

News Release

Smash、CVR約5倍の秘訣を凝縮したホワイトペーパー 「会話型成長マーケティング はじめ方と活用法」を公開

ホワイトペーパーダウンロードURL : <https://smash.ne.jp/ebooks/>

株式会社Smash（本社：東京都渋谷区、代表取締役 CEO：佐野 敏哉、以下「当社」）は、LP（ランディングページ）の離脱率改善やコンバージョン率（CVR）向上を実現する秘訣をまとめたホワイトペーパー「会話型成長マーケティングはじめ方と活用法」を公開いたしました。

本資料では、従来のLPが抱える「情報過多による離脱」や「コンバージョン以外のデータが把握できない」といった課題を、チャットを活用した“会話”によって解決する具体的な手法を解説しています。



公開の背景

現在、多くの企業がWebサイトや広告としてLPを活用していますが、その多くが「情報の肥大化」や「一方的な情報発信」という課題に直面しています。情報を詰め込みすぎることによって、かえってユーザーの離脱を招き、原因や対策がわからぬままコストだけがかさむという悪循環が生じています。

また、一般的なLPではコンバージョン（成果）以外のデータが取りづらく、顧客属性や詳細な離脱箇所の把握が難しいという現状があります。

こうした「LPの伸び悩み」を打破する鍵は、対面接客のような“会話”にあります。顧客が何を求めているのかをリアルタイムでキャッチアップし、一人ひとりに最適な情報を提供する「会話型成長マーケティング」の有用性を広くお伝えするため、この度本資料を公開いたしました。

ホワイトペーパーの主な内容

本資料では、LP施策における課題の特定から、新概念である「会話型成長マーケティング」の具体的な活用法、そして導入事例までをご紹介します。

■ 継続的な改善サイクル（OODA）の構築

LPを最適化し、成果を出し続けるためには「解析⇒改善案⇒レビュー⇒制作／修正」のOODAループを回し続けることが不可欠です。本資料では、一般的なLPの構造ゆえにOODAループを止まってしまう要因を浮き彫りにし、その打開策を解説しています。

■ 離脱を抑止する導線設計

一般的なLPは情報過多の傾向にあり、ユーザーにとってストレスとなっています。本資料では、一方的な情報提供ではなく、選択式FAQを用いた商品紹介や、チャット形式のスムーズな購入導線の設計を解説しています。ユーザー自らが情報を選択することで、**悠豊1**軽減し、CVRを約5倍に向上させ**悠豊2**なメカニズムを公開しています。

ダウンロードURL : <https://smash.ne.jp/ebooks/>

株式会社Smashについて

サブスクリプションサービスや定期通販の企業をはじめ、Webサイトを持つ企業とユーザーのデジタルコミュニケーションをサポートしています。解約理由の可視化や顧客理解を実現する「解約受付チャットボット」、LPをユーザーとコミュニケーションを行うインタラクティブな接点へと進化させる「チャットページ」**悠豊3**することで、**悠豊4**獲得から継続・ロイヤルティ強化まで、ユーザー体験全体の最適化を実現します。

これまでの既成概念を打ち砕き、新しいアイデア、新しいテクノロジーで時代や社会に必要とされる会社を目指しています。

会社概要

株式会社Smash

代表取締役 CEO : 佐野 敏哉

設立 : 2021年3月31日

URL : <https://smash.ne.jp/>

公式note : <https://note.smash.ne.jp/>

公式YouTube : <https://www.youtube.com/@SmashTV-b3s>

所在地 : 東京都渋谷区渋谷3-11-11 IVYイーストビル 4F

事業内容 : マーケティング・コンサルティングおよびデータ分析・解析サービス **悠豊5**

スライド 2

- 悠豊1

取る
悠希 豊岡, 2026-01-28T09:37:14.742
- 悠豊2

取る
悠希 豊岡, 2026-01-28T09:37:32.812
- 悠豊3

Web
悠希 豊岡, 2026-01-28T09:42:47.208
- 悠豊4

解約受付チャットボット
悠希 豊岡, 2026-01-28T09:43:33.810
- 悠豊5

追加
悠希 豊岡, 2026-01-28T09:44:57.376