単価)
CVR(成約率)/CPA(顧客獲得単価)

よくクリックされて成約に繋がる広告をつくろう

インプレッションやクリックは顧客との接触頻度を表す
どの角度の訴求だとユーザーに興味をもってもらえるかテストしよう



SNS



【投稿の検証】

リーチ目的の投稿ではなく、成約に繋がる投稿を考えよう
どんな投稿をすると、興味をもつのか

商品が解決できる悩み、利用前後の比較、利用したことで得られる未来、お客様の声など、商品との距離感が近いもの良い

リーチ目的のコンテンツだと、見られるけど成約しないコンテンツになってしまう

【プロフィールの検証】

プロフィールに訪れた見込み客に、自分が何者か、どんな実績をもっているか、何を発信をしているか、どんな人に見てもらいたいのか、何を解決できるのか、を示し、スムーズにリンク先に誘導する

見る数字

プロフィールへのアクセス数
ウェブサイトへのアクセス数



LP



【コピー、構成、ライティングの検証】

誰の、どんな悩みを、どのように解決して、どんな未来へ導くのかを言語化して
流入したユーザーを成約につなげる

LPの要素や構成などは下記コンテンツを参照

「LP構築・導線設計の全手順」

<https://tokinoheya.com/reference/materials/988/>

各要素の充実→10—100クラス 成約率アップ講座参照

[モニターを募集しよう - 実践型オンライン・ビジネススクール「北原の精神と時の部屋」\(tokinoheya.com\)](#)

[SNS発信、ホームページで使う素材を集めよう - 実践型オンライン・ビジネススクール「北原の精神と時の部屋」\(tokinoheya.com\)](#)

[講義2. サービスを利用してくれたお客様に質問してみよう - 成約率アップのヒントになる質問 - 実践型オンライン・ビジネススクール「北原の精神と時の部屋」\(tokinoheya.com\)](#)

[ポイント① 悩みの深堀り - 実践型オンライン・ビジネススクール「北原の精神と時の部屋」\(tokinoheya.com\)](#)

[ポイント② 選ばれる理由の深堀り\(=差別化要素\) - 実践型オンライン・ビジネススクール「北原の精神と時の部屋」\(tokinoheya.com\)](#)

[ホームページの見直しをしよう - 実践型オンライン・ビジネススクール「北原の精神と時の部屋」\(tokinoheya.com\)](#)

見る数字 滞在率、スクロール率、CVR



LINEorフォームorウェブ予約



【問い合わせの検証】

問い合わせの工数が多いとハードルが上がり、問い合わせ率が下がる
フォームだったら入力項目、LINEだったら返信してもらう項目か

最初の問い合わせをしてもらう段階で情報を要求しすぎないようにしよう

【案内の検証】

スムーズに問い合わせをしてもらえるように、
問い合わせ方法を明確に簡潔に伝えられているか

見る数字

LINE: 登録数と問い合わせ数の乖離、問い合わせ率



ベンチマークは自社データ

他社の数字に惑わされずに、施策の結果、改善したのか悪化したのかを見れば良い

一度つくったら終わりではない

各工程で様々仮説を立て、検証を繰り返そう