

マーケットナー養成講座  
第3回  
「売れるコピーライティングを  
習得する」

# 売れるコピーを書く

...

## セールスレターを書く前に

○レターの重要性とは？

売上は「アクセス数×レターの成約率」

○もっと重要なもの

1. リスト      2. オファー      3. コピー

○売れるレターを書くために

セールスと心理学とストーリーテリング

# 売れるレターが書けるようになるために 効果的な学習方法

- ネット上で手に入るノウハウ
- 書籍
  - ・ ダン・ケネディ 「究極のセールスレター」
  - ・ ロバート・チャルディーニ 「影響力の武器」
- 実際に売れているレターから学ぶ
  - ・ たくさん読む
  - ・ 分析する
  - ・ 写経する

# コピーライティング

## 売れるコピーの正体

- リサーチ 8割
- ライティング 2割

# レターを書くステップ

- ①リサーチ
- ②構成を決める
- ③パーツの作成
- ④実際にレターを書く
- ⑤修正・編集
- ⑥最終チェック・テストマーケティング

# インターネットビジネスで成功するには

成約率が高いホームページを作成する

- アクセスが無駄にならない
- P P C 広告の費用対効果が全然違う

そのために、売れる文章を書ける必要がある

# 売れる文章と売れない文章の違い

## 売れる文章と売れない文章の最も重要な違い

売る相手と販売する商品・サービスのコンセプトがはっきりしていて、そのことを上手に表現できている

困っている人に、解決する情報を提供すれば  
売れる文章は自然と書ける

書き方は、売れている文章の流れを真似る



## よくある間違い

×かたい文章を使って書く

→ 業務的ではなく日常言葉で文章を書く

×あれもこれも書こうとする

→ 1つの主旨を一貫して書く

×難しい言葉、専門用語を使って書く

→ 中学3年生が読んでもわかる文章で書く  
(BtoBの場合は必要な場合もある)

## よくある間違い

- × 買うことのメリットだけを表現する  
→ メリット以外にも伝えることがある
- × 自分の思い入れだけを熱く語る  
→ お客さまにとってのメリットを伝える
- × 多くの人・すべての人を対象にする  
→ 読んでいる人だけに語る  
「あなたに・・・」

# お客さんに買ってもらうまでの流れ

## 1.目を引く

「ナンダこれ？」 ・ 「おっ！」

## 2.読ませる

「そうそう」 ・ 「なるほどね～」

## 3.買わせる

「注文方法は？」 ・ 「支払方法は？」

## 売れる文章の基本構成

1. キャッチコピー
2. 不安・不満のあぶり出し（共感）
3. 解決策の提示
4. 解決できる具体的な証拠の提示
5. 買うことに正当性を与える
6. 限定性・緊急性
7. 連絡先・注文方法の明記

AIDA・AIDMA・QUEST等、ライティングメソッドは多々あるが、リアルビジネスにおいては、上記でかなり足りる。

## 書く前に行うこと①

商品（自社）の

- ・特徴

- ・他商品（他社）との違い

を再考する。（20秒のワーク）

集客に最も大切なことが「差別化」（USP）

- ・なぜ自社商品が良いのか

- ・なぜ他社商品よりも良いのか

- ・なぜ自社なら解決できるのか

などの点について、

明確にしておく必要がある。

## 書く前に行うこと②

商品（自社）のターゲット

・年齢／性別／職業／所得層

家族構成／趣味趣向／地域・・・

を再考する。（過去の客を思い出す）

誰に・どんな人に売っていくのかを再考し、  
文章の雰囲気や掲載すべき実例を考えていく。

# 1. キャッチコピー

一瞬目に入っただけで、  
何について書かれているかを分からせる

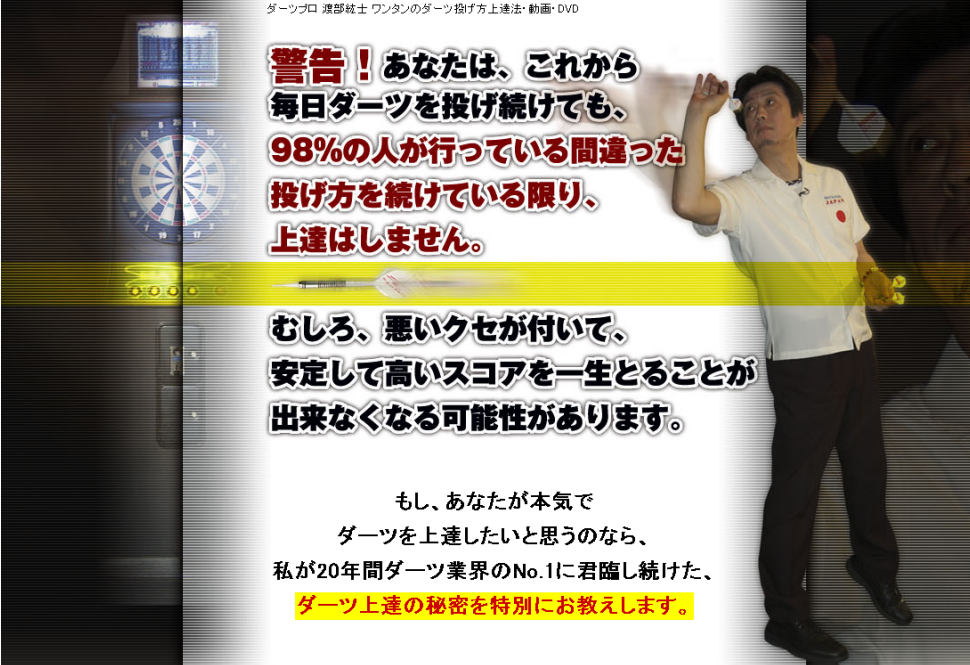
- 文字を大きくする
- 色を付ける
- 写真を載せる

ダーツプロ 現部統士 ワンタンのダーツ投げ方上達法・動画・DVD

**警告！** あなたは、これから  
毎日ダーツを投げ続けても、  
**98%の人が行っている間違った  
投げ方を続けている限り、  
上達はしません。**

むしろ、悪いクセが付いて、  
安定して高いスコアを一生とることが  
出来なくなる可能性があります。

もし、あなたが本気で  
ダーツを上達したいと思うのなら、  
私が20年間ダーツ業界のNo.1に君臨し続けた、  
**ダーツ上達の秘密を特別にお教えします。**



# 使えるキャッチコピー

- 悩み・不満をそのまま書く  
例) 「○○のことでこんなお悩みはありませんか？」
- 問題が解決したときのイメージを表現する  
例) 「○○がこんなに簡単に○○なんて・・・」
- 購入者が抱く感情を表現する  
例) 「涙せずには見られない・・・」
- 具体的な数字を入れる  
例) 「2000人中1943人が効果を実感！」



# 不安・不満のあぶり出し

相手の抱いている不安・不満・痛みを  
相手の言葉で書く

- ・毎日の〇〇が本当に辛いよね・・・
- ・いつも長続きしないんだよな・・・
- ・買ってもうまく使いこなせないじゃ・・・
- ・〇〇って誰に頼めばいいのかしら・・・
- ・〇〇、どうにかならないかなあ・・・

なるべくたくさん、口語で書いていくと良い。  
どれか一つだけでも相手に当てはまる項目があれば、  
「この会社は私の悩みに共感してくれている」と  
感じてくれる。

### 3. 解決策の提示

この商品なら（当社なら）、相手の問題を解決できる可能性があることをアピール

- ○○がお役に立てるかもしれません
- ○○がきっと解決できます
- ○○を検討してみてください

まず、自社商品、あるいは自社を選択肢のひとつに加えることを提案する。そして、

「なぜならば・・・」

## 4.解決できる具体的な証拠

なぜこの商品なら（自社なら）解決できるのか、具体的に証明していく

- ○○だから○○できます。
- ○○%の方が効果を実感しています。
- ○○研究所で証明された○○

どれだけリアルに伝えられるかが勝負。

ビフォーアフターの写真やグラフ・表などを使い、できる限り具体的に効果・結果を書く。

## 5.買うことに正当性を与える

「私はこの商品を買ってもよいだらうか？」  
というお客の悩みを解消する

- 長年の〇〇から解放されるのです。
- もう〇〇な時代ではありません。
- 〇〇な方のほとんどが使っています。
- もし効果が出なかったらご返金・・・。

商品の必要性だけでなく、「あなたはこの商品を買っても良い人なんですよ」と、背中を押してあげる。

効果の不安に対しては、返金保証などで後押しする。

## 6.緊急性・具体性

「早くしないと買えなくなるかもしれない」と、煽る

- 先着〇〇名様限定。  
なぜなら・・・
- 〇月〇日までの販売となっております。  
なぜなら・・・
- 完売後、再入荷の目途はたっておりません。  
なぜなら・・・

数量・期間限定する理由も具体的に説明をする。

## 7.連絡先・注文方法の明記

### 注文・問い合わせまでの流れを明記する

- ・注文方法（注文フォームへのリンク）
- ・納品までの期間
- ・支払方法（カード・振込・現金）

「買う」・「問い合わせる」と決めさせたら、その後は絶対に悩ませない工夫が必要。

この部分を分かりにくくすると、反応率は著しく下がる。

## 7.反応率を上げるテクニック

- 物語で語る
- 理由を述べる（限定、価格）
- 具体的な数字、根拠
- ターゲットの悩み解決にフォーカスする
- イメージが出来る言葉を使う
- シンプルにわかりやすく書く
- 何をやれば良いか、行動をわかりやすく促す
- 重要なことは何度も言う
- サブヘッドを強力にする

## いいセールスレターが書けると・・・

- 特にリアルビジネスでは想像以上に集客できる  
→ ネットビジネスよりも遅れている分反応が良い
- 自動的に集客できる  
→ サイトに書いておくだけでよい
- 自社にマッチしたお客が集まる  
→ 「ネット経由の客＝質が悪い」ということはない

文章に表現するということは、  
自社や自社商品の特徴をより深く理解することに繋がる。



# より成約率がUPする

- お客様の声（実践者の声）
  - 購入者の写真や自筆の感想文の掲載
- 価格の掲載
  - 見積りのプロセスがあり、価格が不明確な業界で価格を明記すると劇的に反応が上がる
- 販売者・スタッフの写真とプロフィールの掲載
  - 訪問などお客と直接会うビジネスの場合、写真の掲載で劇的に反応が上がる

## 商品・対応方法の見直し

セールスレターを書いていると

- ○○な方が分かりやすいかもしれない・・・
- ○○な方が売れるかもしれない・・・
- ○○な方が役立つかもしれない・・・

と、商品や対応方法について、改善の余地が見えてくることもある。

そんな時は、柔軟に改善していくべき。

セールスレターを起点にし、  
より良い商品や販売方法、オファーを考えていく

# 最も重要なテスト

セールスレターは1度書いたら終わりではない。

何度も修正して、テストをしていって0.1%でも成約率がたかくなるようにしていく。

修正する場所は効果が高いところから

- ヘッダーコピー
- オファー内容（コンセプト）

# セールスレター型 or サイト集客型

新左一軸ゴルフ上達プログラム

**もし、あなたが**  
「コースに出るとまっすぐ飛ばない」  
「ラウンド中にスコアが崩れる」  
と悩んでいるなら、今すぐ  
**世界最新の  
左一軸スイング**  
を身につけてください。

**X** ゴルフは体重移動が最も大切だ  
**X** 速く回転して腕を早く振れば飛距離が伸びる  
などの古い常識を信じていては、  
ゴルフはいつまでも上達しません。

世界最新のゴルフスイングを身につければ、  
あなたが打ったボールは、どんな場面でも  
まっすぐ飛んで、飛距離も驚くほど伸びます。  
スコアも周りの人がうらやむほど良くなります。

**ゴルフ賞金王に輝き、  
5年連続トップコーチに選ばれた  
豪州のトッププロが開発した、**  
「日本人が知らない世界最新の  
ゴルフ理論を公開します。」

**2ラウンド以内にベストスコアが  
出なかったら全額返金。**  
この方法を実践後、2ラウンド以内にこれまでの最高スコアが出なかった場合、  
代金を全額返金します。詳しくは、このページの中ほどをご覧ください。

左一軸打法 ゴルフ

オーストラリアトッププロコーチ オジー・モア公認  
オージーゴルフジャパンLLP  
Russie Golf Japan LLP

お問い合わせはこちら  
0120-002-440  
営業時間 10:00~18:00 24時間受付  
メールアドレス info@russe-golfe.com

ホーム | 左一軸打法って? | サービスと料金 | 実践者の声 | よくある質問

左一軸打法  
実践者の声

オージーゴルフジャパンLLP  
公式ブログ

メインメニュー

- > ホーム
- > 左一軸打法って?
- > サービスと料金
- > 実践者の声
- > オジー・モアって?
- > よくある質問
- > メルマガ登録
- > メルマガバックナンバー
- > サイトマップ

会社概要

- > 代表・スタッフプロフィール
- > 会社概要
- > プライバシーポリシー
- > 特定商取引法に基づく表記
- > お問い合わせ

オジー・モアの左一軸打法とは?

左一軸打法とは、従来のゴルフスイングで常識とされていた、体重移動をやめることにより、より安定したショットが可能になるスイングです。

もちろん、体重移動をやめることによって飛距離が落ちるということもありません。身体の捻転を上手に使うことにより、安定したスイングだけでなく、力強いスイングも可能になります。

今この左一軸打法は、プロゴルファーの間でも徐々に流行しはじめています。あなたも左一軸打法で安定した力強いスイングを身につけませんか?

※オージー・ゴルフ・ジャパンLLPは左一軸打法の生みの親、オジー・モア氏公認団体です。

左一軸打法の詳細はコチラ

左一軸打法を学ぶ2つの方法

オジー・モアが開発した左一軸打法を日本で学ぶには2つの方法があります。オージー・ゴルフ・ジャパンLLPでは以下のサービスを提供しています。

- 左一軸ゴルフアカデミー

左一軸ゴルフアカデミー

日本では、オジー・モアからレッスンを公認されている、オジー・ゴルフ・ジャパンLLPの講師から学ぶことができます。

詳しくはコチラ

- 新左一軸マスター講座

DVD・書籍

直接レッスンは東京のゴルフ練習場にて行いますので、遠方の方はレッスンに選ぶことが難しいという方もいます。

# セールスレター型

## セールスレター型の特徴

- 他のページに移動する必要がない
- 一気に最後まで読んでもらえる
- ホームページの成約率が高くなる
  
- ×あやしく思われる
  
- ×広告審査に通らないことがある



もし、あなたが

「コースに出るとまっすぐ飛ばない」

「ラウンド中にスコアが崩れる」

と悩んでいるなら、今すぐ

**世界最新の  
左一軸スイング**  
を身につけてください。

X ゴルフは体重移動が最も大切だ

X 速く回転して腕を早く振れば飛距離が伸びる

などの古い常識を信じていては、  
ゴルフはいつまでも上達しません。

世界最新のゴルフスイングを身につければ、  
あなたが打ったボールは、どんな場面でも  
まっすぐ飛んで、飛距離も驚くほど伸びます。  
スコアも周りの人がうらやむほど良くなります。

**ゴルフ賞金王に輝き、  
5年連続トップコーチに選ばれた  
豪州のトッププロが開発した、**

**「日本人が知らない世界最新の  
ゴルフ理論を公開します。」**

**2ラウンド以内にベストスコアが  
出なかったら全額返金。**

この方法を実践後、2ラウンド以内にこれまでの最高スコアが出なかった場合、  
代金を全額返金します。詳しくは、このページの中ほどをご覧ください。

# 成約率の高くなるテンプレート

## QUESTフォーミュラー

1. 約束(qualify)
2. 共感(understand)
3. 教育(educate)
4. 興奮させる(stimulate)
5. 行動させる(transiton)



# 1.Qualify(約束)

01. ヘッドコピー

型にはめて、いくつか考える（書くのは最後までOK）

02. スリップイン

続きを読みたくなる文章、こんな実績がある人が教えます

03. ジョンソンボックス

このサイトを読むと何ができるのか

# 1.Qualify(約束)

## 04. ベネフィット & 証拠

こんな風になれますよ (未来の約束)  
お客様の声 (Before Afterなどの画像) など

## 05. 自己紹介

ノウハウ提供者の自己紹介  
(第三者的な文章などを入れてもOK)

## 2. 共感(understand)

### 06. 共感

こんな悩みはありませんか？

実は、私（もしくはクライアント）も悩んでいました

07. あるきっかけで出来るようになった

あるコツをつかんだので出来るようになった

### 3. 教育(educate)

08. こんな間違いをしていませんか？  
常識の否定

09. 新しい理論  
ドキッとするノウハウを出す

## 4. 興奮させる(stimulate)

10. この方法で成功しています  
多くの人がこの方法ですでにうまくいっている
11. この方法をあなたも知りたくありませんか？  
希望する未来が手に入る  
でも、直接教えるのは難しい
12. その内容をDVDにしました  
ブレット（内容をみながら書く）

## 5. 行動させる(transiton)

13. 価格とその理由  
特別価格にする理由

14. 限定性  
限定する理由

15. 商品説明  
商品の説明

16. 特典とボタン  
ターゲットが欲しい特典

## 5. 行動させる(transiton)

### 17. 追伸

どんな思いで販売したか  
最後の一押し