

랜딩페이지 기획 템플릿

1. 페이지의 목표

- 판매하거나 소개할 상품·서비스: [상품명]
 - 이 페이지의 최종 목표: [구매 / 신청 / 상담 / 다운로드 / 문의]
 - 방문자가 해야 할 핵심 행동: [CTA 입력]
-

2. 핵심 고객

- 이 페이지는 누구를 위한 것인가?
- [구체적인 고객 유형]
- 고객의 현재 상황은 어떠한가?
- [직업, 관심사, 경험 수준, 상황]
- 고객이 가장 원하는 결과는 무엇인가?
- [얻고 싶은 변화 또는 목표]

한 문장 정리

이 페이지는 [현재 상황]에 있는 [고객]이 [원하는 결과]를 얻도록 돕기 위한 페이지입니다.

3. 고객이 겪는 문제

- 고객이 지금 가장 크게 겪고 있는 문제:
- [핵심 문제]
- 이 문제로 인해 발생하는 불편:
- [시간 낭비, 비용 손실, 스트레스, 성과 부족 등]
- 기존 해결 방법이 잘 작동하지 않는 이유:
- [복잡함, 비용, 시간, 전문 지식 부족 등]

고객 문제 한 문장

[고객]은 [문제] 때문에 [구체적인 불편이나 손실]을 겪고 있습니다.

4. 핵심 해결책

- 상품이 제공하는 해결 방법:
- [핵심 기능 또는 서비스]
- 고객의 문제를 해결하는 과정:
- [첫 번째 단계]
- [두 번째 단계]
- [세 번째 단계]
- 기존 방식과 다른 점:
- [차별점]

핵심 약속

[상품명]을 통해 [복잡한 과정이나 문제] 없이 [고객이 원하는 결과]를 얻을 수 있습니다.

5. 주요 혜택

기능 자체보다 고객이 얻게 되는 변화를 작성합니다.

혜택 1

- 기능: [상품의 기능]
- 고객이 얻는 결과: [구체적인 혜택]

혜택 2

- 기능: [상품의 기능]
- 고객이 얻는 결과: [구체적인 혜택]

혜택 3

- 기능: [상품의 기능]
 - 고객이 얻는 결과: [구체적인 혜택]
-

6. 신뢰할 수 있는 근거

고객이 이 해결책을 믿을 수 있는 이유를 작성합니다.

- 고객 후기: [후기 또는 평가]
- 사용 사례: [고객의 변화 사례]
- 성과 수치: [매출, 시간 절감, 참여자 수 등]
- 전문성: [경력, 자격, 프로젝트 경험]
- 협업 및 이용 기업: [기업 또는 기관명]

- 무료 체험·환불 정책: [위험을 줄이는 장치]

핵심 신뢰 문장

이미 [고객 수 또는 사례]가 [상품명]을 통해 [구체적인 결과]를 경험했습니다.

7. 고객의 예상 질문과 반대 의견

질문 1

- 고객의 질문: “[비싸지 않나요?]”
- 답변: [가격 대비 가치와 근거]

질문 2

- 고객의 질문: “[초보자도 사용할 수 있나요?]”
- 답변: [이용 방법과 난이도]

질문 3

- 고객의 질문: “[정말 효과가 있나요?]”
- 답변: [사례, 수치, 후기]

질문 4

- 고객의 질문: “[시간이 많이 필요하지 않나요?]”
 - 답변: [필요 시간과 진행 과정]
-

8. 행동 유도 문구

- 방문자가 해야 할 행동: [구매 / 신청 / 상담 / 다운로드]
- 행동 후 얻게 되는 결과: [즉시 얻는 가치]
- 지금 행동해야 하는 이유: [마감, 인원, 혜택, 문제의 시급성]

CTA 버튼 문구

- [무료로 시작하기]
- [지금 신청하기]
- [템플릿 다운로드하기]
- [상담 예약하기]

CTA 설명 문구

지금 [행동]하고 [고객이 얻을 결과]를 시작해보세요.

랜딩페이지 섹션 구성

작성한 내용을 아래 순서로 배치합니다.

1. 첫 화면

- 고객이 원하는 결과를 보여주는 제목
- 상품의 핵심 해결책을 설명하는 부제
- 대표 이미지 또는 상품 화면
- 주요 CTA 버튼
- 짧은 신뢰 요소

제목 공식

[고객이 원하는 결과], [기존의 어려운 방식] 없이 시작하세요.

2. 문제 공감

- 고객이 겪고 있는 문제
- 문제로 인한 불편과 손실
- 고객이 공감할 수 있는 상황

문장 공식

혹시 [문제 상황] 때문에 [불편이나 손실]을 겪고 있나요?

3. 해결책 소개

- 상품이 무엇인지
- 어떤 방식으로 문제를 해결하는지
- 기존 방식과 무엇이 다른지

문장 공식

[상품명]은 [고객]이 [문제]를 해결하고 [원하는 결과]를 얻도록 돕는 [상품 유형]입니다.

4. 핵심 혜택

- 혜택 1: [결과]
- 혜택 2: [결과]
- 혜택 3: [결과]

각 혜택은 기능 설명보다 고객이 얻게 되는 변화를 중심으로 작성합니다.

5. 이용 방법

1. [첫 번째 행동]
2. [두 번째 행동]
3. [세 번째 행동]

고객이 상품을 사용한 뒤 결과를 얻는 과정을 간단하게 보여줍니다.

6. 신뢰 요소

- 고객 후기
 - 실제 사용 사례
 - 성과 수치
 - 전문가 소개
 - 이용 기업 및 기관
 - 보장 정책
-

7. 상품 및 혜택 안내

- 제공되는 상품: [상품 구성]
 - 포함 항목: [자료, 기능, 서비스]
 - 추가 혜택: [보너스]
 - 가격: [가격]
 - 이용 기간: [기간]
-

8. 자주 묻는 질문

- 누구에게 적합한가요?
 - 초보자도 이용할 수 있나요?
 - 이용 기간은 어떻게 되나요?
 - 결제와 환불은 어떻게 진행되나요?
 - 구매 후 무엇을 받게 되나요?
-

9. 최종 CTA

- 고객이 원하는 결과 재강조
- 핵심 혜택 요약
- 위험을 줄이는 신뢰 문구
- 명확한 CTA 버튼

최종 문장 공식

더 이상 [고객의 문제] 때문에 고민하지 마세요. 지금 [CTA 행동]하고 [원하는 결과]를 시작해보세요.

작성 전 최종 점검

- 첫 화면만 보고 누구를 위한 페이지인지 알 수 있는가?
- 고객의 문제가 구체적으로 표현되어 있는가?
- 상품의 기능보다 고객이 얻는 결과가 강조되어 있는가?
- 주장마다 믿을 수 있는 근거가 있는가?
- 각 섹션이 고객의 다음 질문에 답하고 있는가?
- CTA가 하나의 행동으로 명확하게 통일되어 있는가?
- 모바일에서도 핵심 메시지와 버튼이 잘 보이는가?