

【Lesson 17】改善提案シート				
ボトルネックに対する具体的な改善案を3つ以上提案してください。「何を」「どう変えるか」「どのくらい効果があるか」を具体的に書こう。				
【改善案1】必須				
考えてみよう：「広告文を改善する」のような抽象的な書き方ではなく、「見出しに具体的な数字（例：満足度 98%）を追加し、CTAを"今すぐ無料体験"に変更する」のレベルで書こう。				
対象ボトルネック	CTR（3%→2%）			
施策内容（具体的に）	広告のキーワード、広告文の見出し、説明文がターゲットの検索キーワードとずれていないか見直す。 ＜案1：説明文を変える＞ 「女性限定の個別指導ジムだからこそできる、体の悩みに合わせた無理しないトレーニング」 →「3ヶ月で達成。女性専用の個別指導ジム。無理なく続ける、おなか周りに特化したトレーニング」			
期待効果（数値で）	効果：具体的な数字（3ヶ月）、具体的な部位（おなか周り）を入れたことで、CTRが2%→3%（+1.0pt改善）に戻ることを期待する。 CTRが目標値まで戻ることで、CPAも減少が期待できる。 根拠：Google広告のパーソナルジム系で、説明文に具体的な数字、言葉を入れると、広告の視認性が高まり、CTRが平均1.2～2倍に上がると言われている。 改善前CTR2.0%×1.5倍=3.0%			
実施の優先度	検証・説明や企画の採算・ロス率の確認 高（すぐ実施）	実施難易度	簡単（すぐできる）	
記入例	施策：「見出しに具体的な数字を追加（例：満足度98%→リピート率98%の実績）」「画像を人物入りに変更」 効果：「CTR 2.0%→3.0%（+1.0pt改善）」 根拠：「数字入り見出しは一般的にCTR1.5倍の事例が多い」			
【改善案2】必須				
対象ボトルネック	CVR（前半2.59%→1.71%）			
施策内容（具体的に）	Google広告の説明文とLPのファーストビューの訴求不足で、CVIに繋がらなかった。 【現状】 キャッチコピー：ワタシの体、こんなに軽かった？「本来の自分」を取り戻す サブコピー：水中では体重が1/3になるから、体に無理なくできる流水トレーニング 【改善】 キャッチコピー：もう隠さない。3ヶ月で変える、私のおなか。 サブコピー：女性専用×個別指導で、40代の体型変化に合わせたダイエット			
期待効果（数値で）	効果：広告文とキャッチコピーや内容を揃えることで、LPをにきたユーザーが安心して申込みができるようになり、CVRを2.5%まで戻せると期待する。 根拠：Google広告の広告文とLPのファーストビューでターゲットの検索意図と一致できるとCVRが1.5～2倍に改善する事例も多い。			
実施の優先度	改善前1.71×1.1～1.5倍＝1.88%～2.56%の間に収まる可能性を期待する。 検証・ファーストビューのアップグレード 高（すぐ実施）	実施難易度	普通（少し準備が必要）	
【改善案3】必須				
対象ボトルネック	CTR（3%→2%）			
施策内容（具体的に）	CTR低下の原因を特定するため、設定キーワードと実施に検索された語句を比較して、表示されているユーザーの検索意図と自社の訴求内容がずれていないか確認する。 検索意図とずれがあるときは、クリックされてもCVIに繋がりにくので、除外キーワードに設定する。 逆に、設定してない語句で、自社サービスに繋がりそうな語句は、クリックされる可能性があるため、新たなキーワードとして追加する。			
期待効果（数値で）	例）設定キーワード「パーソナルジム 更年期」 検索語句：ダイエット 動画→入会より自宅でする目的なので除外、検索語句：更年期太り マンツーマン→悩みとサービスに一致しそうなので追加 効果：キーワードを見直す（不要な検索を減らす、検索語句で強い語句と入れ替える）ことで、ターゲットの検索語句と一致してクリック率が前半の3%に戻る			
実施の優先度	高（すぐ実施）	実施難易度	簡単（すぐできる）	
【改善案4】任意項目				
対象ボトルネック	CVR（前半2.59%→1.71%）			
施策内容（具体的に）	CTA「今すぐ！無料体験に申込み」がターゲットには営業が強すぎると感じられた。 「1分で完了！無料体験に申込み」で申込みのハードルが下がることを感じてもらう。			
期待効果（数値で）	効果：Day1～Day7まではCVR平均2.59%はあるので、CTAの文章を、背中を押すより、誘導する文に変えることで過去の実績から2.5%～3%をめざせる。 根拠：LPを適切な内容に改善した場合、CVRを2%～3%に引き上げた事例が多数ある。			
実施の優先度	高（すぐ実施）	実施難易度	簡単（すぐできる）	
【改善案5】任意項目				
対象ボトルネック	CVR（前半2.59%→1.71%）			
施策内容（具体的に）	LPの内容とGoogle広告の説明文を合わせる。 【今のLPの共感・問題提起】 「最近、「階段を使いたくないな」と思ってませんか？」を「ウエスト周りが気になって姿見を見なくなった」に変える。 ＜悩み・問題＞ 家事、仕事に必死で自分を後回し ストレスで気づくと食事のセーブができない 気づくとウエストサイズが3段階アップ ダイエットしても全部失敗 ＜解決策＞ 流水トレーニングだと3ヶ月で若いときのウエストに戻る、トレーニングはキツくない、など、ウエスト痩せを中心にした内容に書き換える。			
期待効果（数値で）	【広告の説明文】 3ヶ月で達成。女性専用の個別指導ジム。無理なく続ける、おなか周りに特化したトレーニング 効果：Day1～Day7まではCVR平均2.59%なので、LPの内容とGoogle広告のキーワード、説明文を合わせることで、ターゲットの不安、悩みが解消して申込みをすることでCVRを2.5%～3.0%を目指す。 根拠：前半CVR平均2.59%があるので、LPを適切な内容にできると2%～3%に引き上げた事例が多数ある。			
実施の優先度	中（1-2週間以内）	実施難易度	普通（少し準備が必要）	