ferret One

ブログページのCVRを改善する施策

2022.03 更新

1. ブログページのCVR改善施策とは?	2
2. この施策が解決できる課題	2
3. この施策を打つべき企業・ご担当者様	2
4. 施策の内容	2
施策のポイント	2
CTAとしておくべきコンテンツ	3
CTAを設置すべき場所	4
動線を設置する方法	6
バナー作成時のポイント	7
5. ferret Oneでブログ記事内にCTAを設置する手順	7
▼用意するもの	8
▼実際の手順	8
①CVR改善対象のページをリストアップする	8
②記事内容に合わせたCTAやバナーを用意する	9
③ブログ記事内に動線を設定する	9
6.ferret Oneでサイドバーに関連コンテンツへのCTAを設置する手順	12
▼用意するもの	13
▼実際の手順	13
①CTAやバナーを用意する	14
②ブログテンプレートを作成する	14
③ブログテンプレートを設定する	16
よくあるご質問	17
Q.他記事への回遊を促すためにできる工夫ってありますか?	17
Q.ブログ記事一覧ページとブログ記事詳細ページとで、異なるブログテンプレート	トを設
定したいです。どのように設定できますか?	18
Q.ポップアップ表示をつけたいのですが可能でしょうか?	18
Q. 同じCTAを記事内に複数設置してもいいんでしょうか?	18
Q. ブログ記事に関連する資料がないのですが、どうすればよいでしょうか?	19
ferret Oneサポートのご案内	19
■ その他無料サポートのご案内	19

1. ブログページのCVR改善施策とは?

BtoBマーケティングにおいて見込み顧客を獲得する手法の1つとして、記事コンテンツ(ブログ記事)を作成する施策があります。これは、検索順位を上げることでアクセス数を増加させる、コンバージョン(以下、CV)を獲得するといった目的を達成するために行われます。

ですが、記事コンテンツが検索結果で上位表示されているにも関わらず、なかなかCVに繋 げられていない場合があります。その際の、コンバージョンレート(以下、CVR)改善する 方法を本資料で解説します。

※なお、記事コンテンツの作成手順については、<u>関連資料「記事コンテンツの作成方法」</u>を ご覧ください。

2. この施策が解決できる課題

この施策では、以下の様な課題を解決することができます。

・潜在層~準顕在層のリードを獲得したい

・アクセス数を獲得できているが、CVに繋げられていない

3. この施策を打つべき企業・ご担当者様

前提、記事コンテンツのアクセス数を獲得できていないと、CVR改善を実行してもあまり 大きな成果は得られません。

目安として、下記2点に当てはまる場合はCVR改善に着手しましょう。

- ・サイト訪問数が伸びてきた(月間アクセス1,000以上)
- ・訪問数は伸びているがCVRが悪い(ブログページのCVRが0.3~0.5%未満)/CVがない

4. 施策の内容

施策のポイント

ユーザーはさまざまな動機を持ってWebサイトを訪れるため、それに応じたCTA(Call To Action)を設置することが大切です。

参考:CTAとは?基礎知識とCTAボタンの作り方を紹介

CTAは、主に資料請求/お問い合わせ/メルマガ登録といった行動を起こさせるために設置 します。

CTAはいわば、コンバージョンまでの道のりを目立たせる役割を果たし、記事の読者を見込み顧客に転換させていくことができます。

CTAとしておくべきコンテンツ

ブログ記事からCVが発生していない場合、「サービス紹介資料への動線しかない」という ケースが多いです。

ブログ記事では、直接的にサービスについて言及しないことが多いため、サービス紹介資料 や問い合わせの動線を設置しても興味を持ってもらうのは難しいでしょう。それよりも、そ の記事を読んでいる人の動機に即したテーマの**ホワイトペーパー**を提供する方が、CVには 近道といえます。

ユーザーの興味関心に合わせたアクション先を用意する

	潜在層	準顕在層	顕在層	明確層
顧客の状態	課題がない/ 課題に気づいていない	課題があるが 進んで情報収集はしない	課題の解決策を 積極的に探している	具体的な発注先を 絞り込んでいる
タッチポイント	メディア出稿・PR・SNS	SEO・メール	SEO・リスティング	指名検索
コンテンツ例	調査リリース	記事コンテンツ・ ホワイトペーパー	記事コンテンツ・LP	サービスサイト
СТА	A 「ホワイトペーパー」が有効 「サービス紹介資料」が有効 「お問い合わせ」が有効		が有効 「お問い合わせ」が有効	

例えば、ferret Oneでは、「<u>BtoBマーケティングのペルソナ設定で、押さえるべきポイント</u> <u>とは?</u>」という記事内に、「<u>実践!BtoB向け・ペルソナ設定シート</u>」というホワイトペー パーを設置しています。

ブログ記事	СТА
BtoBマーケティングのペルソナ設定で、押 さえるべきポイントとは?	<u>実践!BtoB向け・ペルソナ設定シート</u>
(補足) BtoBとBtoCでのペルソナの違いについて触 れた記事。	実践!BtoB向け・ ペルソナ設定シート
	ferret One

もし、記事に適した内容のダウンロード資料などがない場合は、新たに資料を作成すること も検討しましょう。

<u>(参考)ホワイトペーパーを作成する方法</u>

CTAを設置すべき場所

記事コンテンツのCTAは、主に記事の途中やサイドバーに設置されることが多いです。 設置すべき場所を決める際に意識すべきポイントは、「**読者の知的好奇心が高い場所かどう** か」

です。

読者の知的好奇心が高い場所とは、主に① 記事の導入部分(最も情報収集意欲が強いタイ ミング)、②記事の最下部(記事内で一通り情報は伝え終わり、更に詳しく知りたいという 要望に応えるタイミング)の2つです。

(例) 実際の記事 | 記事の導入部分

ただ、ペルソナの属性情報としてどんな項目を選ぶかは、BtoCとBtoBで異なってきます。この記 事では、BtoBマーケティングのペルソナ設定で押さえておくべきポイントと、BtoCのペルソナと の違いについて解説。

BtoBのペルソナ設定の実践に使える	「 <u>ペルソナ設定チェックシート</u> 」も公開中!
ぜひ参考にしてみてください。	
	目次 [非表示]
1. <u>BtoCとBtoBのペルソナの違い</u>	
2. <u>BtoC向けのペルソナ例</u>	
3. <u>BtoBのペルソナ例</u>	
4.BtoBのペルソナ設定で重要な項	且

(例) 実際の記事 | 記事の最下部

このように、BtoBのマーケティングにおけるペルソナは、BtoCとは一味違います。法人向けサー ビスを扱っていて「コンテンツマーケティングやってるけどなんかしっくりこない」とお悩みの方 は、ぜひこのBtoB向けペルソナ作成を一度試してみてはいかがでしょうか。

BtoBのペルソナ設定を	実践できる <mark>「ペルソナチェックシート」</mark> も合わせてご覧ください!Excel
形式で記入できます。	記事の最下部
RET I BAGRIT- CATT DEEDED	実践!BtoB向け・ペルソナ設定チェックシート BtoBのペルソナ設定に必要な項目を整理した、Excel型のチェックシートです。シートの説明・記入 例も合わせて記載しております。お客様自身で記入し、実務に生かしていただけますと幸いです。 Webマーケティングツール『ferret One』

実際、これらの工夫をすることで、この記事の読者の3%がホワイトペーパーでCVし、見込み顧客化しています。

ただし、動線を設置する場所は、必ずしもこの2つでなければいけないわけではなく、記事の内容によっては文中でコンテンツへ誘導する方法もあります。

例えば、以下記事では、様々なトピックスを網羅的に紹介しているため、文中で関連コンテ ンツへの動線を設置しています。

(ferret Oneでの例)



また、他にも「**ブログページのサイドバーに関連コンテンツへの動線を設置する」**という方 法もあります。

ブログ記事からユーザーがサイトに流入した後、興味のある他の記事を見てみるか、となった経験は皆さんあるのではないでしょうか。ブログページのサイドバーにユーザーの検討度 合いに合わせた複数の動線を設置し、リード獲得に繋げる工夫をしてみましょう。

(例) ferret Oneの例



動線を設置する方法

記事内に関連コンテンツ(ここではホワイトペーパーで仮定)へのCTAをferret Oneで設置 する方法は、下記表のように3つあります。



それぞれ以下のような特徴があります。

■ テキストリンクの特徴

- ・記事内にさりげなく動線を設置することができる
- ・目立ちにくい

■ バナーリンク/リンク埋め込みパーツの特徴

- ・画像で訴求できるため、目立ちやすい
- ・頻繁に記事内に挿入すると、読者が記事を読む妨げになる
- ・クリエイティブを作成する工数がかかる

【補足】テキストリンクとリンク埋め込みパーツ、どちらのほうがクリックされるのか?

ferret Oneでは、「テキストリンクとリンク埋め込みパーツとでは、どちらのほうがクリッ クされるのか?」を複数の記事で検証しました。検証した結果、たしかにクリック率はリン ク埋め込みパーツの方が上でしたが、セッション数に対するCVRは大きく変わりませんで した。つまり、どのパーツで設置するかどうかはあまり重要ではなく、結局「ユーザーの期 待を満たすコンテンツかどうか?」でCVRは変わるということを示唆する結果となりまし た。 また、動線を設置する方法として「ポップアップ」もありますが、ferret Oneの標準機能 には該当機能はございません。ferret Oneのブログでは、外部ツール<u>「Flipdesk」</u>を利用し て設定をしています。

バナー作成時のポイント

また、バナーを作成する際には、以下のポイントも意識してみましょう。

- コピーの内容が読みやすい(可読性が高い)
- ・基本シンプル。
- ・訴求したいモノと背景のコントラストは強くする。
- コピーの内容が秒で頭に入る
- ・ポイントとなるキーワードがしっかり目立っている。
- ・わかりやすい言葉選びになっている。

■ 資料をダウンロードできることが伝わっている

- ・資料の中身ページをチラ見せする。特に、内容をイメージしやすいものをしっかり厳選。
- ・自然に押したくなるボタンになっているか(色や形)

(ferret Oneの例)



ここまで、CVR改善施策に取り組むポイントを解説してきましたが、次に、ferret Oneで実際にCTAを設置する方法について解説していきます。

5. ferret Oneでブログ記事内にCTAを設置する手順

行うこと	使用するもの
①CVR改善対象のページをリストアップする	ferret One管理画面
②記事内容に合わせたCTAやバナーを用意する	-
③記事内に動線を設定する	ferret One管理画面

▼用意するもの

- ・ferret One管理画面
- ・CTAとして設置したい資料(ホワイトペーパーなど)
- ・CTAのフォームページ

▼実際の手順

①CVR改善対象のページをリストアップする

まずは、CVRを改善すべきページのリストアップを行います。

ferret Oneのレポート・データ>ランディングページでは、サイトに訪れたユーザーがサイ ト内で初めに見たページごとに訪問者数・PV数・CV数などの数値を確認することができま す。

サイトの中でも流入が多くCTAを設置できていないページや、CVRが0.5%を切るページを 改善対象としていきましょう。



<u>(参考)【画面説明】レポート・データ/行動 ランディングページ</u>



②記事内容に合わせたCTAやバナーを用意する

改善対象とするブログ記事の内容に合致するダウンロード資料(ホワイトペーパー)と、ダ ウンロード用フォームのページURLを準備します。(以下黄色い枠内のもの)



ダウンロードページの作成方法については、下記資料も併せてご確認ください。 <u>(参考)資料ダウンロードページの作成方法</u>

もしPVが多い記事に適した内容のダウンロード資料などがない場合は、新たに資料を作成 することも検討しましょう。 (参考)ホワイトペーパーを作成する方法

③ブログ記事内に動線を設定する

それでは、実際にブログ記事内にCTAを設置しましょう。CTAを設置する方法は2つあります。

■ バナーを設置する



バナーを設置したい記事を、ブログ編集機能で開き「+」マークをクリックします。

その後、表示されるモーダル内にて「イメージパーツ」を選択します。



すると、以下のようにイメージパーツが入るため、設定画面を選択します。



設定画面でバナー画像をアップロードすれば、以下のように画像を設置することができます。



バナーを設置することができれば、歯車マークをクリックして、遷移先のURLを指定します。

■ リンク埋め込みパーツを設置する

イメージパーツの代わりに「リンク埋め込みパーツ」を使うこともできます。

記事本文	見出し			
大于80.251	ブログテキストが入ります。ブログテキストが入ります。ブログテキストが入ります。ブログテキ ストが入ります。ブログテキストが入ります。ブログテキストが入ります。プログテキストが入り ます。ブログテキストが入ります。ブログテキストが入ります。ブログテキストが入ります。ブログ			
	見出し			
	プログテキストが入ります。プログテキストが入ります。プログテキストが入ります。プログテキ ストが入ります。プログテキストが入ります。プログテキストが入ります。プログテキストが入り			
	リンク目のえみ ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・			
	サンプル タイトル と行うためにを入り サンプル テキスト サンプル テキスト サンプル タイトル する。			
	[ferret-one.com/wpshort_whitepape]]			

すると、以下のようにリンクが埋め込まれ、CTAにすることができます。バナーを作る時間が必要ないため、リソースがかけられない場合はこちらのほうが、おすすめです。

プログテキストが入ります。プログテキストが入ります。プログテキストが入ります。プログテキストが入ります。プログテキストが入りま す。プログテキストが入ります。プログテキストが入り

	ホワイトペーパー作成ガイド
、RDAHBBBRに定約する / ホワイトペーパー 作成ガイド ferret One	お客様に自社サービスの必要性を嗅起しながら、見込顧客のリストを手に入れることができる「ホワイトペーパー」施策。今回ご用意した資料 では、ホワイトペーパーとは何か?という点から作成にあたっての手順まで、基本的な内容をまとめています。 Webマーケティングツール『ferret One』

■ テキストリンクを設置する

ユーザーは、「知りたいもの」があり、その情報収集のために検索しブログ記事を読んでいるた め、自身の目的が達成されると自然と記事からも離脱します。 バナーだと記事の最下部まで読んでもらわないと気づいてもらえないという可能性もあります が、文中に関連する資料をテキストリンクで動線を散りばめていくと、途中までしか読んでい ないユーザーでもフォームページに誘導するきっかけを作ることができます。(以下画像)

Webマーケティングに欠かせない「ペルソナ設定」。年齢・性別・職業といった定量的で一意なデ ータに加え、考え方や性格、価値観まで含め詳細な人物像を設定し、サービス開発やコミュニケー ション設計時のユーザーモデルとして活用する手法です。

ペルソナを作ることで、関係する担当メンバーの目線統一、施策の一貫性を担保、判断に迷ったと きの意思決定スピードアップ、といったメリットがあります。

ただ、ペルソナの属性情報としてどんな項目を選ぶかは、BtoCとBtoBで異なってきます。この記 事では、BtoBマーケティングのペルソナ設定で押さえておくべきポイントと、BtoCのペルソナと の違いについて解説。

BtoBのペルソナ設定の実践に使える	「 <u>ペルソナ設定チェックシート</u> 」	も公開中!
ぜひ参考にしてみてください。		

	目次 [非表示]	
1. <u>BtoCとBtoBのペルソナの違い</u>		

テキストリンクは、ブログ記事の文中にURLを貼り付けるすることで設置可能です。

← 623 / 記事編集	LPOの効果を最大に! 🖸 🛑 公開中	下書きのプレビューを見る SNS投稿 下書き保存 ・ 更新する
▶ 公開日時	▲ サンプル記事を挿入する >	展集内容はまだ公開ページに反映されていません
▶ この記事のSEO設定		文字版: 407
▶ この記事のURL設定		□ 文単校正機能をONにする
 カテゴリー・タグ・著者 		
・テンプレート		
		テキスト選択時に衣示されまり

ブログ記事にリンクを設定する詳しい手順は<u>こちら</u>

6.ferret Oneでサイドバーに関連コンテンツへのCTAを設置す る手順

行うこと	使用するもの
①CTAやバナーを用意する	ferret One管理画面 · 画像
②ブログテンプレートを作成する	ferret One管理画面
③ブログテンプレートを設定する	ferret One管理画面

▼用意するもの

- ・ferret One管理画面
- ・CTAとして設置したいダウンロード資料(ホワイトペーパーなど)やセミナー情報
- ・CTAのフォームページ

▼実際の手順

ブログの記事部分以外の枠組みを「ブログテンプレート」と呼びます。 ブログトップに適用したいテンプレートを作成し、テンプレート設定をすることができま す。ブログテンプレートは、ページ編集と同様に、ヘッダー・フッターなどのエリアと、配 置するパーツで構成されます。



【ブログテンプレートの一例】 テンプレートは、下図でいう赤枠の部分です。

今回はブログテンプレートを利用し、サイドバーに関連コンテンツの動線を設置する方法を 解説します。

(参考)ブログテンプレートの使い方を動画でも解説しています。 【使い方動画】 ブログテンプレート機能のご説明 ~07:15~(Part.1)

①CTAやバナーを用意する

改善対象とするブログ記事の内容に合致するダウンロード資料(ホワイトペーパー)と、ダ ウンロード用フォームのページURLを準備します。(以下黄色い枠内のもの)



ダウンロードページの作成方法については、下記資料も併せてご確認ください。 <u>(参考)資料ダウンロードページの作成方法</u>

もしPVが多い記事に適した内容のダウンロード資料などがない場合は、新たに資料を作成 することも検討しましょう。 (参考)ホワイトペーパーを作成する方法

特に、ブログ記事から流入してくるユーザーは、いますぐにサービスを検討したい検討後期 の顧客というよりは、情報収集段階の顧客が多いです。そのため、動線として相性が良いの は、サービス紹介資料といったCTAではなく、セミナーやホワイトペーパーを設置するのが おすすめです。

②ブログテンプレートを作成する

管理画面左メニュー ブログ > ブログテンプレート をクリックします。 (サイト > テンプレート と同じです。)

闘 ダッシュボード	* > ブログ > テンブレート テンプレート @			新しいテンプレートを作成する
🗖 ታイト	テンプレート名 @	共通エリアの使用 ⑧	更新日の表示 ©	作成日 @
✓ プログ ブログ設定 記事一覧 タイトル・ディスクリプション	テンプレート 201910311131	ーナビーヘッダー サイドバー(左) サイドバー(右) フッター	详細	 2019/10/31 11:31:34 税益 税益
OCP	テンプレートその2	ーナビ ヘッダー サイドバー(左) サイドバー(右) フッター	✔─覧 □詳細	編集 2019/09/12 13:27:23 (別論
・ マーリティング・HotilaitC 置 ライブラリ 山 レポート・データ	デフォルトテンプレート	 デナビ マハッダー サイドバー(差) サイドバー(差) フッター 	✔─覧 ✔詳細	モニー モニー モニー モニー モニー モニー モニー モニー

≌ ダッシュボード	# > ブログ > テンブレート		+	
	テンノレートの		新規作成	新しいテンプレートを作成する
- 9-11. M-9-11	テンプレート名 🖗	共通エリアの使用 🎯	更新日の表示 🖉	作成日 🐵
タイトル・ディスクリプション OGPー活場集 入力フォーム 入力フォーム一覧 選知連携一覧	テストテンプレート	□ ナビ □ ヘッダー □ サイドバー(左) □ サイドバー(右) □ フッター	□ 一覧 □ 詳細	編集 2021/03/22 10:34:32 夜襲 解除
共通パーツ一覧 共通エリア一覧 テンプレート	テンプレート 202101081145	□ ナビ □ ヘッダー □ サイドバー(左) □ サイドバー(右) □ フッター	□ 一覧 □ 詳細	編集 2021/01/08 11:45:20 復製 前除
 ブログ ペ マーケティング・最適化 = - イニーリ 	テンプレート 202101071458	□ ナビ □ ヘッダー □ サイドバー(左) □ サイドバー(右) □ フッター	□-覧□詳細	編集 2021/01/07 14:58:52 復割 策 集する場合、
■ 54,259 u レポート・データ ■ リード	デフォルトテンプレート	✔ ナビ ✔ ヘッダー □ サイドバー(左) □ サイドバー(右) ✔ フッター	✓ -覧 ✓ 詳細	^{編集} 2021/01/05 18:04:22 複製 製する場合 ^{脂肪}
				② このページで何かお困りですが

「新規作成」または、すでにあるテンプレートを「編集」または「複製」します。

ページ編集と同様に、任意のパーツを配置します。

パーツは、記事リストパーツか、見出しパーツ+イメージパーツを組み合わせて設置する ケース、関連記事パーツを設置するケースが多いです。

€೭ನ	♪ テンプレート編	進 テンプレート 20210129	編: 🛄	スマホ編集箇所 🖗 : 🤍	1つ前に戻	す 1つ次に戻す	プレビュー	下書き保存・	更新する
• レイ:	アウト設定	•							
• デザ	インパーツ								
基本パー		画像をドラッグ&ドロップし 幅300px × 高さ50px以内のjpg	てください。 png,gif(推奨)			TOPテスト	品質方針	情報セキュリティ	コンテンツ
⊦	I								
見出し								-,,	
≜			ここは自動で挿入されるエリアです。				● テスト ● セミナー ● お知らせ		
リッチ テ 9			このエリアをコ	ビー・編集することはできませ	ω.				_
[□]	[] 🛛						テスト 2021-02	-05 18:03	
フォー	ム マップ	💼 wwa! 0 🖪	シェ ア У ツイ−ト						
	● 【 <> 】						テストテ 2021-02	スト -03 15:51	
ボタン	✓● リンク埋め込み ●								
メディア							テスト 2021-02	-03 15:51	
イメ-	ジロ 動画の	•						⑦ このページ	って何かお困りですか?

配置するコンテンツとしては、下記を設置することが多いです。

- ・セミナー(サイドバー)
- ・人気のホワイトペーパー(サイドバー)
- ・サービス紹介資料や人気のホワイトペーパーのCTA(ブログ記事下部)
- ・人気記事ランキング(サイドバー)
- (例) <u>ferret Oneのブログページ</u>



③ブログテンプレートを設定する

管理画面左メニュー ブログ > ブログ設定 をクリックします。

「トップページテンプレート」欄で作成したテンプレートを選択し、「更新」ボタンをク リックします。

≌ ダッシュボード	 * > ブログ > ブログ基本設定 	
	基本設定 目次設定	
/ プログ	ブログの公開・非公開	● 公期中
フロク設定記事一覧	プログ名	すべての記事
	ブログトップURL	http:// .jp/ blog
	トップページテンプレート	使用り <u>にく</u> アル3413到前隊 テンプレートを選択してください
	RSSフィード	https://
		コピー LINE NEWS用のリンクをコピーする
	検索エンジン設定	検索エンジンに対して、ブログトップのAMP HTMLをインデックスされないように設定する
S リード 8		更新
✿ 設定		

これで、ブログ記事一覧ページの更新が完了です。

よくあるご質問

Q.他記事への回遊を促すためにできる工夫ってありますか?

本資料ではCVRを上げる方法として、主にCTAを設置する方法をご紹介しましたが、回遊率 を上げる方法もあります。

- 前後の記事に遷移できるようにする(ferret Oneでは自動挿入されるパーツです)
- 関連記事を設置し、近い内容の記事に遷移できるようにする(記事リストパーツ)

One Tip編集部 One Tipは、Webマーケティングツール「ferret One」から生まれた、「BtoBマーケティングの成功の ヒントとなるメディア」です。BtoBマーケティングにかかわる人にとって、価値あるコンテンツをお届 けしていきます。Twitter:@ferret_One_						
前の記事 く いいのでは、「「「」」のでは、「」、「」の記事 Fite Diagram (1) 「「」の記事 ゲ 「「「「」の記事」 ゲ 「「おすすめ参考!」	ンツマーケティン 事例20選]	の記事 日本 子ン 選	oB企業が今、コンテンツマーケテ 👂 ッグを実施すべき理由と成功事例10			
 ・						
BtoB Management Been Report デジタル化時代のマーケ組織の立ち上げ方、 そ様株まか描き、857時さえるべき3300ポイントへ 全様株まか描き、857時さえるべき3300ポイントへ イベントレボート 後編 ジジックション ジジックション	BtoB Material デジタル化時代のマーク組織 ~服業が増も、必ず用さえるへお イベントレポート	Report Report このポイント~	マーケと営業の壁を崩す、 仕組みとマインド ferret Oneチームの場合			
「デジタル化時代のマーケ組織 の立ち上げ方」イベントレポー ト【後編】	「デジタル化時代の の立ち上げ方」イベ ト【前編】	マーケ組織 ントレポー	マーケと営業の壁を崩す、仕組 みとマインド - ferret Oneチ ームの場合			
1 2 3 4 5 > >>						

こちらも、「サイドバーに関連コンテンツへの動線を設置する手順」でご紹介したブログテ ンプレートで設定することができます。 <u>参考:ブログの一覧ページのテンプレート反映方法・設定</u>

Q.ブログ記事一覧ページとブログ記事詳細ページとで、異なるブログテンプレートを設定したいです。どのように設定できますか?

ブログ記事は個別で任意のブログテンプレートを設定することができます。

管理画面内でブログ>記事一覧から任意の記事を選択し、「テンプレート」から選択可能で す。(以下、赤枠)

← 523 / 記事編集	【事例記事サンプル】事例の内容と効果的。2 🛑 公開中	下書きのプレビューを見る	SNS投稿 下書き保存	更新する
▶ 公開日時	▲ サンプル記事を挿入する >			
▶ この記事のSEO設定				言き方のヒントを表示
▶ この記事のURL設定	アイキャッチ			■文章校正機能をONにする
▶ カテゴリー・タグ・著者				類語表示機能をONにする
▼テンプレート	192	0 × 500		
テンプレート				
デフォルトテンプレート ▼ 新田テンプレート作成		_		
	(2) 「オキャー」 たタイトルをつけましょ	^ም 事例の内容と効果的な数字 - ⊃	rtryfelligia Pを含め	
		.)		
	EF#42 事例の内容が簡潔に分かる X7#102 つけましょう	ように効果的な数字を入れた見	出しを	
	▼ アのパートでは、読者に「私が見るべき	*重例だ! と判断! てもらうために、重例で取り	Fげるお客 🛛 🕄	このページで何かお困りですか?

Q.ポップアップ表示をつけたいのですが可能でしょうか?

ferret Oneの標準機能には、ポップアップ表示機能はございません。

ferret Oneのブログでもポップアップ表示をしていますが、これは<u>外部ツール「Flipdesk」</u> を利用して設定をしています。

他、他社ツール(Web接客ツールやMA)の利用でポップアップを設定している事例もあり ますが、お客様ご自身でJavaScriptやタグマネージャーを使って実装する必要があります。 JavaScriptの詳細や連携可否についてはサポート対象外となりますので、予めご了承くださ い。

Q. 同じCTAを記事内に複数設置してもいいんでしょうか?

「1. 施策の内容 CTAを設置すべき場所」で解説をしたように、記事内の導入部分と最下部 に設置するなど、複数設置するケースはあります。ですが、たくさん設置すればそれだけ CVRが上がるかというと、そうではありません。

そもそも読者の興味を引くコンテンツがなければ、いくら動線を設置してもダウンロードされないですし、文章の流れを無視してCTA(特にバナー画像)を挿入しすぎると、記事そのものが読みづらくなってしまう懸念もあります。

あくまで、文章の自然な流れでCTAを設置できているか、バナーリンクではなくテキストリ ンクで代替できないかなど、読者への配慮も忘れないようにしましょう。

Q. ブログ記事に関連する資料がないのですが、どうすればよいでしょうか?

もしPVが多い記事に適した内容のダウンロード資料などがない場合は、新たに資料を作成 してみましょう。

<u>(参考)ホワイトペーパーを作成する方法</u>

また、ferret Oneではホワイトペーパー制作代行のプランもご用意しております。リソース がなくなかなか作れない、ホワイトペーパーの作り方がわからないといったお悩みがあれ ば、是非お気軽に貴社担当のCSにご相談ください。

ferret Oneサポートのご案内

■ その他無料サポートのご案内





運用支援サポート:貴社の状況に合わせてサイトの運用支援、施策のアドバ イスを行います。必要に応じてお打ち合わせが可能です。



テクニカルサポート TEL:03-6868-8244/Mail:管理画面右下より 受付時間:平日(月〜金)午前10時〜午後5時



ヘルプページ:<u>https://ferretone.zendesk.com/hc/ja</u>



操作レクチャー:<u>https://fo-keiyaku.hmup.jp/contact_lecture</u> 予約制です。Web会議もしくはお電話にて画面を見ながらレクチャー



もくもく会:<u>https://fo-keiyaku.hmup.jp/mokumoku-event</u> サポートが近くにいる状態で作業ができる場を提供。(オンライン有)

■ご請求内容の確認/ユーザー追加・変更はこちら

https://fo-keiyaku.hmup.jp/contact_option

