

Nanocolor

会社案内・サービス紹介資料

ver2.1.0 / 2021年10月現在

Copyright (C)2021 nano color inc. All Rights Reserved

CONFIDENTIAL

目次

はじめに	
会社/事業サービスのご紹介	P.3
1. ナノカラーの考え方	P.8
2. ナノカラーの制作フロー	P.19
3. 具体的な進行について	P.35
4. よく頂くご質問	P.40
5. 価格表	P.46

はじめに

会社/事業サービスのご紹介

Nanocolor

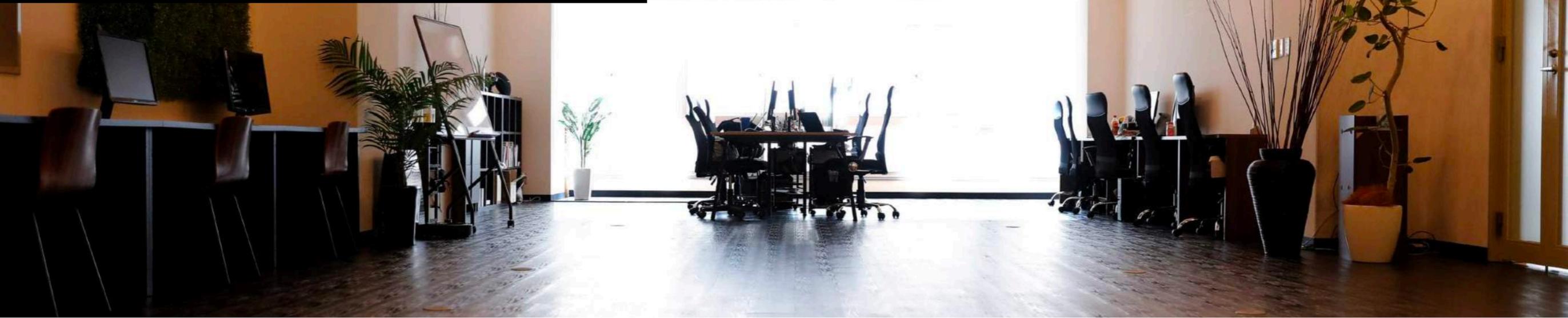
Nanocolor

nanocolorにとっての調査・分析・制作の目的は

「相手」と「市場」と「目的」 に合わせて「商品価値」を 再構築する



ナノカラーの取り組み姿勢



Web広告において自動化・効率化が進み、今後は人の関与がより少なくなっていくかと思えます。
「アタリ」が出るまで「数で勝負する」という手法も確かに理にかなっています。

しかし、私たちはあえてマンパワーで挑んでいます。それはターゲットの心理を本当の意味で理解する為です。お客様の商品特性を理解し、市場を理解し、ユーザーを理解する事で、ようやくターゲットの心理が、感情が動く本音（インサイト）が垣間見えはじめます。

自動化によって失われつつある、画面の向こうにいる実際のお客様への想像力を、私たちは失いたくないと考えています。
その想像力こそが、再現性のある施策を生むために欠かせない要素だと考えています。感情を数値化することはできませんが、想像力が仮設に深さと広さをもたらし、テクノロジーと掛け合わせる事で、エンドユーザーの感情のかけらに触れられる瞬間があります。これが、施策や打ち手と呼ばれるものです。

私たちは「人と人」が繋がるコミュニケーションツールとして、そしてマーケティングツールとして制作に取り組むために、相手と市場と目的に合わせて「商品価値」を再構築するため、人への理解を欠かすことができません。

本資料はナノカラーの普段の取り組みをまとめております。少しでも弊社の取り組みに興味をお持ちいただけますと幸いです。

会社概要

会社名	株式会社nano color（ナノカラー）
代表取締役	川端 康介
設立日	2010年2月
事業内容	データ解析・調査・ランディングページ制作
所在地	〒541-0056 大阪府大阪市中央区久太郎町2丁目5-19 丸忠第3ビル 603
従業員数	9名（2021年10月現在）
メール	info@nanocolor.jp
電話番号	06-6484-7979

制作事例

健康食品・美容系商材/サービスをはじめとしたBtoCのランディングページ多数。



- * 株式会社富士フィルム ヘルスケア ラボラトリー 様
- * 株式会社DECENCIA 様
- * 株式会社マンダム 様
- * 株式会社生活総合サービス 様
- * 株式会社キナリ 様
- * 株式会社フェリシモ 様
- * 株式会社サイバー大学 様
- * 株式会社I-ne 様
- * 日清食品株式会社 様
- * 株式会社サン・クラルテ製薬 様
- * 株式会社フォーマルクライン様
- * 株式会社tattva 様
- * 株式会社フクロウラボ 様
- * 株式会社MEJ 様

... and more



芳醇な香りで
ココロも満たす

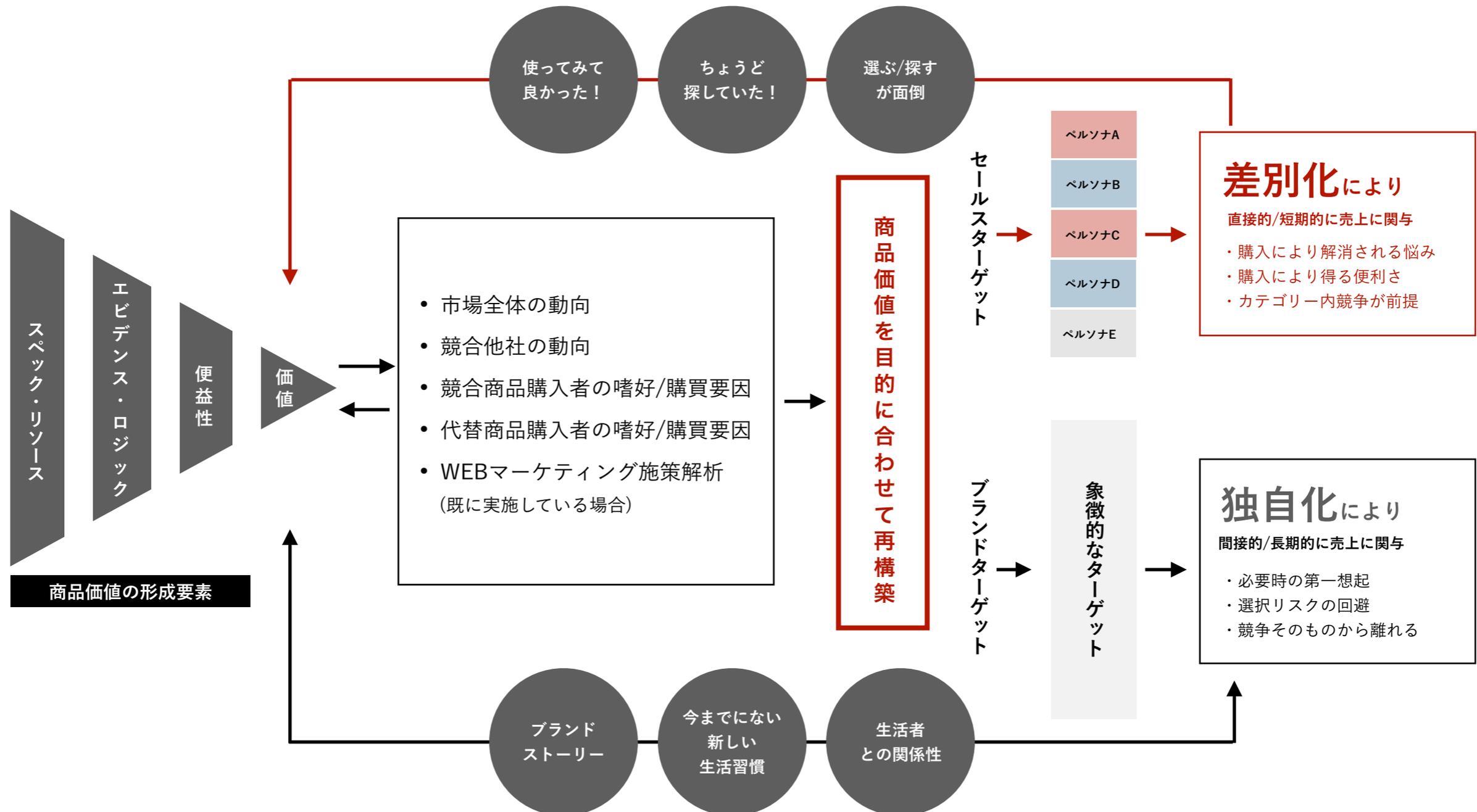


1. ナノカラーの考え方

手法論を先行する前に根本的な視点を取り入れるための考え方について。

1.1. LPの役割と定義が曖昧な状況を排除する

商品価値を形成する要素を「直接的かつ短期的な売上」に関与するため、セールスターゲットとなるペルソナに対し、商品価値を理解し購入などCVという行動喚起を促すコミュニケーションを目的としたWEBマーケティング戦略における販促ツールです。



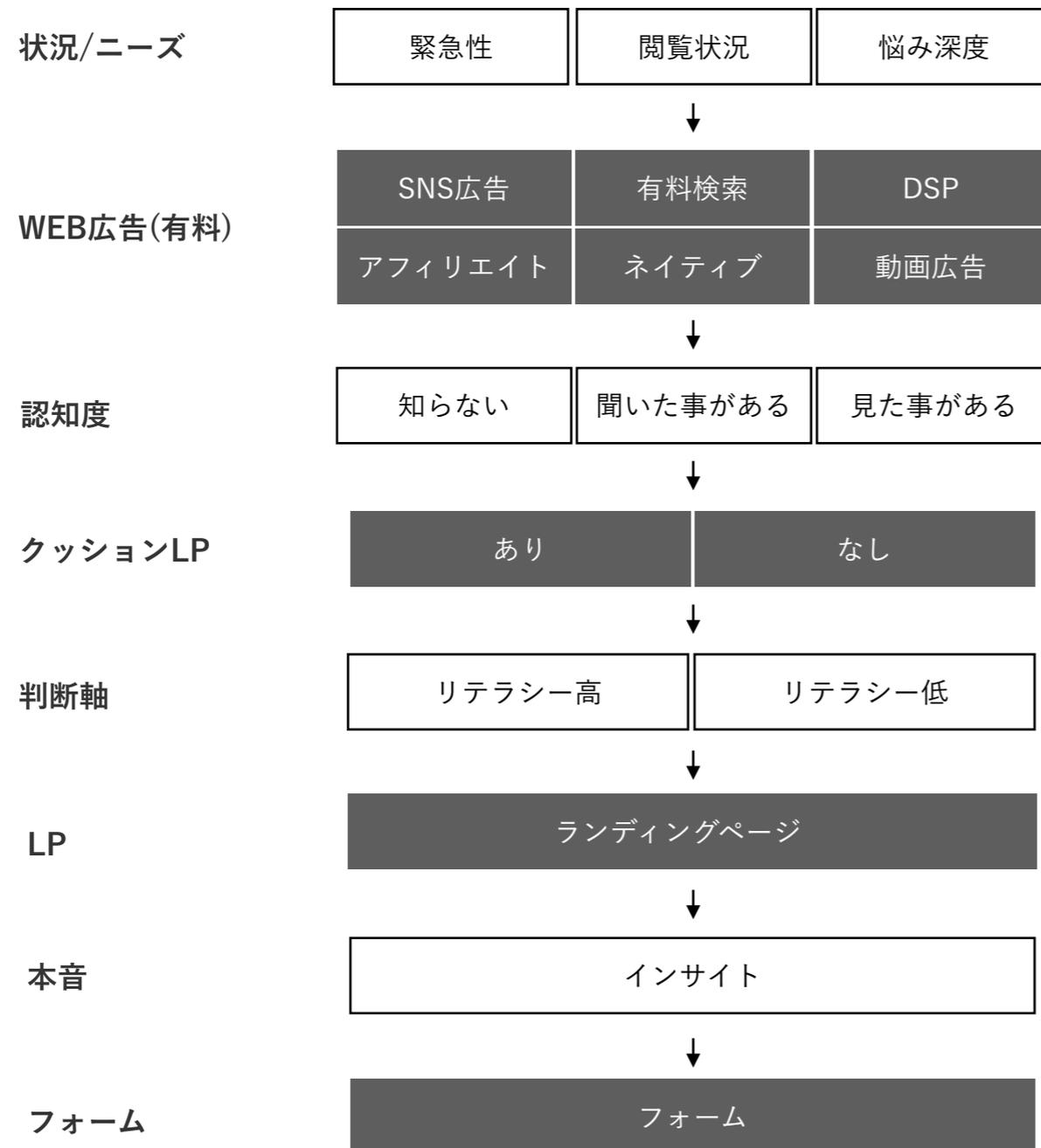
1.2. 裏付けのない感覚的手法論の「仮説」を生まない

自社商品やサービスがニーズを満たしているという思い込みにより生じている仮説が生まれがちです。感覚的な手法論には裏付けとなるデータを組み合わせ、施策目的を明確にした上でご提案、実施いたします。

- 割引率が目立っていないのではないか？
- CTAの色を変えた方がいいのではないか？
- CTAに動きをつけたらいいのではないか？
- もっと値下げした方がいいのではないか？
- デザインがダサいからじゃないか？
- ファーストビューは女性画像の方がいいんじゃない？
- インフルエンサーなどの賑やかしが必要なのでは？
- LPが長すぎるんじゃないか？
- 売れてそうなLPを真似した方がいいんじゃない？
- CTAエリアは少ない方がいいんじゃない？
- もっと世界観を大切にしたい
- ターゲットは肌荒れに悩む30～60代の女性
- ランキング受賞歴はあった方がいい？
- 競合に比べスペックも価格も勝っているのに
- とにかくこだわりをもっと伝えたい

1.3. データ計測だけに頼らない顧客理解

広告データやヒートマップで計測し、解析できる領域は限られています。その領域の前後にはユーザーの状況や心理が存在し、それらが計測できる数値に影響を与えている事実を認識することが、顧客理解と正しい「仮説」を生むために必要です。



正しい「仮説」を生むことが重要。

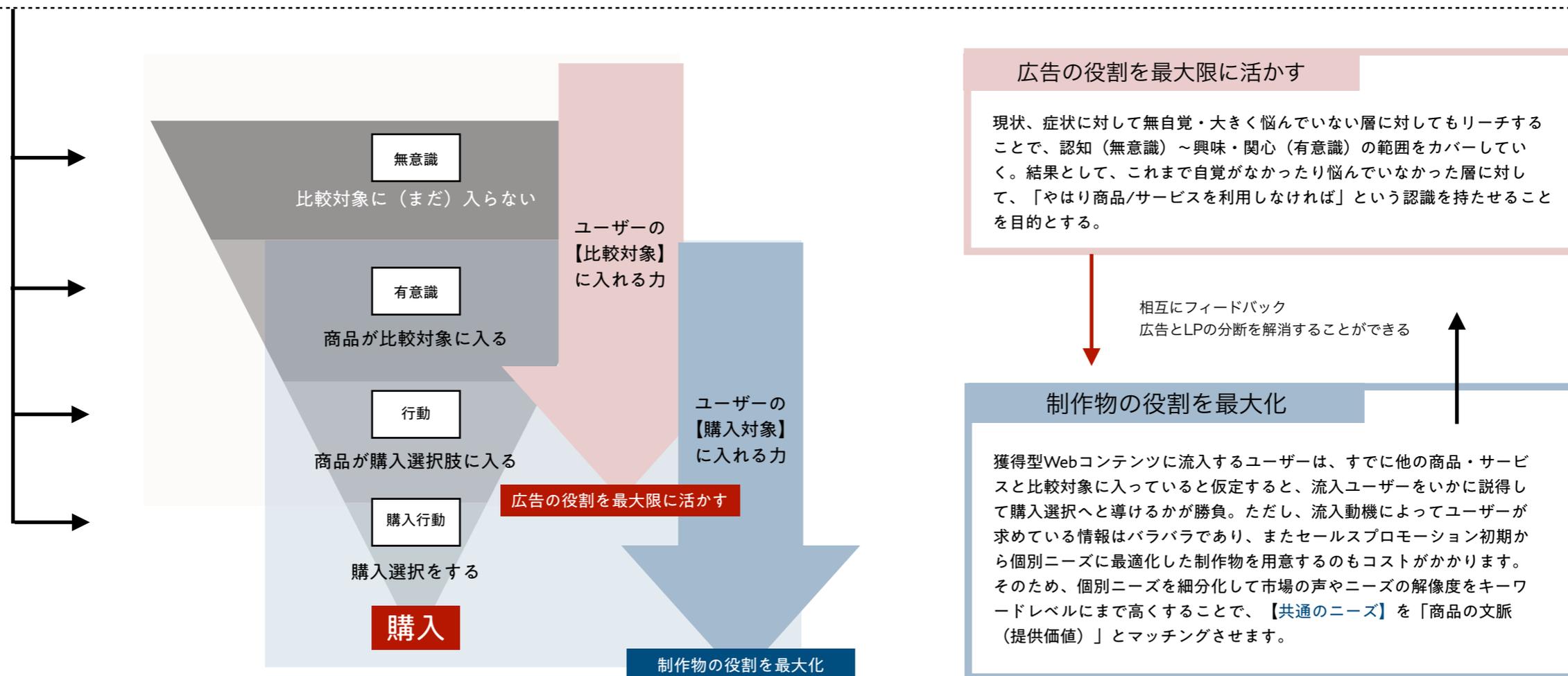
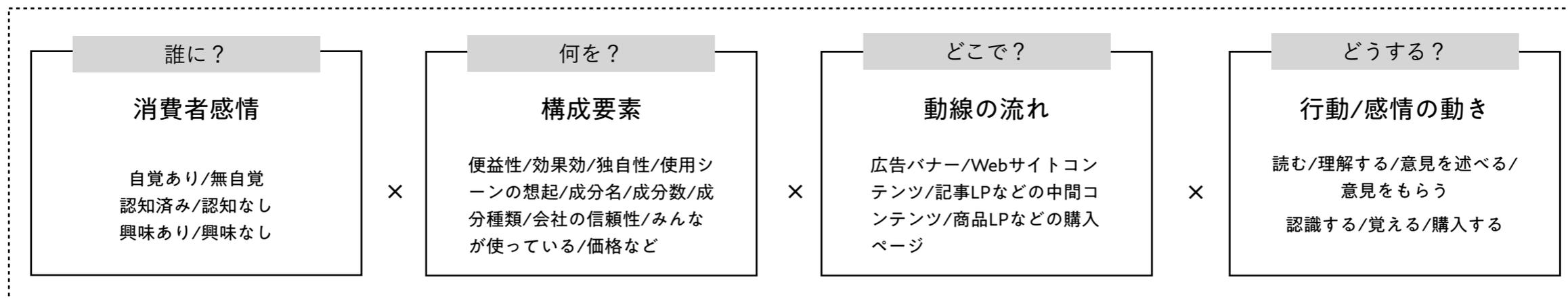
媒体やLPの精査も重要ですが、そもそも根本的な「誰に」が欠如してしまう事で、打ち手が手法論に偏り、売れてそうなLPの模倣や感覚的な改善施策に陥ってしまいます。

また施策有効性をCVRやCPAという指標のみに頼ってしまい、なぜ上がったか/下がったかの考察が疎かになり、施策の再現性がなくなってしまいます。

様々なツールで数値は収集できたとしても、その数値を眺めているだけでは正しい「仮説」は生まれません。顧客を知るという行動は「正しい仮説」を作るスタートであり、また全ての施策の軸にもなります。

1.4. 広告の目的とLPの目的を紐づける

見せれば売れる、という思い込みを思考から外し、「誰に」「何を」「どこで」「どうする」を目的に沿ったコミュニケーション設計に落とし込む必要があります。



1.5. 改善目的とターゲットを明確にする

今とり逃してしまっているターゲットに対しての施策なのか、今は獲得できないターゲットに対しての施策なのかを明確にするために、現状把握を正しく行うため、データを収集します。

1 ボトルネック解消型施策 今獲得できているターゲットを増やすことで課題を解決する

誘導枠や記事LPで抱いた期待値とLPとのミスマッチを改善し、ボトルネックとなっている「穴」を塞ぐ施策が中心。



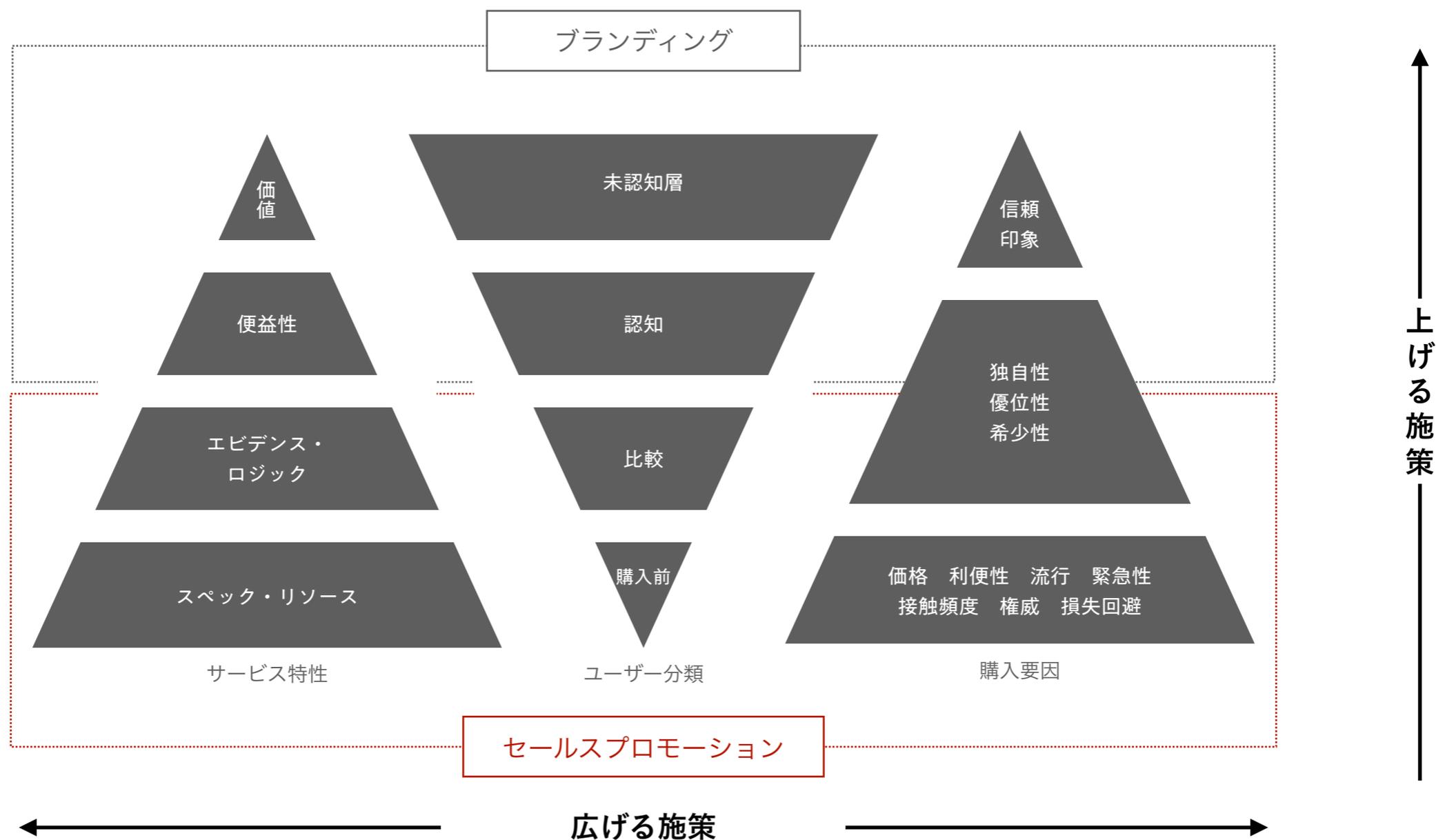
2 訴求軸/ターゲティング別施策 今獲得できていないターゲットを増やすことで課題を解決する

今獲得できていないターゲットを抽出し、新たな訴求軸や打ち手を創出する施策が中心。



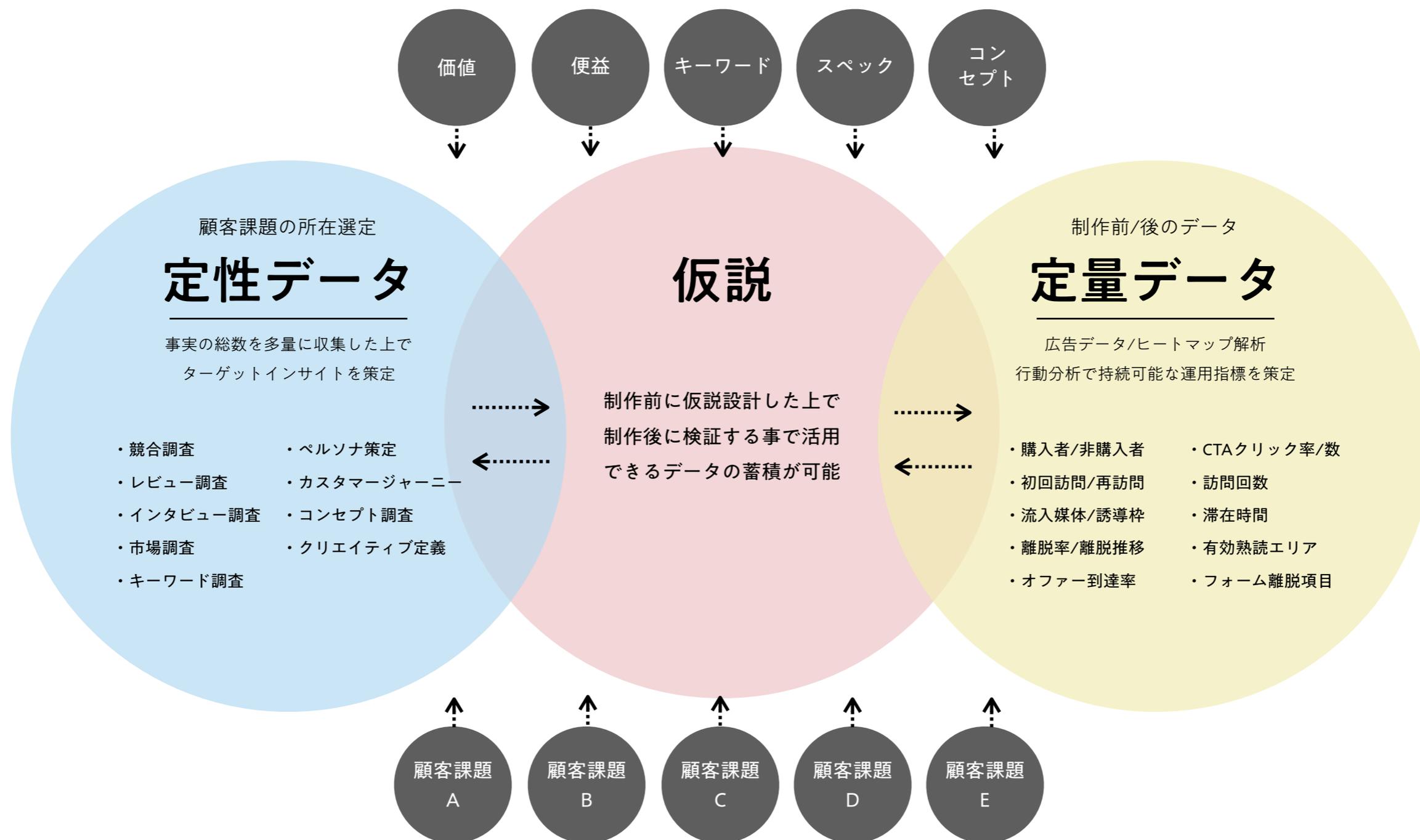
1.6. 購入要因に対して多角的なアプローチが必要

期間・予算・人的リソースなど今使える資源をどこに集約して投下すると目的が果たせるのかを明確にします。事業戦略として、短期的な目標と長期的な目標を明確にし、今実施すべき施策を定めます。LPはターゲットに対して購入要因を多角的に伝えるツールの一つです。



1.7. 定性と定量を行き来し生まれる「仮説」

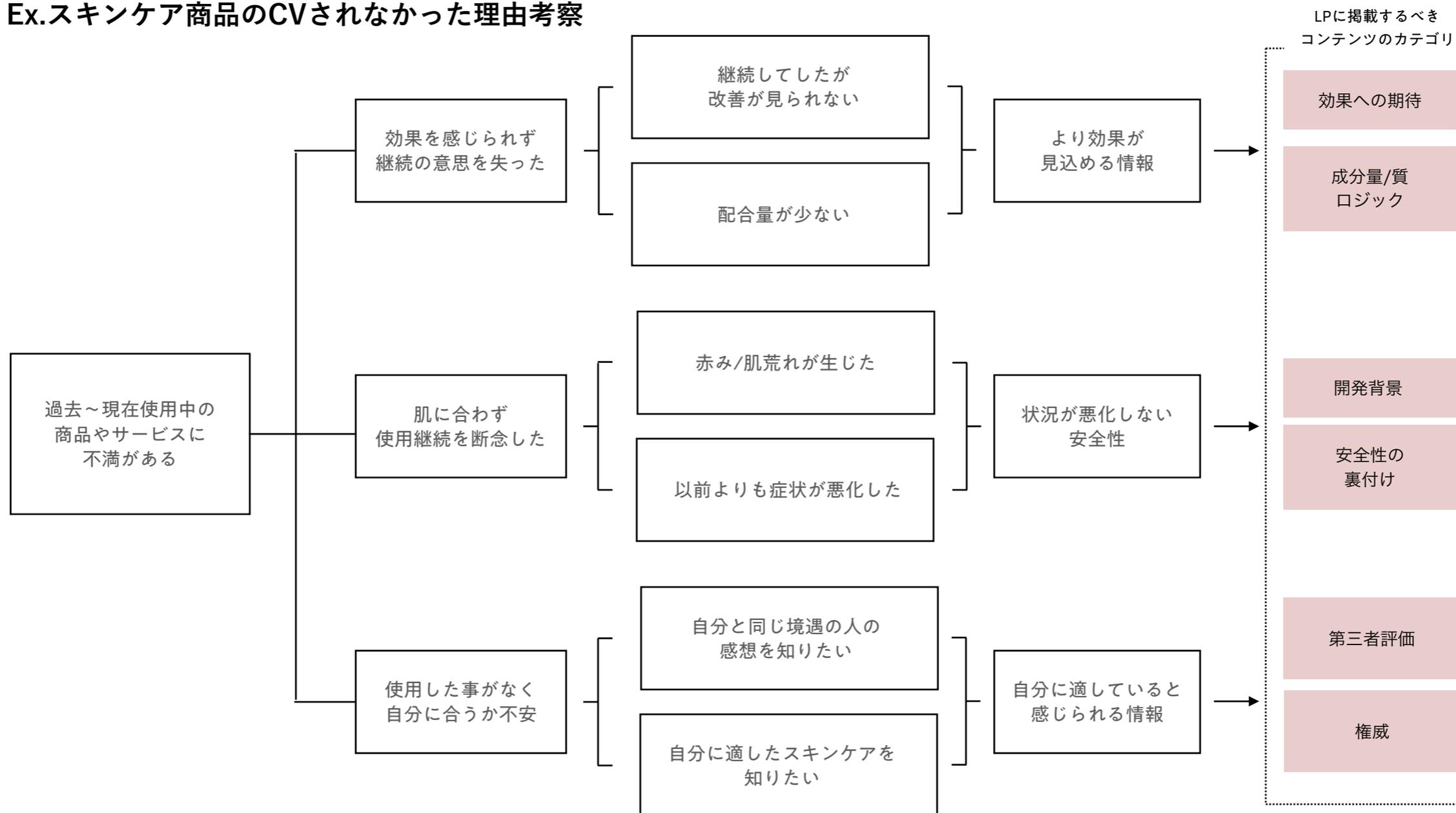
感覚的な打ち手を排除するとはいえ、感情のデータ化は困難です。そこで顧客調査や顧客心理を読み取れる情報と裏付けデータの検証を重ねながら「仮説」を生み出すフローを重視しています。



1.8. LPで短期的効果を目指すセグメンテーション

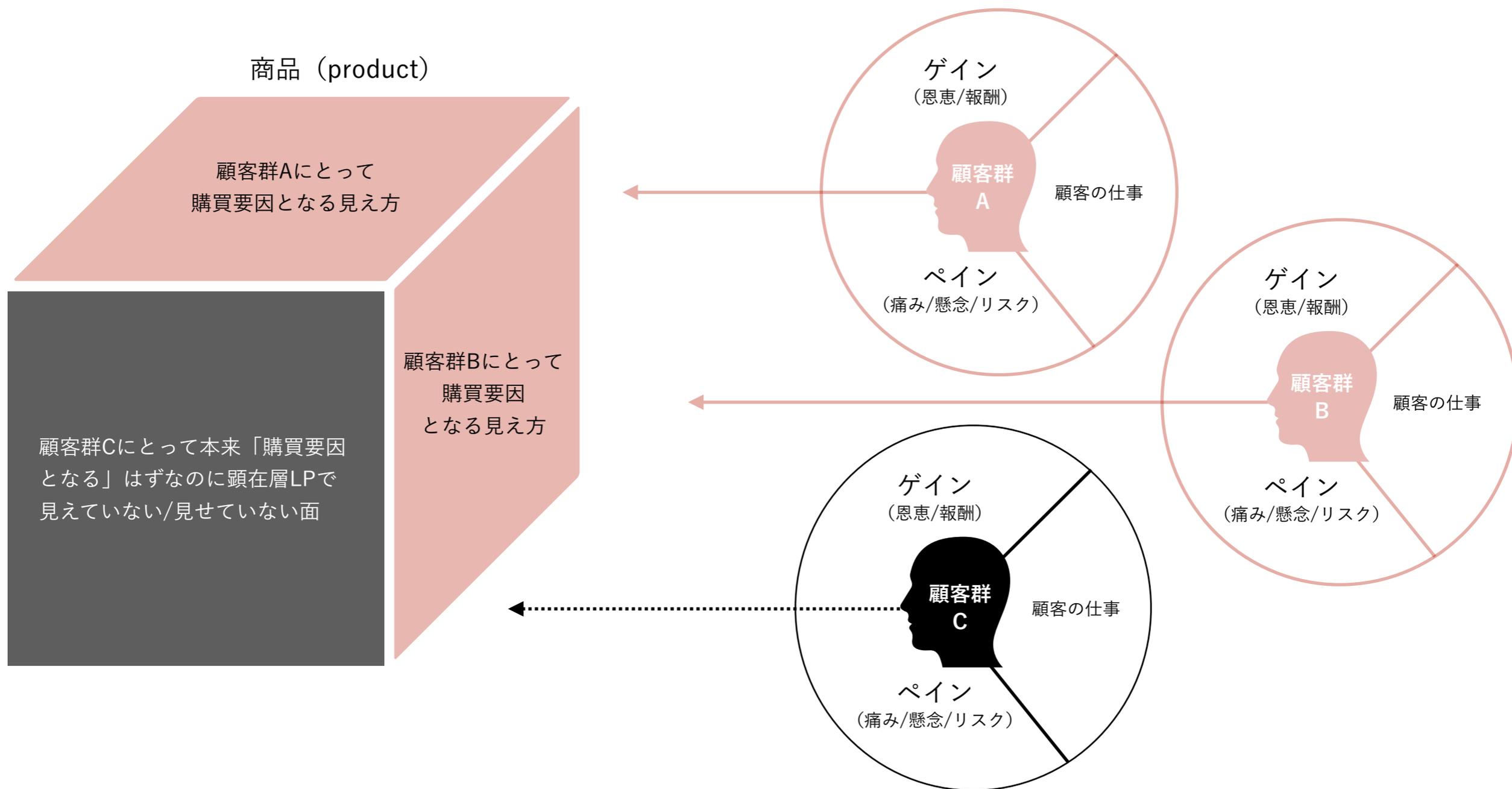
LPというデジタルマーケティング戦略において必要なのは、CVの理由/CVしなかった理由を様々なデータやユーザーの声から抽出し、何が求められているかを推測する事が重要です。その為ため、年齢や性別ではなく心理状況（課題）を中心にしたセグメントを設計します。

Ex. スキンケア商品のCVされなかった理由考察



1.9. 人により求めるもの、接する面も異なる

ターゲットや面を絞る/広げるは、この商品とのタッチポイントの最大公約数のチューニングと考えています。商品価値に適した顧客群の抽出と、対する最適なコミュニケーションが目的に沿っているかどうかの判断も必要となります。



1.10. 商材/市場/ターゲットを行き来する考え方

ファネルを「市場調査・ポジショニング」「共通ニーズ」の2つのフレームで細分化することで、より詳細なターゲット属性とニーズを捉え、施策を立案します。

フレーム1

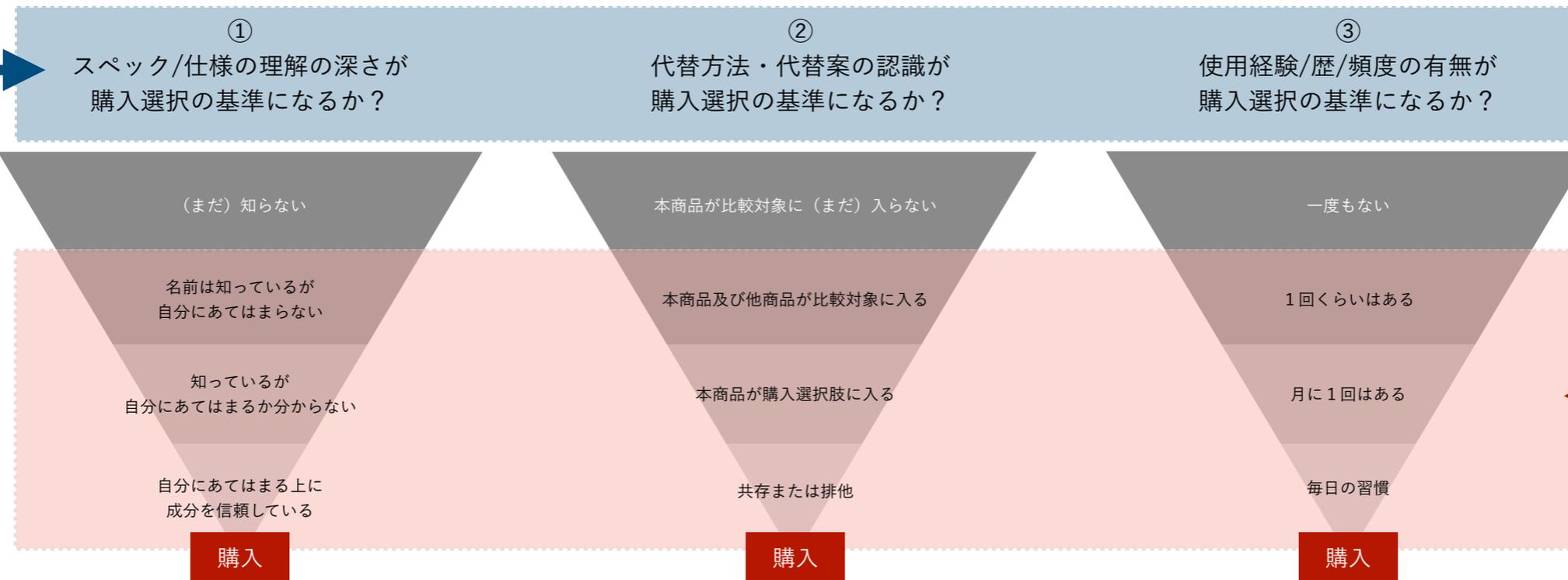
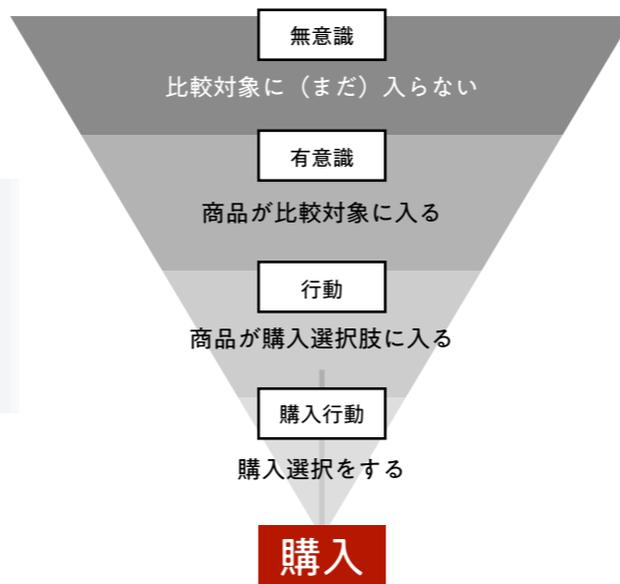
市場調査・ポジショニング

購入選択基準を明らかにするため個別ニーズの事実確認し、獲得母数の最大化を目指す。

フレーム2

共通ニーズ

獲得が安易な個別ニーズを【共通ニーズ】で括り制作物に落とし込む。



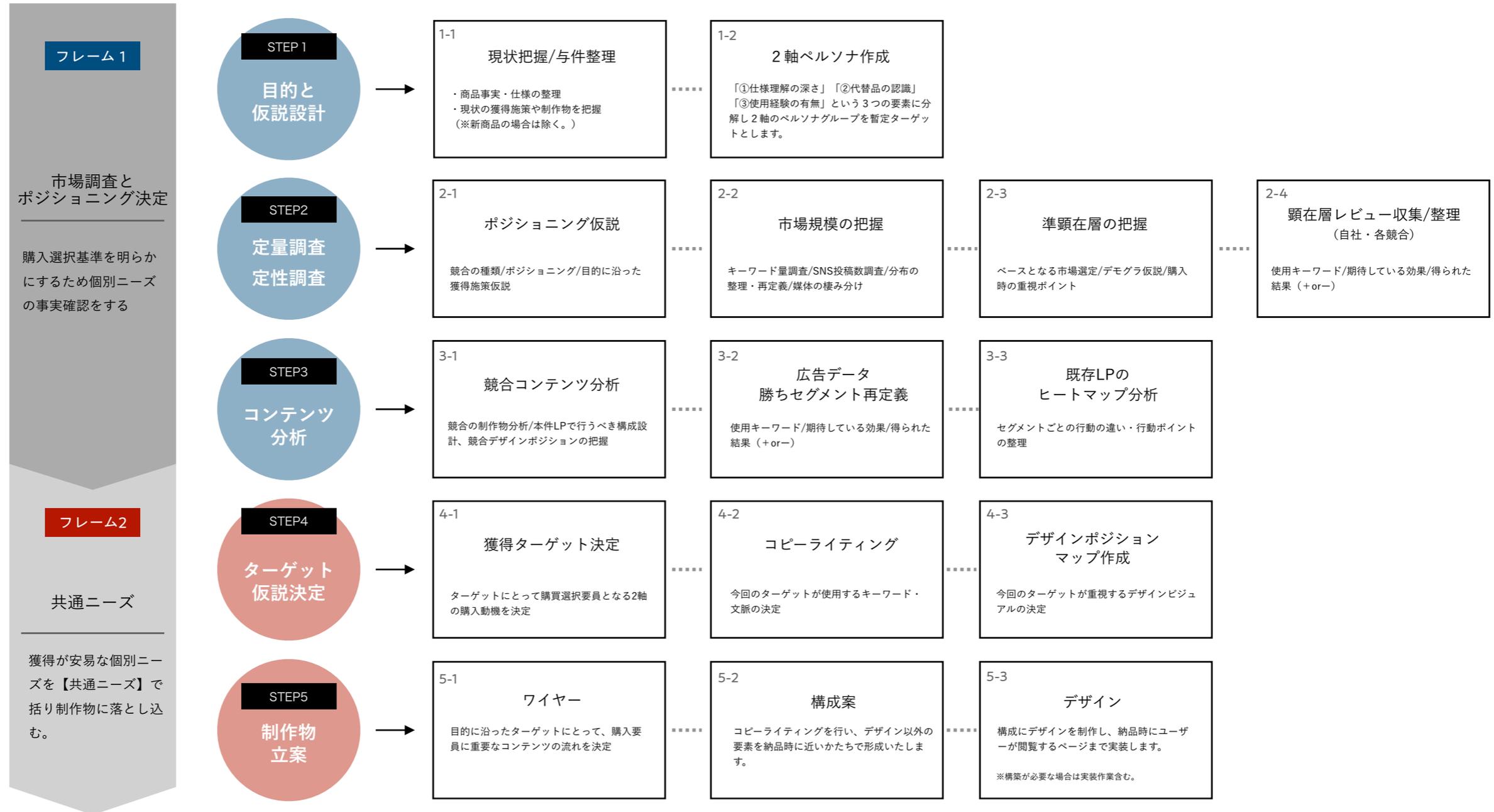
2. ナノカラーの制作フロー

手法論を先行する前に根本的な視点を取り入れるための考え方について。

2.nanocolorの制作フロー

2.1. 「2つのフレーム」と「5つのSTEP」で制作

案件や商材、事業フェーズなどによりすべてのフローを実施するのではなく、適切なフローを適宜調整し進行します。



2.nanocolorの制作フロー

2.2. 訴求/価格/スペックなどの競合商品の調査

ターゲットが比較見当する可能性がある商品を全てピックアップし、面競合として存在する商品を洗い出します。

	競合ジャンル	キーワード	カテゴリ	価格 (税込)	送料	容量	返金保証	定期縛り	コピー	特徴	成分
同スペック競合	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	保湿美容液	保湿美容液	価格: 11,000円	無料	200ml (200g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	保湿美容液	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	保湿美容液	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	保湿美容液	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	保湿美容液	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	保湿美容液	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
同便益性競合	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
同訴求競合	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
同カテゴリー競合	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
	食品		健康食品	価格: 1,000円	送料: 1,000円	100g	なし	なし	なし	健康成分が豊富	ビタミンC、鉄分
代替競合	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン
	化粧品	スキンケア	保湿美容液	価格: 5,000円	無料	100ml (100g)	なし	なし	なし	保湿成分が豊富	ヒアルロン酸、コラーゲン

2.3. 競合商品レビューから購入者特性を理解

購入者の保有課題/商品への期待値/使用による体感/使用しがちなキーワード/購買要因/などを商品ごとに収集します。



2.4. 獲得すべき顧客像の理解を促す

選定した競合商品の口コミやレビューなどを収集し、商品ごとに異なる顧客像から、市場ニーズの広さやインサイトを探り理解することで、お客様の商品やサービスの価値を理解していただきやすい獲得すべき顧客像の抽出します。



レビューから得られる情報

どんな人が？

保有課題の種類
保有課題の深さ
保有課題の期間

×

何を求めて？

商品への期待領域
購入の要因

×

どう感じた？

商品の体感

×

購入後の行動は？

体感に対するの
評価

2.5. 対象市場の動向を調査

n数の多いアンケート調査結果や、n数の少ないインタビューなどを収集し、市場の動向と個人の感情を双方から観測することで、レビュー収集して得た顧客とお客様の商品との最適なタッチポイントを探ります。



2.6. キーワードから市場ニーズを理解

訴求・ニーズに関連するキーワードから市場で求められている領域を理解するための調査を実施します。

Ex.年齢悩みを解決するスキンケア商品の場合

出典：Googleキーワードプランナー

- アンチエイジングが部位や効果に対しての関心度が高い
- エイジングケアは年齢/具体的ブランド名への関心度が高い

アンチエイジング検索KWの特徴

- 首/顔/ほうれい線/肌など部位の語句が存在
- 効く/最新など効果に対しての関心度が高い

出現ブランド名
AAA/BBB/CCC/DDDDD/EEEE/FFFFFFFFFFFF/GGGGGGGGG

エイジングケア検索KWの特徴

- 年齢(40代など)が非常に多い
- 具体的なブランド名が多い
- 男性が存在せず女性のみ関心ワードの可能性

出現ブランド名
WWWWW/YYYYY/ZZZ/HHHHHHH/TTTTTTTT

成分名
aaaaaaaaa/bbbbbbbbbbbbbbbbbbb/ccccccc

2.7. キーワードの定義を定める

曖昧な表現により商品価値が理解されない状況を防ぐため、軸となるキーワードの定義を定めます。

Ex.年齢悩みを解決するスキンケア商品の場合

マクロ調査・ユーザー調査結果によるアンチエイジングとエイジングケアの差分考察



アンチエイジング

エイジングケア



評価軸/自分

自己目線を中心とした
結果に対する満足度

他者目線を中心とした
経過も含めた満足度

評価軸/他者

理想像

自分が理想とする見られ方を望む傾向があるために確実性の高い医療への関心度が高まる

直訳すると「老化に抵抗する」という意味で、年齢に負けずにずっと若々しくいるための行為に対してアンチエイジングという言葉が使われています。老化やその他原因により発症した症状に対して解決(ゼロ)に戻し、時間を巻き戻した状態への希望が高い。

理想像

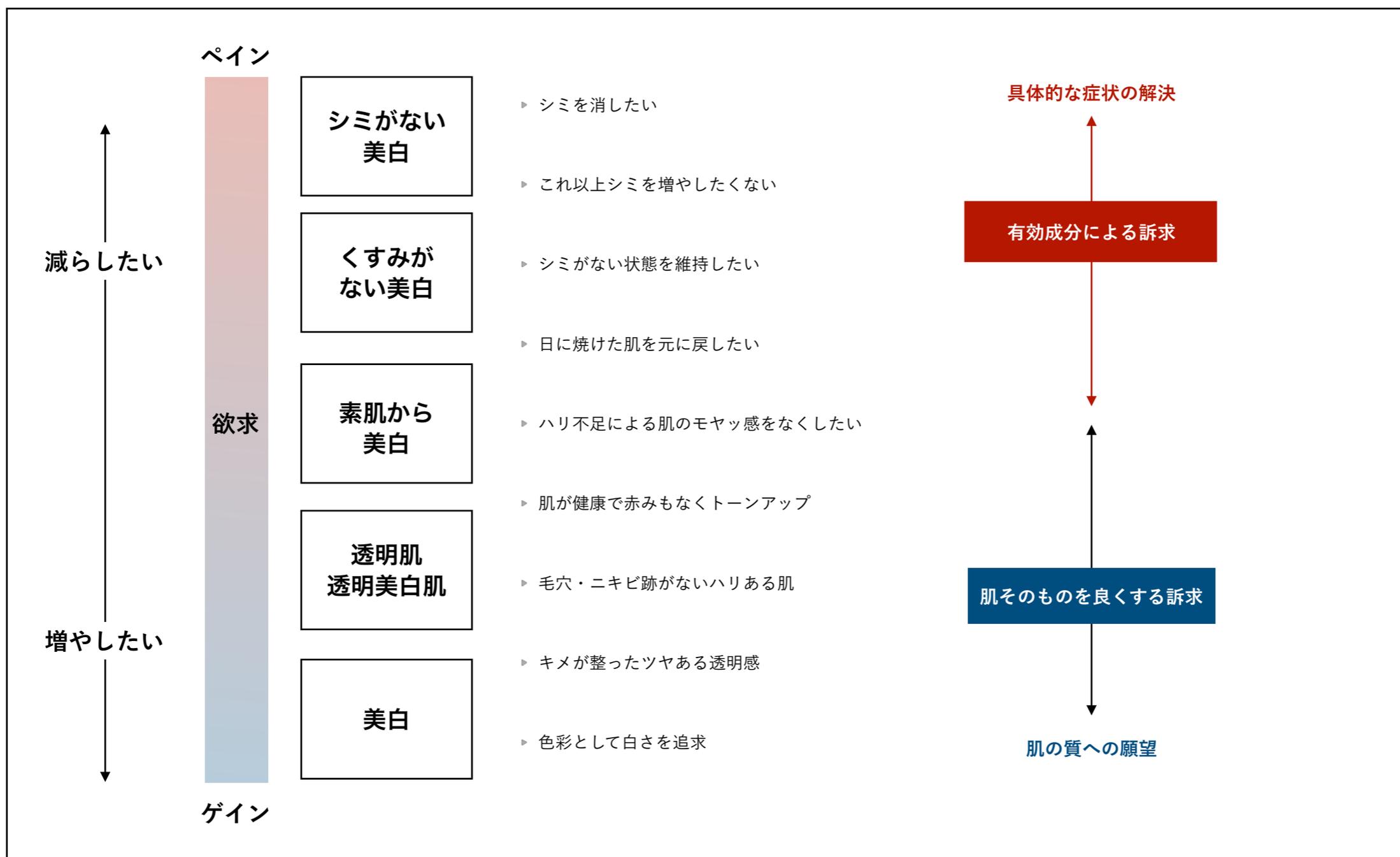
身近な他者からの評価軸に対して満足度が左右されるために、「若く見られたい」ではなく、ケアした結果「若く見られたらいいな」という希望。

エイジングケアは「老化をケアする」ということで、老化しないためのお手入れ、老化を防ぐ行為として使われる。直近の悩みよりも、未来に発生する症状の予防(マイナスを防ぐ)行為が多い。

2.8. 定義からニーズを細分化

定義から紐づく市場のニーズを細分化し構造化することで、狙うべき顧客像や競合商品のポジション理解に活用します。

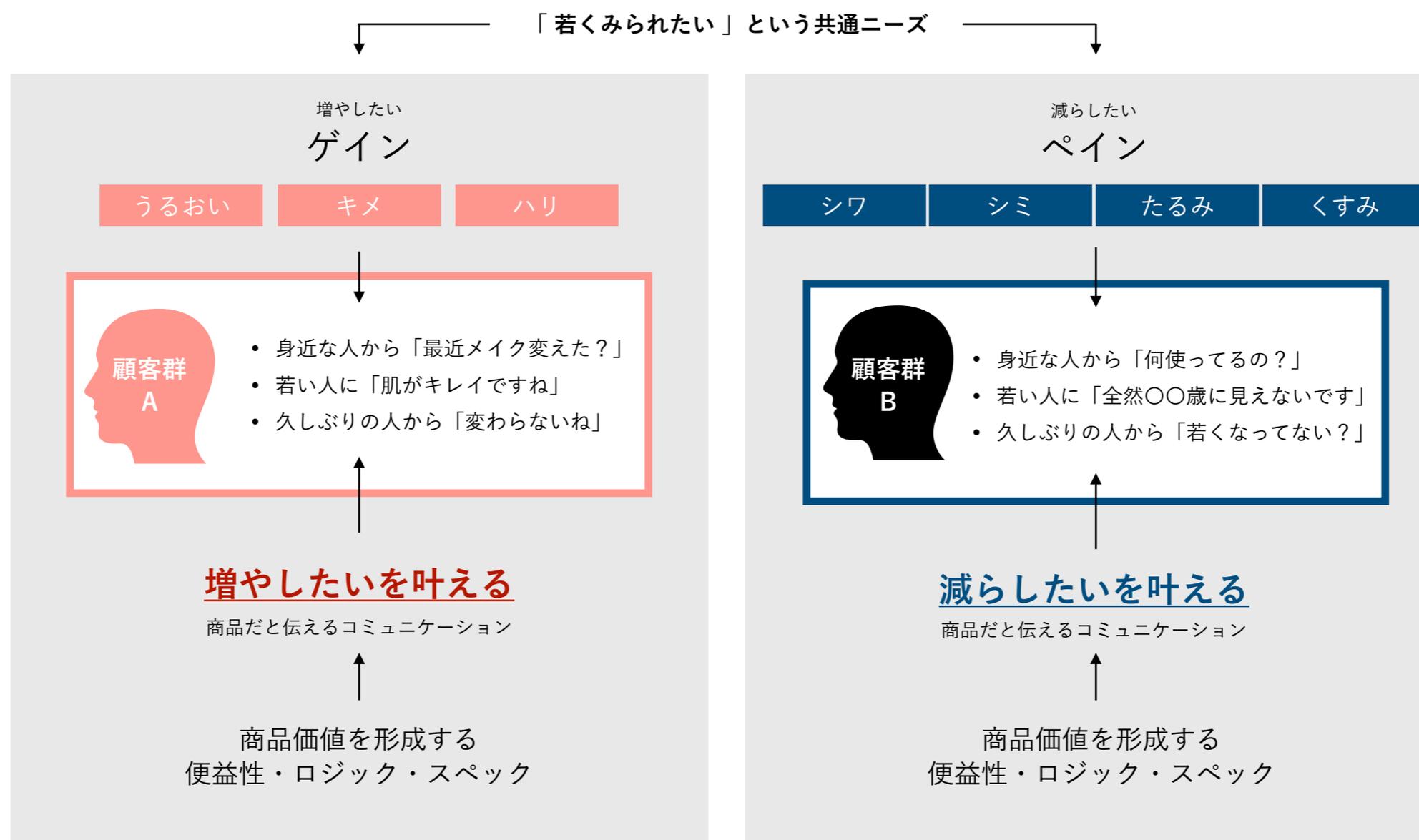
Ex. 「美白肌」という価値を提供するスキンケア商品の場合



2.9. ペイン/ゲインからニーズとインサイトを紐解く

求められている領域を理解することで、商品価値を細分化し適切なコミュニケーションの設計を可能にします。 ※レビュー調査・マクロ調査結果から

Ex.年齢悩みを解決する健康食品・スキンケア・医薬部外品等の商品の販促を考える場合

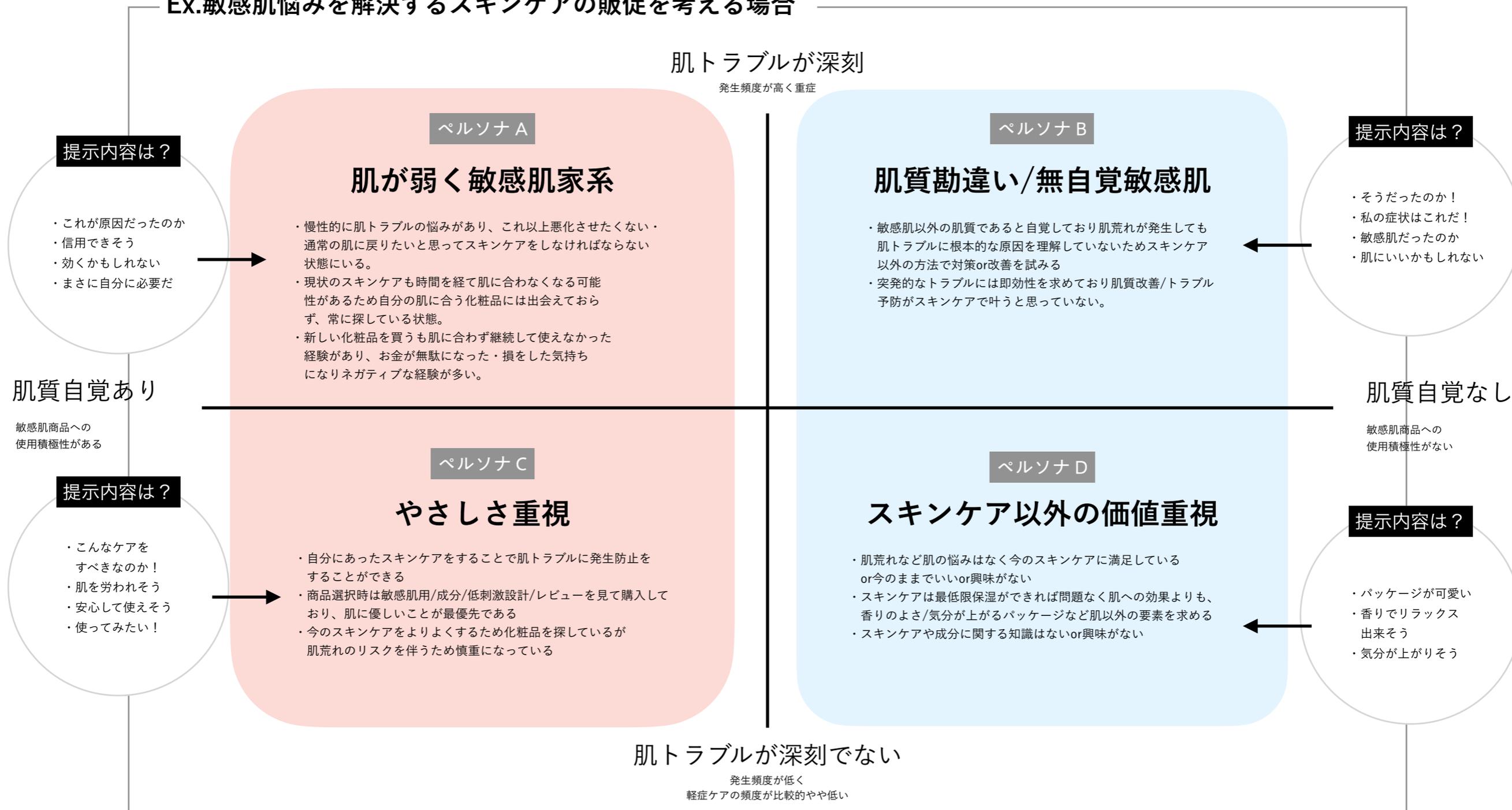


2.nanocolorの制作フロー

2.10.ペルソナごとに提示内容を考察

細分化したニーズから縦軸・横軸を定め、狙うべきターゲットを策定する。

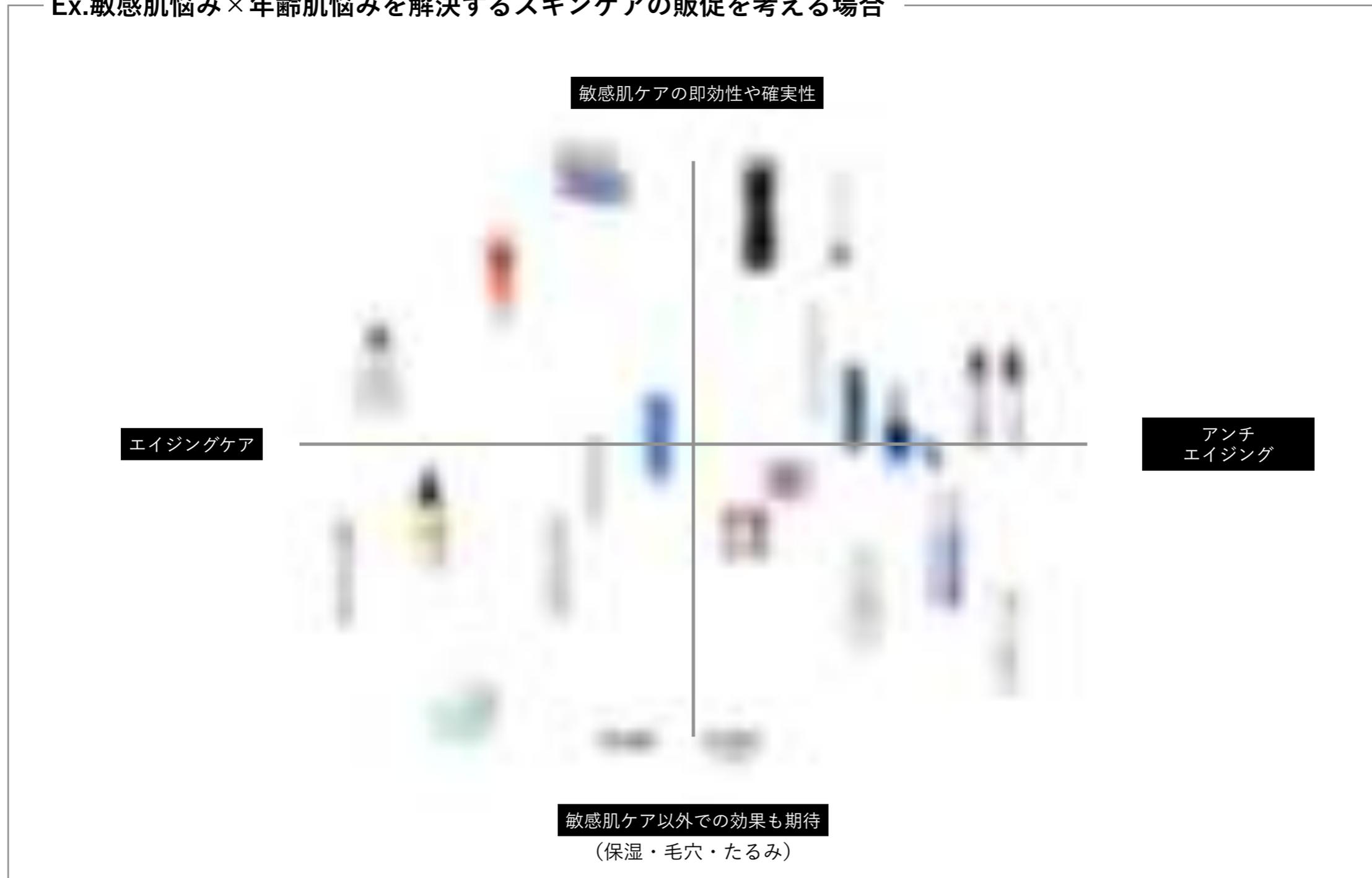
Ex.敏感肌悩みを解決するスキンケアの販促を考える場合



2.11. 競合商品のポジションマップ

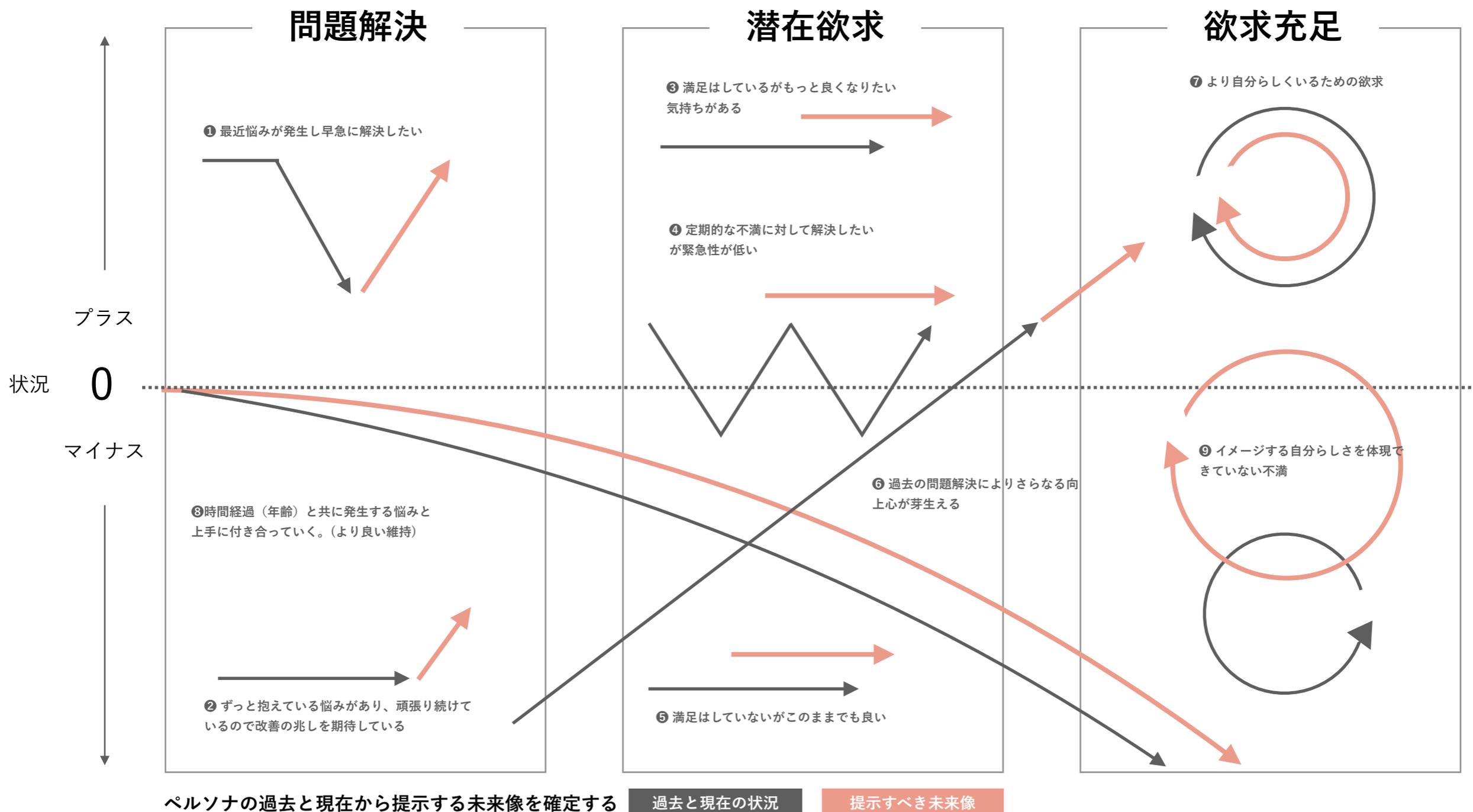
各商品の購入者レビュー、商品スペックなどからポジションを作成。

Ex.敏感肌悩み×年齢肌悩みを解決するスキンケアの販促を考える場合



2.12. 顧客心理フレームワークに落とし込む

ターゲットの状況によって課題に対しての考えや求める状況が異なります。下記心理図フレームワークを用いることで、商品価値を伝える際の相性がイメージしやすくなります。



2.13. 競合LPの構成分析

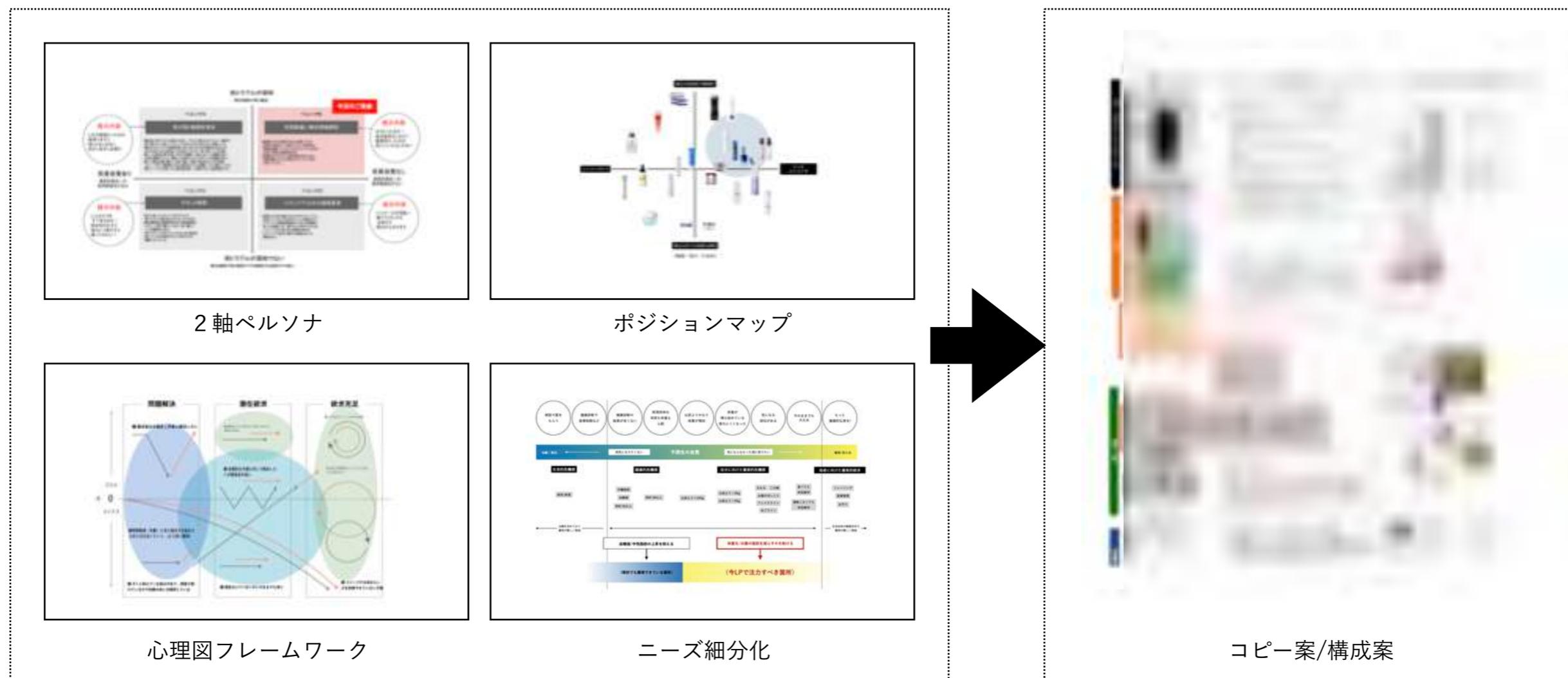
事実情報など合理的に評価するコンテンツ・感情的に評価する情緒コンテンツ・医薬部外品/機能性表示説明コンテンツなどに色分けをし、全体LP内での各コンテンツの割合を抽出します。

	表現できる機能性	情緒的コンテンツ	事実情報コンテンツ	
商品A	21%	51%	28%	機能性よりも情緒的なコンテンツが多いのが特徴
商品B	30%	45%	15%	機能性/情緒コンテンツが大半。青がかなり少ない事が特徴。
商品C	35%	40%	25%	均等なバランス
商品D	12%	26%	62%	成分の説明が中盤以降に多く、機能性の背景理解に注力しているLP。逆に機能性がかなり少ない事も特徴。
商品E	24%	35%	41%	均等なバランス
商品F	10%	44%	44%	機能性が少なく、情緒/機能説明が大半を占めている。
商品G	2%	82%	16%	極端に情緒コンテンツがおおく機能性表記が少ない
商品H	34%	32%	34%	均等なバランス
商品I	30%	42%	28%	均等なバランス

2.nanocolorの制作フロー

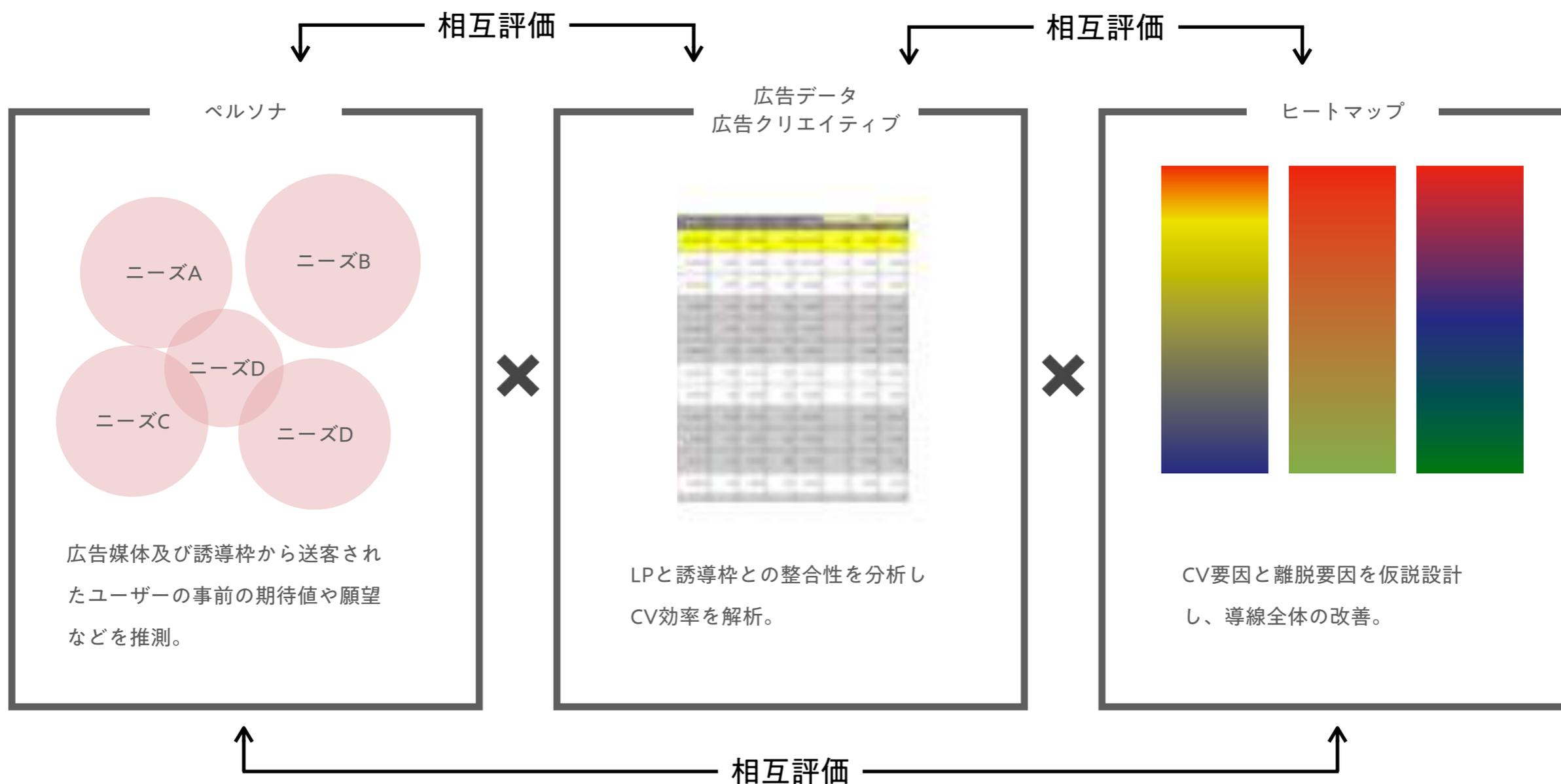
2.14. 調査内容に基づくコピー/構成/ビジュアル案の作成

様々な調査結果により定めたターゲットに対して、最も商品価値が伝わり且つ購入に至りやすいコミュニケーションコンセプトをベースにコピー案/構成案を作成し、デザイン制作における基礎設計を行います。



2.15. 調査内容に基づくコピー/構成/ビジュアル案の作成

事前に設計したペルソナのニーズに対して適切なコミュニケーションがとれているかを、断片的ではなく広告導線上の流れの中で相互に評価することで、LPとして正しく機能しているかを判断し、必要に応じてチューニング(LPO)を実施します。



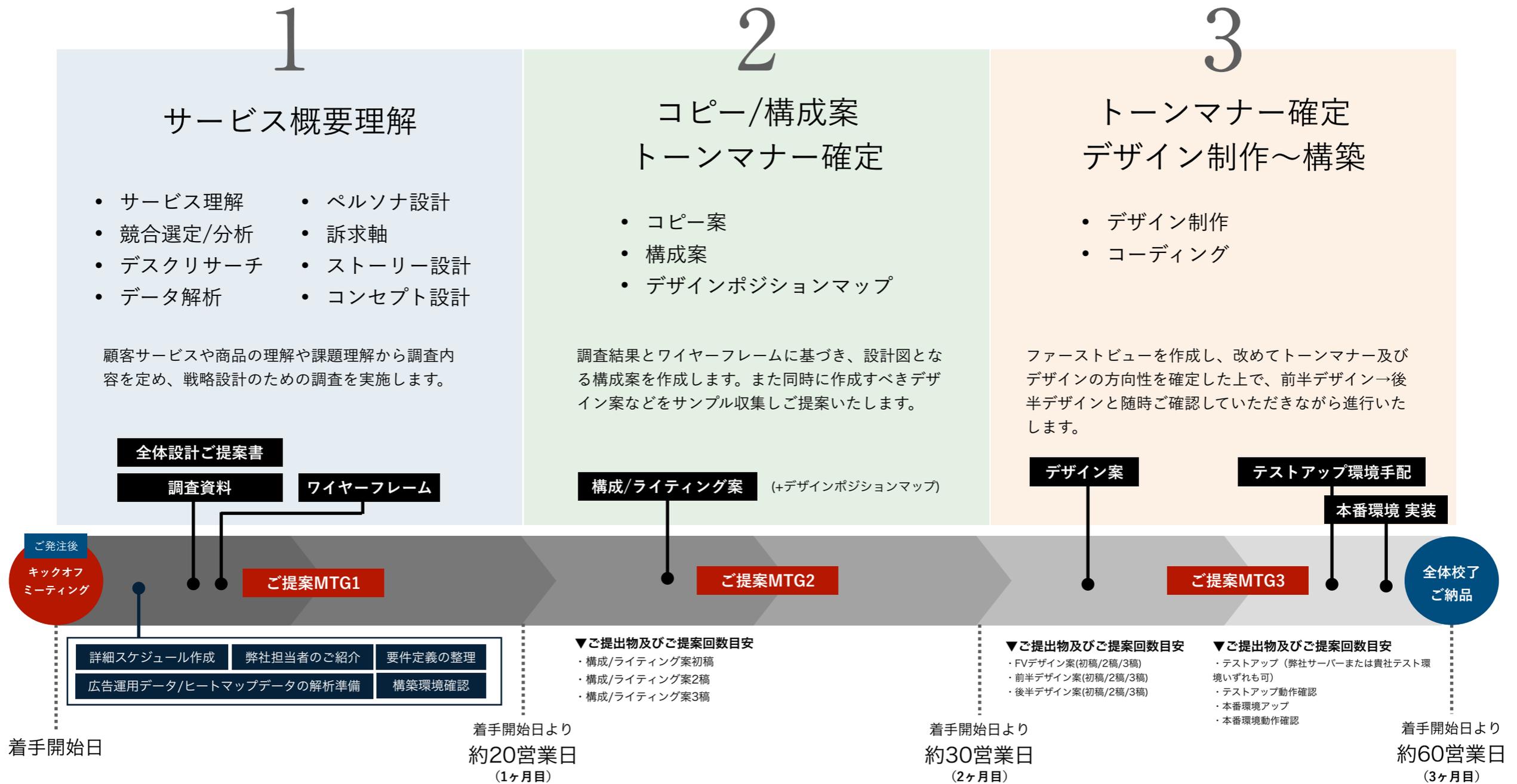
3.具体的な進行について

3.具体的な進行について

3.1. 制作フロー全体図

ナノカラーではご相談～ご納品までを3段階に分けてご提案いたします。進行状況に沿って、弊社から目的や意図をお伝えする為にご提案MTGを実施し、ご納品まで認識の乖離がない状況をご提供いたします。

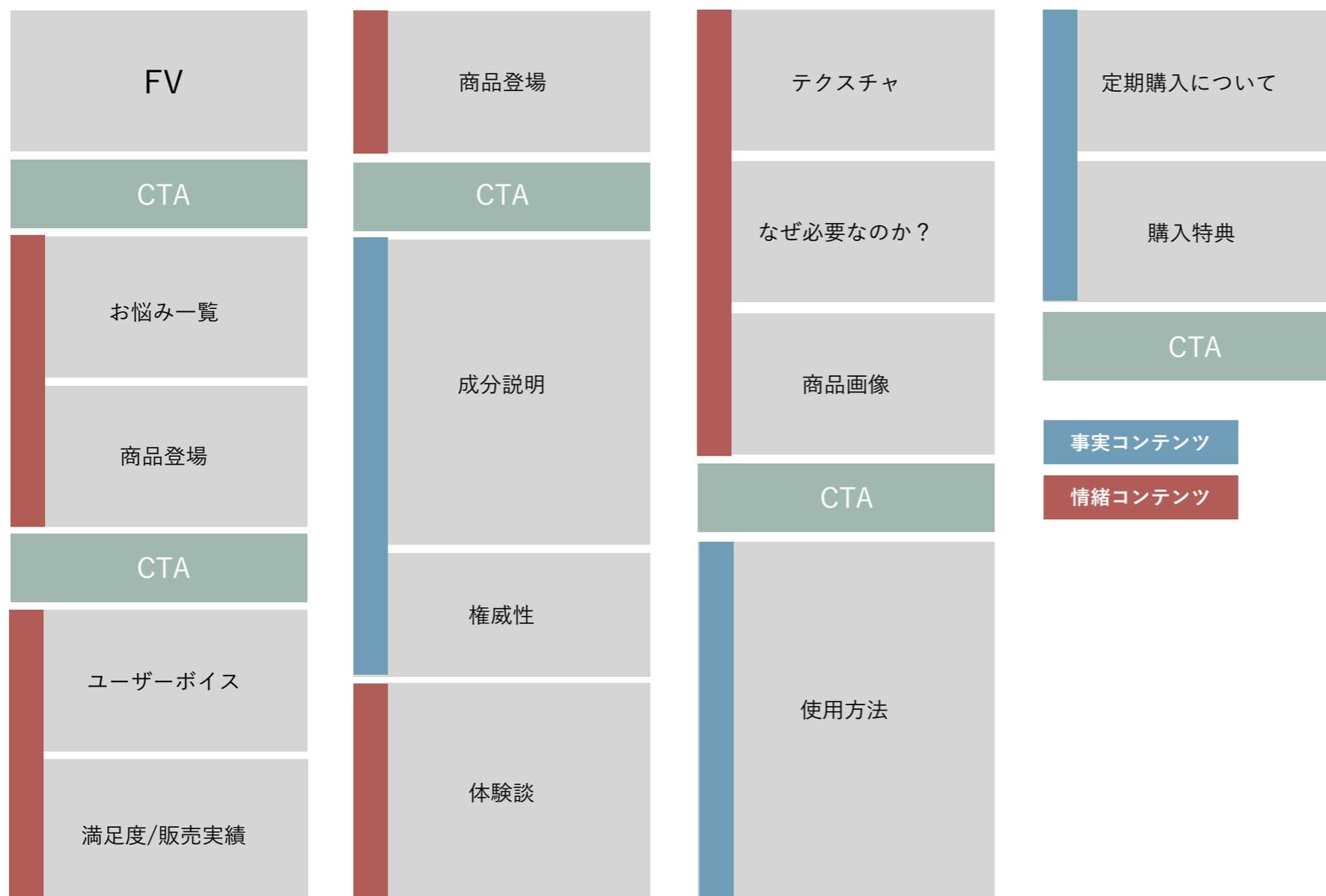
▼「新規LP制作」の場合



3.2.LPの流れと役割を示すワイヤーフレーム作成

調査により決定したペルソナの保有課題や心理状況、そして競合LPとの優位性提示、現行LPのボトルネック解消などの目的に合わせて配置する各コンテンツの役割を明確にしご提案いたします。

Ex. 「BtoC・スキンケア」商材の場合



3.具体的な進行について

3.3.ニーズに合わせたコピーライティング

調査により決定したペルソナに対して有効なキーワードを選定し、保有課題とインサイトに適したライティングいたします。案件によってコピー案数は変動いたします。

Ex.「BtoC・スキンケア」商材の場合

▼キーワード選定例 ※一部抜粋

汚れ・お悩み	洗浄	泡のテクスチャ
余分な汚れ	こすらず洗える	吸着泡
テカリ	しっとり洗い上げたい	濃密泡
べたつき	毛穴のお掃除	泡がのびる
黒毛穴	ごっそり洗浄	泡のクッション
毛穴汚れ	汚れを絡めとる泡で	消えない泡
黒ずみ	さっぱり洗える	柔らかい
皮脂	浮かしだす	吸い付く
古い角質	人の特性	肌の上を転がる
くすみ	不器用な人でも	保湿
乾燥	忙しい人に嬉しい	髭剃りのダメージケア
脂汚れ	めんどくさがりの人に	傷ついた肌
がさつき		毛穴引き締めてくれる

▼コピー案 ※一部抜粋

洗浄力 訴求
濃密泡で、やさしく、ごっそり。
毛穴洗浄！潤いヴェールが肌を守る
必要な油分は残して落とす潤いキープ洗顔
速攻！濃密泡。洗浄・保湿で毛穴にダブルのアプローチ
保湿 訴求
洗顔と保湿を同時に。スピーディーな男のスキンケア
ワンプッシュ泡で。洗浄&保湿をスピーディーに
毛穴洗浄！潤いヴェールが肌を守る
洗い上がり 極上の潤い体験

3.具体的な進行について

3.4.構成案

構成とライティングを組み合わせ、意図や参考デザインをまとめ、デザイン制作前に関係者全ての方が具体的なLPの完成図をイメージしていただける構成案を作成しご提案いたします。

Ex. 「BtoC・スキンケア」 商材の場合

LP構成・ライティング案	構成意図・補足	参考デザイン
<p>ロゴ 初回限定 50%OFFの限定価格</p> <p>洗顔と保湿を同時に</p> <h1>速攻! 濃密泡で</h1> <p>やさしく、ごっそり!</p> <p>高純度 90%配合 ○○○ ○○○</p> <p>30ml [約1ヶ月分]</p> <p>お肌をいたわるやさしい設計</p> <p>美容エキス 20種類 敏感肌にうれしい 12のフリー処方</p> <p>5種類の○○○○配合</p> <p>30ml [約1ヶ月分]</p> <p>洗淨・保湿で毛穴にダブルのアプローチ○○キャンペーン!</p> <p>ブランド名 商品名商品名商品名 通常価格 4,950円(税込) 定期初回価格 0,000円 (税込) 00% OFF</p> <p>送料無料 いつでも休みできます</p> <p>定期購入で試してみる</p>	<p>構成意図・補足</p> <p>FVメインコピーは役割/使用感/体感</p> <p>FVに文字数が多いとゴチャゴチャして読まれない可能性がありますので、カテゴリ分けをして、優先順位を選定。</p> <p>フリー設計「(余分なものが) 入っていない」 カテゴリ分けして簡素に伝える</p> <ul style="list-style-type: none">・植物美容エキス20種類・○○が90%配合の高純度・パッチテスト済み・12つのフリー・5種類の○○配合 <p>↓ カテゴリ分けして優先順位付け</p> <p>1 高純度90% (効果への期待) 2 12つのフリー処方 (使用ハードルを軽減) 3 美容エキス20種類 (お得感)</p> <p>・ ・ ・</p>	<p>参考デザイン</p> <p>詳細のデザイン案を収集しております。</p> <p>詳細のデザイン案を収集しております。</p>

4.よく頂くご質問

4.1. お打ち合わせ

LP制作を依頼したいのですが、どんな情報を打ち合わせ時に用意すればよいでしょうか？

「まだ未確定要素ばかり…」 「課題がどこにあるかが分からない」などの状況でもお気軽にご相談ください。

以下の情報をご用意いただくと、よりスムーズに進行できます。

- ・制作を依頼したい商品・サービス情報（商品詳細 / 価格 / 広告出稿予定媒体など）
- ・事業の目標（いつまでに、売上げがいくら必要か等のKPI）
- ・既存LPを改善したい/新規で作成したい
- ・ご予算感、ご希望納期

ナノカラーのヒアリングについて

LPは決して万能ではございません。商材や価格、市場、広告、プロダクトによっても成果は著しく変動します。

その為に弊社のヒアリングはお客様の現状や課題をお聞かせいただきながら、その課題の所在や原因領域を探り、両社で共有しあうことを目的としています。

そして両社共に「ナノカラーの調査・制作・改善運用」が課題解決に対して必要性を感じ、合意できた際にプランニングをご提案させていただきます。デザインという造形物を納品するというビジネスではなく、少しでもお客様のビジネス貢献が実現できるマーケティングツールの提供を目指す為にも、決して弊社売上だけを目的とした営業はいたしません。

4.2. ご予算・納期

LP制作にあたり、どれくらい納期・費用がかかりますか？

nanocolorでは、LPのご契約～ご納品までに最短で2か月、最長3か月半のお時間をいただいております。要件によって費用は異なりますが、80万円～200万円前後となります。（調査量ならびにROAS・MRに合わせたLP設計と獲得計画の策定等を含むか否かによって変動します。）

正確な納期・費用は初回のご相談時に貴社の課題をヒアリングし、解決策とともにご提案をさせていただきます。商品/サービスの調査を徹底的に行い、実際に商品/サービスを購入・利用するお客様の心に響くデザイン・コピーをすることで、ご依頼いただく企業のみなさまの目標の達成に貢献したいと考えているためです。



LPの納品形式の指定はありますか？

デザイン制作はPhotoshopで作成いたしますので、デザイン元データを譲渡する際はPSDデータをお渡しいたします。コーディングデータはHTML/CSS/jsデータとなります。お気軽にご相談ください。

4.3. クリエイティブの運用

獲得しやすいLPの方法論や中長期で成果を出し続けるためのnanocolorノウハウを教えてください。また、教えてもらうことは可能でしょうか？

弊社知見（ノウハウ）のご提供はもちろん、中長期的なロードマップの戦略から方法論までお伝え可能です。デジタルマーケティングでは方法論のみでは獲得施策が枯渇して頭打ちになりやすいため、弊社では戦略面からお取り組みをさせていただき、貴社独自のノウハウと勝ちパターンの確立まで伴走させていただくことも可能です。

※LP運用/改善プランについては別途お問い合わせください。

FVの異なる、複数のLPをご用意いただくことは可能でしょうか？

可能です。状況によっては複数パターンをテストする事をご提案いたします。しかし、広告予算や事業フェーズによっては、求めている様な結果が得られない可能性もあります。慎重に協議させていただきますので、ご相談ください。

広告運用とセットでLP制作をお願いが出来ますでしょうか？

恐れ入りますが広告運用は実施しておりません。ただ、商材やご予算、事業フェーズに応じて最適な広告代理店様をご紹介させていただきます。また、LPOなど運用フェーズでは代理店様と制作意図やターゲット像を共有しあうなど、施策の分断が生じない様に心がけております。

4.4. お支払い・広告表現審査の対応体制

お支払いのタイミングは、すべて納品したタイミングになりますか？

ご発注に際し、お支払いは以下の2パターンのいずれかからご選択いただきます。

Ex.「新規LP制作」の場合。他プランについてはお問い合わせください。

(1)着手時半金入金

「調査」に着手する月末までに「制作費用のご請求総額」の50%をご入金いただき、残りの50%をご納品月の翌月末お支払い

(2)納品検収後入金

「調査/ワイヤーフレーム」「構成/コピーライティング」「デザイン/コーディング」の各納品物の校了月の翌月末お支払い

広告表現について外部審査機関への審査対応は依頼できますか？

基本的にはお客様から外部審査機関への審査をお願いしております。弊社では景品表示法・薬機法・広告媒体審査基準にかかる社内研修を実施しておりますが、企業様により審査基準の実態は様々であることから、審査結果の採用不採用の判断をお願いしております。ただし、明らかに法令違反であるコピーライティングは弊社では責任を負いかねるため、お断りすることがございます。

納品後、広告の媒体審査で審査落ちしてしまった場合の修正対応はしてもらえますか？

はい。納品後1か月以内であれば、薬機/法務上の修正作業と同様に修正の対応を無償でさせていただきます。

上記に該当しない追加変更や修正のご依頼は別途お見積りとなりますので悪しからずご了承ください。

4.よく頂くご質問

4.5. CMS/カート内構築作業領域

公開 ステータス	カテゴリ	実施項目	CMS/カート ご担当者様	ナノカラー	備考
テスト環境	構築	構築データ納品 (html,css,画像データ) の作成		○	デザイン校了後、実施いたします。構築作業着手後にデザイン変更が発生する場合は追加作業となりますため、別途お見積もりのご相談をさせていただく場合がございます。
	実装	構築データ / テスト環境へのアップロード		○	弊社ドメイン配下への構築や、貴社テスト環境への実装が可能です。後者の場合、ベーシック認証が可能な環境でのご用意をお願い申し上げます。
本番環境	実装	CMS/カート 管理画面の発行	※		※新規でCMS/カートをご用意いただく場合のみ。
		LPデータアップ先URLの登録/作成作業	○		
	実装 (パターンA)	ナノカラー用 (ゲスト) の CMS/カート ログインID・パスワードのご共有	※		※貴社セキュリティ上難しい場合、構築データ納品 (html,css,画像データ) のパッケージデータでの譲渡をもって、ご納品とする形式も可能です。
	実装 (パターンB)	FTPアクセス ゲスト権限開放 ログインID・パスワードのご共有	※		※データ納品 (html,css,画像データ) のパッケージデータをそのままFTPにアップロードすることも可能です。
	構築→実装	LPテンプレート作成・実装作業	○		
	構築	LPのCTA遷移先URLの発行 (サービス/商品詳細ページの作成等)	○		
	サイト運営	確認ページ/サンクスページのテンプレート作成	○		※新規でCMS/カート 確認ページ/サンクスページをご用意いただく場合のみ。
	実装	本番環境への実装作業・組み込み作業	※	○	
	サイト運営	利用/購入審査	○		
	実装→公開	公開作業	※	○	※原則、弊社営業時間内 (平日10:00~19:00) での公開作業の対応が可能です。夜間などお時間の指定がある場合はご相談くださいませ。
	サイト運営	メールサーバーの用意	○		新規で事業ドメインをご用意いただく場合のみお願いする作業です。
	サイト運営	CMS/カート内 広告URL管理設定作業など	※		※CMS/広告URLの管理を貴社内で実施される場合のみ。
サイト運営	外部媒体審査 2グループ目 (サイトデータ必須)	○		クレジットカード・NP後払いや、広告媒体審査などを実施いただきます。	
必要に応じて	構築→実装	外部媒体審査結果 修正作業・再公開作業		○	事前にご相談ください。納品日から起算して1ヶ月以内の場合、無償で対応させていただきます。ただし、与件の変更や事前にお伺いしていない媒体審査の修正は追加作業となる場合があります、別途お見積もりをご相談することがございます。

代表的な対応可能なツール (以下は一例です。その他のツールでの実装はご相談ください。)
 ・ECカート: EC FORCE、Makeshop、EC BEING、futureshop、たまごカート、リピスト等
 ・CMS: Wordpress他

5. 価格表

5.価格表

5.1. LP制作費用

サービス名	項目名	価格	期間	詳細			
				既存商品/サービスの場合	新商品/サービスの場合		
新規LP制作 パッケージ	基本プラン	オプションを除く基本項目	約206万円～	40～60営業日			
	(内訳)	プランニング1	調査・ワイヤーフレーム作成 ※調査内容は商材/サービスによってカスタマイズしご提案いたします。	50万円～	10～20営業日	<ul style="list-style-type: none"> 競合調査 レビュー調査 / デスクリサーチ ヒートマップ解析 ペルソナ設計 ワイヤーフレーム作成 	<ul style="list-style-type: none"> 競合調査 レビュー調査 統計データ考察 ペルソナ設計 ワイヤーフレーム作成
		プランニング2	構成・コピーライティング制作	40万円	10～20営業日	<ul style="list-style-type: none"> 制作ディレクション キーワード選定/キャッチコピー立案/ライティング 	
		デザイン1	LPデザイン制作費用（1サイズ） ※BtoC事業の場合は「スマートフォン版のみ,720px」、またBtoB事業の場合は「PC版のみ」のお取り組みが多いですが、Px幅・貴社事情に合わせてご提案が可能です。	80万円	10～20営業日	<ul style="list-style-type: none"> 画像選定（有償素材の購入費用含む） デザイン制作作業 	
		デザイン2	PSD譲渡（デザインデータ）	16万円 (デザイン費用の20%)	1～2営業日	PSD（Adobe Photoshopで作成した「Photoshop Data」）を譲渡いたします。	
		コーディング	LP構築費用（画像コーディング）※1	20万円	10営業日	CMS/カート内の1URLに対して作業を行います。	
新規LP制作 オプション	(追加)	デザイン3	デザインのリサイズ	20万円	10-20営業日	作成したスマートフォン版をPCサイズに調整、あるいはPC版をスマートフォンサイズに調整いたします	
		デザイン4	イラストの描画/動画の制作	別途ご相談ください。	-		
		デザイン5	撮影写真のレタッチ作業	別途ご相談ください。	-		
		コーディング2	動き/エフェクトの追加	別途ご相談ください。	-		
		コーディング3	CMS/カート内の設定作業	別途ご相談ください。	-		

※1 テキストコーディングが主体の場合は別途お見積もりとなります。また、SP/PCの場合は2件（40万円）となります。

※価格は税抜表記となります。「BtoC事業」「BtoB事業」共に、価格は同一となります。

Nanocolor

2021年10月1日現在。

価格は予告なく改定することがあります。

5.価格表

5.2. 運用改善/コンサルティングメニュー

サービス名		項目名	価格	期間	詳細
調査レポート/改善施策		<ul style="list-style-type: none"> 競合サービスの選定及び調査 競合LP(クッションLP)の構成調査 レビュー調査/統計データ考察を含むデスクリサーチ ペルソナ設計 ヒートマップ/広告データ解析 改善のアプローチ企画提案 調査レポート作成 改善ポイントに対する構成案作成 	50万円～	10～20営業日程度	弊社以外で制作するが、LPの設計やペルソナ、訴求軸を策定するための調査～構成案までをご希望の際はご相談ください。 ※デザイン制作費用/コピー作成費用は別途お見積もりとなります。
LPO (運用改善) パッケージ	基本プラン	<ul style="list-style-type: none"> ヒートマップ/広告データ解析 解析レポート作成 レポートिंग(報告会)の実施 	30万円~/回	5営業日程度	構成ライティング・デザイン制作費用は別途お見積もりとなります。
LPO (運用改善) オプション	追加オプション1	改善ポイントに対する構成/コピーライティング案の作成	+10万円~/回	+5営業日程度	
	追加オプション2	改善ポイントに対するデザイン案の作成	+10万円~/回	+5～10営業日程度	
	追加オプション3	改善ポイントの構築・実装作業(コーディング作業)	+5万円~/回	+5営業日程度	
	追加オプション4	ヒートマップツールのご契約・設置・設定作業	+5万円~/回 ※PV数に応じて変動します。	+5営業日程度	「Pt engine※1」月額利用の場合となります。すでにヒートマップツールを利用している場合は費用が発生いたしません。
LPOインハウス支援		LPOインハウス支援など	30万円~/月	最低期間3ヶ月	事業部規模や講義回数によって変動いたします。
マーケティング戦略 インハウス支援		インハウスデザイナーへのマーケティング支援講座	30万円~/月	最低期間3ヶ月	事業部規模や講義回数によって変動いたします。

※1 弊社ではLP分析に「Pt engine」(<https://www.ptengine.jp/>)を使用することが多く、導入のサポート・ご相談も承っております。また、他社様のヒートマップツールを活用した分析ももちろん可能ですので、ご相談ください。

(分析ツール例: SiTest、hotjar、ミエルカ、Squad Beyondなど。)

※価格は税抜表記となります。「BtoC事業」「BtoB事業」共に、価格は同一となります。

5.価格表

5.3. 同梱冊子/ブランドブック制作/パンフレット

用途	サービス名		制作面数	項目名	価格	期間	仕上がりイメージ
商品/サービス冊子 ブランドブック パンフレット	仕上がり A5	A4-2つ折り	4面	<ul style="list-style-type: none"> 構成/ライティング デザイン制作 	40万円～	20～40営業日程度	
		A4-2つ折り	8面	<ul style="list-style-type: none"> 構成/ライティング デザイン制作 	80万円～	20～40営業日程度	
		A4-2つ折り	16面	<ul style="list-style-type: none"> 構成/ライティング デザイン制作 	160万円～	20～60営業日程度	
	仕上がり A4	A4-両面	2面	<ul style="list-style-type: none"> 構成/ライティング デザイン制作 	30万円～	20～40営業日程度	
パンフレット 挨拶状 クーポン	A4-片面	1面あたり	<ul style="list-style-type: none"> 構成/ライティング デザイン制作 	15万円	20営業日程度		
	その他	変形 ハガキ100×148cm	1面あたり	<ul style="list-style-type: none"> 構成/ライティング デザイン制作 	10万円～	15～20営業日程度	
		変形 大判ハガキ		<ul style="list-style-type: none"> 構成/ライティング デザイン制作 	15万円～	15～20営業日程度	

※ Ai譲渡費用・有償購入の画像データ譲渡及び、入稿用データ（アウトラインデータ）作成含まれます。

※ B版・オリジナルサイズの制作も可能ですので、別途ご相談ください。

※印刷費用は含みません。

※価格は税抜表記となります。「BtoC事業」「BtoB事業」共に、価格は同一となります。

お問い合わせ先

お見積り依頼やお困りごとがある場合は、以下のお問い合わせ先をご利用ください。
また、初めてのお取組みで不安のある方などもご不明点などはお気軽にご連絡ください。
なお、弊社から営業・勧誘電話は一切行っていません。
ご連絡をいただいてから、1～2営業日以内にお返事をさせていただきます。

メールから



info@nanocolor.jp

公式サイトから

[お問い合わせフォームに移動する](#)



クリックいただくと、弊社公式サイト「お問い合わせフォーム」に移動します。
(移動先URL：<https://nanocolor.jp/contact/>)

※現在、コロナウイルスの影響によりテレワークを行なっております。オフィスの電話が自動案内に切り替わっておりますため、お急ぎの場合は誠にお手数ですがご伝言をいただいた後、担当より折り返しご連絡をさせていただきます。

Nanocolor

End Of File

Copyright (C)2021 nano color inc. All Rights Reserved

CONFIDENTIAL