

平成 18 年 7 月 4 日

オプト、消費者の共感性をもとに ランディングページを最適化するクリエイティブ手法を開発

リリースサマリー

- オプト、モチベーション(購入意欲)を基準にユーザーを3つの層に区分、各層ごとにランディングページを用意して e マーケティング効果を向上させる手法を開発
- ユーザーへの定性調査も行き、より精度の高いクリエイティブを実現

株式会社オプト(本社:東京都港区、代表取締役 CVO:鉢嶺 登、証券コード 2389、以下オプト)は、ユーザーをモチベーション(購入意欲)ごとに3つの層に区分、各層ごとに最適なランディングページ(橋渡しページ)を用意することで、e マーケティングの効果を向上させるクリエイティブ手法を開発、サービスの提供を開始します。

新手法の名称は、『QR-LPO(定性調査によるランディングページの最適化)』。QR-LPO は、クライアントのサイトを訪問するユーザーについて、そのモチベーションを基準に「顕在層」「検討層」「潜在層」に区分、各層に見合った訴求力の高いランディングページを用意することで、ユーザーが来訪した際に購買に結びつく精度を向上させるものです。また、ユーザーへの定性調査を行い、そこから得たデータをもとにランディングページの改善に活用します。

QR-LPO の具体的な流れは以下の通り。

クライアントのユーザーをモチベーション(購入意欲)ごとに「顕在層」、「検討層」、「潜在層」に区分

各層のモチベーションに沿ったランディングページを制作(価格:25 万円～)

顧客層	モチベーション	ページ構成ポイント
顕在層	今すぐ商品が欲しい	商品スペックやセールスポイントを端的に説明、購入ボタンをわかりやすく配置
検討層	購入しようかどうか、迷っている	他社比較や購入者の声など、決断の後押しとなるような情報を盛り込む
潜在層	まだ商品の必要性を感じていない	使い方事例や悩み訴求など、必要性を認識してもらうための構成にする

媒体・メニュー、誘導口(バナー広告、リスティングなど)のクリエイティブ表現を各層ごとに使いわけてネット広告を掲載

用意した各層のユーザーを見合ったランディングページに的確に誘導

さらに購入に結びつく精度をあげるために、各層のユーザーにメール定性調査(価格:1回につき 20 万円～)を行い、ランディングページの問題点を洗い出し、修正・改善します

定例調査のテーマ:デザイン・レイアウトについて、素材に関して、企画・構成に関して、

コピーランディングに関して、アクションに関して、認知・理解に関して、

口コミに関して

オプトでは、eマーケティングにおけるROI(投資対効果)の最大化において、ランディングページが重要なポイントになると着目、今回、クリエイティブ事業のサービスメニューとして QR-LPO の提供を開始するものです。

以上

ランディングページとは

広告掲載ページから応募フォームやショッピングカードなど最終目的のアクションページへ橋渡しするページのこと差します

定性調査とは

言語ベースの調査のこと。消費者の生の声や本音を引き出すことが目的の調査。設問用の仮説を見つけにくいテーマや、単純に A がいいか？ B が悪いかのどの多数決を聞く(定量調査では把握できない)、「どこが悪い?」「どうすれば良くなるのか?」という質に関する掘り下げた調査を行うことを言う。

QR-LPO = Landing Page Optimization based on Qualitative Research

[株式会社オプトについて]

オプトはお客様のインターネット上でのマーケティング活動をお手伝いする「e マーケティングカンパニー」です。

「売上に直結する e マーケティング」をコンセプトに、お客様のマーケティング ROI(費用対効果)を最大化します。

URL <http://www.opt.ne.jp/>

[本件に関するお問い合わせ先]

株式会社オプト 経営企画部 広報担当 大野 pr@ml.opt.ne.jp TEL)03-5561-6434

[関連URL]

株式会社オプト <http://www.opt.ne.jp>