

8. サイトのメインビジュアルは「受付け」をイメージする

①1 メッセージ

ホームページのメインビジュアルは、「受付けカウンター」をイメージしてデザインしましょう😊

【導入】

(1)概要

メインビジュアルは、サイトを開いた時に最初に表示される画面のこと。この投稿では、サロンのホームページの【メインビジュアルをデザインする際に必ず押さえるべき4つのポイント】をお伝えします😊

(2)ベネフィット

この内容を覚えておけば、ホームページに限らずブログサイト、Facebook、Youtubeといったプラットフォームのメインビジュアル(ヘッダーとも呼ばれる)をデザインする際にも大変役立ちます😊

(3)証拠

実際に“売れている”サロンのサイトを見ると、今回の4つのポイントが全て当てはまっているサイトが殆どであることに気付くはず😊

(4)良い未来 vs 悪い未来

(5)CTA

今回の内容をメモしておき、ご自身のメインビジュアルを是非リニューアルしてみてください😊

それでは見ていきましょう😊

②理由

ホームページは、言わばネット上に建てるお家のようなもの。
サロン型ビジネスであれば店舗ですね😊

店舗の入り口を開けた瞬間目に入ってくるのは何でしょうか？
そう、「受付けカウンター」です。

つまりホームページを開いた時に表示される画面(=メインビジュアル)は、店舗の受付けカウンターに対応するというわけです😊

あなたは受付け周りのインテリアデザインを考える際、何を意識されましたでしょうか？

- 清潔感
- 色合い
- 空間的広がり
- 目を引く何か

お客様に居心地の良さを与え、
「このサービスをもっと知りたい」
と思わせたければ、このような事を意識されるかと思います😊

ということは、ホームページのメインビジュアルも上記のような事を意識すれば、その先を読み進めてもらえそうだと思いますか？

③納得させる説明

それではこれらがサイト制作において何に対応するのかを見てみましょう😊

<-- ここからはスライドをご覧ください -->

○清潔感 ⇒写真選び
文字通り清潔感漂う写真を配置します。

●色合い ⇒配色
メインビジュアルの配色は、サイト全体に反映されます。
逆にサイト全体の配色を決めてから、メインビジュアルへ反映させるのもあり。

○空間的広がり ⇒余白
余白を多めにとると、上品な感じ・高級感が出ます。(勿論バランスが最優先ですが)

●目を引く何か ⇒キャッチコピー
サロンのコンセプト、理念、ペルソナを元に、お客様を引き付ける最高の1フレーズを絞り出します。

④結論

【メインビジュアルは、
受付けカウンターをイメージする】

いかがでしたでしょうか？

K's Creative は、今回のメインビジュアルを筆頭に、ホームページの構成ユニット全てにおいて
【最良の魅せ方】を追求しております。

ホームページデザインでお悩みであれば
是非お力にならせて下さい😊