

CVR 改善チェックリスト：あなたの Web サイトは大丈夫？

このチェックリストは、Web サイトの CVR（コンバージョン率）改善を検討している中小企業、個人事業主、Web 担当者の皆様が、自社サイトの現状を把握し、改善点を見つけるためのものです。ブログ記事「CVR 改善の基本：問い合わせを増やす考え方」で解説した主要なポイントに基づき、具体的なチェック項目と改善のヒントをまとめました。ぜひ、ご自身のサイトと照らし合わせながらご活用ください。

1. CTA（Call To Action）の見直し

ユーザーの行動を促す CTA は、CVR に直結する重要な要素です。以下の点を確認し、改善の余地がないか点検しましょう。

チェック項目	はい/ いいえ	改善のヒント
ボタンの文言は具体的か？	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>	「送信」ではなく「無料で資料を受け取る」「専門家に相談する」など、得られるメリットや行動を明確にしましょう。
ボタンの色は目立っているか？	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>	サイトのベースカラーと同化せず、コントラストの効いた目立つ色（アクセントカラー）を使用しましょう。
適切な位置に配置されているか？	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>	ユーザーが情報を読み終え、行動を起こしたくなるタイミング（記事の末尾、料金表の下など）に配置しましょう。
ファーストビューに CTA はあるか？	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>	ページを開いて最初に目に入る範囲（ファーストビュー）にも、分かりやすい CTA を設置しましょう。
CTA の数は適切か？	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>	多すぎると迷わせ、少なすぎると機会損失になります。ページの内容に合わせて適切な数を配置しましょう。
マイクロコピーを活用しているか？	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>	ボタンの近くに「3分で完了」「営業連絡なし」など、心理的ハードルを下げる短いテキストを添えましょう。

2. 信頼要素の強化

「本当に信頼できる会社か？」というユーザーの不安を解消することは、問い合わせを増やす上で不可欠です。

チェック項目	はい/ いい え	改善のヒント
会社情報が分かりやすく記載されているか？	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>	会社概要、代表者名、所在地、連絡先などを明記し、実在する企業であることを示しましょう。
代表者やスタッフの顔写真はあるか？	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>	顔が見えることで安心感が生まれます。可能であれば、プロフィールとともに掲載しましょう。
導入事例やお客様の声は掲載されているか？	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>	具体的な成果や利用者的心声は、サービスの信頼性を高める強力な証拠となります。
料金体系や費用の目安は明示されているか？	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>	料金が不明確だと問い合わせをためらいます。「月額〇〇円〜」「お見積もり無料」など、可能な範囲で明示しましょう。
専門性や権威性を示す情報はありますか？	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>	資格、受賞歴、メディア掲載実績などがあれば、積極的にアピールしましょう。
よくある質問（FAQ）は充実しているか？	<input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>	ユーザーが抱きやすい疑問を事前に解消することで、問い合わせへのハードルを下げることができます。

3. 導線の簡素化（フォーム最適化）

問い合わせを決意したユーザーを逃さないよう、スムーズな導線と入力しやすいフォームを設計しましょう。

チェック項目	はい/ いい え	改善のヒント
問い合わせページへのリンクは分かりやすいか？	[]/[]	グローバルナビゲーションやフッターなど、どのページからでも迷わずアクセスできるようにしましょう。
フォームの入力項目は多すぎないか？	[]/[]	必須項目は必要最低限（氏名、メールアドレス、内容など）に絞り、ユーザーの負担を減らしましょう。
入力例やプレースホルダーは設定されているか？	[]/[]	どのような形式で入力すればよいか（例：山田 太郎、 yamada@example.com ）を明示し、入力をサポートしましょう。
エラー表示は分かりやすいか？	[]/[]	入力漏れやエラーがある場合、どこをどう修正すればよいか、リアルタイムで分かりやすく表示しましょう。
スマホでの入力はしやすいか？	[]/[]	スマホからのアクセスが多い場合、タップしやすいボタンサイズや、適切なキーボード（数字入力時は数字キーボードなど）が表示されるか確認しましょう。
問い合わせ以外の選択肢が多すぎないか？	[]/[]	問い合わせページに他のページへのリンクや余計な情報が多いと離脱の原因になります。シンプルに保ちましょう。

チェック結果はいかがでしたか？

「いいえ」が多かった項目は、あなたのサイトの「伸びしろ」です。まずは、すぐに修正できそうな「CTAの文言変更」や「入力項目の削減」など、小さな改善から始めてみましょう。継続的な見直しと改善が、問い合わせ数アップへの近道です。