中国人ユーザーの心をつかむ

中国語LPが10万円*から制作できる!

*ページの長さや翻訳量、画像素材の有無などにより価格は変動します。

そもそもランディングページって
どんな目的で使うページ?
日本と中国で何が違うの?

webマーケティングにおいて受け皿となるランディングページ。

ユーザーが検索や広告リンクから
最初に訪れるwebページ(着地ページ)が
ランディングページ(LP)。

リスティング広告やバナー広告など、
どんなに高額な広告費を費やしても、
最終的にたどり着くLPで
商品やサービスの訴求点が
しっかりとユーザーに伝わらなければ、
成果には結びつきません。

日本人向けとはまったく違う中国人の心を掴むデザイン。

中国人ユーザーをターゲットとしたLPの場合、
日本人とは趣味や趣向がまったく異なるため
構成やデザイン、言葉選びなど、
制作において注意しなければならない点も
日本人向けとは異なってきます。

インロジックの提供する

中国語LP制作3つの強み

構成力

中国人ユーザーの
興味を引く
ページ構成

デザイン力

中国で好まれる
リッチデザインに
対応した制作

言語力

中国人ユーザーに
伝わりやすい
言葉に翻訳

強み01 中国人ユーザーの購買意欲を高める 最適なページ構成

現在の中国で日本の商品やサービスに対する関心が高まっている背景には「お金をだしてでも、より良いものを手に入れたい」というニーズが高まっているという流れがあります。

そのため中国人ユーザーは、「確実に日本製か」「生産地はどこか」「日本から直送されてくるか」「梱包状態はどうなっているか」「どんな成分が使用されているか」といった信頼性や品質に関わる内容に対して、我々日本人以上に敏感な傾向があります。
その他にも、支払いシステムや送料など、細かな疑問点にまで配慮したページ作りが、中国人ユーザーの購買意欲を高めることに繋がります。

制作実績をもとに紹介

パッケージ裏面の「MADE IN JAPAN」の紹介に加え、厳重な梱包や日本での受賞歴などを説明する項目。

食品の場合は成分の分析テストを実施し、証明書を紹介することでより一層の信頼性をアピール。

中国政府の指定する日本の輸入禁止エリアの外で生産された製品である事を示す項目。

中国で一般的な支払いシステム「ALIPAY」への対応や、日本からの直送であることを説明した項目。

強み02 中国人ユーザーの興味を引く リッチデザイン

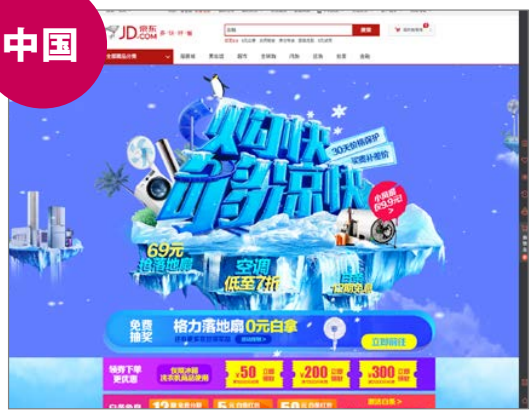
さまざまな分野で、趣味趣向が異なる日本と中国ですが、デザインにおいても例外ではありません。現在の日本では、情報を整理しグラデーションやシャドウなどの過度な装飾をおさえた平面的なデザインが主流となっています。

一方中国では、立体的でフォトリアルな表現を多用したリッチデザインが主流となっているため、既存の日本語版コンテンツをそのまま中国語に翻訳するのではなく、現地の流行に則したデザインにアレンジしていく必要があります。

日本

日本の代表的なECモール「楽天市場」の特集ページ。シンプルで平面的なデザインが特徴。

中国



中国2番手のECモール「京東商城」の特集ページ。装飾華美で立体感のあるリッチデザインが特徴。

制作実績をもとに紹介

染髮剤「レフィーネ ヘッドスパ トリートメントカラー」の中国語ページ。商品の特徴を紹介した項目。

美容サプリ「小町生酵素」の中国語ページ。商品特徴や効能などを紹介した項目。

まつ毛美容液「cobo」中国語ページ。商品の携帯イメージや、利用者の声を紹介した項目。

美白美容液「EBIS BIO WHITE」の中国語ページ。商品の使用法やQ＆Aなどを紹介した項目。

強み03 中国人ユーザーに真意をつたえる

ネイティブの翻訳力

日本語と中国語には、それぞれの国にしか存在しない言葉や表現が数多くあるため、ただ日本語の文章をそのまま中国語に直訳しようとしても、伝わりづらい文章になってしまう事が多々あります。

そのため、日本語本来の意図を中国語で正しく伝えるには、双方の言語を深く理解したネイティブなスタッフによる臨機応変な翻訳が必要となります。

制作実績をもとに紹介

原文「女性の美しさ作りに不可欠!」
⇒翻訳文「爱美的女性 绝对 不可错过!」
（美しくなりたい女性は見逃さない!）
より中国で親しまれてる会話表現にアレンジ。

原文「レフィーネで驚きの若さを!」
⇒翻訳文「让蕾芬带给你惊人的"返老还童"效果」
（レフィーネはあなたに"老人が若返る"効果を与えます）
中国で一般的な四文字熟語を混じえた表現にアレンジ。

原文「毎日つけまつ毛をつけるのは面倒くさい」
⇒翻訳文「每天都贴睫毛贴麻烦到无语」
（毎日つけまつ毛をつけるのは無言になるほど面倒）
より中国で親しまれてる会話表現にアレンジ。

原文「肌荒れ」
⇒翻訳文「青春痘」
（ニキビ）
中国に「肌荒れ」という概念が無いため、直接的に表現。

さらにインロジックなら

中国語LPのSNS運用もサポート

ランディングページは中国SNSでも活用可能。

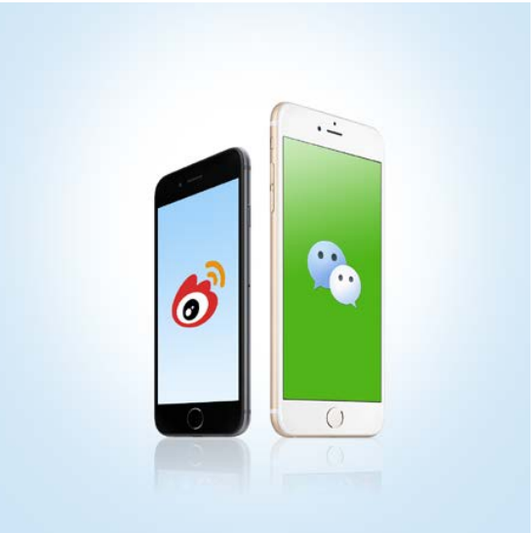
中国の代表的なSNSであるWeChatとWeiboは
どちらもスーパーロング画像の投稿が可能。
そのため最近の中国では、
SNS上でランディングページを活用した
webマーケティングが広く普及しています。

中国プロモーションに必須な中国SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）の運営代行

中国版LINEの役割を担うメッセージ&ソーシャルアプリのWeChat（利用者数7億人）と、中国版Twitterの役割を担うWeibo（利用者数5億人）。どちらも現在ではSNSの枠を超え、ショッピングモールやお財布、飲食店の予約など、中国人の生活に欠かせないアプリとなっています。
インロジックでは、より信頼性の高い法人向けアカウントの取得を代行し、企業情報や商品紹介、キャンペーン情報の配信を行う、SNS運営代行サービスを提供しています。

中国SNS法人アカウント取得・運営代行 **10万円（税別）※**

※記事の配信数が1件／1日の場合。



中国SNSにおける法人アカウント
WeChatとWeiboはそれぞれに審査認定制度のある法人アカウントが存在し、中国企業はもちろん、日本からもメーカー、百貨店、通販ショップ、不動産、病院など、2200以上のさまざまな企業や団体が参入し、中国国内でのプロモーションをおこなっています。

まずはお気軽にご相談ください。

無料電話相談
お問合せはこちら

03-5944-5462

お電話受付時間
平日10:00から18:00まで

iNLOGIC

© iNLOGIC INC. ALL RIGHTS RESERVED.