

プラセンタ美容液化粧水
Webサイトキャンペーン企画書

■ 目次

- 現状分析
- 目的
- サイトデザインコンセプト
- 構成案(ワイヤーフレーム) header〜contents
- 構成案2(ワイヤーフレーム) contents〜footer

■現状分析

- ・化粧品通販の媒体はほぼ紙(新聞)。
- ・Webサイトは一応あるが、注文はほとんどが電話での注文となる。
- ・主力商品は馬油美容液で客層は60代〜70代が多い。
- ・リピーター客は多い。

■目的

- ・若年層(30代後半〜40代)の顧客獲得。

現在の客層に比べ、webサイト利用率の高い30代〜40代のユーザーへ流行の成分「プラセンタ」を使った商品を採用。

- ・商品認知度アップ。

多くのユーザーに試していただくために、初回限定価格でお届け。

■ サイトデザインコンセプト

■ 30代～40代の顧客獲得のため

- ・高級感のあるデザイン、色を使用する。

■ 商品の認知度アップのため

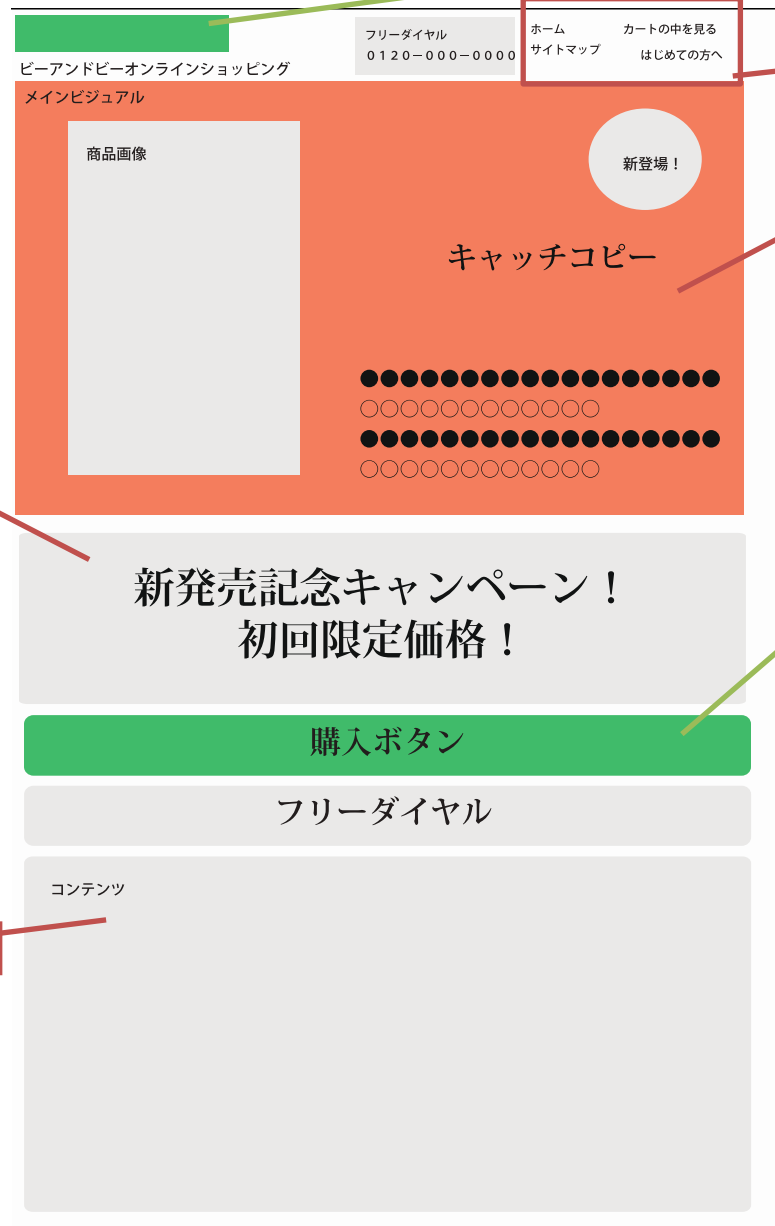
- ・商品のポイントをわかりやすく、詳しく説明するデザイン。
- ・文字を大きくし、スペースを多くとることで見やすいデザイン、レイアウトにする。
- ・ページの遷移を少なくし、滞在時間を長くすることで読みやすくする。

■ webサイトは使用するがあまり得意ではない方にも安心して、簡単にご利用いただけるサイトづくりのため。

- ・Webからの購入ルートだけでなく、電話からもご購入いただける様にフリーダイヤルを掲載。
- ・ページの遷移をなるべく少なくし、購入への導線をわかりやすくする。
- ・購入ボタンを目立たせる。

■ 構成案(ワイヤーフレーム)

header



ホームへ戻る(ロゴ)

ヘルプナビゲーション

メインビジュアル

新発売キャンペーン内容

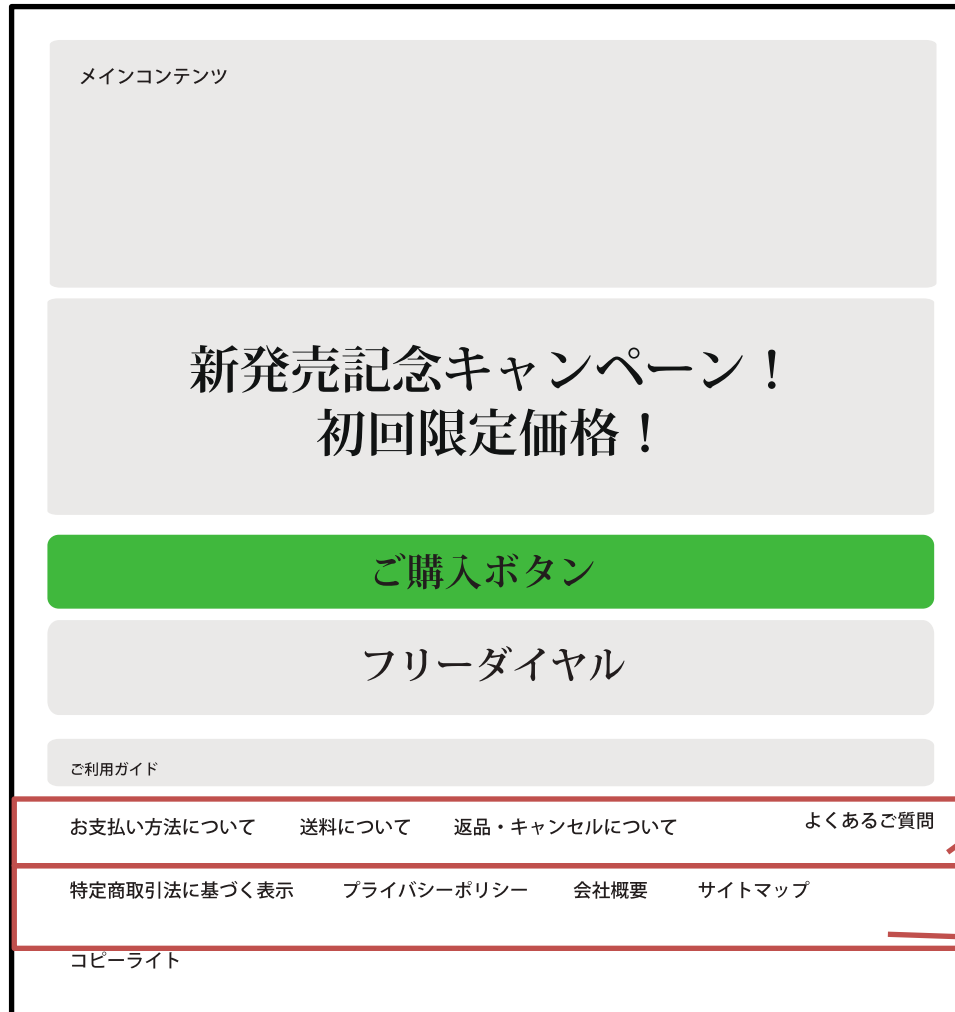
新発売記念キャンペーン!
初回限定価格!

購入ボタン
(購入カートへ)

メインコンテンツ

コンテンツ

■ 構成案2(ワイヤーフレーム)



footer

ご利用ガイド

ヘルプ
ナビゲーション2