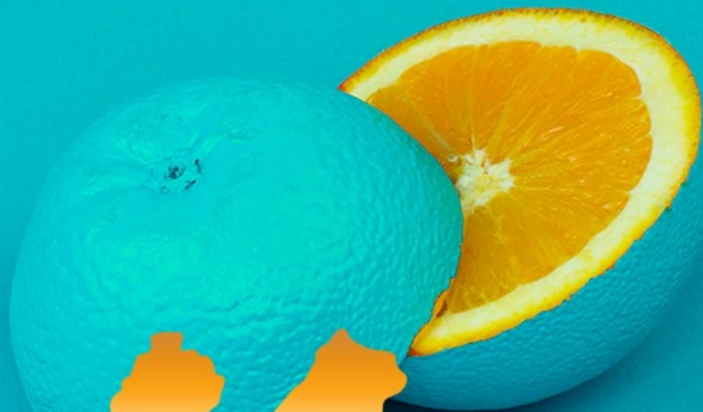


WEBデザイナーのための  
“売れる”サイト設計講座



# デザイン X ライティング

Design and Sales Writing

サイト設計ファーストウェビナー

# WEB DESIGN × WRITING

LPだけでなく、コーポレートサイト、実店舗サイト、  
ポートフォリオ、EC、アフィリエイトサイトが『売れまくる』

サイト設計ライティングファーストウェビナー

# CONTENTS

WEBサイトにはいろいろな種類があり、それぞれ目的や作り方が異なっている。  
お客様があなたに要望するサイトは、次のうちどれだろう。

1. サービスや商品のランディングページ（LP）
2. コーポレート／実店舗サイト
3. 個人ブランディングサイト（ポートフォリオ）
4. ECサイト
5. アフィリエイトサイト

本ウェビナーは、これらのサイトをそれぞれ「売れるサイト」にするために、どのように設計するかをステップバイステップで解説する。

# サイト設計で必ず抑えるべき3つの要素



## TARGET

誰に向けたサイトか。



## PERPOSE

どんな目的を持って、どんな気持ちでサイトに訪れているか。



## BENEFIT

お客様がサイトで得られる便益（メリット）は何か。

# お客様の視点

サイトを設計するときは、必ず「お客様の視点」から構築する。

- ▽ どんなターゲットのためのサイトか
- ▽ どんな気持ちで、どんな目的をもって訪れるのか
- ▽ どんな便益（メリット）を与えることができるのか

すべてのサイトにはこの3つの項目がある。これに答えられないようでは、サイトを作る準備ができていないということ。

あなたが作るサイトについて、この項目がしっかりあるか、まずは考えてみよう。

# 売り手の視点で作るのはNG

この「お客様目線」が抜け落ちている人が非常に多い。クライアントに多いが、デザイナーの中にも存在する。

主語が全て依頼主（以下、クライアント）の場合は注意が必要。

- ▽ （私は）カッコよくてクールなサイトにしたい
- ▽ （私は）この商品写真にこだわったので、絶対にTOPに使って欲しい
- ▽ （私は）赤が好きだから、赤とこのフォントを使って欲しい

全て実際に筆者がクライアントから過去に言われたことだが、お客様の視点が完全に抜け落ちている。

サイトは「お客様のために、お客様の目的を叶えるために存在している」ことを忘れてはならない。

サイト設計は、お客様目線で行う。

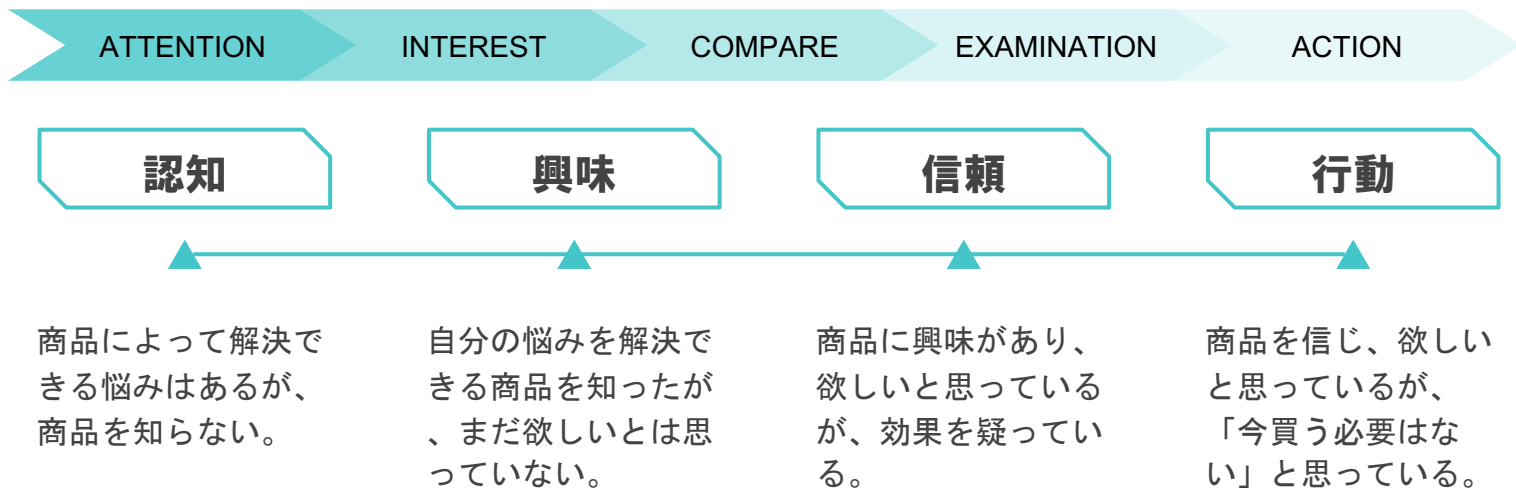
お客様が最初**どういう気持ち**でサイトに訪れ、  
サイトの中身を読んでどんな**心理的な変化**が  
起き「商品がほしい」と思うのか。

そこにはどのような**心の動き**があるのだろう。

「売れるサイト」を作るためには、  
まずは**お客様の心理を知る**必要がある。

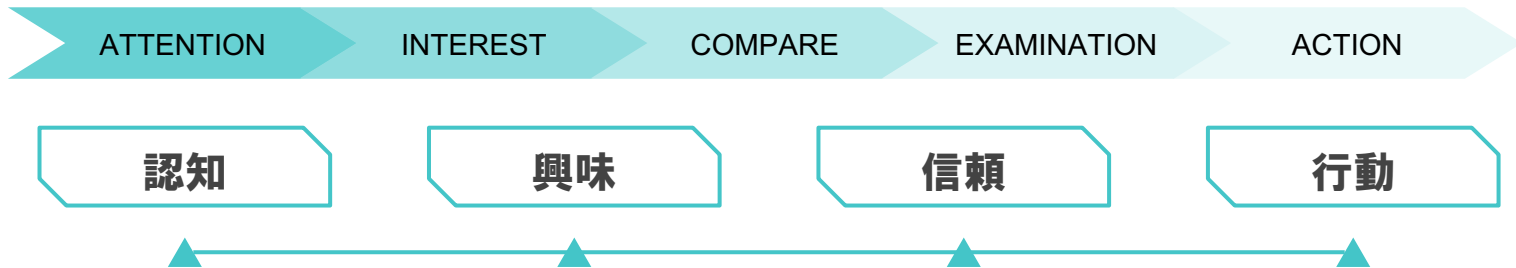
**売れるサイトは、  
お客様の心に寄り添っている**

# お客様がものを買うまでの心理の流れ





## つまり…



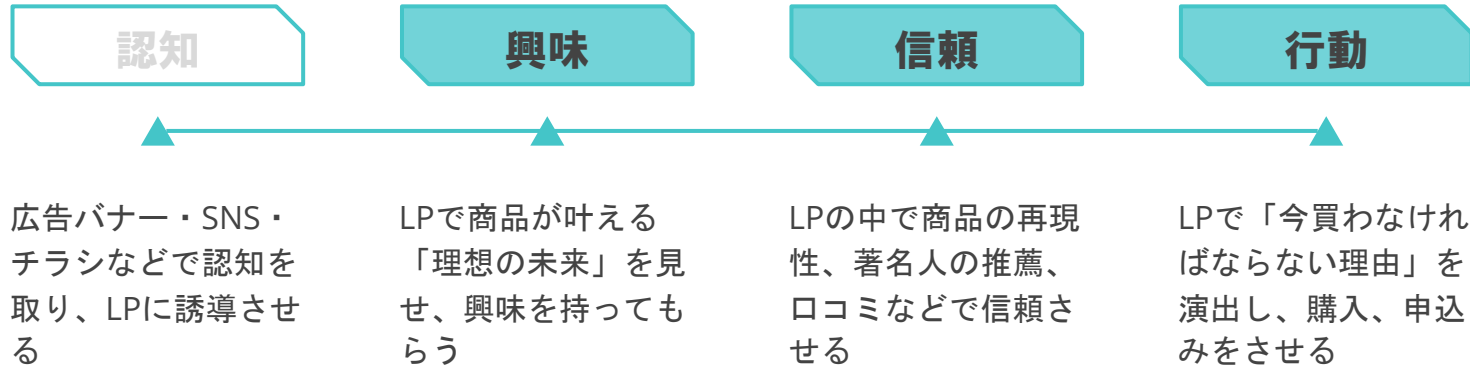
お客様に、まず知ってもらい、次に興味を持ってもらい、商品や販売者を信じてもらい、最後に購入していただくことが必要である。

そしてこの順番は、必ず違えてはならない。

# 各WEBサイトにおける整理すべき3要素

	サイトの目的	お客様の心情	お客が手に入れる便益
LP	商品やサービスを知ってもらい、買ってもらう	悩みの解決方法を探している	商品やサービスを購入し、悩みを解決する
コーポレートサイト 実店舗サイト	会社／店舗の認知とブランディング	会社／店舗のことを知りたい	会社／店舗を知り、そこから連絡・問い合わせ・訪問ができる
ECサイト	客が求めている商品を探せること。スムーズに購入できること	商品をすでにある程度知っていて、最初から買う目的で訪れている	適切な商品が選択でき、スムーズに手に入る
ポートフォリオ	個人の認知・信頼構築	個人のファンやプロダクトのファンが、詳しい情報を探している	個人を知り、そこから連絡・問い合わせ・訪問ができる
アフィリエイトサイト	悩みを抱えるターゲットをLPやECにつなげ、購入させて報酬を得る	悩みの解決方法を探している	悩みの解決に、どれを買えばいいか分かる

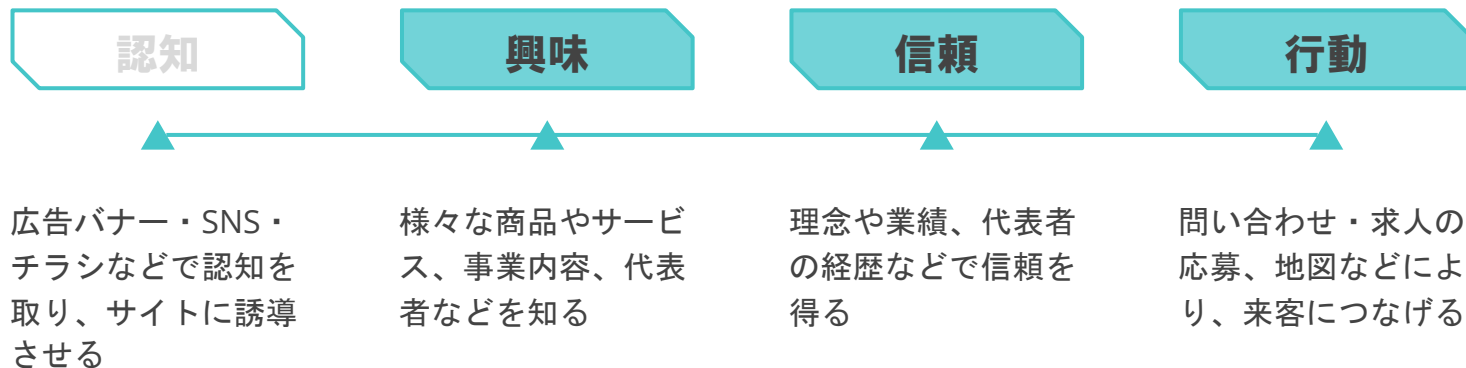
# LPが突破すべきお客様の心理障壁



## COMMENT

LPは、認知以外の全ての心理を担い、行動まで導いていく必要がある。

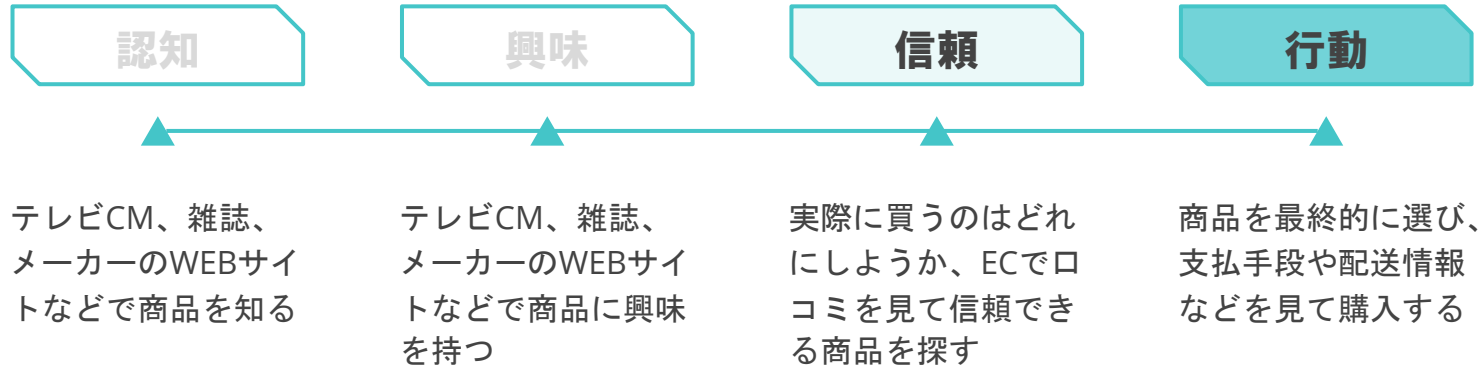
# コーポレートサイト 実店舗サイトが突破すべきお客様の心理障壁



## COMMENT

コーポレートサイト、実店舗サイトは、認知以外の全ての心理を担い、行動まで導いていく必要がある。

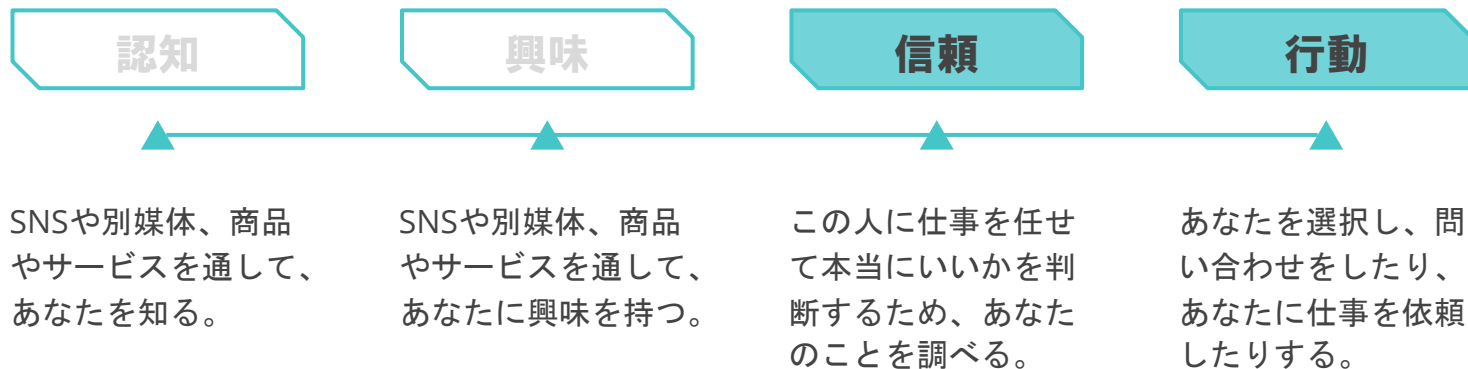
# ECサイトが突破すべきお客様の心理障壁



## COMMENT

ECサイトは、信頼の一部「商品選択」の部分と、行動までを担う。

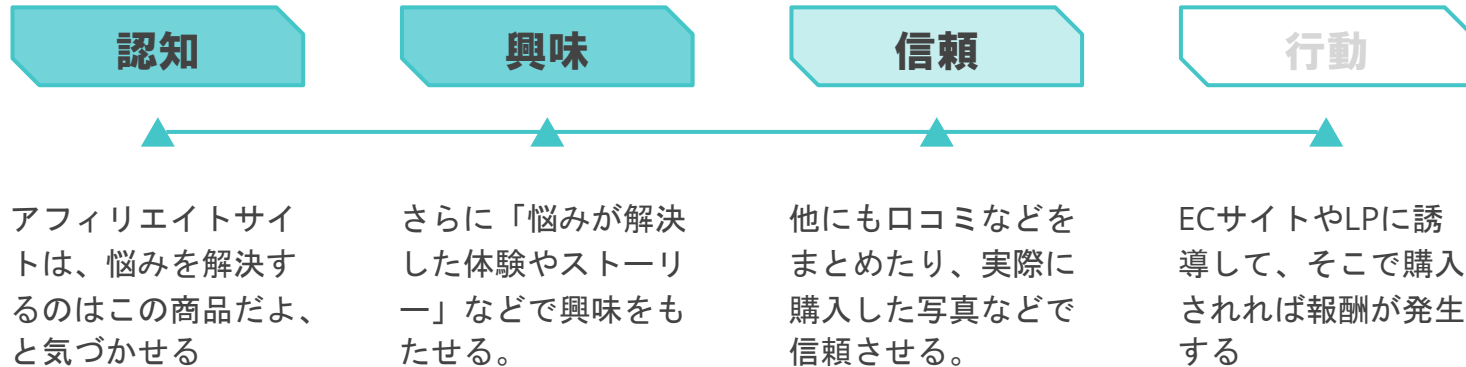
# ポートフォリオが突破すべきお客様の心理障壁



## COMMENT

ポートフォリオは、あなたに対する信頼と行動までを担う。

# アフィリエイトサイトが突破すべきお客様の心理障壁



## COMMENT

アフィリエイトサイトは、認知と興味に全振りし信頼の一部を担うが、「行動」は別媒体に委ねる

## 各WEBサイトにおけるクリアすべき心理障壁のまとめ

	認知	興味	信頼	行動
LP		○	○	○
コーポレート 実店舗サイト		○	○	○
ECサイト			△	○
ポートフォリオ			○	○
アフィリエイトサイト	○	○	△	



# LP

## WRITING TEMPLATE

ランディングページは、お客様の心理の流れである、

「興味→信頼→行動」

のテンプレートで構成する。

興味をもたせる  
デザイン・ライティング

信頼させる  
デザイン・ライティング

行動させる  
デザイン・ライティング

購入

順番を変えたら売れない。

# 興味をもたせるデザイン

LOGO

〇〇〇〇業務の効率化・  
コスト削減ができる

〇〇に特化した  
〇〇〇〇〇〇サービス

平日00:00~00:00

資料請求

お問い合わせ

## 理想の未来

このサービスを使ったあとの「理想の未来」を記載し、「これが欲しい」と思わせる

下記フォーム

姓

名

会社名

会社のメールアドレス

電話

部門

役職

資料請求の目的を教えてください

プライバシーポリシーに同意する

[プライバシーポリシー](#)に同意の上、送信ください。

サービス資料をダウンロードする

# 興味・信頼をもたせるデザイン



## 取引先企業

大手と取引があることを伝え、信頼性を高めている

## こんな課題はありませんか？



〇〇業務に時間がかかり、  
〇〇のコストがかかる…



〇〇管理が大変でリソースが不足。  
本来の業務に集中できない…



〇〇で新規顧客を獲得したいが、  
成果につながらない…

## 自分ごとに思わせる

悩みを言い当てて、「これは私のことだ」と思わせている

〇〇〇〇〇〇サービスは  
〇〇業務の効率化・コスト削減ができます

## 悩みは解決すると宣言

強く宣言することで、先を読ませる

# 信頼をもたせるデザイン

## 特長

### ✓ ○○○○○○でコストを削減

サービス内容や機能をふまえて特長を3つ挙げる。前述の「よくある課題」に対して解決できることを記載する。

### ✓ ○○○○○○で作業効率アップ

サービス内容や機能をふまえて特長を3つ挙げる。前述の「よくある課題」に対して解決できることを記載する。

### ✓ ○○○○○○で売上拡大

サービス内容や機能をふまえて特長を3つ挙げる。前述の「よくある課題」に対して解決できることを記載する。

## 差別化要素

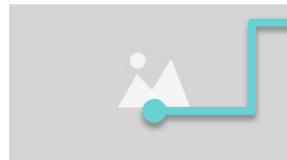
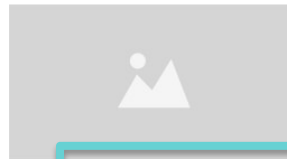
特長、他のライバルとの違い、優れていることを伝える

## 具体性

具体的に「なぜ効率が上がるか」を伝え、再現性を持たせる。

## 画像でも具体性/再現性

実際に使ったあとのビフォーアフターなどで悩みの解決をイメージさせる



# 信頼をもたせるデザイン

特長や価格がわかる資料はこちら

サービス資料をダウンロードする

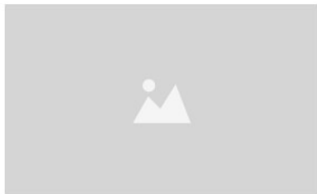
お問い合わせ

## 資料で具体性/再現性

パンフレットやホワイトペーパーなどのPDFをダウンロードさせる

## 導入事例

株式会社〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇

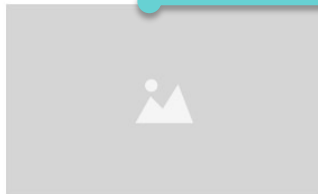


売上が100%向上。テキストテキストテキストテキスト

業種〇〇〇 従業員数〇〇〇〇〇

テキストテキストテキストテキスト

株式会社〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇

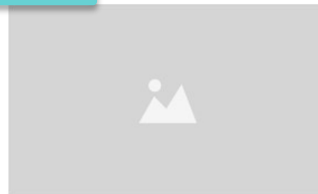


コストが半分に。テキストテキストテキストテキスト

業種〇〇〇 従業員数〇〇〇〇〇

テキストテキストテキストテキスト

株式会社〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇



利用者数が2倍に。テキストテキストテキストテキスト

業種〇〇〇 従業員数〇〇〇〇〇

テキストテキストテキストテキスト

## 導入事例

実在のクライアントの事例を上げ、再現性や社会的証明（口コミ）も出していく

## 数字を使う

売上2倍、100人中98人が、など、数字は具体性の極地。積極的に使え。

# 信頼をもたせるデザイン

導入事例の詳細をまとめて見る

導入事例集をダウンロードする

[お問い合わせ](#)

## 再度詳細の資料

当然無料でDLさせる。また、ここで購入されなくてもリストを取れる

## ご利用の流れ

お問い合わせ

テキストテキストテキストテキストテキストテキストテキストテキストテキストテキスト



ヒアリング

テキストテキストテキストテキストテキストテキスト



ご提案

テキストテキストテキストテキストテキストテキストテキストテキスト



## ご利用の流れ

購入後、具体的にどのようなことをするのか、流れを伝え「不安を払拭」する。

人は「中身が見えない、わからないもの」が怖い。申込後に何をするのかを明確に伝えることで、「信頼」を得ることができる。

# 行動を促すデザイン

## よくある質問

質問文テキストテキストテキストテキストテキスト

—

回答文テキストテキストテキストテキストテキストテキストテキストテキストテキストテキスト

質問文テキストテキストテキストテキストテキストテキスト

+

質問文テキストテキストテキストテキストテキストテキスト

+

質問文テキストテキストテキストテキストテキストテキスト

+

## まずは資料請求(無料)

### FAQ

これも「不安の払拭」の要素。ありとあらゆる「購入しない理由」を入れ込む

### 「無料」のちから

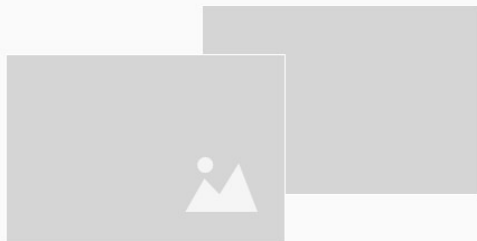
「高単価サービス」の場合は、無料説明会、無料体験、返金保証などの「リスクヘッジ」が極めて重要。

とにかくターゲットの「リスクをゼロにしてあげる」ことを意識する。

# 行動を促すデザイン

## まずは資料請求(無料)

〇〇〇〇サービスについて  
詳しく紹介した資料です



### こんな方におすすめです

- ・ 〇〇〇〇〇〇〇〇〇に興味がある方
- ・ 〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇の課題を解決したい方
- ・ 〇〇〇〇〇〇〇〇〇について詳しく知りたい方

フォームへ必要事項をご記入のうえ、送信ください。

姓	名
会社名	
会社のメールアドレス	
電話番号 (ハイフンなし)	
部門を選択してください	
役職を選択してください	
資料請求の目的を教えてください	
<input type="checkbox"/> プライバシーポリシーに同意する <a href="#">プライバシーポリシー</a> に同意のうえ、送信ください。	

サービス資料をダウンロードする

## リストの取得

高単価サービスは資料やホワイトペーパーを配ることでリストを取り、通話やzoom、対面でのクロージングにつなげる。

LP上で「信頼」がしっかりとまるなら、このまま購入や申込を訴求してもOK。

## CTA

コール・トゥー・アクション。  
ボタンは大きく目立つ差し色を使う。

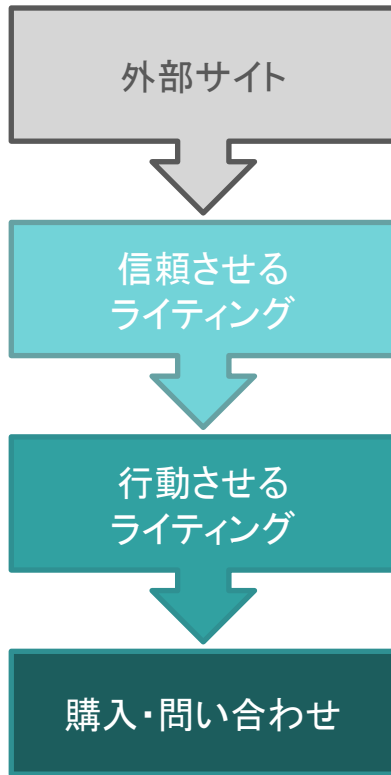
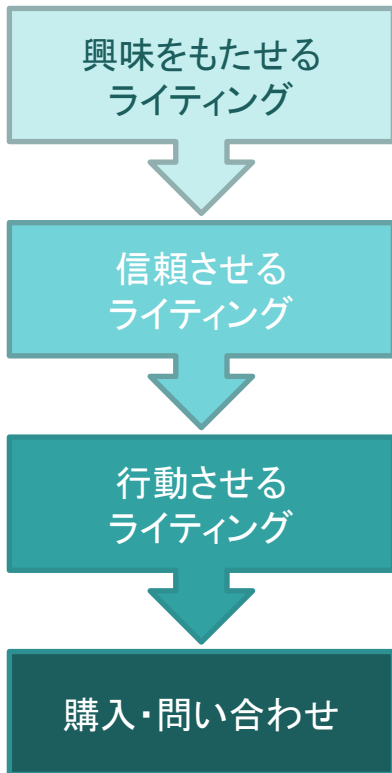


## 再度心理障壁を確認

	認知	興味	信頼	行動
LP		○	○	○
コーポレート 実店舗サイト		○	○	○
ECサイト			△	○
ポートフォリオ			○	○
アフィリエイトサイト	○	○	△	

# CORPORATE/SHOP

コーポレート/実店舗サイト



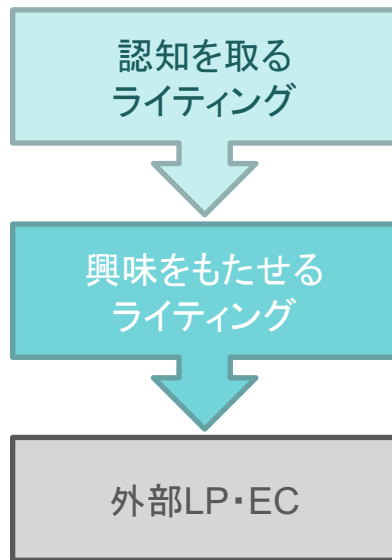
# EC/PORTFOLIO

ECサイト/ポートフォリオ

LPと同様に、  
寄り添うお客様の心理の  
順番を変えたら売れない。

# AFFILIATE

アフィリエイトサイト



全てのサイトは、「お客様の心理障壁のどこを担っているのか」によって、書くべき情報が変わる。

商品売るにあたり、お客様に伝えるべき情報は実は常に一定であり、それを総じて「販売導線(導線)」と呼ぶ。

WEBサイトの種類によって、「どの部分の障壁を突破する役割を負っているのか」が違うだけ。

**売れるサイトには、  
必ず  
「販売導線」が意識されている。**

# DESIGN×WRITING

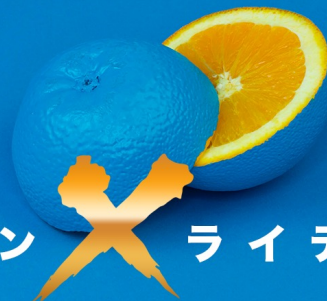
## WEBデザイナーのための デザイン×ライティングプロ養成コース

これらの「販売導線」の全てのライティングテクニックを、実際のサイトの例を挙げながら、一つずつ分かりやすく解説。

課題形式であなただけのLPを作りながら、学ぶ。

この講座を購入し、全てのデザイン×ライティング要素を分解して理解することができたとき、あなたはLPだけでなく、すべてのサイトを「売れるサイト」に昇華することができるだろう。

WEBデザイナーのための  
セールスライティング講座



デザイン × ライティング  
Design and Sales Writing

プロ養成コース

01

**認知と興味を取るライティング**

ATTENTION/INTEREST

03

**行動を促すライティング**

CONVERSION/CONTACT

02

**信頼を取るライティング**

CONFIDENCE/EVIDENCE

04

**高単価を売るライティング**

BRANDING

# THANKS!

**Ichi@AtelierRiche.2022**  
**Twitter @hash666699**

