

WEBセールスライティング 実践講座 テキスト

～(株)マネクル～
代表取締役 田窪洋士

ManeQI
ONLINE SCHOOL AND CONSULTING

あなたがこのセミナーで得られるもの

- ✔ 実際にお金を稼ぐ方法がわかる
- ✔ 自分の商品をどうやって売ればいいのかわかる
- ✔ 効果的な集客ができるようになる
- ✔ 既存のビジネスの売り上げを拡大する方法がわかる
- ✔ お金を生み出す為の重要なスキルを知ることができる
- ✔ いつか会社を辞めた時にあなたを救ってくれるスキルを身につけることができる

なぜ成功哲学を学んでも 稼げるようにならないのか？

成功の果実＝りんご

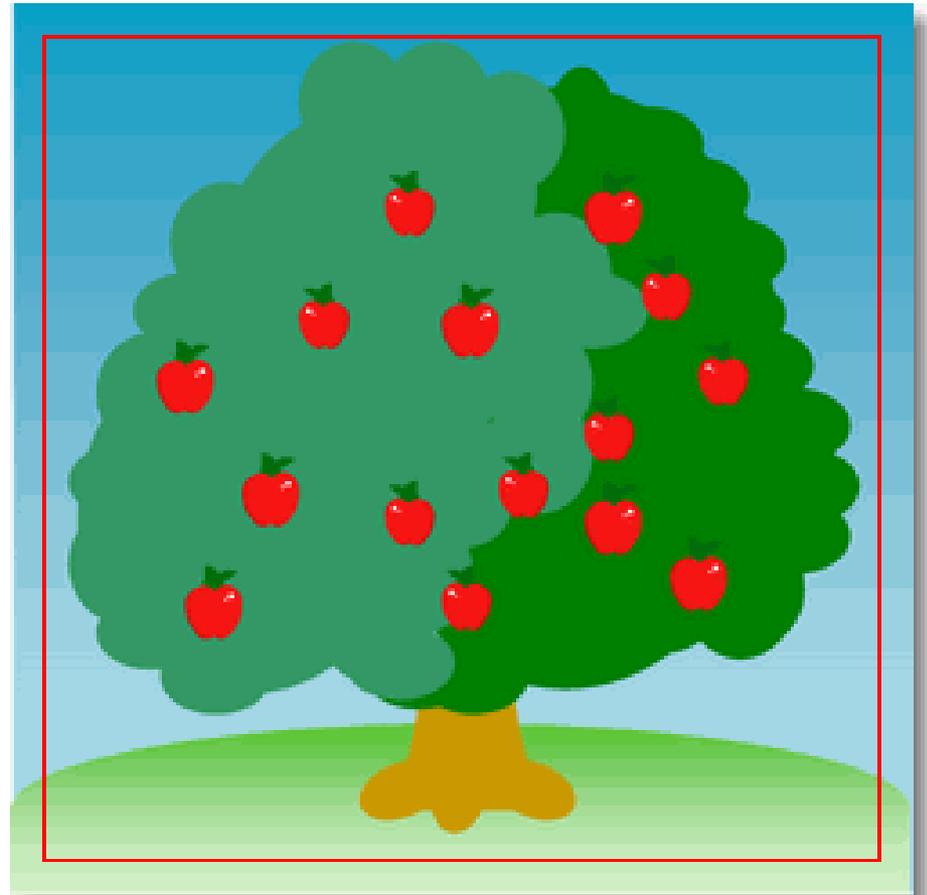
根っこと土＝マインド

美味しいりんごを
育てる為には確かに
土、根っこは重要だが・・・

りんごの種＝アイデア

りんごを育てる技術

行動力



なぜ成功哲学を学んでも稼げるようにならないのか？②

- ✔️ そもそも何をやっていいのかわからない
- ✔️ ポジティブにいけば何でも上手くいくと信じてリスクを必要以上にとってしまう
- ✔️ 間違った努力をして結果が出る前に挫折してしまう
- 🔥 **あなたが行動できない理由は
ビジネスアイデアを成功の果実に育てる
技術がないことが根本的な原因**
- ✔️ ビジネスを育てる技術で最も重要なスキルは、マーケティング。
なぜなら、...

もし自由自在に集客ができれば どんなメリットがあるでしょうか

- ✔ 既存のビジネスの売り上げが上がる
- ✔ 収入が上がり、心、生活ともにゆとりが生まれる
- ✔ 社員の生活も安定する
- ✔ 社員からの信頼も獲得できる
- ✔ 夢に向かって走り続けることができる
- ✔ 顧客にさらに良いサービスを提供することができる
- ✔ ジャンル・職種問わず次々とビジネスを立ち上げることができる

集客を成功させる為に最も重要な スキルの1つがコピーライティング



なぜコピーライティングは、焼け野原になっても、翌日から紙とペンだけで立ち上がれる技術!とまで言われるようになったのか?



なぜパソコン音痴がコピーライティングのスキル1つで1カ月で4億円という驚異的な売り上げを上げることができたのか?

**コピーライティングとは
合法的に優秀な営業マンを
無尽蔵に印刷する技術だからです。**

コピーライティングが無尽蔵に優秀な 営業マンを印刷する技術と言われる理由

優秀な営業マンが
1日に営業できる人数は
せいぜい3人~10人

コピーライティングのスキルがあれば
1日1万人だろうが10万人だろうが
関係なく営業することができる

例

10万の広告費を使って
5,000円の商品を1万人に宣伝した場合

コピーライティングの素人

$10,000 \text{人} \times 0.1\% \times 5,000 \text{円} = 50,000 \text{円}$
収益 -50,000円 客数 10人

コピーライティングのプロ

$10,000 \text{人} \times 1\% \times 5,000 \text{円} = 500,000 \text{円}$
収益 +400,000円 客数 100人

前者は広告を打てば打つほど赤字だが、
後者は広告を打てば打つほど儲かる。
儲けは何と40万の差??

実は儲けの差は40万どころではない。 なぜなら、、

元手10万でビジネスを始めた場合、前者はビジネスが終わりだが
後者は儲かった費用をさらに広告に回すことができる

儲かった40万を広告にまわすと、、

$40,000人 \times 1\% \times 5,000円 = 2,000,000円$

収益 160万円 客数 400人

これを広告に回すと・・・収益は640万

さらに回すと・・・2560万。

このように幾何学的に儲けは増えていくのである。

**コピーライティングのスキルの価値はプライズレス。
だからこそ、このスキルをマスターする為に
数百万、数千万のお金をかける人がいる。**

コピーライティングのスキルで 売り上げが変わる職業

ネットビジネス全般

(アフィリエイト・情報ビジネス・ヤフオクetc)

通販全般 (サプリメント・健康器具・健康食品etc)

HPやチラシを使って集客する職業全般
(美容室・エステ・インプラント・不動産・飲食店etc)

セミナー講師、営業マン全般

など実に多種多様なビジネスが
コピーライティングのスキルで
売り上げが激変する。

具体的にどこで コピーライティングのスキルを使うのか？

- ✓ チラシ
- ✓ はがき
- ✓ DM
- ✓ 雑誌広告
- ✓ FAXDM
- ✓ HPセールスレター
- ✓ ネット広告全般
 - ブログ集客
 - メルマガ集客
 - 検索エンジン広告
 - Youtube集客
 - フェイスブック集客
- ✓ TV広告(通販、CM、番組制作)
- ✓ 看板・のぼり・横断幕
- ✓ ポップ
- ✓ リーフレット
- ✓ 営業の資料
- ✓ 手紙
- ✓ 店頭販売
- ✓ 無料説明会・セミナー販売
- ✓ テレアポのスプリクト
- ✓ セールススプリクト
- ✓ 声かけ販売などのアプローチ
- ✓ 書籍などの商品のタイトル
- ✓ 仕事の面接
- ✓ 名刺
- ✓ ヤフオク・Amazon転売

文章の才能なんかない!! 私にコピーライティングなんてできるかな??

コピーライティングによくある誤解

- ①上手い言い回しをする必要がある
- ②ボキャブラリーが必要
- ③長年の修行が必要

これらはすべてNO！正解は、..

- どれだけ売れるコピーの公式を知っているか
- どれだけ売れるコピーのテンプレートを持っているか？
- どれだけそれを使いこなせるか？

コピーライティングは科学である

コピーライティングの3C

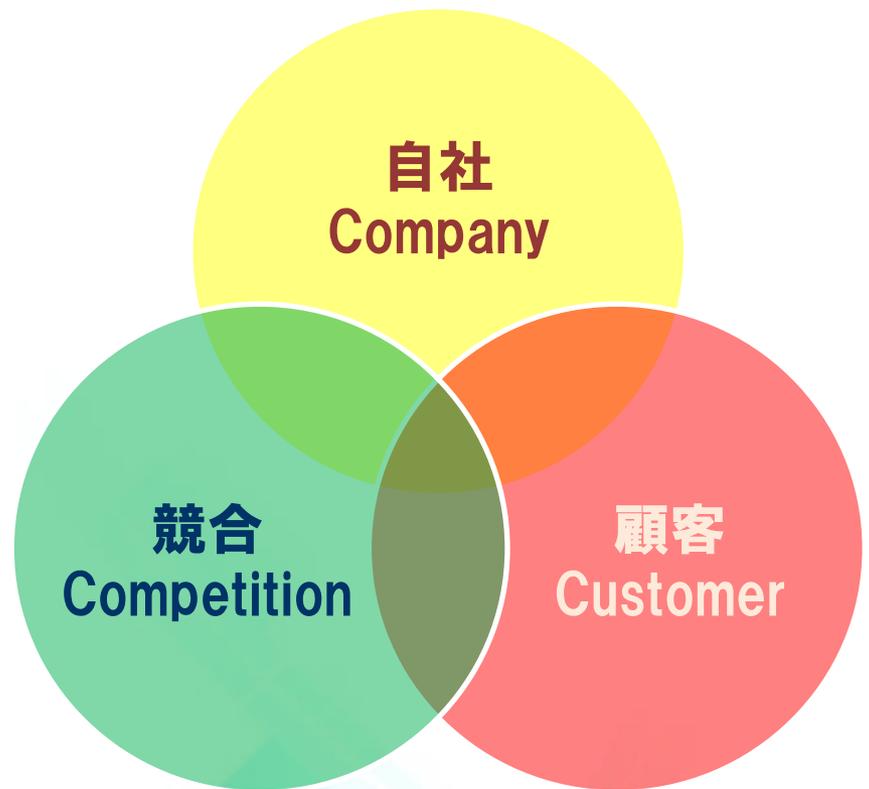
質の高いアウトプットは
質の高いインプットに
よってしかできない

コピーライティングは
リサーチ力である

コピーの黄金比

4 : 4 : 2

リサーチ・ライティング・編集



自社 Company



売りたい商品は
具体的に顧客のどのような悩みや問題を
解決するものなのか？

自社商品の
強みは何か？弱みは何か？

弱みを強みに変える方法はないか？

社会的証明をしてくれる素材集め

顧客 Customer



お客が抱えている
夜も眠れないくらい悩んでいることや
熱中していることは何か？

お客は何に不安や恐怖を感じているか？

お客の不満や痛みの上位3つは何か？

お客が使う専門用語はあるか？

性別、年齢、趣味、職業、年収などに
特徴はあるか？

競合 Competition



競合はどのような機能を
どのくらいの価格で売っているのか？

競合にあって自社にない強みは何か？

自社にあって競合にない弱みは何か？

競合(直接・間接)はどのくらいいるのか？

人を動かす為に 超えなければいけない3つの壁

Not read 読まない

Not believe 信じない

Not action 行動しない

この3つの壁を超えた時に
人は物を買う行動をする

読まない壁を突破する 具体的な方法

広告の神様 デビッド・オグルビー

「平均するとコピーの本文を読む人の5倍の人がヘッドラインを読む。
そのことを考えると、ヘッドラインで商品を買わない限り
あなたは入ってくるはずのお金の90%を無駄にすることになる。」

ジェイ・エブラハムのテストによると

ヘッドラインを変えただけで
最大26倍の売り上げが変わることがわかった。

**つまり魅力的なタイトルが作れるだけで
あなたのビジネスの売り上げが2倍、3倍と
飛躍的に成長するといっても過言ではない**

あなたは明日
60万を払って新聞に広告を出します・・・
どんなタイトルにしますか？



英語教材 スピードラーニング

魅力的なタイトルの定義

魅力的
とは

オファー、ベネフィット、見込み客、
好奇心やニュース性を盛り込んだもの

誰に対して(見込み客) どんな利益(ベネフィット)が
いつどんな革新的な方法や形
(オファー、好奇心、ニュース性)で
もたらされるのか？

とは言ってもなかなか素人が
売れるタイトルを作ることは難しい・・・

ベネフィットと特徴の違い

特徴

カフェイン配合の風邪薬

20気圧防水の携帯

二重硬化処理した時計

翻訳アプリ

帰国子女です

ベネフィット

眠くならない風邪薬

お風呂の中でも使えます

ゾウが踏んでも壊れません

海外旅行も安心です

外国人の接客はお任せください

特徴をベネフィットにするには・・・
だから何と聞いてみる

ベネフィット事例

お金に関するもの

時間に関するもの

快適さに関するもの

美や性に関するもの

希少性に関するもの

など

抵抗できないオファーを作る

抵抗できないオファーとは
買わない方が損と思うようなオファーを作る

例

- 一口食べて美味しくなかったら全額返金
- 効果がなかったら返金 + 迷惑料1万円
- 無料でお試ください。満足したら代金をください。

ちゃんとした商品であれば返金は恐れるに値しない。
むしろ販売効果の方が高い。
だいたい返金率6%未満が普通で
売り上げはそれ以上伸びるケースがほとんど。

返金が難しくても
感情的なリスクリバーサルを考えよう

コピー素人が3分で売り上げを 2倍にする魅力的なタイトルを作る方法

- ✔ タイトルに「新しい」や「新」を入れてみる。
- ✔ タイトルに「無料」を入れる。
- ✔ 「さあ、遂に、いかに、とうとう、いよいよ」から始める
- ✔ ベネフィットを事実と数字で伝える。
- ✔ タイトルに日付や年を入れる。
- ✔ タイトルに時事ニュースを入れる。
- ✔ 価格をタイトルに入れる。
- ✔ 割引価格や特価品をメインにする。
- ✔ 支払い方法の簡単さを入れる。
- ✔ 〇〇する方法とする。
- ✔ どうやって、このように、どうして+ベネフィットを得たのか？
- ✔ 他に〇〇したい人いませんか？
- ✔ 発表、警告、求む、ご紹介などを入れる。
- ✔ 理由、なぜを入れる
- ✔ 見込み客を入れる
- ✔ 役に立つ情報を入れる
- ✔ もし~なら など仮説形にする。

コピー素人が3分で売り上げを 2倍にする魅力的なタイトルを作る方法②

タイトルテンプレートを使いこなす！

一流のコピーライターが書いた実証済みのコピーを合法的にパクることで、コピー素人がガンガン反応のとれるタイトルを3分で作る事ができるようになる。

彼らは、私が○○○できると思わなかった・しかし、私は○○○できた。

例 私がピアノの前に座ったらみんな笑ったが、私がピアノを弾きだした途端、、

○○で○○になりました。

例 馬鹿でもできる方法を使って花形営業マンになりました。

○○する方法

別紙参照

習ったことを活かして
もう一度作ってみよう



英語教材 スピードラーニング

信じない壁を突破する具体的な方法

信じて下さい、絶対に安心、
言い回しのうまさでは決して人は信じない

信じてもらうには
どれだけ人を説得させる
心理トリガーが入っているかが重要。

信じない壁を突破する要素

- ✓ プロフィール
- ✓ お客さんの声(量と質)
- ✓ メディア掲載履歴
- ✓ デモンストレーション
- ✓ 権威からの推薦
- ✓ 業界や商品の歴史
- ✓ 素材や原材料や製作者などの詳細
- ✓ 間接的な権威からの推薦
- ✓ ビフォーアフター
- ✓ サンプル(返報性の原理)
- ✓ ベネフィット
- ✓ 接触頻度、接触濃度
- ✓ あるシーンのビデオ、写真
- ✓ 統計情報、アンケート結果
- ✓ 論文
- ✓ 判例
- ✓ 科学的な検証データ
- ✓ ストーリー
- ✓ お試し
- ✓ 好意
- ✓ 常套句は使わない。

行動しない壁を突破する 具体的な方法

買って、買って、お願いしますの
押しの一手では人は行動しない。

人を行動させるには
自発的に行動する理由を
作ってあげる事が重要。

今買う理由をどう作るかだ！

※やりすぎは嫌われる(笑)

行動しない壁を突破する要素

- ✓ クロージング
- ✓ タイムラインを作る。
- ✓ 希少性
- ✓ 特典をつける
- ✓ リスクリバーサル
- ✓ 価格のプレゼン
- ✓ 購入前の不安に答える。
- ✓ アフターフォロー
- ✓ 支払い方法の明確化
- ✓ フィーチャーペイシング
- ✓ 追伸
(オファーの要点をまとめる。)
- ✓ 相談を受けつける。
(メール、電話、面談)
- ✓ 申し込み方法を簡潔にする。
- ✓ 申し込みボタンを目立たせる。
- ✓ タイミングを知る。
- ✓ 競合の排除
- ✓ 接触頻度
- ✓ コミットメントと一貫性

PASONAの法則

(神田 昌典が提唱)

Problem プロブレム (問題提起)

〇〇で困っていませんか？

Agitation アジテーション (問題を煽り立てる)

問題を視覚的にイメージできるようにして煽り立てる

Solution ソリューション (解決策の提示と証拠)

その悩みは〇〇なら解決できますよ。

Narrow down ナローダウン (限定、緊急、絞込み)

数に限りがあります。

Action アクション (行動を起こす)

今すぐご注文ください。