比較ビズ様 LP改善案　https://www.biz.ne.jp/seller/?key_lid=7

視線誘導の順序を混乱させてしまう補足情報のレイアウト

現状のファーストビューの情報量は高めとなっており、「ご相談・お問い合わせ」ボタンが目に入るまでに、数秒間視線を動かしてしまうユーザーが多いと考えます。

そのため、この場合、最初は「フリーランス」→「リキャッチコピー」→「引きに近い一文」の順とされるケースが、ごく自然なものと考えます。そのような場合の視線の流れを以下に図示しました。

理想としては、ファーストビューの情報量を減らすことで、視線誘導の順序を明確にすることが、ユーザーの視線の流れを自然なものにすることに繋がるものと考えます。

LPにおける「問い手」と「聞き手」の役定が不明確になる人物写真問題

この人物が「問い手」なのか「聞き手」なのか、のどちらか、「本物に見えるか」「信頼できるか」「リアルタイム」「自然」「人を対時する表情」などの、定量や感覚的な評価が、ユーザーの視線の流れを、大きく左右するものと考えます。

そこで、このLPの「問い手」と「聞き手」を、以下のように、ユーザーに明確に示すことが、ユーザーの視線の流れを、自然なものにすることに繋がるものと考えます。

フリーダイヤルを通じた信頼性・権威性提示の機会損失

フリーダイヤルが「0120」とユニークなため問題のにくいが、フリーダイヤルが「0120」とユニークなため、フリーダイヤルを通じた信頼性・権威性提示の機会を、損失している可能性があります。

フリーダイヤルが「0120」とユニークなため、ユーザーは、フリーダイヤルを通じた信頼性・権威性提示の機会を、損失している可能性があります。

この場合、「0120-965-440」の、「965」の部分を、「ご相談・お問い合わせ」ボタンの、「お問い合わ」の、「お」の、「965」の、「ご」の、「相」の、「談」の、「ボ」の、「タ」の、「ン