# LiLi エステサロン　LP 制作プロンプト

【タイトル】

9 月新規顧客獲得キャンペーン企画書

「夏疲れリセット 美肌＆ボディメンテナンス体験キャンペーン！」

【概要】

この販売促進企画書は、LP 制作では単に「キャンペーン内容を紹介する」のではなく、**エステを初めて利用する人の不安を解消しながら、LINE 予約まで自然に導く設計**が重要です。

企画書では、メインターゲットを「神戸市三宮周辺に勤務・居住する 30〜50 代女性」とし、

・「自分に合うメニューが分からない」
・「料金や追加料金への不安」
・「エステ自体が初めてで不安」
・「強い勧誘への懸念」

といった予約障壁まで整理されています。

また、LP については「ファーストビュー→悩み→理由→キャンペーン内容→3 つのコース→特典→信頼→来店の流れ→感想→料金→FAQ→店舗情報→CTA」という構成が想定されています。

そのため、企画書に掲載されている既存の LP プロンプトをベースにしつつ、**CV（予約）をより意識した実務用プロンプト**にすると、以下の形がおすすめです。

企画書自体にも LP 用 AI プロンプトがありますが、下記はそれをより詳細化した「完成版」です。

# 【LP 完成イメージ画像】


LP完成イメージモックアップ
LiLiエステサロン｜9月限定キャンペーン
夏を頑張った肌と身体に、
秋を迎えるためのご褒美ケア。
LiLi
エステサロン
神戸市三宮
神戸市三宮で
大人女性に
選ばれるサロン
LPの構成イメージ
1 ファーストビュー
9月限定
夏疲れリセット
美肌＆ボディ
メンテナンス体験
初回体験 6,600円
通常価格 9,900円
2 こんなお悩みありませんか？
肌のくすみ・ごわつきが気になる
むくみや疲れが取れにくい
ボディラインの崩れが気になる
なんとなくやる気が出ない
3 9月にケアする理由
夏のダメージは
秋に差が出る！
今ケアすることが、
美しさの近道に。
4 選べる3つの体験コース
夏ダメージ集中
フェイシャル
むくみ・
ボディラインケア
夏疲れ
リラクゼーション
5 初回特典
無料
カウンセリング
状態チェック
ホームケア
アドバイス
LINE
アフターフォロー
6 選ばれる理由
無理な勧誘なし
事前予約制
メニュー相談OK
7 初回来店の流れ
予約・ご相談
カウンセリング
状態チェック
施術体験
アドバイス
アフターフォロー
8 よくある質問
よくあるご質問を
まとめました
9 最終CTA
LINEで「9月体験希望」と
送って予約・相談
デザインコンセプト
上質でやさしい世界観で、30〜50代の大人女性に
信頼されるサロンの魅力を表現。
温かみ・安心感・信頼感を大切にしたLP設計です。
LiLiエステサロン 神戸市三宮
事前予約制
ファーストビュー
9月限定
夏疲れリセット
美肌＆ボディ
メンテナンス体験
初回体験 6,600円
通常価格 9,900円
無料
カウンセリング
状態チェック
ホームケア
アドバイス
LINE
アフターフォロー
無理な勧誘なし ｜ 事前予約制 ｜ メニュー相談OK
こんなお悩みありませんか？
肌のくすみ・ごわつきが気になる
むくみや疲れが取れにくい
ボディラインの崩れが気になる
なんとなくやる気が出ない
9月にケアする理由
夏のダメージは秋に差が出る！
今ケアすることが、美しさの近道に。
選べる3つの体験コース
夏ダメージ集中
フェイシャル
通婦感・ハリ・うるおいUP
たっぷり60分
むくみ・
ボディラインケア
すっきりラインを実感
たっぷり60分
夏疲れ
リラクゼーション
疲れを癒してリセット
たっぷり60分
初回特典
無料
カウンセリング
状態チェック
ホームケア
アドバイス
LINE
アフターフォロー
選ばれる理由
無理な勧誘なし
事前予約制
メニュー相談OK
初回来店の流れ
予約・ご相談
カウンセリング
状態チェック
施術体験
アドバイス
アフターフォロー
よくある質問
よくあるご質問をまとめました
LINEで「9月体験希望」と
送って予約・相談
キャンペーン期間
9/1（月）〜9/30（火）まで
LPのポイント
スマホで
読みやすい設計
スッキリ配置で
直感的に情報が入る
デザイン。
CTAを複数配置
迷わず行動できるよう、
複数の導線で
予約・相談へ誘導。
不安を解消する導線
お悩み・理由・特典・
流れ・FAQで
安心して来店へ。
地域名を自然に訴求
「神戸市三宮」で
検索ユーザーに
しっかりアプローチ。
LINE予約に集約
お気軽・スムーズに
相談・予約まで
完結できる設計。
CTAボタン例
LINEで
空き状況を確認する
相談して
コースを決める
9月体験を
予約する
あなたの“キレイのスイッチ”を
LiLiがそっとサポートします。

# 【LP 制作用・完成版プロンプト】

あなたは、地域ビジネスの Web 集客、LP 設計、ダイレクトレスポンスマーケティング、
コピーライティング、店舗マーケティング、UI/UX デザインに精通した
プロのマーケティングディレクター兼 Web デザイナーです。

以下の販売促進企画をもとに、

① 「キャンペーンを知る」
↓
② 「自分の悩みに関係があると感じる」
↓
③ 「サービス内容を理解する」
↓
④ 「初めてでも安心できると感じる」
↓
⑤ 「体験してみたいと思う」
↓
⑥ 「LINE から予約する」

という心理導線になる、1 ページ完結型のランディングページ（LP）を制作してください。

単なるサービス紹介ページではなく、

新規顧客からの「予約・問い合わせ獲得」を目的とした

コンバージョン重視の LP にしてください。

## ■LP の目的

神戸市三宮周辺に住む・働く女性に
LiLi エステサロンの 9 月限定キャンペーンを知ってもらい、

最終的に

「LINE で 9 月体験希望と送信する」

ところまで誘導してください。

最重要コンバージョンは LINE 予約です。

## ■ 店舗・キャンペーン情報

【店舗名】
LiLi エステサロン

【地域】
神戸市三宮

【キャンペーン名】
夏疲れリセット 美肌＆ボディメンテナンス体験キャンペーン

【メインキャッチコピー】
夏を頑張った肌と身体に、秋を迎えるためのご褒美ケア。

【実施期間】
9 月 1 日〜9 月 30 日

【対象】
LiLi エステサロンを初めて利用する方

【メインターゲット】
神戸市三宮周辺に勤務・居住する 30 代〜50 代女性。

仕事・家事・育児などで自分自身のケアを後回しにしがちで、

・夏の紫外線による肌の乾燥やごわつき

・化粧のりの悪さ

・冷房による冷え

・脚や身体のむくみ

・身体の重さ

・疲労感

・首や肩の重さ

などが気になっている方。

【ターゲットが予約を迷う理由】

・料金や追加料金が心配

・強い勧誘を受けそう

・自分に合うメニューが分からない

・エステを初めて利用するので不安

・高額コースではなく、まず一度試してみたい

・予約方法が面倒そう

## ■ キャンペーンコンセプト

夏を頑張った肌と身体を、秋に向けてやさしく整える
自分に合うケアが見つかる、三宮の地域密着型エステ体験

安さだけを前面に押し出すのではなく、

・自分の肌や身体の状態を知る

・リラックスできる時間をつくる

・自分に合うケアを知る

・自宅でできるホームケアを知る

・気軽に相談できる美容パートナーを見つける

という「体験価値」を伝えてください。

## ■ 選べる３つの体験コース

【コースA】

### 夏ダメージ集中フェイシャル

こんな方へ：

乾燥、ごわつき、毛穴、くすみ、化粧のりなどが気になる方。

施術イメージ：
カウンセリング
→肌状態チェック
→クレンジング
→フェイシャルケア
→保湿ケア
→ホームケアアドバイス

【コースB】

### むくみ・ボディラインケア

こんな方へ：

脚やお腹のライン、冷え、むくみ、身体の重さ、秋に向けた体型管理が気になる方。

施術イメージ：
カウンセリング
→身体の状態チェック
→対象部位へのボディケア
→生活習慣アドバイス
→自宅ケア提案

【コース C】

## 夏疲れリラクゼーション

こんな方へ：

疲労感、首・肩の重さ、冷房による冷え、リフレッシュ不足などが気になる方。

施術イメージ：

カウンセリング
→疲れの状態確認
→リラクゼーション施術
→セルフケアアドバイス
→施術後の過ごし方案内

## ■所要時間目安

・カウンセリング：約 15 分

・施術：約 45〜60 分

・アフターカウンセリング：約 10 分

合計：約 70〜85 分

## ■ 料金

通常価格：9,900 円　➪　初回体験価格：6,600 円

## ■ 初回体験に含まれるもの

・初回カウンセリング無料

・肌または身体の状態チェック

・選べる施術

・ホームケアアドバイス

・LINE アフターフォロー

## ■ 予約特典

必要に応じて以下を魅力的に表示してください。

・事前予約特典

ヘッドケアまたはハンドケア 10 分追加

・SNS フォロー特典

ホームケアサンプル

・LINE 登録特典

次回オプション特典・優先案内

・次回予約特典

当日または 7 日以内の予約で追加ケア

・紹介特典

紹介者・紹介された方双方に追加ケア

特典をすべて大きく見せすぎず、
メインオファーが分かりにくくならないよう整理してください。

## ■ 限定性

・9 月 1 日～9 月 30 日限定

・LiLi エステサロン初回利用者限定

・1 日 2 名限定

・合計 30 名限定

・人気時間帯は先着順

過度に不安をあおる表現や、

不自然なカウントダウン表現は使用しないでください。

「季節限定」「予約枠に限りがある」という

自然な限定性として表現してください。

## ■ 初めての方への安心材料

以下を LP 内で目立つように伝えてください。

・無理な勧誘なし

・料金を事前に明示

・追加料金がある場合は施術前に説明

・カウンセリング後に施術内容を確認

・メニューが決まっていなくても相談可能

・LINE で予約前の相談可能

・事前予約制

・都度払い可能

「エステは少し不安」という人の心理的ハードルを下げることを重視してください。

## ■ CTA

メイン CTA は、

「LINE で空き状況を確認する」

または

「LINE で 9 月体験を予約する」

としてください。

補足文：

「LINE で『9 月体験希望』と送ってください。スタッフが空き状況をご案内します」

さらに、

**「どのコースを選べばいいか分からない方は、**
**『相談して決めたい』とお送りください。**
**お悩みを伺いながら一緒に決めていきます」**

と伝えてください。

CTA ボタンはページ内に最低【3 回】設置してください。

推奨位置：

①ファーストビュー直下

②コース・料金説明後

③ページ最下部

スマートフォンでは画面下部に
LINE 予約ボタンを固定表示する設計も提案してください。

# ■ LP 構成

以下の順番で LP を作成してください。

## 【SECTION 1｜ファーストビュー】

ページを開いた 3 秒以内に、

「誰向け」

「何が受けられる」

「いくら」

「いつまで」

「どこ」

「どう予約する」

が分かる構成にしてください。

表示内容：

【神戸市三宮・LiLi エステサロン】

「夏を頑張った肌と身体に、秋を迎えるためのご褒美ケア」

「夏疲れリセット　美肌＆ボディメンテナンス体験」

料金：

通常 9,900 円
↓
初回体験 6,600 円

「無料カウンセリング」 +「 状態チェック」 +「ホームケアアドバイス付き」

「無理な勧誘はありません」

CTA：

「LINE で空き状況を確認する」

ファーストビューには、

30 代〜50 代女性が安心感を感じる

上質なエステサロンの写真を配置してください。

## 【SECTION 2｜こんなお悩みありませんか？】

共感セクション。

・最近、肌が乾燥する

・肌のごわつきが気になる

・化粧のりが以前より気になる

・脚や身体がむくみやすい

・冷房で身体が冷えている気がする

・身体の疲れを感じる

・自分に合うケアが分からない

ターゲットが

「これ、私のことかも」

と思える表現にしてください。

## 【SECTION 3｜夏の疲れを９月にケアする理由】

夏の

・紫外線

・汗

・暑さ

・冷房

・生活リズムの乱れ

などに触れながら、
秋を迎えるタイミングで自分の肌や身体を
見直すことを提案してください。

不安をあおらず、

美容・セルフケアの観点からやさしく説明してください。

医学的な診断・治療効果を断定しないでください。

## 【SECTION 4｜今回のキャンペーンについて】

「ただ安く施術を受けるキャンペーン」

ではないことを伝えてください。

①無料カウンセリング

↓

②状態チェック

↓

自分に合った施術

↓

ホームケアアドバイス

↓

LINE アフターフォロー

という一連の体験を、
図解またはステップ形式で見せてください。

## 【SECTION 5｜選べる 3 つの体験コース】

3 つのカード形式で表示してください。

A 夏ダメージ集中フェイシャル

B むくみ・ボディラインケア

C 夏疲れリラクゼーション

各カードには、

・おすすめする悩み

・施術内容

・体験イメージ

を簡潔に表示してください。

「どれを選べばよいか分からなくても、カウンセリングで相談できます」

という安心メッセージを入れてください。

## 【SECTION 6｜初回体験だけの特典】

〇通常 9,900 円

↓

〇9 月限定 初回 6,600 円

さらに、

・無料カウンセリング

・状態チェック

・ホームケアアドバイス

・LINE アフターフォロー

が含まれることを
視覚的に分かりやすく表示してください。

## 【SECTION 7｜LiLi エステサロンが選ばれる理由】

以下の 4 つを中心にしてください。

〇理由 1

丁寧なカウンセリング

〇理由 2

状態に合わせた個別提案

〇理由 3

無理な勧誘なし

〇理由 4

施術後のホームケアまでサポート

加えて、

「神戸・三宮で気軽に相談できる地域密着型サロン」

というポジショニングを伝えてください。

## 【SECTION 8｜初回来店の流れ】

STEP1：LINE から予約・相談

STEP2：来店・カウンセリング

STEP3：肌または身体の状態チェック

STEP4：コース決定・施術

STEP5：アフターカウンセリング

STEP6：ホームケアアドバイス・LINE フォロー

初めての方でも

「行ったら何をされるのか分からない」

という不安がなくなる説明にしてください。

# 【SECTION 9｜お客様の声】

実際のお客様の声が提供されていない場合は、

架空の口コミを作成しないでください。

代わりに、

「お客様の声を掲載予定」

というプレースホルダーを 3 件配置してください。

項目：

・年代

・利用コース

・来店前の悩み

・体験した感想

後から実際の口コミへ差し替えられる構成にしてください。

# 【SECTION 10｜料金・利用条件】

初回体験料金：6,600 円（通常料金：9,900 円）

〇期間：

9 月 1 日〜9 月 30 日

〇対象：

LiLi エステサロンを初めて利用する方

〇予約：

事前予約制

〇利用回数：

1 人 1 回まで

〇1 日 2 名限定：

合計 30 名限定

料金・条件が一目で理解できるデザインにしてください。

# 【SECTION 11｜よくある質問】

以下の FAQ を作成してください。

Q. エステが初めてでも大丈夫ですか？

Q. どのコースを選べばいいか分かりません。

Q. 強く勧誘されませんか？

Q. 追加料金はかかりますか？

Q. 当日は何を持っていけばいいですか？

Q. 予約変更やキャンセルはできますか？

Q. LINE で相談してから予約できますか？

回答について、
提供情報から確認できない内容は勝手に断定せず、

「店舗にお問い合わせください」

などの表現にしてください。

# 【SECTION 12｜店舗情報】

以下の情報を見やすい店舗情報カードにしてください。

〇店舗名：

LiLi エステサロン

〇エリア：

神戸市三宮

以下については、
実際の情報が与えられていない場合は創作しないでください。

・住所
・最寄駅
・営業時間
・定休日
・電話番号
・LINE URL
・予約 URL
・Google マップ

未入力の場合は、

［住所を入力］
［営業時間を入力］
［LINE URL を入力］

などの編集用プレースホルダーとして表示してください。

# 【SECTION 13｜最終 CTA】

最後は強く売り込むのではなく、

「まずは自分に合うケアを相談してみませんか？」

という心理的ハードルの低いクロージングにしてください。

○見出し例：

「夏を頑張った自分に、秋を迎えるためのメンテナンスを」

○本文：

9 月限定の初回体験です。
どのコースが合うか分からなくても大丈夫です。

LINE で「9 月体験希望」と送っていただければ、
スタッフが空き状況をご案内します。

○CTA：

「LINE で 9 月体験を予約する」

○サブテキスト：

「相談だけでも OK」
「無理な勧誘はありません」

# ■ デザインコンセプト

ターゲットは 30 代〜50 代女性です。

「激安エステ」のような派手なデザインではなく、

・上品

・安心感

・清潔感

・ナチュラル

・地域密着

・少し高級感

・秋の入口を感じる季節感

を表現してください。

【推奨デザイン】

〇背景：

白・アイボリーをベース

〇アクセント：

淡いピーチ
サーモンピンク
ベージュ
テラコッタ系

◯ポイントカラー：

LINE ボタンのみ視認性の高い色

◯写真：

・30 代〜50 代の自然体の日本人女性
・エステサロン
・カウンセリング
・フェイシャル
・ボディケア
・リラクゼーション
・三宮の街を想起させる写真

写真は、

極端に若いモデルや海外モデル中心ではなく、
ターゲットが自分自身を重ねやすい人物を使用してください。

施術写真は、

刺激の強いビフォーアフター表現ではなく、
安心感・心地よさ・丁寧さが伝わるものにしてください。

# ■ UI・レイアウト

スマートフォン閲覧を最優先してください。

・1 セクション 1 メッセージ
・文章を長くしすぎない
・見出し→短い説明→ビジュアルの順
・適度に余白を取る
・重要数字を大きく表示
・3 コースはカード型
・選ばれる理由はアイコン＋短文
・来店の流れはステップ図
・FAQ はアコーディオン形式
・CTA ボタンは大きく
・CTA 周辺に安心材料を配置

ページ全体をスクロールしたとき、

文章ばかりにならないよう、

・写真
・アイコン
・カード
・数字
・図解
・背景色の切り替え

を使って視覚的なリズムを作ってください。

# ■ コピーライティングルール

「売る」のではなく、

「安心して一度試してみたい」

と思ってもらう文章にしてください。

〇トーン：

・やさしい
・親しみやすい
・押しつけない
・上品
・分かりやすい
・専門用語を使いすぎない

〇使用しない表現：

「必ず」
「絶対」
「治る」
「改善する」
「完治」
「劇的」
「絶対痩せる」

など、結果を保証する表現。

医学的な診断・治療効果を暗示する表現も避けてください。

## ■ SEO・地域性

不自然にならない範囲で、

「神戸」

「三宮」

「神戸市三宮」

「三宮 エステ」

「フェイシャル」

「ボディケア」

「リラクゼーション」

などを見出し・本文に自然に含めてください。

キーワードを不自然に詰め込まないでください。

## ■ AI への最終指示

以上の情報から、

文章だけを出力するのではなく、

「そのまま公開できる Web ランディングページ」

として完成させてください。

各セクションについて、

・見出し

・サブ見出し

・本文

・箇条書き

・CTA

・使用する写真やビジュアル

・レイアウト

まで一体として設計してください。

特に、
**・ファーストビュー**
**・料金**
**・3 つのコース**
**・安心材料**
**・LINE 予約 CTA**
を目立たせてください。

情報が提供されていない項目については、
推測して架空の情報を作成せず、

［住所を入力］

［LINE URL を入力］

［実際のお客様の声を入力］

のようなプレースホルダーにしてください。

最終ゴールは、

「このサロンなら安心して相談できそう」

↓

「6,600 円なら一度体験してみたい」

↓

「LINE で空き状況を確認してみよう」

という行動を生み出すことです。

では完成した LP を生成してください。

# 【このプロンプトで特に強化したポイント】

企画書のオファーは、単に「通常 9,900 円→6,600 円」という値引きではなく、**無料カウンセリング、状態チェック、ホームケアアドバイス、LINE アフターフォローまで含めた体験型オファー**として設計されています。

さらに「無理な勧誘なし」「料金事前明示」「メニューが未定でも相談可能」まで設定されています。

そのため、この LP では価格訴求よりも、
**「私に合うものを相談できる」**
**→「初めてでも安心できる」**
**→「6,600 円なら一度体験してみたい」**
**→「LINE なら簡単に相談できる」**
という心理の流れを作るほうが、今回の企画との整合性が高いです。

また企画書では、LP からの最終導線を LINE または予約フォームへ集約し、CTA をページ内 3 回以上設置する方針になっています。

今回のプロンプトではさらに実務的に、**ファーストビュー・コース紹介後・価格特典後・最終 CTA の 4 か所**へ配置する設計にしています。

このプロンプトを自店にあわせて改良し、Canva や Gamma など LP を制作できる生成 AI に貼付けると完成形ではないですが、サンプルの LP が出力されます。

または外注の際に、作って欲しい LP の詳しい「仕様書」としても利用できます。

さらに改良を重ねながら実践的に活用していってください。