



事例に学ぶ！

ランディングページ

の極め方

くびれ脚アカデミー主宰 藤井かおり

ランディングページを制する者 ビジネスを制す

おさらい



ビジネスにおける8割の悩みは
「そもそもの申し込みが入らない」
というものです。

確実に申し込みが入るランディングページを一緒につくっていきましょう！

ランディングページ（LP）とは？

そもそもランディングページとは何か？

WEBマーケティングの用語で、

検索結果やWEB広告

SNSやメルマガなどを通して

ユーザーが最初に辿り着いて見るページを指します。

多くの場合は

「メルマガ登録」や「セミナー」「個別相談」

などへの申し込みページのことと言います。



申し込むメリットを強めるよりも “申し込まない理由”を潰しなさい

ランディングページを作る際に失敗しがちなのが
メリットを謳いすぎるあまりに

「**売り込み感が強いランディングページ**」
になってしまふことです。
これでは警戒されて申し込みは入りません。

申し込みが次々と入るランディングページの本質は

申し込みをするメリットを伝える部分は
ファーストビュー（最初に表示されるLPの冒頭の部分）で伝え切ってしまい

そこから先は全て”**申し込まない理由を潰すこと**”に徹することです。

LPを見た時にユーザーがぶつかる 3つの壁を取り払おう！

①見ない

・・・パッと見て興味を失われるパターン
ファーストビューで離脱される（約50%）

②読まない

・・・LPの本文がよく分からなかったり
自分ごとにならずに離脱される

③申し込まない

・・・興味はあるけど不安や
不明点が払拭できず離脱

不安を払拭するLP構成例

- 1、タイトル（つかみ）
- 2、概要と最初の申し込みフォーム
——ここまでが衝動買いタイプ向け——
- 3、なぜあなたが今うまくいっていないのか？
 & 提案（仮想敵への反論と提案）
- 4、お客様の成果事例（ビフォーアフター）
- 5、主宰者のストーリー（想いや実績）
——ここまでが弱衝動買いタイプ向け——
- 6、詳細
- 7、ラストメッセージ

*あくまで一例。お客様の不安を全て払拭する構成になっているかが大事

事例①

オプトインLP

オプトインLPとは？

→メールアドレスやLINE登録を促すページのこと

ターゲットコール

実績

得られる未来

独自性のあるメソッド

アクションを明確に指定



事例①

オプトインLPのポイント

- ①パッと見て伝わる短めのLP**

- ②目先の得られるものを明確に提示**
(*本質的すぎるものは選ばれにくいで注意)

- ③実績や権威性・事例を凝縮する**

事例②

ストーリー型個別相談LP

物語的に共感でファン化しながら個別相談への申込みを促す

<注意点>

個別相談会やセミナーの
ファーストビューは

「雰囲気」や「色合い」が似ていると
「同じページに飛んだ？」と
錯覚されるので注意しよう！

The screenshot shows a landing page with the following elements:

- Top banner:** セラピスト・サロンオーナー・トレーナーの方へ
- Headline:** 132名が3日で美容資格を取得!
- Text:** 施術の合間に
パソコン1台で
+50万円
- Image:** A woman sitting on a sofa next to a laptop.
- Text overlay:** オンライン美容
トレーナーのはじめ方
Zoom個別相談会&アカデミー説明会
- Price:** 120分 / 2,200円 (税込)
- Call-to-action button:** Zoom個別相談会&アカデミー説明会
今すぐ未来の働き方を体験する ▶

事例②

ストーリー型LPの構成

どん底時代

月商20万で忙殺されていた
群馬の自宅サロンオーナーが
休みを増やして月商300万に！

オンライン美容トレーナーという
働き方を取り入れた、
自宅サロンオーナーの
花宮ちかこさんの
シンデレラストーリーを紹介します！



娘2人をシングルマザーで育てたい
という一心で自宅サロンを開業した花宮さん。

予約でいっぱいの日は、

きっかけ

最初は半信半疑。
でも貼を聞いてみると、

- ① 3日で「美容セルフケア講座」を開講する資格を取得
- ② 施術の会間にパソコン1台でレッスンできる
- ③ 集客はテンプレートがあるだけでなく、売上に直接するSNSコンサル付き

という内容や徹底したサポート体制に「これなら私にもできるかも」と思えたそうです。
始めてみたら、想像以上にスムーズで...
気づけば全国・海外から申し込みが届き群馬の田舎の自宅サロンにいながらも
月50万円の安定収入が得られるようになっていました。

得られた未来

毎月家族で旅行に行く時間の余裕と
月商300万を両手に入れた！

かつては土日祝と平日の夜が忙ぎどき、
旅行なんて何年も行くことができていなかった花宮さん。
でも今では、
月に一度の家族旅行が当たり前に！
しかもInstagramフォロワー2万人超、
月商300万円。



想い

仲間と一緒に広めたい



コンプレックス抱えてきた方たちの
姿勢ぶりを間近で見てきて、
私は一人でも多くの女性に
このセルフケアを届けたい！
と思うようになりました。

ですが、
私の力では限界があります。

事例③

ジャンル特化型のオプトLP

女性トレーナー集客に特化したランディングページ

ターゲットコール
をより細かく

女性トレーナー
の画像

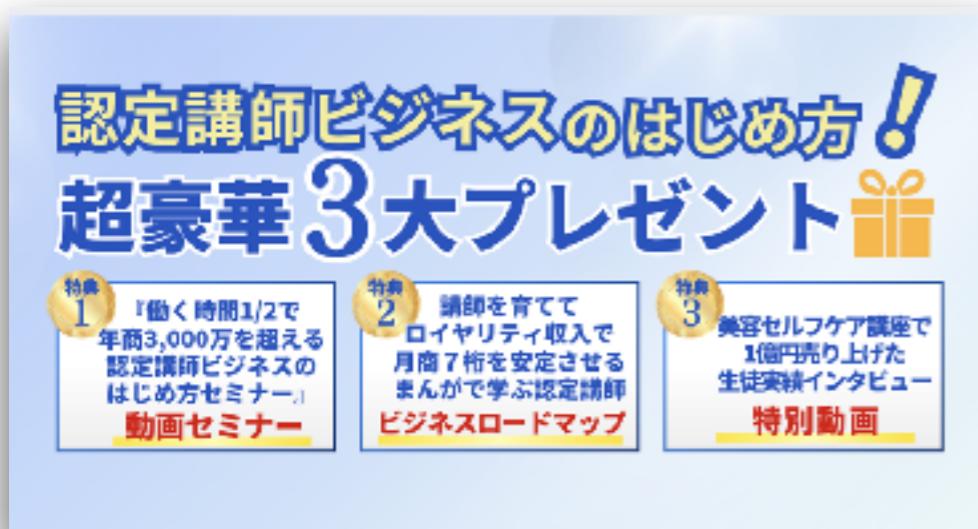
あえて名前を入力させ
申込みハードルを上げる



事例③

ジャンル特化型のポイント

トレーナーの特典



トレーナー事例

認定講師ビジネスの仕組みを実践
休みを増やしながら売上UPを実現させた
アカデミー生たち

時給350円、雇われの
フィットネスインストラクターから
僕に翌月まで予約混みの
年商1.4億円の美脚トレーナーへ転身！
全国にインストラクターを輩出しうれ成中！
くじゅ脚プロデューサー 稲井かおりさん

「過わない小規模サロン」という
他にないコンセプトで全国にインストラクター
を輩出！月の半分ハワイに行っても月商7千万を
キープできるように！
小屋プロデューサー 吉村沙織さん

自分が現場に居続けないと困らない、
講師の前後に忙殺される日々から脱却！
4ヶ月で月商150万円に到達できた！
認定講師ビジネスを継続し
理想のインストラクターに出会えた！
デコルテジーナス 主催者自らなさん

整体師に特化したコンサルタントとして
独自のメソッドを体系化し月商120万円を達成！
薄利多売の忙しさに悩む
整体師やトレーナーさんのファンを増やす。
生徒さんを紹介と増やしている。
マツモトランディングプロデューサー 大庭俊貴さん

ロミロミセラピスト歴10年から別ビューティーに
転向して月商300万円を達成！
販売だけではなく、心のつながりを持てる
最高の生徒さんや認定講師さんたちに
出会えました。
アファーバーションキッズアカデミー主宰かまためぐみさん

トレーナーの悩み

こんなお悩み ありませんか？

☑ 「自分の集客活動」や「生徒の対応」で
忙しくて最近、休みが全く取れていない…

☑ 売上が年商500～1000万で頭打ちだが時間・
体力的に限界でお客様がもう増やせない…

☑ 1人でビジネスを続けることに孤独を感じ
仲間と一緒に成長しながら仕事がしたい！

その悩み

個人のビジネスの“最大の弱点”を
“克服”できるのが
認定講師ビジネスです！

一度作ったLPに固執することが一番危険!

ランディングページの効果を最大化するため
に最も重要なことは**テストの回数**です。

「お金をかけたから」
「気に入ってるから」
「時間をかけて作ったから」

などの感情は一旦横に置いて
数字で判断し反応が悪い場合はすぐに
修正していきましょう！



ランサーズ活用のススメ

プロが作るLPを制作したい場合
デザイナーに**低価格・短期間**で発注できる

ランサーズのサイト

<https://www.lancers.jp/>

目安)

ファーストビュー

・・・1万円前後 (3日~1週間)

LP全部

・・・5万~10万 (2週間~1ヶ月)

文言変更のみ

・・・数千円 (3日程度)



ランサーズの依頼の仕方

https://drive.google.com/file/d/1qvDXCXhrSrMta5-I0hV2Q_e3ba2piC5/view?usp=sharing

参考LPの リサーチワーク

ワーク モデリング先のLPを探そう！

「どうしたらガンガン申し込みが入るLPを作れるんだろう？」
そのように考えれば考えるほど
売り込み感の強いLPになってしまいます。

ではどうすれば良いのか？

自分の心が動いたLP
をモデリングして置き換える。

これが最もシンプルかつ効果的なLPの作成方法です。
「心が動いた！」 「つい購入してしまった！」 そんなLPを探していくこう。

ワーク①

SNSやGoogle検索の広告などから
自分が気になるLPを探してみよう！

記入例：

スバルタ広告運用スクール

[https://lp.stock-sun-ad-school.com/p/nHBVktRh14Zf?
utm_medium=paid&utm_source=fb&utm_id=120233916808220403&utm_content=120233916808250403&utm_term=120233916808190403&utm_campaign=120233916808220403&fbclid=IwY2xjawNzQp5leHRuA2FlbQEwAGFkaWQBqygczaZJQwEel9EA3LNIWHAMdOix5REhcnnFK98mhet-XnjC9dqvUwQxsFU6Vr2_oT-kA6I_aem_c0IKsaRpKoOTy2Xbl3VXhw](https://lp.stock-sun-ad-school.com/p/nHBVktRh14Zf?utm_medium=paid&utm_source=fb&utm_id=120233916808220403&utm_content=120233916808250403&utm_term=120233916808190403&utm_campaign=120233916808220403&fbclid=IwY2xjawNzQp5leHRuA2FlbQEwAGFkaWQBqygczaZJQwEel9EA3LNIWHAMdOix5REhcnnFK98mhet-XnjC9dqvUwQxsFU6Vr2_oT-kA6I_aem_c0IKsaRpKoOTy2Xbl3VXhw)

おうちバイリンクル

[https://sios.syagapro01.com/p/lead_lp01?
fbad=Eng2nd0-5_authority7_lp1&fbclid=IwQ0xDSwLqr4hleHRuA2FlbQEwAGFkaWQBqyMSyjhxoAEe0DbFYCzlTkvCkQOSpLon3wM9JgIFWDMNhPtQTfMr1MnXQ3pbdqZ94LF2_cs_aem_SczegYvYo36uHGxqibOBYA&utm_medium=paid&utm_source=fb&utm_id=120221724200170336&utm_content=120228378615880336&utm_term=120226819975790336&utm_campaign=120221724200170336](https://sios.syagapro01.com/p/lead_lp01?fbad=Eng2nd0-5_authority7_lp1&fbclid=IwQ0xDSwLqr4hleHRuA2FlbQEwAGFkaWQBqyMSyjhxoAEe0DbFYCzlTkvCkQOSpLon3wM9JgIFWDMNhPtQTfMr1MnXQ3pbdqZ94LF2_cs_aem_SczegYvYo36uHGxqibOBYA&utm_medium=paid&utm_source=fb&utm_id=120221724200170336&utm_content=120228378615880336&utm_term=120226819975790336&utm_campaign=120221724200170336)

ホワイトニング

[https://utage-system.com/p/7pLkYL4gWEqy?
utm_medium=paid&utm_source=ig&utm_id=120231243240900580&utm_content=120231243240910580&utm_term=120231243240890580&utm_campaign=120231243240900580&fbclid=PAQ0xDSwLI1GlleHRuA2FlbQEwAGFkaWQBqyWtxoEd1AGnBBGINUewYP0eYGcbpRiPm90jzi_X52k0Qa0X9_s0IDPqrI4d5m3lzKXCpA_aem_sSH_8tqlwEfzl7gCafoGyQ&ct_p1aB2ff1470db7e6=8.1.365.DgYfFWRAlycctoJT.365.DgYfFWRAlycctoJT.DgYfFWRAlycctoJT&catsConversionApi=true](https://utage-system.com/p/7pLkYL4gWEqy?utm_medium=paid&utm_source=ig&utm_id=120231243240900580&utm_content=120231243240910580&utm_term=120231243240890580&utm_campaign=120231243240900580&fbclid=PAQ0xDSwLI1GlleHRuA2FlbQEwAGFkaWQBqyWtxoEd1AGnBBGINUewYP0eYGcbpRiPm90jzi_X52k0Qa0X9_s0IDPqrI4d5m3lzKXCpA_aem_sSH_8tqlwEfzl7gCafoGyQ&ct_p1aB2ff1470db7e6=8.1.365.DgYfFWRAlycctoJT.365.DgYfFWRAlycctoJT.DgYfFWRAlycctoJT&catsConversionApi=true)

ワーク①

SNSやGoogle検索の広告などから
自分が気になるLPを探してみよう！

ワーク②

そのLPをなぜ選んだのか？ なぜクリックしたのか？言語化してみよう！

(キャッチコピー、画像、人物、お客様の声、動画の構成、プロフィールなど)

記入例：

- ・「広告代理店使うのやめました」という
仮想敵が明確なキャッチコピー
- ・4ヶ月という期間で成果が出ることが安心&イメージがわく
- ・株本さんとその実績を知っていた
- ・文字がデカくてシンプルにわかりやすい
- ・スバルタというのがちゃんとやってくれそう
広告のスクールといつても講座で学ぶだけではできるようにならなそうだから
- ・同じ理由でマンツーマン指導も魅力的
- ・”講師にリソースがあるため”という理由づけとともに20名限定というのも信用性がある
- ・「技術が身についても案件が獲得できないのでは？」という不安を先に払拭している
- ・顔出しのYoutubeのお客様の声が安心

ワーク②

そのLPをなぜ選んだのか？
なぜクリックしたのか？言語化してみよう！

(キャッチコピー、画像、人物、お客様の声、動画の構成、プロフィールなど)

最後に・・

365日LPをリサーチ&ストックしよう！

いざ「新しいLPを作ろう！」となってから
リサーチするのでは時間もかかりますし
すぐに理想のモデリング先が見つかるかわかりません。

大事なことは
「365日24時間リサーチ中」
の気持ちで過ごすことです。

「あ！今自然にクリックしちゃった！」
「スムーズに購入を促された！」

そう感じるLPを見つけるたびに
ぜひ記録してストックしていきましょう。

続けていけば着実にヒットLPを完成させるための
大きな資産になるはずです。がんばって！