

表1

ペルソナ設定（ターゲット）

ウェブマーケティングの基本は「ペルソナ選定」（ターゲット選定）である。

定めたペルソナに向けてライティングをしていく。

はっきりと定まったペルソナを意識することで、ウェブの文章訴求力は上がっていく。適当に書くのではなくて、しっかりとペルソナを意識したライティングをしていこう。

コンセプトは、「何を、**誰に**、誰が」を定めること。

| | | |
|----------------------------------|--|---------|
| 名前 | | —写真を貼る— |
| 年齢 | | |
| 住所 | | |
| 趣味 | | |
| 興味がある分野 | | |
| 抱えている悩み | | |
| その悩みを解決させようとした試み | | |
| その悩みの解決するために差出せるリスク | | |
| これまでに抱えている「悩み」を解決させるために買った商品 | | |
| 悩みを日常生活で色濃く意識する瞬間 | | |
| どのような時にどのような感情になるか | | |
| 悩みあるある | | |
| 悩みの解決策を今すぐ知らないといけない理由（知りたいと思う理由） | | |
| | | |
| | | |