

バナー改善提案書

2024年12月9日



対象のサービス

サービス: Office Tea Garden

オフィス向けに紅茶・ハーブティーを提供 (BtoBサービスになります)

ゴール: 無料サンプル申し込み者の増加 ※今回はバナー画像のみの改善案を考えていきます。

課題: CTR(クリック率)の低下

使用する媒体: Facebook広告

ペルソナ: 右図参照

所属組織の情報 業種: Webコンサル会社 (クリエイティブ制作も担当) 本社: 恵比寿、2022年に新設のオフィス 売上: 70億 従業員数: 100人 状況: 即戦力の採用を拡大して、売り上げを急加速していきたい	
キャリアサマリー (現在の仕事内容、過去の業務経験) 大学時代から独立志向をもち、将来は起業することを前提に新卒では広告代理店に入社。マーケティング事業部で新規案件に携わった。3年後に独立し、2年ほどフリーランスで企業向けマーケティングコンサルを実施した後、5年前に現会社を設立し、代表取締役を務める。	個人情報 氏名: 中井さとし 性別: 男性 年齢: 32歳 住まい: 東京都港区在住 家族構成: 一人暮らし、両親は地元の兵庫にいる 部署/役割: 代表
現在悩んでいる課題 ・優秀な人材、価値観がマッチする人材の確保 ・人材の定着 →人材がやりがいをもって成長できる環境の提供 ・売上の拡大	ライフスタイル 投資関連の情報収集 経営、マーケティングの読書 経営仲間との会合 美味しいお酒とご飯でしっかり過ごすこと サウナ
今後やってみたいこと、ゴール ・売上を継続的に拡大して、将来的にはIPOしたい	

現在のバナー

約10秒で
登録完了
**法人・事業者向け
オフィスティーサービス**

10種類のオリジナルティー無料プレゼント

初期設置費※
27,000円 > 0円に！
※お支払は別途ありです。 数量限定のためお早めに。

インプレッション: 12,801
クリック数: 385
CTR: 3.0%
コンバージョン数: 12
CVR: 3.1%

協業型の
紙茶・ハーブティー
サービス

有名カフェの紙茶・ハーブティーを現場に

1杯 47円で
従業員満足度アップ

office tea garden 詳しくはこちら

インプレッション: 30,758
クリック数: 459
CTR: 1.5%
コンバージョン数: 28
CVR: 6.1%

**従業員の
パフォーマンスが
上がらない…**

その問題
オフィスティーガーデンで
解決しましょう！

10 種のお茶 無料 キャンペーン実施中

インプレッション: 9,076
クリック数: 198
CTR: 2.2%
コンバージョン数: 2
CVR: 1.0%

**従業員の
パフォーマンスが
上がらない…**

その問題
オフィスティーガーデンで
解決しましょう！

10 種のお茶 無料 キャンペーン実施中

インプレッション: 10,043
クリック数: 78
CTR: 0.8%
コンバージョン数: 3
CVR: 3.8%

完全オリジナル紙茶・ハーブティー
30種類以上から選べる

1杯47円 従業員が必ず喜ぶ
福利厚生

office tea garden 詳しくはこちら

インプレッション: 5009
クリック数: 96
CTR: 1.9%
コンバージョン数: 1
CVR: 1.0%

改善案

こちらのバナーの改善を4点ご提案します。

【バナー選択理由】

最終ゴールであるコンバージョンが最も高い。課題であるCTRの向上が達成できれば、さらなるコンバージョン数の増加とCVRの数値改善が望める可能性が高いため。



インプレッション:	30,758
クリック数:	459
CTR:	1.5%
コンバージョン数:	28
CVR:	6.1%

改善案① メインカラーであるピンクはボタンのみ、デザインテイストをLPに合わせる

課題(CTR低下)の仮説

メインカラーがターゲットの属性に合っていない。 遷移先のLPのボタンカラーにあわせたピンクをメインカラーにしている(と推測される)点がペルソナに合っていないのではないかな。

改善案①

遷移先LPのカラーやデザインを踏襲しますが、メインカラーであるピンクは【写真1】のように、CTAのボタンや目立たせたい文字のみにし、その他の色使いやデザイン・レイアウトは遷移先LPのイメージ【写真2】に近づける

【参考バナー】



【写真1】・男性向けのデザインでポイントに赤を使い効果的に見せている



【写真2】遷移先のLPのデザインは、シンプル。カラーは、ピンク・白・黒でモノトーン調。このデザインイメージをバナーにも。

改善案② 使用する写真を、オフィス内で利用しているとイメージできる写真へ変更する

課題(CTR低下)の仮説

写真の選定。現状の写真では、社員満足度が高まるイメージを喚起させるものではないのではないか。

改善案②

使用する写真を仕事上の休憩時間とわかるようなもの、社員同士をお茶を飲みながらリラックスしている写真などに変更する【写真1】。ターゲットは男性ビジネスマンなので、写真の載せ方も【写真2】のように男性ターゲットのバナーで良く見られる、斜めを意識したレイアウトへ変更する。



【写真1】・社員満足がイメージできる、笑顔の写真を選ぶ
・オフィス内、仕事をしているという雰囲気がわかるものを選ぶ

【参考バナー】



【写真2】30代男性ビジネスをターゲットにしたバナーを確認すると、斜めの要素を含んだ構成が多い。

改善案③ 訴求するコピーを「従業員満足度アップ」に集中&強調して見せる

課題(CTR低下)の仮説

コピーの訴求がぶれている。現状の訴求コピーでは1杯47円と社員満足度アップが繋がらず、訴求したい内容が伝わりづらいのではないか。

改善案③

現状のコピーでは、訴求内容がバラバラになっていて絞りきれていない。(1杯47円→価格訴求、従業員満足度アップ→福利厚生訴求など)ターゲットの悩みである「人材の確保」を解決する一助として **従業員満足度アップ**、というコピーに訴求を絞り、目立たせるようにする。男性向けのバナーでもコピーの大きさが目立つものが多い。【写真1】

【参考バナー】



【写真1】・コピーのフォントサイズ、色、ともに大きく目立つ。色使いは最小限で、斜め表記で勢いを魅せている
・コピーの背面の帯も長方形ではなく斜線カットになっていることが多い。

改善案④ 訴求するコピーを「無料でお試しできる」「初期費用0円」等の価格訴求へ変更する

課題(CTR低下)の仮説

コピーの訴求がぶれている。現状の訴求コピーでは1杯47円と社員満足度アップのコピーのどちらにペルソナが響いているのか、判断が難しい。

改善案④

現状のコピーでは、訴求内容がバラバラになっていて絞りきれていない。(1杯47円→価格訴求、社員満足度アップ→福利厚生訴求など)一方で他のバナーで試している、**オフィス・法人向けティーサービスが初期費用0円**、というコピーのCTRが高くなっている。CTRの高さがそのコピーにあると仮定して、そのコピーのパターンを変更しペルソナに響くコピーを検討する。

【参考バナー】



約30秒で登録完了

office tea garden

**法人・事業者向け
オフィ스티ーサービス**

10種類のオリジナルティー無料プレゼント

初期設置費※
27,000円 > 0円 に！

※お茶は含まれておりません 数量限定のためお早め。

【写真1】・オフィス・法人向けティーサービスが初期費用0円で試せるという訴求が響いている可能性がある

バナー改善デザイン案(イメージ)と改善後に期待できること

改善案①



設置型の紅茶・ハーブティーサービス

有名カフェの紅茶・ハーブティーを職場に
1杯 47円で
従業員満足度アップ

office tea garden [詳しくはこちら ▶](#)

改善案②



設置型の紅茶・ハーブティーサービス

有名カフェの紅茶・ハーブティーを職場に
1杯 47円で
従業員満足度アップ

office tea garden [詳しくはこちら ▶](#)

改善案③



有名カフェの紅茶・ハーブティーを職場に
**従業員満足度
アップ**

設置型の紅茶・ハーブティーサービス
office tea garden [詳しくはこちら ▶](#)

ペルソナに響きづらいと考えられるカラーを最小限に抑えることで、第一印象で見過ごされることが抑えられる。文字も読みやすくなるのでCTR低下に対応できる。

写真をみるかぎり職場の福利厚生に関係するサービスとわかりやすい。また、コピーにも説得力が増すのでCTR向上が見込まれる。

男性バナーデザインに良く見られる、スピード感と勢いのある文字表現で目を引くことができる。



バナー改善デザイン案(イメージ)と改善後に期待できること

改善案④



設置型の紅茶・ハーブティーサービス

有名カフェの紅茶・ハーブティーを職場に
10種類のオリジナルティー無料プレゼント
~~初期設置費*~~
27,000円 >>> 0円
*お茶は含まれていません

office tea garden [詳しくはこちら ▶](#)

改善案⑤_①～④のすべての考察を踏まえた新しいバナー提案



従業員満足度アップ

有名カフェの紅茶・ハーブティーを職場に
10種類のオリジナルティー無料プレゼント
~~初期設置費*~~
27,000円 >>> 0円
*お茶は含まれていません

設置型の紅茶・ハーブティーサービス office tea garden [詳しくはこちら ▶](#)

最もCTRが高いバナーのコピーへ差し替え。CTRを高くした要素の一つと考えられる価格訴求のコピーに集約することでCTRへの影響をみる。

現バナーを元に、4つの考察を踏まえた新バナー。ペルソナの悩みと属性を踏まえて参考バナーの要素をとりいれつつ作成。新しいバナー作成の参考にするためのものとして計測することを狙いとする。

提案は以上となります。
ありがとうございます。

