

サイト改善案：文章を読んで良いタイミングでお問い合わせへ誘導する。

目的
お問い合わせフォームへの誘導率を上げる。

チェックポイント
・文章を読んでお問い合わせへの意識が高まったタイミングでお問い合わせに誘導できているか。

参考例

人事業務においては「片方立てれば、他方が立たず」という場面が多々訪れます。そのようなときに、より正しいと思われる判断が下せるのは**断然顧問契約のお客様**です。

御社の理念、目標、障害、お悩み・・・全てを共有して解決、改善してまいります。

[→ こちらで、顧問契約後の様子をもっと具体的に「イメージ」してください](#)



自社の特徴や選ばれる理由を伝えた最後にちょうど良いタイミングでお問い合わせへ誘導しており、離脱を防止しつつ、お問い合わせに繋げている。