

検索広告 LP | 改善企画・構成案

検索意図とファーストビューの訴求を揃え、問い合わせまでの迷いを減らす。

1. 現状整理

- 流入** 検索広告からの訪問を想定
- 課題** 広告文と LP のファーストビューで訴求が揃っていない
- 仮説** 「自分向けか」「何が得られるか」がすぐ伝わらず離脱につながる
- ゴール** 問い合わせ・相談 CTA まで迷わず進める
- 改善方針:** 広告文との一貫性 + 情報の順番 + CTA の明確化

2. 構成案（ワイヤー）

- FV** 対象者 + ベネフィット + CTA
- 課題** 「こんな悩みはありませんか」
- 解決策** サービスでどう解決するか
- 根拠** 実績・事例・選ばれる理由
- 料金** 料金・プラン・利用条件
- FAQ** 不安・疑問を先回りして解消
- CTA** 問い合わせ / 相談

3. 検証ポイント

- CTA 到達** FV から CTA までの導線
- CVR** 問い合わせ率の変化
- 行動** スクロール・クリック

確認ツール

- GA4 Clarity 広告 CV