

シンプルが鉄則。引き算で形にするオプトインページ

【マーケティングファネル構築 マスター講座】 Vol.15

※講座画面

オプトインページとは？

テンプレート レポート 事例集

売り手

見込み顧客獲得のために
リードマグネット を用意。

オプトインページ

メインビジュアル

CTAボタン

イラスト1 イラスト2 イラスト3

写真
001.jpg

CTAボタン

語源は英語の「Opt-in」 (同意)

CTAボタンから
登録フォーム (DLフォーム) へ

買い手

ダウンロードと引き換えに
メールアドレス を登録。

オプトインページは**リードマグネットの提供とメールアドレスの獲得に特化したページ**です。サービスサイトやLPとは別にオプトインページを設け、最適化することにより、ダウンロードまでの時間をより短く、効率的にメールアドレスを集められます。

※講座画面

最適化のポイントは「引き算」

オプトインページ



リードマグネットを手に入れることで**何ができるのか**、**どんな悩みや課題が解決できるのか**伝わればオプトインページは機能します。

広告のLPに見られるような、ブランド・商品にまつわる詳細な情報や、ストーリー形式の構成、趣向を凝らした動画コンテンツなどは、一切必要ありません。

無駄を削ぎ落とすこと

必要なし

- ブランドや商品のディテール
- 複雑なストーリー構成
- 情報量の多いリッチコンテンツ

※講座画面

オプトインページの作り方

1 1メッセージで伝える

リードマグネットのメリットを理解してもらうためには表現や言い回しにこだわるより1メッセージで伝えるのが効果的です。

以下のように具体的な**数字**を盛り込み、キャッチコピーでシンプルに訴求しましょう。あわせて**ビジュアル**を工夫して視覚に訴えるのもおすすめです。

The diagram illustrates an opt-in page layout with the following elements:

- Image Placeholder:** A large image area on the left, containing two placeholder images: a woman smiling at a laptop and a man talking on a phone.
- Main Visual:** A box labeled "メインビジュアル" (Main Visual) with a yellow border, containing a placeholder image of horizontal lines.
- CTA Button:** A button labeled "CTAボタン" (CTA Button) located below the main visual.
- Illustrations:** Three circular icons labeled "イラスト1", "イラスト2", and "イラスト3" (Illustration 1, 2, and 3).
- Image Placeholder:** A box labeled "写真 001.jpg" (Photo 001.jpg) with a placeholder image of horizontal lines.
- CTA Button:** A second button labeled "CTAボタン" (CTA Button) at the bottom of the page.

Callout boxes highlight key features:

- ✓ 面倒なデータ入力を**50%**カット (Reduce tedious data entry by 50%)
- ✓ ECの最新動向が**5分**でわかる (Understand the latest EC trends in 5 minutes)

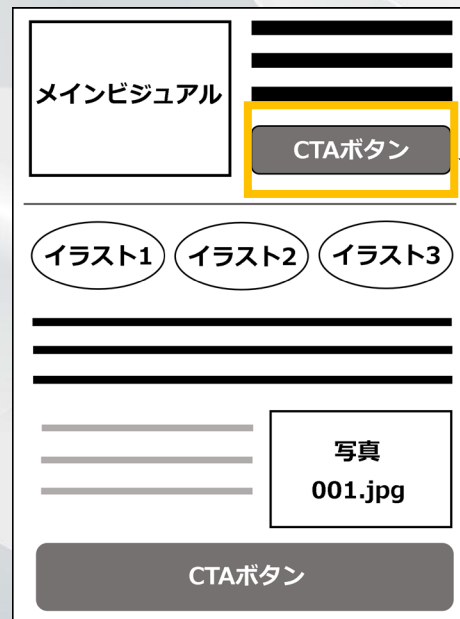
※講座画面 (Lecture Screen)

オプトインページの作り方

② CTAボタンを目立たせる

キャッチコピーとビジュアルでリードマグネットのメリットをシンプルに訴求したら、余計な説明文やサブテキストは盛り込まず、速やかにCTAボタンへ誘導しましょう。

CTAボタンは必ずファーストビューに配置し、**無料である点をきちんと伝える**こと。そのうえでスマートフォンでも目立つよう**10mm以上**で作成するのがポイントです。



ダウンロードする（無料）

10mm以上

※講座画面

オプトインページの作り方

3 内部リンクを控える

回遊性を高めるための内部リンクは、オプトインページにおいてはむしろ逆効果です。

ユーザーが途中で離脱する原因になってしまうので、特定商取引法にもとづく表示、プライバシーポリシーなど必要不可欠なものを除き、内部リンクやサイドメニューは省きましょう。



The Ultimate Email Marketing Template Pack 55
Eメールマーケティング
テンプレートパック厳選55選

Eメールマーケティングテンプレートパック
厳選55選無料E-Book

The Ultimate Email Marketing Template Pack 55

Eメールマーケティングテンプレートパック厳選55選無料E-Bookでは、登録確認Eメールをはじめとして、商品/サービス紹介Eメールや顧客育成オートメーションなど幅広い用途にお使い頂けるマーケティングのためのEメールテンプレートが揃っています。E-Book掲載のテンプレートをもとにEメールを作成すれば、魅力的なEメールを簡単に作成することができますようになります。

無料E-Bookをダウンロードする

※AutoPilotAcademyはご登録頂いた情報を個人情報は厳重に管理しています。
※無料E-Bookをご覧頂くためにはAutoPilotAcademyのメールマガジンの購読の認証をして頂く必要があります。
※無料E-Bookをダウンロードされた際にはAutoPilotAcademyの出品規約にご同意されたものとします。

内部リンク&メニューなし。
リードマグネットにフォーカス。

※講座画面

弊社のオプトインページ

オプトインページの作り方

4 登録フォームは極力シンプルに

登録フォーム（ダウンロードフォーム）の入力項目が多すぎるとユーザーは煩わしさを感じ、**入力途中で離脱されてしまう**可能性が高まります。

オプトインページの役割はあくまでコンタクトの起点としてのメールアドレス獲得です。固定電話番号、会社の所在地などそれ以外の情報は極力省きましょう。

The diagram shows a registration form layout with several elements: a main visual area labeled 'メインビジュアル', a 'CTAボタン' (Call to Action button) highlighted in yellow, three illustration slots labeled 'イラスト1', 'イラスト2', and 'イラスト3', a photo upload area labeled '写真 001.jpg', and another 'CTAボタン' at the bottom, also highlighted in yellow.

省略したい入力項目

- 固定電話番号
- FAX番号
- 部署・役職
- 会社の所在地
- 興味関心のあるビジネス分野 など

コンテンツも登録フォームも
シンプルが第一。

※講座画面

オプトインページの作り方

5 Twitterのシェアボタンをつける

無駄を削ぎ落とし、シンプルに仕上げるのがオプトインページの大事なポイントですが、ソーシャルメディアのシェアボタンについては、できるだけつけておきましょう。

とりわけTwitterは拡散力が強く、シェアとリツイートによってオプトインページのURLが広まり、より**多くのメールアドレス獲得**につながります。



4大SNS随一の拡散力

シェアボタンの設置方法

<https://www.howtonote.jp/twitter/button/index4.html>

※講座画面

まとめ

- 1 メッセージで伝える
- 2 CTAボタンを目立たせる
- 3 内部リンクを控える
- 4 登録フォームは極力シンプルに
- 5 Twitterのシェアボタンをつける



1メッセージによる訴求、リンク・入力項目の省略など、オプトインページを制作する際は**情報をいかに省き、シンプルに伝えられるか**がポイントになります。

そのうえで**Twitterの特性**をうまく活用することで買い手のメールアドレスを効率的に集められます。

※講座画面