

シャウトアウト作成のベストプラクティス

概要

シャウトアウトは、フィーチャーしたいテキストにユーザーの注意が向くよう、設計されたカスタムバブルです。この記事では、基本的な学習を終えた後にシャウトアウトを使用するためのベストプラクティスを説明します。シャウトアウトの開始方法を学習したい場合は、[このシャウトアウト：スタートガイド](#)を参照してください。

シャウトアウトには次の2つのタイプがあり、それぞれに異なるベストプラクティスが適用されます。

1. ミッションクリティカル
2. 追加情報（「参考用シャウトアウト」）

通常、これら2つのタイプを混合することは推奨されません。コンテキストに合わせて使用してください。表示が有意義かつ適切であると思われるページに配置します。

ミッションクリティカルなシャウトアウトのベストプラクティス

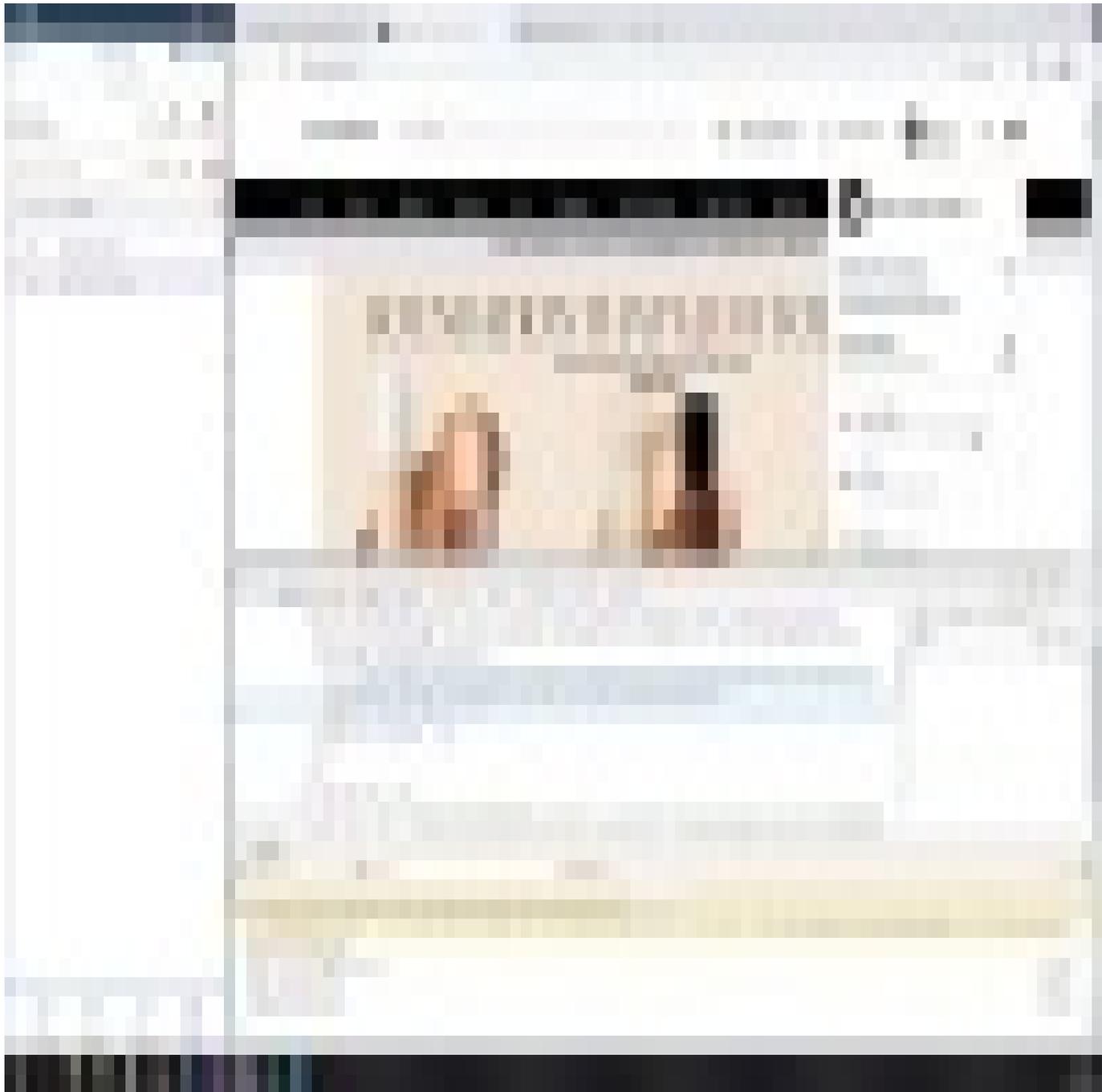
- Spotlightはオンにします（シャウトアウトのデフォルト設定）。
- シャウトアウトの周りをクリックすると、エンドユーザーには表示されなくなります。
- メッセージを伝えるプロモーションやネイティブテキストを使用します。
- このタイプのシャウトアウトは、広告と似ていてユーザーが閉じる可能性が高いので留意してください。
- 単にポップアップ表示するだけでなく、新しいページの読み込み時にユーザーを招待します。

追加情報シャウトアウトのベストプラクティス

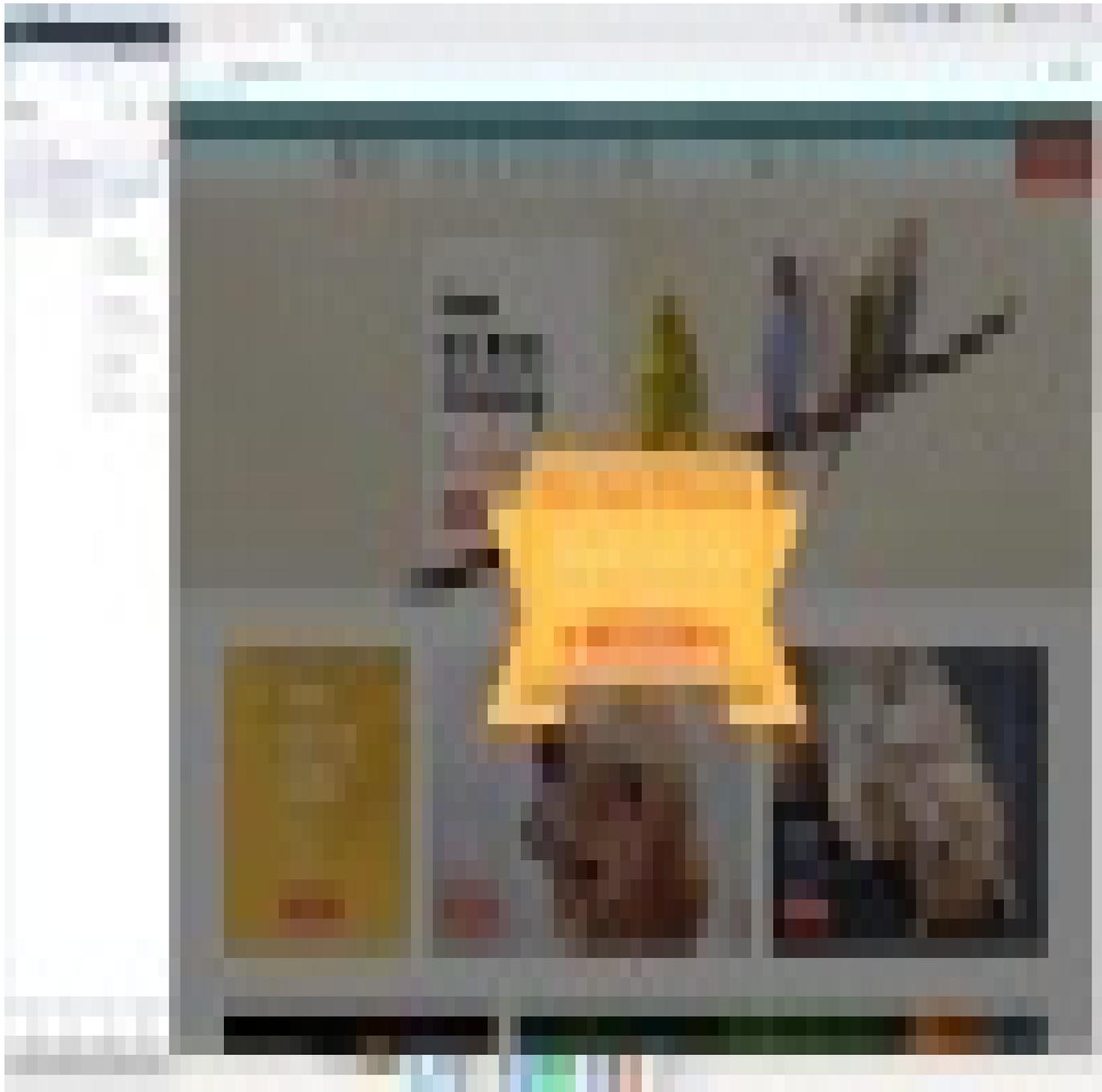
- Spotlightをオフにします。
- ユーザーは、周りをクリックしてタスクを継続することができます。
- ユーザーのフローに干渉しないような位置にシャウトアウトを配置します。
- ミッションクリティカルなシャウトアウトよりも小さいインジケータを使用します。
- シンプルでわかりやすいメッセージを使用します。
- メッセージを表示する前に、ユーザーが数秒間ページを探索できるようにします。

Tip Tuesday動画

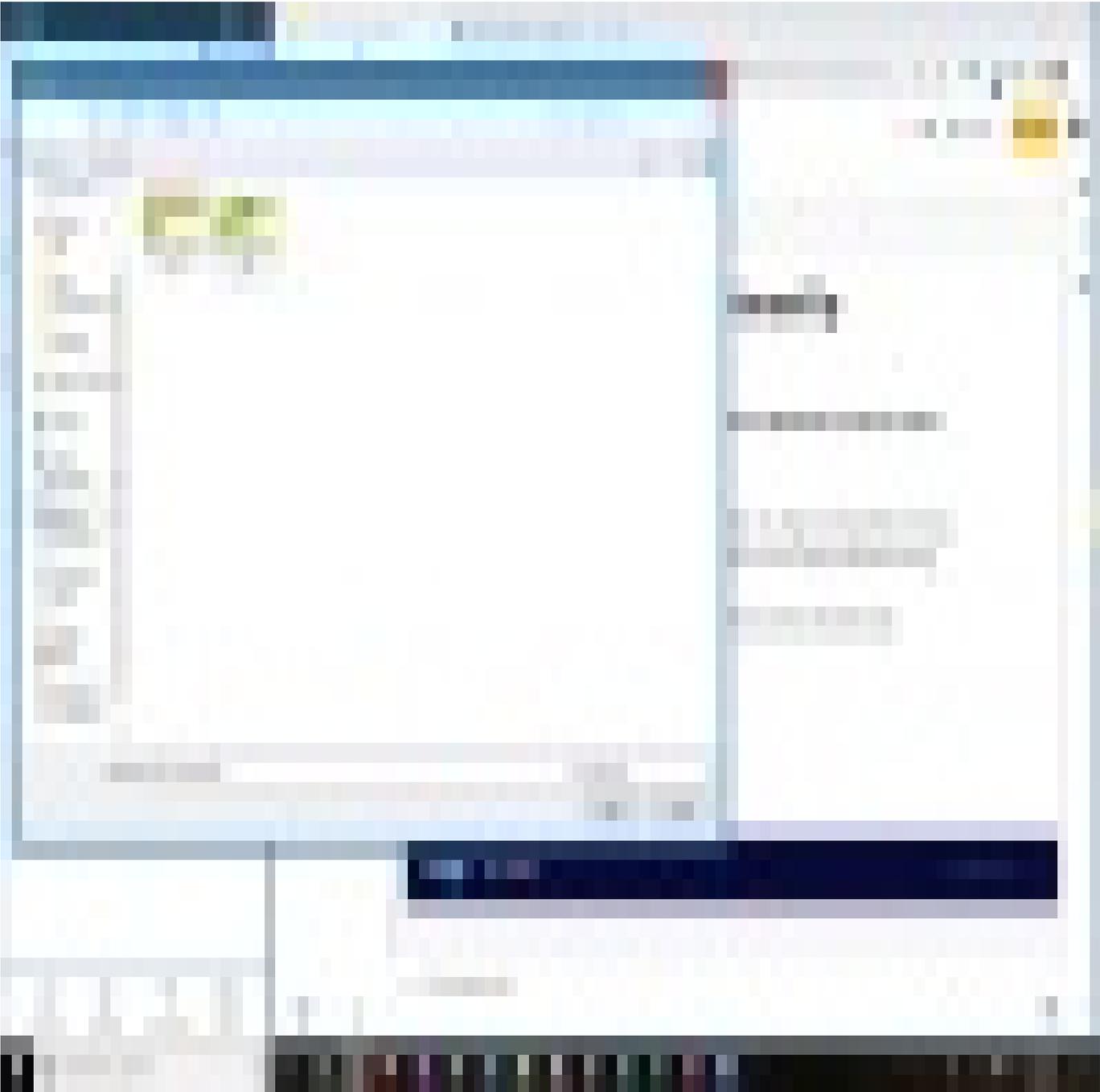
ユーザー名でウェルカムシャウトアウトをパーソナライズする方法



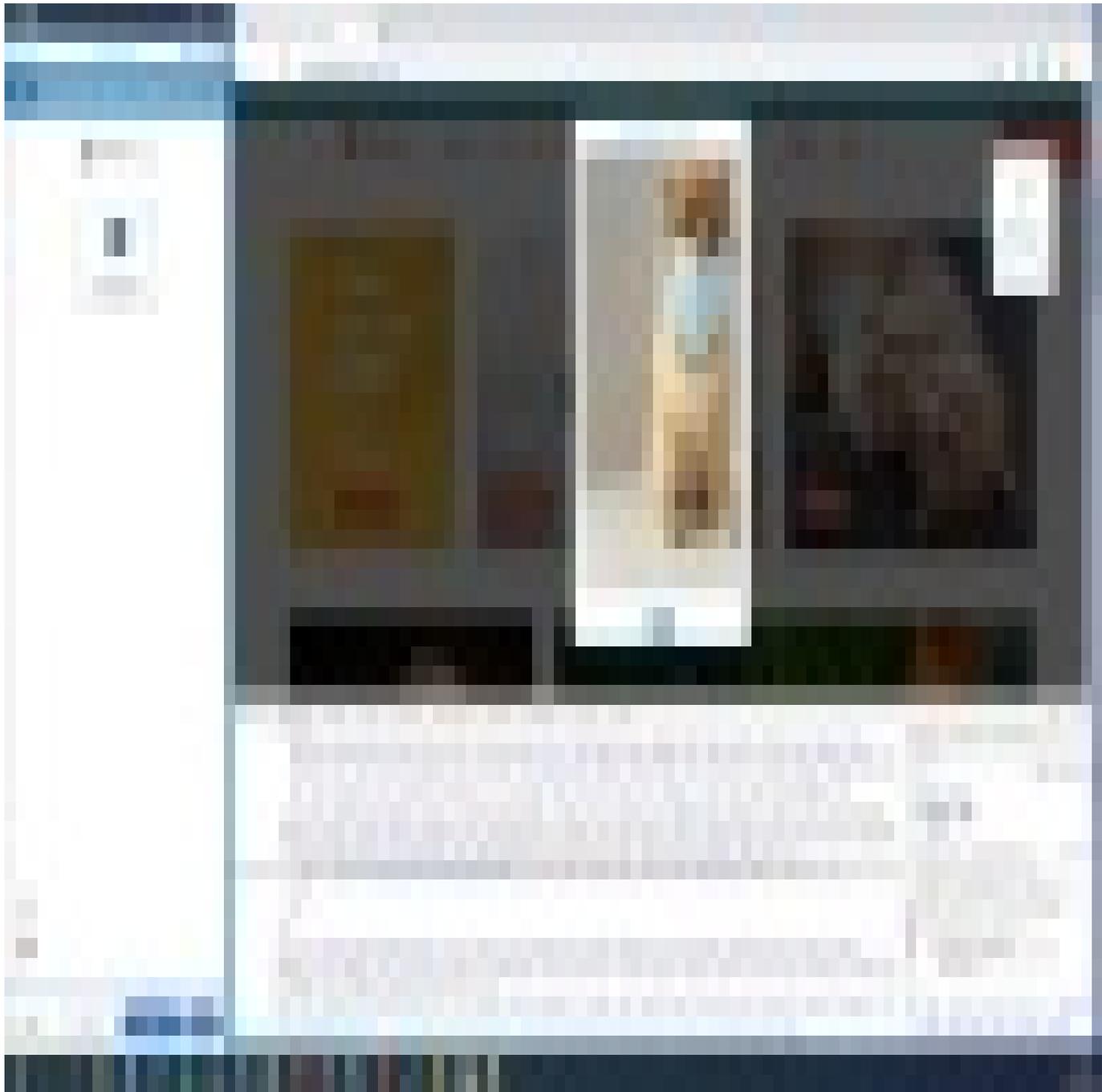
枠線のないシャウトアウトの作成方法



シャウトアウトにGifを追加する方法



シャウトアウトで大きな画像をフィットさせる方法



シャウトアウトのQA方法



WalkMe WorldのTip Tuesday動画をもっと見るには、[ここをクリック](#)□