



# LPの構成要素





## ◆ LPを構成する要素

- メインビジュアル
- サブキャッチ
- リード文
- 3～5つのこだわり
- 施術（商品事例）
- お客様の声
- 詳しく紹介
- メニュー・料金
- ご予約・お問い合わせ
- ご来店前にいただく質問と回答
- 最後に



## ◆メインビジュアル

### 【言語化する内容】

- ・どこにも負けない強み > 競合他社との差別化要素
- ・こだわりメインコンテンツの魅力、打ち出していく特徴
- ・強力なベネフィット お客様に提供できる価値、解決できる問題

※最も優れた訴求を注出

### 【掲載内容】

- ・アイキャッチ画像 言語化した要素を表せるような内容を画像、写真で表現  
例) 髪質改善→美しい髪の女性の写真
- ・メインキャッチコピー > 一番のウリを端的に表現する言葉  
例) 乾かすだけでキレイにまとまる艶髪へ (集客)



## ◆サブキャッチ

メインキャッチで使用しなかった2番目以降の訴求で内容に厚みを持たせる

- **メインキャッチではカバーできない領域**  
訴求が刺さる層を特定し、方向性を整えるイメージ

- **メインキャッチを補足する内容**

メインキャッチの端的な文章では表現しきれていない魅力の深掘り  
例)

- ・ **メイン** > あなた史上1番の垢抜け顔になれる 眉とまつげの専門店
- ・ **サブ** > 1日で垢抜ける 自然でソフトなナチュラル目元へ



## ◆ リード文

### 【言語化する内容】

- ・顧客の課題、不安 想定する > ターゲットがどのような悩みをかかえているか？
- ・顧客に安心や信頼を与えられる実績 > サービス提供人数、リピート率、既存のサービスとの違いなど >
- ・お客様にどのように寄り添っている > 悩みのヒアリング、アフターフォローなど

### 【掲載内容】

- ・問題提起 > 日常で起こり得る問題の指摘
- ・共感 > 自身が感じる市場の負に対する感情、ユーザーの気持ちの代弁
- ・実績 > 自らの知識やサービスを通して解決してきた事例、その総数
- ・顧客の不安や課題を解決できる根拠 > 商品やサービスの優れている点。そのエビデンス（実際にお客様が通う様子、喜びの声）



## ◆ 3~5つのこだわり

### 【言語化する内容】

- ・お店のコンセプト
- ・お客様が求めている価値は？
- ・他店との差別化要素

### 【掲載内容】

- ・悩みや課題が解決した先の未来
- ・ビフォーアフター
- ・絶対に譲れないこだわり3つ



## ◆ 施術（商品）事例

### 【言語化する内容】

- ・ お客様の悩み > 実際にご来店したお客様がどのような悩みを抱えているのか？ >
  - ・ どのような方針で施術したのか？ > その悩みに対してどのようにアプローチしたのか？
  - ・ 施術後のお客様の変化、感想 > お客様にお伺いをたてた上でビフォーアフターを写真や動画で撮影
- アンケートもいただく（お顔だしの写真が望ましい）
- ・ 事例を専門家の立場でわかりやすく > 専門用語を使わずに問題解決までのアプローチの説明

### 【掲載内容】

- ・ ビフォーアフター お悩みがどういった形で解決していったのか？をテキスト、画像、動画で掲載
- ・ 提供する商品、サービス > 商品サービスのどのような特性で問題解決に至ったか？
- ・ 実績 問題解決した事例、お客様の感想や口コミ



## ◆ お客様の声

### 【言語化する内容】

- ・なぜ当店を選んでくれたか？

10-100クラス、成約率アップ講座、サービスを利用してくれたお客様に質問してみよう参照

[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」\(tokinoheya.com\)](https://tokinoheya.com)

### 【掲載内容】

10-100クラス、成約率アップ講座、サービスを利用してくれたお客様に質問してみよう参照

[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」\(tokinoheya.com\)](https://tokinoheya.com)





## ◆メニュー、料金

### 【言語化する内容】

お客様と向き合うときに大切にしていること

- ・約束事 確実に提供できることを言語化。曖昧なものを約束するとクレームの元になる
- ・抱いている想い > 感情的な部分。理屈を除いた商品やサービスで叶えたい想い
- ・届けたいこと > 想いを具体的にどのような形で実現するか？

### 【掲載内容】

- ・お客様との約束事
- ・お客様への想い
- ・サービスを通してお客様に提供したいこと
- ・どういうお客様に来てほしいか？



## ◆ 詳しく紹介

### 【言語化する内容】

- ・メニューごとの特徴 価格、提供内容、提供時間、提供できる結果、  
どんな悩みにマッチするかなど
- ・一番出ている人気メニュー → 人気の理由
- ・推したいメニューとその理由 → 誰のどんな悩みを解決できるのか、なぜオススメなのか

### 【掲載内容】

- ・オススメメニュー → サービス名、サービス紹介
- ・メニュー表



## ◆ ご予約、お問い合わせ

### 【言語化する内容】

- ・ 問い合わせ方法
- ・ 問い合わせの流れ

### 【掲載内容】

- ・ 問い合わせの流れ（工程）をスクショした画像＋テキストでわかりやすく
- ・ LINE、電話、WEB予約



## ◆ ご来店前にいただく質問と回答

### 【言語化する内容】

- ・来店直前にお客様に聞かれる質問
- ・来店直前にお客様が感じている不安、質問

### 【掲載内容】

- ・拘りとして伝えると自画自賛、売り込みっぽくなってしまいうような内容は「お客様からの質問」という形で掲載



## ◆最後に

### 【言語化する内容】

- ・簡単な自己紹介
- ・お店を始めたきっかけ
- ・嬉しかったこと、つらい経験など
- ・日頃の心がけ、大切にしていること
- ・お客様への気持ち
- ・感謝していること

### 【掲載内容】

- ・オーナー、店長の想い
- ・ヒアリング項目