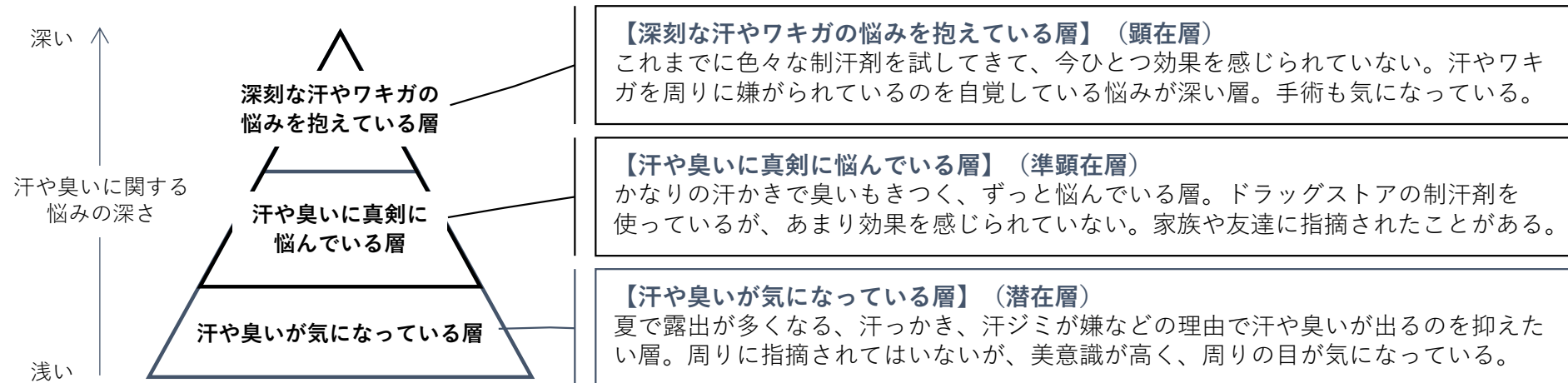


ランディングページのターゲットを以下の通り設定します。

■サンプル制汗剤のターゲット



<共通している顧客ニーズ>

人物像

- 臭いに関する悩みを抱えている20～49歳の女性（F1、F2層）または男性（M層）
 - >悩みの種類：ワキガ、すそワキガ、加齢臭、足の臭いなど
- 自分にも家族（特に子供）にも使えるものを探している

顧客が抱えている悩み

- ワキガや体臭、加齢臭がきつくて気になっている
- 夏場は露出が増え、暑いので汗や臭いが気になる
- 服に汗染みや黄ばみが出来てしまう
- 人に臭いを指摘されて嫌な思いをしたことがある
- 臭っていないか周りの目が気になる、隣に人がいることに抵抗がある
- 子どもがワキガで悩んでいるのでなんとかしてあげたい
- 敏感肌なため市販の直塗りデオドラントや制汗剤で肌荒れしてしまう
- 病院で手術をしようか迷っている

購買の観点

- ドラッグストア等で購入できる商品よりも高い効果が見込める
- 肌にやさしい
- 快適な使用感（べたつかない）
- 製品自体に匂いがいい
- 安全性が高い
- コストパフォーマンスが高い

制汗剤の使用前後で発生する不満や苦痛

- どの制汗剤が良いか判断ができない
- 全然汗が抑えられず、塗っても汗で流れてしまう
- 自分には効果がなかった。臭いも汗も抑えられない
- 解約したいのに全然解約させてくれない
- 返金保証を使っても1ヶ月分しか返金されない

■競合のWEBサイトにおける掲載コンテンツ

競合に掲載されているコンテンツを分析し、LPを設計する参考にします。

権威付け（メディア情報・受賞歴など）	お客様の声・アンケート結果	返金保証
お役立ち情報（臭いの原因など）	商品の特徴・効果	有効成分
研究・開発	よくある質問	購入フォーム・ボタン

※参考ページ



■LPの訴求の方向性

競合の掲載コンテンツを参考にしつつ、これまでの分析をふまえてLPの訴求の方向性を検討します。

