

## 第3章 信頼を勝ち取るWebサイトの作り方

ホームページは「結果・共感・保証」で構成し、ユーザーの信頼を勝ち取ることが大切です。

- ・顧客が手にできる結果…商品紹介、実績、メリットなど
- ・顧客に共感してもらうためのストーリー…代表挨拶、プロフィール、開発ストーリーなど
- ・信頼を得るための事実…会社概要、個人情報保護方針、お客様の声、よくある質問、料金表など

これにより「信頼」が強まり「期待」をつくり、申込後の明るい未来が想像でき、ゴールへと導いていくのです。

これらのコンテンツを充実させた後は、問い合わせへの動線を意識して設計します。例として…

新規訪問者の場合、「はじめての方向けのページ（代表挨拶や初心者ガイドなど）」から始まり、続いて「実績」や「自社の強み」というように、順に情報を閲覧させる設計にします。またリピーターに対する対策として、価値ある情報を頻繁に更新し、信頼関係の構築や期待をつくります。

これにより問い合わせ獲得へと導くのです。目的のボタンや案内は必ず、どのページからも一番目立つように、シンプルな動線にしてください。

以上を踏まえ、貴社のWebサイトを分析いたします。

## 貴社のWebサイトを分析！

ここではトップページの構成を主に説明します。

まずリードの「私たちが責任を持って～」のところですが、

-----

### 【見出し】

**お家のもの なんでも出張買取**

**あらゆるものの“正しい価値”を査定します**

「この商品ホントに売れるの？」「ちゃんとした査定してくれるのかな？」「まとめて買い取ってくれるの？」

大田区・品川区を中心に出張買取を行う買取専門店「エコストーリー」では、家具・家電をはじめ幅広いジャンルのアイテムを、経験豊富な鑑定士が一点一点、丁寧に査定をさせていただき、正しい価値を見極めます。また、あらゆるものを、まとめて出張買取させていただきますので、面倒な手間は一切かかりません。さらに、査定料・出張料・宅配買取時の送料は無料ですので、安心してご利用いただけます。

お客様から買取させていただいた商品は、私たちが責任を持って「次に必要としてる方へ」つなげ、不要なものがない豊かなくらしづくりのお手伝いをしていきます。

-----

…というようにターゲットに刺さるリードにして、次の「お悩み」に続きます。「お悩み」はできれば画像ではなく、テキストの方が理想です。

「大量の処分品 個別に売りに行くのが面倒…」といったお悩みがあれば、ターゲットに自分ごとと思わせることができます。

トップページは下記のように構成することで、「結果・共感・保証」の戦略ストーリーができ、ユーザーの信頼を勝ち取り、メリットを感じてもらえるはずです。

- トップヘッダー
- リード
- お悩み
- 選ばれる理由
- 買取アイテム
- 買取実績
- かんたん 買取 3ステップ
- 2種類の 買取方法
- お客様の声
- 代表挨拶
- お問い合わせや電話番号
- サービス 対応エリア
- フッター

トップページに記載する「選ばれる理由」は、3つほど掲載して、「選ばれる理由を見る」ボタンを設置し、固定ページの詳細へ誘導します。

トップページに掲載する内容は、現在サイトにある「3つの完全無料」のバナーを貼って、その下に、●**業界屈指の高額買取！** ●**査定力に自信があります！** ●**幅広い買取ジャンル！**と続き、各内容のテキストを掲載します。

「買取実績&コラム」のトップの一覧ですが、できればトップページで表示するのは、「買取実績」だけの方がいいです。

「お客様の声」は6つほど掲載して、「お客様の声を見る」ボタンを設置します。お客様の顔写真があればいいのですが、かなりハードルが高くなってしまいます。良い方法としましては、お客様にホワイトボードにメッセージを書いていただき、それを顔の前で持って顔を隠して、写真を撮影するという方法です。これなら、顔は出しませんが、本人である証拠となりますので、信頼度が高まります。

さらに「代表挨拶」の内容の大まかな部分を、顔写真付きでトップページに掲載して、「詳しく見る」ボタン等で、「運営者情報」ページ内の「代表挨拶」全文に誘導します。「代表挨拶」は、ご提出いただいたヒアリングシートの「想い」の部分をまとめると完成するかと思います。