

check2

入口で、「引きのしかけ」を作っているか？

- **どんな状態**のお客さまが、ツールに触れるのか？
- そのお客さまの**目を引く**には、**どんな表現**がいいか？
- どうすれば、**次のページ（つづき）**に誘導できるか？

「入口」とは、お客さまが**はじめにツールに目を向けるきっかけ**の事。入口から入ってもらえなければ、出口にたどり着くわけがありません。まずはどんな表現をすれば、お客さまの目を引けるか。そして、じっくりと読みこんで頂けるか？ これを仕掛けましょう。

誰もが「あるある」と共感して頂けることを狙いました。サービスに関しては、誰も知らない状態です。そこで「talkroomです！」と強調したところで、誰も興味を持ってくれません。その「あるある」を裏付けるために、消費者アンケートも実施しました。

実際のリアル画像を掲載。具体的なイメージがある方が、人は安心できますから。

消費者アンケートで裏付け。「あの時、言っておけばよかった」という経験は86.8%の方がしているという結果が出ました。このデータも掲載することで信用につながります。（はじめてのサービスだから、信用もないですから）

Before&After. サービスを体験しての変化をざっとイメージで伝えました。

あの時、言っておけばよかった...

後悔したこと。これまでにありませんか？それが...

言っておけばよかった！

変わります。

すなおに話せる ふしぎな部屋 **TALK ROOM**

トークルーム

今言っておきたいこと。今しか言えないこと。今言わないと後悔しそうなこと。話しませんか？

TALK ROOM

なら、ふしぎと話せます。

でも、どうしてすなおに話せたんだろう？

みんなあるんです。同じ経験が。

Q.これまでに「あの時言っておけばよかった」と思った経験はありますか？

13.2%	55.6%
31.1%	31.1%
	13.2%

13.2% 55.6% 31.1% 13.2%

86.8%

すなおに話せる「7つのふしぎ」が **TALK ROOM**

次のページへの誘導。とっても大事です。簡単な「ギモン・質問」を作ることで、次のページに行く可能性が増します。