



ランディングページサクセスガイド

免責事項

著者はこの E-BOOK を出来る限り完全、正確にするよう最善の努力をしていますが、急速に変化しているインターネット産業の性質のため、未来永劫、常にここに書かれている内容が正しいとの保証をすることはできません。

著者はこの E-BOOK に書かれている情報をもとに読者が直接、間接問わず何かしらの損害を受けたとしてもその責任は負いかねます。

この E-BOOK は法的、商的、会計的ならびに金融的助言の根拠に利用されるために書かれたものではありません。読者は、法的、商的、会計的ならびに金融的に十分な見識のある第三者の忠告を受けてください。

利益に関する保証は一切行いません。ここに書かれた情報をどのように利用するも読者の責任となります。著者は事前の通告なしにこの内容を変更する権利を有します。著者はいかなる場合も読者の利益に対する責任を負いません。

著者 : K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com>

<http://blog.keima-infobiz.com>

目次

ランディングページのご紹介

ランディングページのシステム

準備をしましょう ー 必要なもの

ランディングページのテーマを決める
効果的なランディングページを書く

効果の高いランディングページ作成のコツ

ランディングページへ多くの来訪者を

優良なランディングページのサンプル

ランディングページ サクセスガイド

ランディングページのご紹介

成功する、パワフルなセールスのためのページの作成に取りかかる前に、まずはランディングページを正しく知ることが必要です。

ホームページの目的が様々であるのに対して、ランディングページは、特定の商品のセールスやニュースレターへ来訪者を誘うのみ、というフォーカスされた目的があります。

ランディングページには、スクイズページ（またはリードキャプチャーページ）というような呼び方もあります。

スクイズページとは、名前やメールアドレスを集める目的で作られています。

しかし、多くの場合、スクイズページは、ランディングページの小さなタイプのことを指し、オプトインフォームを含んでいます。

ランディングページについて最初に知っておくべき大切なことはなんでしょうか。

まず、すべての、成功しているマーケッターたちがこのランディングページを使っている、ということです。

ネットを介してあなたが商品を売ろうとしているのなら、サイドバーのような部分に小さく表示されるようなページではなく、このランディングページを活用したいところです。

もうひとつ大切なのは、すべてのランディングページの目的はただ1つだ、ということです。

それは、来訪者を、購読者もしくは購入者に転換していく、ということ、そのただ1つです。

また、すべてのランディングページは、かならず同じパーツを持っています。

そのパーツとは、オプトインフォーム（またはセールスプロンプト）、簡単な紹介文、リストもしくは商品のオーナーの写真、オーナーのサイン、そして呼びかけです。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com>

<http://blog.keima-infobiz.com>

こういったタイプのものが適しているかは、そこは試行が必要になってくるところです。

多くの方は、来訪者の転換を重視し、それには紹介文が短いことが大切だとおもうでしょうし、一方で他の人は、長くても魅力的なコピーをもっている文章こそが来訪者を購入者に転換させるために大切だと考えているでしょう。

どちらにしろ、フォーカスされていないランディングページを作ることだけは避けなくてはなりません。

ランディングページのシステム

ランディングページのシステムは、複数の流れから収益を得ることができるユニークでパワフルなシステムです。

ここでは、その「流れ」のいくつかについてご紹介し、その扱い方を見ていきましょう。

まずはランディングページそのものを見てみましょう。

来訪者はまずこのページにたどり着きます。

ここから、それぞれのオプションにしたがって来訪者はアクセス先へと行くわけです。

多くの成功した先人たちによれば、ランディングページは必ず、オプトインフォームである必要があります。

またある先人たちは、ランディングページとは純粹に、セールスページであるべきだと考えています。

無料のニュースレターにしる、売り出している商品にしる、ランディングページのシステムは「ワнтаイムオファー」と表示することが大切です。

それにより、訪れた人々が購入または購読せざるを得ない、と考えるわけです。

ランディングページのシステムは、購入や購読した人々をお礼のページへと導きます。

更なる売り上げはここにかかってきます。

それには、このお礼のページに、関連したアフィリエイト商品やあなた自身の商品の広告を載せることです。

ここでも、「ワнтаイムオファー」が効果的です。

また、これまでにメーリングリストに誘っていない場合、このお礼のページがそのチャンスです。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com>

<http://blog.keima-infobiz.com>

いったん来訪者がオプトインフォームに記入すれば、そこからさらに、このランディングページの可能性が広がっていくのです。

その可能性のひとつが、ニュースレターやメールマガジン内の広告スペースを販売する、というオプションです。

より多くの人があなただのニュースレターを読むようになれば、それだけ広告スペースの値段を上げることもできます。

ただ、広告主の収益とのバランスを考えた値段設定も大切です。

もう1つのオプションが、アフィリエイトとして他の人の商品を紹介することです。

購読者に、「ある人は素晴らしい商品を開発しました」と伝え、アフィリエイトのリンクを利用させるようにするわけです。

他の人の商品さえも、さらなるボーナスのために役立てることができるのです。

最後に、もっとも効果的なニュースレターの活用の仕方が、自らの商品を売る、ということですが。

なにも、これらすべてのポイントを押さえることはありませんが、しかしこれらすべて、より多くの収益につながるものなのです。

準備をしましょう ー 必要なもの

実際にランディングページの作成に入る前に、いくつか必要なものがあります。

その目的は

- a) オファーにポイントをもたせる
- b) ランディングページ作成の効率化をはかる

といったものです。

まずなんとしても必要なのは、オートレスポnderです。

これがなければ、お金のはいったバッグをゴミ箱にすてているような事態になってしまいます。

お客や、お客となりうる人々との関係を築いたり、将来的に収益を上げたりするチャンス逃してしまうことになってしまうわけです。

オートレスポnderに加えて、人々が欲しいと思うようなオファーを用意することも大切です。

たとえば E-BOOK やソフトウェアのような商品を、開発しておく必要があります。

そういった商品の開発のための技術を持っていない、という場合はプロフェッショナルに委託するのがよいでしょう。

HYPERLINK "http://www.elance.com/" [Elance.com](http://www.elance.com/)

HYPERLINK "http://www.guru.com/" [Guru.com](http://www.guru.com/)

そうして、その商品を売るなり、お礼ページで購読者を得ることができます。

または、これらの商品を無料でオファーすることで購読者を得る、といった方法もあり、これは今日のネットマーケティングではよく行われていることです。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com>

<http://blog.keima-infobiz.com>

もう1つ不可欠なのは、支払い方法などのサービスを確認することです。

HYPERLINK "http://www.paypal.com/" [Paypal](http://www.paypal.com/)

HYPERLINK "http://www.clickbank.com/" [Click Bank](http://www.clickbank.com/)

HYPERLINK "http://www.2checkout.com/" [2 Check Out](http://www.2checkout.com/)

といったところが参考になるでしょう。

グラフィックも必要です。

よくあるのは、グラフィックヘッダーやチェックボタン、バックグラウンドとなるウォールペーパー、それにちょっとしたあなた自身の写真などです。

写真は用意できるとしても、その他に関してはプロフェッショナルに任せるのも良いかもしれません。

さらには、実物のようなサインを用意することも大切です。

HYPERLINK "http://www.vletter.com" <http://www.vletter.com>

あたりを参考にしてみてもいいでしょうし、ワープロソフトの機能を活用してもよいでしょう。

ランディングページのテーマを決める

おそらく、ランディングページの作成においてもっとも重要なのが、テーマを決めるということです。

そしてテーマを決めるということは、来訪者を獲得するための仕組みを設定するプランにかかってきます。

サーチエンジンを応用した仕組みを利用する場合は、あなたのターゲットとする分野において、ハイディマンド（検索の数が多）でありながらローサプライ（競合サイトが少ない）であるフレーズを見つけ、それぞれのフレーズに対して適切なランディングページを作ることが大切です。

一方、ペイパークリック（PPC）のプログラム、たとえば

HYPERLINK "http://www.adwords.com/" [Adwords](http://www.adwords.com/)

のような仕組みを利用するのであれば、あなたが購入しようとしているそれぞれのキーワードに沿うような、複数のページが必要となります。

じつはこの段階が、ランディングページ作成において多くの人々が失敗するところなのです。

特定のオーディエンスにアピールできるページでなくてはならない、というわけです。

たとえば、ニュースレターのためのスクイーズページを例にとると、数々あるおもちゃに関するニュースレターを書いているのに、ランディングページを1つしか用意していないのというのは、大きなミスというわけです。

つまり、質の高い商品なりニュースレターなりを開発すれば、その分、多くの人々が興味をしめすことになるのです。

ですから、それぞれの人々に特化したランディングページを用意してあげるのが、利益を得ることにつながります。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com>

<http://blog.keima-infobiz.com>

レゴやその他のブロックのおもちゃに関するニュースレターがあるとしましょう。

おおきな枠として、「おもちゃ」というグループに分類してしまうと、レゴやその他の特定のブロックおもちゃに関する情報を求めている人は、直接的な関係性を見いだせず、あなたのニュースレターから遠ざかってしまうこととなります。

かわりに、レゴという枠のページにもブロックおもちゃという枠のページにも関連づけておけば、それぞれのページの来訪者がリストに加わることになるわけです。

もう一歩先を考えてみると、ニュースレターについてランディングページを作成するならば、リストを分類するのも良いでしょう。

そうすることで、必要に応じて、レゴに関してだけ、もしくは他の特定のブロックおもちゃに関してだけ、などの情報もそれぞれ送ることができますね。

効果的なランディングページを書く

多くの人々は、効果的な、すなわち来訪者を効率よく顧客にできるようなランディングページの書き方をご存知ないことでしょう。

その場合、これまでに見たことのあるランディングページを参考にしようとする方が多いかもしれません。

ところが、ポイントが分からないことには、単にまねてみても効率的なページは作れないのです。

まずおおきな問題となるのは、まずコピーをどうするか、です。

すべての人々が優れたライターというわけではありませんが、それでも何かを売ろうとしたりリストを得ようとするならば、重要になってきます。

大切なのはあなたの強みと弱みを知ることです。

その上で、自分自身で時間をかけるのか、誰かに委託するのか、決めていきましょう。

コピーライティングでは、たとえば、心理的に引き付ける要素とセールスポイントが大切です。

多くの人々はページを書く上で、このいずれかもしくは両方の要素を忘れてしまいます。

誇張して書くことに集中しすぎると、あなたの商品がどのようなソリューションを提案しているか、もしくはソリューションが必要である問題自体の説明がおろそかになってしまうこともあるのです。

そもそも問題もないのにソリューションを提案されても、商品を購入する人などいませんよね。

一方、心理的に引き付ける表記、たとえば「科学的に実証済み」や「保証されています」などの文句がないと、つまりはふつうの価値しかない商品だという印象をもたれてしまうと、人々の読み進めたいという関心はなくなっていくでしょう。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com>

<http://blog.keima-infobiz.com>

これら2つの問題に加えて、一貫性や方向性がみえてこないページもよくあります。

コピーが素人っぽく洗練されていなければ、商品に対して来訪者は抵抗を感じるでしょうし、買わせることはできません。

加えて、何度かの呼びかけがなければ、心理的に引き付けることはできません。

来訪者の買いたいという気持ちに呼びかけなければ、買わせることはできないのです。

コピーライティングに気をつけるとともに、効果的なランディングページの作成に欠かせないのが、期限を設けて来訪者の買う意欲をかりたてるというテクニックです。

ここでは何もウソの期限を設定して、毎週書き換える、などということは必要ありません。

そうすると短期間のうちに信用性を完全に失ってしまうことになりかねません。

しかし、先にもお話しした通り、即決しましょうと何度も呼びかけをすることによって、読んでいる人に訴えかけるようなコピーライティングが効果的です。

フライングやポップアップのような効果も、即決を訴えるのには効果的です。

ランディングページを見て5分以内に購入すれば、一番安い価格です、のような、カウントダウンを設定するのもよいかもしれません。

さて、スクイーズページを作成するとなると、若干違うテクニックも考えなければなりません。

たくさんの呼びかけや引き付けの要素を取り入れるよりも、それらすべてが凝縮されたようなヘッドラインと、利点を上げた一文、というような具合です。

無料で参加できるスクイーズページには抵抗感も少なくて効果的でしょう。

ただし、来訪者に利点が感じられなかったり、来訪者のメールアドレスを悪用するの

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com>

<http://blog.keima-infobiz.com>

ではないかと思わせてしまったりしてはなりません。

しかしその問題にも対処するのはそう難しくはありません。

ヘッドラインの中に、参加による利点を明示すればよいのです。

コピーの冒頭に、引き付けるような参加の利点を上げましょう。

悪用しないことを示すためには、オプトインフォームの下にその旨を明記すればよいでしょう。

効果の高いランディングページ作成のコツ

効果の高いランディングページ作成のコツは、大きく分けて3つあります。

プロフェッショナルに作成されたランディングページのほとんどが、この3つの要因プラスαを含んでいるといえます。

まず第一のコツは、ページのパーソナライズです。

これには、主に2つの方法があります。

- 1) あなた自身の写真を載せる
- 2) ランディングページの下部にサインを載せる

これは基本的に、来訪者の信頼を得るために大切なことになります。

多くの人々は、ネット上で物を買うことに抵抗があります。

顔を知らない人間では、購入後のサポートなどが不十分なのではないかと疑っているからです。

Tip: あなたの写真やサインを載せて、来訪者の信頼を得ましょう。

もうひとつのコツは、ページに黒いテキストや白いレイアウトを用いることです。

他の人々が何と言おうと、これが、あなたのページを簡単にプロフェッショナルに見せる最良の方法なのです。

信頼を得るための3つめのコツは、何かを無料でオファーすることです。

特にスクイズページの場合、無料のレポートや5日間コースをオファーするのがよく見られる例です。

著者 : K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com>

<http://blog.keima-infobiz.com>

そうして得られたメーリングリストが、のちのち、アフィリエイトによる収益とともに生きてくる、というわけです。

なぜこのテクニックが有効かといえば、単純に来訪者にあなたの商品を判断してもらうチャンスをあたえることによって信頼が得られるから、というわけです。

これら3つの基本的なコツに加えて、商品の保証を充実させることも忘れてはいけません。

Click Bank を通して商品を買う場合には必須となっていることでもあります。

しかし Paypal や、クレジットカードを使用するようなその他の方式を用いる場合、購入者は一定期間内ならいかなる理由でも返品できることを明記してください。

これらのコツをまもれば、来訪者を購入者にかえる率もぐっと高まってきます。

ランディングページへ多くの来訪者を

簡単なことに思えるかもしれませんが、甘く考えてはいけません。

いかにあなたのランディングページがすぐれていても、だれも読んでくれなければ効果はありません。

同様に、ターゲットとする人々以外の人がいくら読んだとしても、意味はないのです。

適切なメディアを通して、狙い通りに来訪者を増やすことを考えてみましょう。

1つの方法として、既にあるサーチエンジンを利用することが考えられます。

これは効果があらわれるのこそ遅いものの、徐々に、着実に来訪者を増やしていくのにたいへん有効です。

サーチエンジンを利用するには、あなたのサイトへのリンクを得ることが必要です。

相互リンクが一時期はベストな方法でした。

しかし、今日のエキスパート達は、メジャーなサーチエンジンでは一方向のリンクや3角形リンクなどの懸念から、相互リンクの効果にも否定的な姿勢です。

そこで、サーチエンジンを利用するもう1つの方法が、ウェブサイトに特定のキーワードを含めるという方法です。

特定の1つのキーワードに焦点をあてて、ページを作成していくのです。

そうして、そのキーワードに関連する他のページにも、内容の1.5パーセントの割合でそのキーワードを登場させます。

さらに、ヘッダーやタイトルにもそのキーワードを使いましょう。

サーチエンジンを利用するのに加えて、ペイパークリック広告を取り入れるのもよいでしょう。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com>

<http://blog.keima-infobiz.com>

これは、Google Adwords にアカウントを開くなどして行います。

先にも述べたように、効果的な Google Adwords の利用には2つのコツがあります。

1つはキーワードを、小さな、複数のグループに関連させること。

そしてもう1つは、複数のランディングページにリードを引っ張ってくることです。

つまり、まずは慎重にキーワードを選んでいくことが大切、ということになります。

そして、あなたのランディングページがそのキーワード検索に引っかかるように調整します。

こういったことが、現在、ランディングページへ来訪者を集める最良の方法とされていますが、かならずしも効果的とは言えないようです。

というのも、これらのテクニックはハードルが高く、それを乗り越えるのには相応の努力が必要になってくるからです。

そこで、別のオプションを伝授しましょう。

ずばり、人脈です。

そして、この点が、多くのインターネット販売の人間が失敗するポイントでもあります。

実際に人と会うことを避け、あらゆる手続きをネット内部ですませてもらおう、などと考えるはいけません。

人脈の力は大きなものです。

人脈をいち早く利用する方法が、ジョイントベンチャーです。

ジョイントベンチャーに参加するには、相互に利益のある関係を持てるパートナーのリストを用意します。

このリストには、あなたとつながりのある他のリストのオーナーや、エキスパートの

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com>

<http://blog.keima-infobiz.com>

名前を連ねます。

ジョイントベンチャーのパートナーとコンタクトをとる際に大切なことがあります。

できるだけ迅速で、簡単で、そして彼らにとって利益のあるコンタクトです。

彼らが興味を示さないことには、返信さえもこないでしょう。

また簡単でなければ、あなたと同類の他のオファーを受けることも考えられます。

もう1つのオプションは、ブログやフォーラムにコメントを載せることです。

ただし、多くのビジネスがやっているような、スパム的な内容は避けましょう。

そうではなく、実際にそのフォーラムに参加し、実のあるコメントを載せていきましょう。

そうしてしばらく経ったら、あなたの商品を紹介するのです。

同じフォーラムに参加している、同じ分野の人々とのネットワークも大切にします。

ブログにコメントする際も同様です。

あなたのランディングページへリンクするようにすればよいのですが、スパムはいけません。

実りあるコメントを載せていきましょう。

それが筋が通っていますし、なによりも純粋に、一番効果的なのです。

スパムは消されますが、良いコメントは賞賛され、あなたのページを訪れる人も増えていきます。

優良なランディングページのサンプル

HYPERLINK

"<http://www.ebizmodelsyoucancopy.com/resellrights>"
<http://www.ebizmodelsyoucancopy.com/resellrights>

HYPERLINK

"<http://www.privatelabelrightsgold.com/>"
<http://www.privatelabelrightsgold.com/>

HYPERLINK "<http://www.selfimprovementnewsletters.com/>"
<http://www.selfimprovementnewsletters.com/>

HYPERLINK "<http://www.doubleyourdating.com/dt>"
<http://www.doubleyourdating.com/dt>