



お客様の心を鷲掴み！ 売れるキャッチコピーの作り方

2016年6月21日(火)
ウェブ集客の一步
原田 和彦

1 分間 - 自己紹介

誰に何を伝えるか？を発見し、 あなたの業績アップをお手伝いします。

湘南平塚で唯一！集客にコミットする
ウェブ集客の専門家 原田和彦です。

あなたのビジネスの価値を発見します。
ないなら・・・共に創りましょう。
あなたのお客様へ創りあげた価値を
伝達するお手伝いをします。

その着地点は、あなたのビジネスの
業績アップに貢献することです。
平塚を盛り上げたいと日々活動する
昭和53年生まれのニュータイプです。



それでは
はじめましょう

勉強会の内容

- ・ キャッチコピーの作り方（40分）
- ・ ちょっと休憩
- ・ キャッチコピーの書き方（20分）
- ・ キャッチコピー後に何を伝えるか？（20分）
- ・ さいごに・・・（3分）
- ・ アンケートご記入（7分）

特典（厳選キャッチコピー集）は
後日メールでお送りします

勉強会で得られるコト

- ・ お客様に何を伝えるべきか？明確になる
- ・ 販促物の反応率が変わるので集客力が向上する
- ・ 価格以外の選択基準を提供することができる
- ・ 結果として、業績アップに繋がる
- ・ 向上心の高い友達と出会える

キャッチコピーの作り方

たとえば・・・1-A

2016年版 新しい国語辞典

たとえば・・・1-B

**あなたはこんな漢字の
間違いしていませんか？**

キャッチコピーってなんだ？

人を惹き付ける魔法のことば

キャッチコピーには2種類ある

- 抽象型コピー
- 具象型コピー

抽象型コピー (1/3)



そうだ 京都、行こう

抽象型コピー (2/3)



インテル、入ってる

抽象型コピー (3/3)



キレてなーい

抽象型コピーの特徴

- ・ ハッとひとの心を惹き付ける
- ・ イメージを優先
- ・ コピーのゴールは曖昧
- ・ コピーの反響は測定できない

次は具象型コピー

具象型コピー (1/3)

**あなたはこんな漢字の
間違いしていませんか？**

具象型コピー (2/3)

もしあなたが集客に困っていて、
その悩みをホームページで解決
したいと考えているなら・・・

**この方法を使えば、
短期間で集客することが可能です**

特別動画セミナーを 無料プレゼント



以下のような知識が**無料**で手に入ります。

- ✓ ホームページで集客できない・成果がでない会社の共通点とは？
- ✓ 社長みずから独学で勉強しながらホームページを作ることをオススメしないたったひとつの理由
- ✓ あなたのホームページは〇〇型になっていませんか？それでは集客は望めません

具象型コピー (3/3)

たった6ヶ月でメルマガ読者5,000名、ニュースレター会員100名増加、たった3通のメールで、毎回150万円売上げるセミナー集客ページ、2週間でDVD400本販売など、様々な集客の課題を解決してきたセールスライターが使っているテンプレートをついに公開…

苦勞してセールスレターを 書くのはもうやめましょう。

「大きな成果につながった(高い反応のあった)コピー(告知文)の雛形集をプレゼントして頂きましたが、この雛形をもとにセミナー告知文を作成したところ、なんと、集客数が以前の4倍になりました!」

大阪市在住 起業・就職支援コンサルタントM様

あなたが、これまでいっぱいになりながら書き上げた成果の出ない告知文とは全く違います。

アメリカで100年以上の歴史があり、収入に直結するスキル『セールスライティング』を使い顧問契約を引き寄せる方法とは? 日本No1.マーケッターである神田昌典さんを始め、多くの有名起業家が身につけた技術です。



中村 仁 (なかむら ひとし)

起業家マーケティング 代表/ダイレクター
トレスポンス専門コピーライター/

具象型コピーの特徴

- ・ ハッとひとの心を惹き付ける
- ・ ビジュアルライズ優先
- ・ コピーのゴールは明確
- ・ コピーの反響は計測できる

わたしたちに必要なコピーは

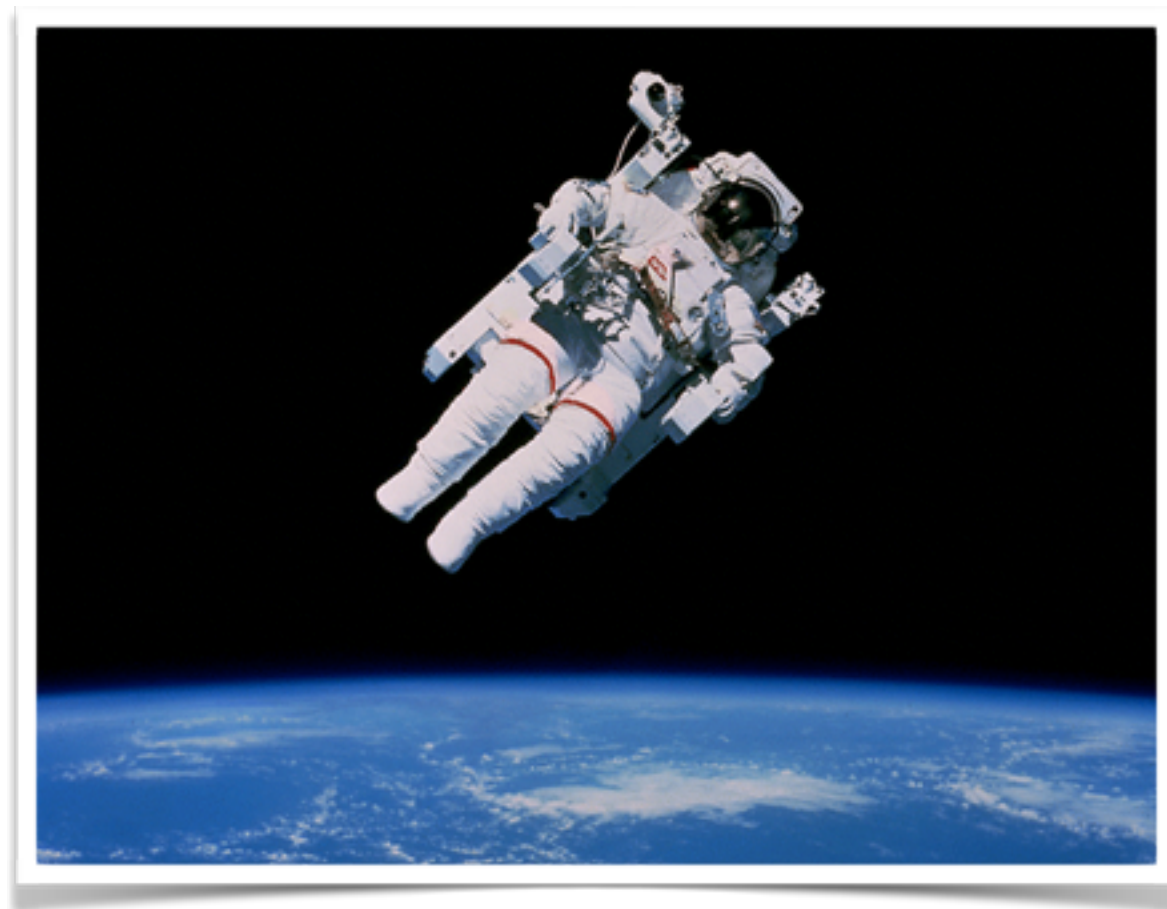
具象型コピー

(以降、キャッチコピー)

キャッチコピーとヘッドラインは同義

キャッチコピーの重要性

コピーは酸素



キャッチコピーの重要性

コピーイズクイーン

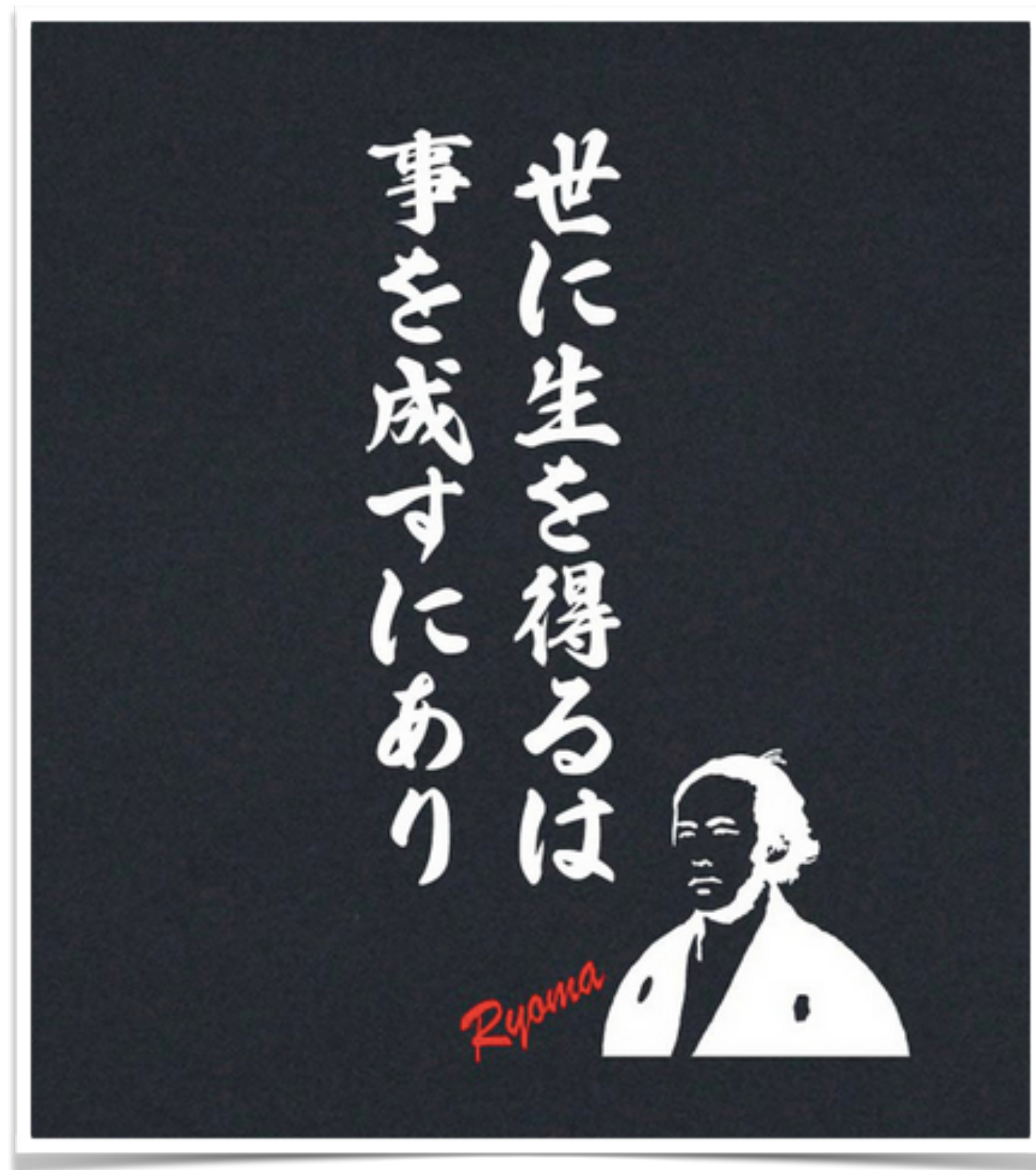


キャッチコピーの重要性

コピーで世界は動く



ことばは人の心を動かす



心が動く と人は行動する

**人は感情でモノを買い
理屈でそれを証明する**

ビジネスに 必要なスキル

じゃ、さっそく書いていこ❤️



ちょっと待った！！



キャッチコピーを書く前にやること

1. 商品を決める
2. 商品の長所を整理する
3. 商品の短所を整理する
4. お客様を決める

1. 商品を決める

- ・ 商品は1つに絞る
- ・ 商品・サービス名を書き出す
- ・ その商品・サービスはお客様のどんな問題を解決するのか？もしくはどんな願望を実現するのかを書き出す

1. 商品を決める（解答例）

【商品名】

売れるブログ構築サービス

【それはどんな問題を解決してくれる？もしくは どんな願望を実現してくれる？】

集客の悩みを解決したり、お金をかけずに集客したい
人の願望を実現する。

2. 商品の長所を整理する

- ・ 商品・サービスの長所を書き出す
- ・ 長所とはベネフィットである
- ・ 書きだした長所に「それはつまり？」と質問してみよう

2. 商品の長所を整理する（実例）

【商品名】

売れるブログ構築サービス

【商品・サービスの長所を書いてみよう】

実践に基づくプロ仕様のブログが使える、面倒なドメイン登録なし、面倒なドメイン管理なし、セキュリティが安心、バックアップも安心、ブログで何を発信すべきか迷わない、見込客が獲得できる、見込客を集める方法のアドバイスもらえる、アクセスを集める方法のアドバイスもらえる、アイデア出しのアドバイスもらえる、原田より叱咤激励してもらえる、その他の収益も獲得できる、毎日更新するのが当たり前になる、退屈な日々から抜け出せる、自分自身の強みを見つけられる、自分自身の弱みを見つけられる、他人から「すごい」と言われる、インプットの量が増える、アウトプットの量が増える、圧倒的な行動量を手にすることができる、生活にリズムができる、7つの習慣でいうところの「第2領域の活動」を体感できる、おなじ志をもつ仲間と出会える、思わぬところから仕事が舞い込んでくる、マーケティング能力が身につく、リサーチ能力が高まる、セールスに自信がもてるようになる、お客様視点を手に入れることができる、文章表現力が身につく、アクセス解析を見るのが楽しくなる、あなたの信頼度が増す（ブランディング）、先生という立場を確率できる（価格競争の脱却）、見込客・お客様の動向（感情）が理解できる、「ありがとう」と感謝される、“伝わる”まで伝えることができる、あなたの価値観を表現できる、あなたの近況報告ができる、あなたのクライアントの事例報告もできる、1年、3年、5年、10年・・・と残る情報資産、情報資産はフォローアップにも使える、ソーシャルメディアへの情報発信の基地となる、Googleに感謝される、ソーシャルメディアに感謝される、見込客に感謝される、お客様に感謝される、進化・深化・変化をリアルタイムで伝えられる、悩んでいる人を見つけることができる、悩んでいる人を救うこともできる、記録に残る、記憶にも残る

3. 商品の短所を整理する

- ・ 商品・サービスの短所を書き出す
- ・ 短所はオファーを補強する材料である
- ・ 書きだした短所に「それはつまり？」と質問してみよう

3. 商品の短所を整理する（実例）

【商品名】

売れるブログ構築サービス

【商品・サービスの短所を書いてみよう】

- ・ワードプレスは難しそう （それはつまり？）
- ・ひとりで更新するのが難しい （それはつまり？）
- ・日々の更新ができない

- ・デザインの自由度がない （それはつまり？）
- ・人と被るかもしれない （それはつまり？）
- ・他のブログと間違ってしまう

4. お客様を決める

1. お客様は「一人」に絞る
2. お客様の「状態」を知る
3. お客様の「悩み」を知る

4-1. お客様は「一人」に絞る



- ・氏 名：植木 悟
- ・年 齢：40歳
- ・住 所：神奈川県平塚市
- ・家族構成：妻36歳 5歳の男の子
- ・最終学歴：法政大学
- ・会 社 名：株式会社アトラトル
- ・業種/業界：システム開発会社
- ・仕事内容：システムの構築
- ・役 職：代表取締役
- ・年 収：700万円

- ・忙しいわりに利益が増えない
- ・自分が倒れたら、会社が倒産してしまう
- ・周りの経営者を見返したいと思っている
- ・社員が思ったように動かないことにイライラする
- ・仕事は趣味の延長で、ある程度人に任せていきたい
- ・年収を2,000万円にして家族を海外旅行に連れて行ってあげたい
- ・ひとりで意思決定をしている
- ・大きな受注が入った時、口座に4ヶ月分以上のキャッシュが入っていると安心できる
- ・価格競争が激しくなっている
- ・営業が必要という思い込みから逃げられない
- ・様々なセールスやマーケティングの本を読み、無料5,000～10,000円程度のセミナーに参加してきた。
- ・概論はわかっているが、具体的に何をしたいのかわからない
- ・結局、私は何をしたらいいのか誰か教えて欲しい

4-1. お客様は「一人」に絞る

1. **デモグラフィック**（名前、年齢、性別、住所、家族構成、最終学歴、会社名、業種業界、役職、仕事内容、年収、使える金額）
2. **特徴**（外見的特徴、話し方の特性、好きなモノ、好きなコト、苦手なコト・弱点、スキル・得意なコト）
3. **ニーズ・ウォンツ**（どんな問題を抱えているのか？問題解決のために実行してきたことは？中長期的なゴールは？短期的なゴールは？誰にも言えないが密かに求めているものは？抱えている悩みは？感じている不安は？お客様が属する業界のトレンドは？※法人の場合）
4. **知識**（商品カテゴリについて既に知っていることは？どこからその知識を得たか？商品カテゴリ／問題解決について、どんな思い込みを持っているか？）
5. **意思決定**（意思決定の際の癖は？論理的or直感的など、意思決定を左右する人は誰か？意思決定の際に相談する人は誰か？）
6. **行動の阻害要因**（意思決定する前に言いそうな反論は？言葉には出さないが意思決定における重要な要素は？こちらはやらせたい／知りたいが、お客様がやりたがらない／知りたがらないことは？）
7. **関連商品**（過去に購入した関連商品は？関連商品の嫌な点は？関連商品に対する希望は？）
8. **モチベーション**（何でやる気がアップするか？これなら盛り上げられる、というテーマは？何に対して、誰に対して怒りの感情を持っているか？何でやる気をなくしてしまうか？）
9. **ライフスタイル**（頻繁に行く場所は？理想のライフスタイルは？どのようにお金や時間を使うか？愛読書は？どんな映画やテレビを観ますか？趣味は？）

4-2. お客様の「状態」を知る

- ・ 無知（問題に気付いていない状態）
- ・ 無関心（問題解決の必要性を感じていない状態）
- ・ 検討（問題解決の方法を探している状態）

4-3. お客様の「悩み」を知る

※無知（問題に気付いていない状態）

- ・ この人はどんな問題やリスクを持っていますか？
- ・ なぜ、その問題やリスクに気付かない？
- ・ この人がその問題やリスクに気付くには何を伝えたら良いか？

お客様が抱える問題やリスクの存在を明らかにする。なぜ、この商品が問題を解決するうえで重要なのかを教育する。お客様の連絡先を集めて、ブログ、メルマガ、ニュースレターなどで教育してから、販売を提案する2ステップマーケティング向き。

たとえばこんなキャッチコピー
(気付きを与える)

あなたの片頭痛は、歯並びが原因かもしれません。
(商品：歯の矯正)

なぜ、一流のプロ野球選手は、肩甲骨を鍛えるのか？
(商品：特殊なトレーニング器具)

4-3. お客様の「悩み」を知る

※無関心（問題解決の必要性を感じていない状態）

- ・ この人はどんな問題や願望を持っていますか？
- ・ この人が既に知っている問題の解決方法は？
- ・ なぜ、この人は何かをしようと思わないのか？
- ・ 放っておいた先にある最悪のシナリオとは？

なぜ、このままではいけないかを説明する。その上でこの商品が役に立つことを説明する。そして、抵抗できないような魅力的なオファー（販売条件）をつける。

たとえばこんなキャッチコピー
(必要性を感じさせる)

一回の日焼けが、一生の後悔になる前に・・・
(商品：日焼け止め)

10年後、英語が話せない人は、
大きな会社で出世できないかもしれません。
(商品：英会話)

4-3. お客様の「悩み」を知る

※検討（問題解決の方法を探している状態）

- ・ この人はどんな問題や願望を持っていますか？
- ・ この人が既に知っている問題の解決方法は？
- ・ この人がすでに知っている解決法や、信じている常識をバツサリ裏切る一言は？

他社との違いを伝える。長所を客観的事実で証明する。この状態の人にウソや中途半端な実績は通用しない。他社との違いを見せるためには、圧倒的なオファー（販売条件）や、これまでの常識をひっくりかえす訴求が必要。

たとえばこんなキャッチコピー (期待感を感じさせる)

日本の医師が唯一、推薦する電子タバコです。
(商品：電子タバコ)

〇〇で1位！北海道のカニ盛り合わせセットが、今なら1980
円で送料無料！（カニ）

「巻いて寝るだけで、朝起きたらウエストが3センチもダウン
していました。」（ダイエット器具）

大切なのは2つ

①お客様の 悩み・願望

②お客様に 何を伝えるか？

やっと書けるね❤️



ああ、随分待たせてしまったな



キャッチコピーの書き方



TOKYO 2020



パクリ疑惑のデザイン



**THÉÂTRE
DE LIÈGE**

ベルギーの劇場のロゴ

0→1

ではない

$$1 \rightarrow 1 + \alpha$$

とスするもの

コピーは
クリエイティブでは
なくコネクティブ

無知

(問題に気付いていない状態)



気付いてもらうために・・・

あなたは●●●で、こんな
間違いをしていますか？

あなたは**英語**で、こんな間
違いを犯していますか？

なぜ、 ●●●なのか？

なぜ、セールスしなくても、あなたの
もとへ新規顧客がやってくるのか？

無関心

(問題解決の必要性を感じていない状態)



必要性を感じてもらうために・・・

●●●について、誰もが
知っておくべき事 (数字＋秘密)

ウェブ集客について、
誰もが知っておくべき31の秘密

権威がある者が困った
時、するのが●●●です。

医者が気分を悪くした時、
するのがこれです。

検討

(問題解決の方法を探している状態)



期待感を感じてもらうために・・・

もしあなたが**簡単なあること**ができるなら、あなたは●●●を手にすることができます。

もしあなたが、**毎日5分間だけ、ある簡単なエクササイズを続けること**ができるなら、あなたは**3ヶ月後には10万円**の**副収入**を得ることができます。

●●●を手に入れて、
●●●になる方法。

習慣を変えて人生を思い通
りにコントロールする方法

キャッチコピー後に
何を伝えるか？

キャッチコピーを習ったのは
良いのだけれど、その後
一体何を伝えたら良いの？

想像してください





TOKYO 2020



パクリ疑惑のデザイン



**THÉÂTRE
DE LIÈGE**

ベルギーの劇場のロゴ

コピーは
クリエイティブでは
なくコネクティブ

すでに伝わるカタチはたくさんある

- ・ 起 → お客様との課題共有
- ・ 承 → 課題の具体化とゴールの共有
- ・ 転 → 解決策の提案と、採用時の不安解消
- ・ 結 → 行動の促しと契約

コピーライティングの世界でも カタチはたくさん存在する

- ・ AIDAの法則
- ・ PASONAの法則
- ・ QUESTの型
- ・ GDTの法則

王道の流れを 学びましょう

キャッチコピー後に何を伝えるか？

王道の流れはコレだ！

1. キャッチコピー
2. リードコピー
3. ボディコピー①②③④
4. オファー
5. 追伸

1. キャッチコピー

第一声で「それってわたしのコト？」と振り向くメッセージ

- ・ 大げさにしない
- ・ 胡散臭くない
- ・ わかりやすいこと
- ・ お得そうな情報・楽しそうな情報
- ・ 続きが気になること

1. キャッチコピー（イメージ）

なぜ、たった1時間のアドバイスで
一年に3件しか問合せのなかったHPが
半年で5倍に増えたのか・・・？

すでに32社の、HPが問合せアップ！

専門知識が無くても大丈夫です。すでに、
パソコンに詳しくない多くの社長が、HP作成
セミナーで問合せアップに成功しています・・・

“HPは難しい、SEOは難しいと
あなたは諦めていませんか・・・？”



HPは24時間365日働く営業マンであり、
HPからの引き合い（問合せ）は業績アップ
の試金石であることはあなたもご存知のはず

お客様の
写真

お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1
お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1
お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1
お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1
お客様の感想1。

お客様の感想2 お客様の感想2 お客様の感想2 お客様の感想2

2. リードコピー

第一声で振り向いた人があなたの側へ歩み寄りたくなるメッセージ

- ・ お客様の得られるメリットを伝える
- ・ その話に真実味をもたせる
- ・ 続きが気になること

2. リードコピー（イメージ）

なぜ、たった1時間のアドバイスで
一年に3件しか問合せのなかったHPが
半年で5倍に増えたのか・・・？

すでに32社の、HPが問合せアップ！

専門知識が無くても大丈夫です。すでに、
パソコンに詳しくない多くの社長が、HP作成
セミナーで問合せアップに成功しています・・・

“HPは難しい、SEOは難しいと
あなたは諦めていませんか・・・？”



HPは24時間365日働く営業マンであり、
HPからの引き合い（問合せ）は業績アップ
の試金石であることはあなたもご存知のはず

お客様の
写真

お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1
お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1
お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1
お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1
お客様の感想1。

お客様の感想2 お客様の感想2 お客様の感想2 お客様の感想2

3. ボディコピー①

あなたの側に来たお客様が何度も共感してくれるメッセージ

- ・ 話題はお客様の抱える問題や願望
- ・ お客様の抱える問題や願望に共感する形で語る
- ・ わたしのコトよく分かってると思わせる
- ・ 好感・親近感を持ってもらうようにする
- ・ 続きが気になること

3. ボディコピー①（イメージ）



専門知識が無くても大丈夫です。すでに、パソコンに詳しくない多くの社長が、HP作成セミナーで問合せアップに成功しています・・・

“HPは難しい、SEOは難しいと
あなたは諦めていませんか・・・？”



講師：原田 和彦

HPは24時間365日働く営業マンであり、HPからの引き合い（問合せ）は業績アップの試金石であることはあなたもご存知のはずです。しかし、HPから問合せを獲得するのは簡単なコトではなく、誰もがすることではありません。特に、SEOに依存し、検索結果を追いかけるとなおさら難しくなります。

「HP、SEOは難しい」と、あなたも諦めていませんか？しかし、ご安心ください。当セミナーでは、この問題を解決する方法を誰でも簡単に実践できる方法を開発しました。

お客様の
写真

お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1
お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1
お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1 お客様の感想1
お客様の感想1
お客様の感想1。

お客様の感想2 お客様の感想2 お客様の感想2 お客様の感想2
お客様の感想2 お客様の感想2 お客様の感想2 お客様の感想2
お客様の感想2 お客様の感想2 お客様の感想2 お客様の感想2
お客様の感想2 お客様の感想2 お客様の感想2 お客様の感想2
お客様の感想2 お客様の感想2。

お客様の
写真

お客様の
写真

お客様の感想3 お客様の感想3 お客様の感想3 お客様の感想3
お客様の感想3 お客様の感想3 お客様の感想3 お客様の感想3
お客様の感想3 お客様の感想3 お客様の感想3 お客様の感想3
お客様の感想3 お客様の感想3 お客様の感想3 お客様の感想3
お客様の感想3 お客様の感想3 お客様の感想3。

“SEOおプログラマーなどの専門知識を

3. ボディコピー②

お客様を「それ、本当に？」と驚いてもらうメッセージ

- ・ お客様の抱える問題は解決できる！と約束する
- ・ お客様の願望は実現する！と約束する
- ・ 続きが気になること

3. ボディコピー②（イメージ）

“SEOやプログラムなどの専門知識を 知らなくても問合せを獲得できる理由とは？”

SEOやプログラムなどの専門知識を知らなくても問合せを5倍にできる理由とは？

そのカギはHPの管理ツールにあります。これまでのように、お付き合いでHPを作ったり業者に丸投げすることではりません。まず世界一簡単にHPが作れてあなたにでも更新ができるジンドゥー（Jimdo）というツールの使い方をレクチャーします。そして、あなたのビジネスを、あなたの商品をなぜ選ぶ必要があるのか？その理由を誰が見てもわかるようにキャッチコピーにして掲載します。

また、お客様が「あなたに相談したい！」と思ってお客様のほうから喜んで問合せしてくれるコンテンツ設計をワークに沿って設計・作成します。SEOは「これだけSEO！指示書」に従えばOK。Googleにもお客様にも歓迎されるSEOを自然に体现できる方法を伝授致します。なお、ワークは実例やサンプルを参考にしながらできるので迷うことなく進めていくことができます。セミナー参加者の中には、1時間のアドバイスでHPの改善点を15ヶ所発見し、改善を施し半年後には問合せが5倍になりました。

お客様の感想3 お客様の感想3 お客様の感想3。

“今からでも遅くない！これであなたも・・・”

- 「こんなに簡単！HPの更新が楽しくなる」
- 「水物であるSEOにコストを割く必要がなくなる」
- 「スマホにも自動で対応してくれるから安心」
- 「デザインもプロが作ったような出来栄え」
- 「〇〇といたらあなた！とお客様から選んで頂ける！」

“今ならセミナー参加料は無料！”

当セミナーは、1回1時間の参加で5,000円をいただいております。しかし、当セミナーの内容が、あなたにとって満足の出来る内容かは、実際に体験してみないと分かりませんよね。なので、初回のセミナー参加料は無料にすることにしました。当セミナーの知識・ノウハウが本当に効果的かどうかは、**無料セミナー**でご判断ください。ただし、**毎月3名様限定**ですので、お申し込みはお急ぎください。

無料セミナーへのお申し込みは今すぐ **0000-00-0000**

担当：原田 和彦
受付：朝9時～夜8時

3. ボディコピー③

約束した内容が正しく、真実であることを証明するメッセージ

- ・ お客様の知らない事実を伝える
- ・ 新事実を分かりやすく説明する
- ・ 他のお客様の感想、推薦文、効果事例、メディア掲載、販売実績など、客観的なデータを活用する
- ・ 続きが気になること

3. ボディコピー③（イメージ）



専門知識が無くても大丈夫です。すでに、パソコンに詳しくない多くの社長が、HP作成セミナーで問合せアップに成功しています・・・

“HPは難しい、SEOは難しいと
あなたは諦めていませんか・・・？”



講師：原田 和彦

HPは24時間365日働く営業マンであり、HPからの引き合い（問合せ）は業績アップの試金石であることはあなたもご存知のはずです。しかし、HPから問合せを獲得するのは簡単なコトではなく、誰もがすることではありません。特に、SEOに依存し、検索結果を追いかけるとなおさら難しくなります。

「HP、SEOは難しい」と、あなたも諦めていませんか？しかし、ご安心ください。当セミナーでは、この問題を解決する方法を誰でも簡単に実践できる方法を開発しました。

“SEOの専門家としての専門知識を”

お客様の
写真

お客様の感想1お客様の感想1お客様の感想1お客様の感想1
お客様の感想1お客様の感想1お客様の感想1お客様の感想1
お客様の感想1お客様の感想1お客様の感想1お客様の感想1
お客様の感想1お客様の感想1お客様の感想1お客様の感想1
お客様の感想1。

お客様の感想2お客様の感想2お客様の感想2お客様の感想2
お客様の感想2お客様の感想2お客様の感想2お客様の感想2
お客様の感想2お客様の感想2お客様の感想2お客様の感想2
お客様の感想2お客様の感想2お客様の感想2お客様の感想2
お客様の感想2お客様の感想2。

お客様の
写真

お客様の
写真

お客様の感想3お客様の感想3お客様の感想3お客様の感想3
お客様の感想3お客様の感想3お客様の感想3お客様の感想3
お客様の感想3お客様の感想3お客様の感想3お客様の感想3
お客様の感想3お客様の感想3お客様の感想3お客様の感想3
お客様の感想3お客様の感想3お客様の感想3。

3. ボディコピー④

お客様が得られる理想的な状態を想像できるメッセージ

- ・ ベネフィット（期待感）を伝えること
- ・ ベネフィットは超具体的であること
- ・ お客様の感想を活用すること
- ・ 続きが気になること

3. ボディコピー④ (イメージ)

“SEOやプログラムなどの専門知識を 知らなくても問合せを獲得できる理由とは？”

SEOやプログラムなどの専門知識を知らなくても問合せを5倍にできる理由とは？

そのカギはHPの管理ツールにあります。これまでのように、お付き合いでHPを作ったり業者に丸投げすることではありません。まず世界一簡単にHPが作れてあなたにでも更新ができるジンドゥー (Jimdo) というツールの使い方をレクチャーします。そして、あなたのビジネスを、あなたの商品をなぜ選ぶ必要があるのか？その理由を誰が見てもわかるようにキャッチコピーにして掲載します。

また、お客様が「あなたに相談したい！」と思ってお客様のほうから喜んで問合せしてくれるコンテンツ設計をワークに沿って設計・作成します。SEOは「これだけSEO！指示書」に従えばOK。Googleにもお客様にも歓迎されるSEOを自然に表現できる方法を伝授致します。なお、ワークは実例やサンプルを参考にしながらできるので迷うことなく進めていくことができます。セミナー参加者の中には、1時間のアドバイスでHPの改善点を15ヶ所発見し、改善を施し半年後には問合せが5倍になりました。

お客様の感想3 お客様の感想3 お客様の感想3。

“今からでも遅くない！これであなたも・・・”

- 「こんなに簡単！HPの更新が楽しくなる」
- 「水物であるSEOにコストを割く必要がなくなる」
- 「スマホにも自動で対応してくれるから安心」
- 「デザインもプロが作ったような出来栄え」
- 「〇〇といたらあなた！とお客様から選んで頂ける！」

“今ならセミナー参加料は無料！”

当セミナーは、1回1時間の参加で5,000円をいただいております。しかし、当セミナーの内容が、あなたにとって満足の出来る内容かは、実際に体験してみないと分かりませんよね。なので、初回のセミナー参加料は無料にすることにしました。当セミナーの知識・ノウハウが本当に効果的かどうかは、**無料セミナー**でご判断ください。ただし、**毎月3名様限定**ですので、お申し込みはお急ぎください。

無料セミナーへのお申し込みは今すぐ **0000-00-0000**

担当：原田 和彦
受付：朝9時～夜8時

4. オファー

今買わなきゃ損！この買物は正しい！と思わせる取引条件

- ・ 焦らせる（人数限定、期間限定）
- ・ お得感（特典、割引、おまけ）
- ・ 販売実績数
- ・ 投資対効果
- ・ お客様の声
- ・ 推薦文
- ・ 短所のリカバリー（保証）

4. オフアー（イメージ）

“SEOやプログラムなどの専門知識を 知らなくても問合せを獲得できる理由とは？”

SEOやプログラムなどの専門知識を知らなくても問合せを5倍にできる理由とは？

そのカギはHPの管理ツールにあります。これまでのように、お付き合いでHPを作ったり業者に丸投げすることではありません。まず世界一簡単にHPが作れてあなたにでも更新ができるジンドゥー（Jimdo）というツールの使い方をレクチャーします。そして、あなたのビジネスを、あなたの商品をなぜ選ぶ必要があるのか？その理由を誰が見てもわかるようにキャッチコピーにして掲載します。

また、お客様が「あなたに相談したい！」と思ってお客様のほうから喜んで問合せしてくれるコンテンツ設計をワークに沿って設計・作成します。SEOは「これだけSEO！指示書」に従えばOK。Googleにもお客様にも歓迎されるSEOを自然に体现できる方法を伝授致します。なお、ワークは実例やサンプルを参考にしながらできるので迷うことなく進めていくことができます。セミナー参加者の中には、1時間のアドバイスでHPの改善点を15ヶ所発見し、改善を施し半年後には問合せが5倍になりました。

お客様の感想3 お客様の感想3 お客様の感想3。

“今からでも遅くない！これであなたも・・・”

- 「こんなに簡単！HPの更新が楽しくなる」
- 「水物であるSEOにコストを割く必要がなくなる」
- 「スマホにも自動で対応してくれるから安心」
- 「デザインもプロが作ったような出来栄え」
- 「〇〇といたらあなた！とお客様から選んで頂ける！」

“今ならセミナー参加料は無料！”

当セミナーは、1回1時間の参加で5,000円をいただいております。しかし、当セミナーの内容が、あなたにとって満足の出来る内容かは、実際に体験してみないと分かりませんよね。なので、初回のセミナー参加料は無料にすることにしました。当セミナーの知識・ノウハウが本当に効果的かどうかは、**無料セミナー**でご判断ください。ただし、**毎月3名様限定**ですので、お申し込みはお急ぎください。

無料セミナーへのお申し込みは今すぐ **0000-00-0000**

担当：原田 和彦
受付：朝9時～夜8時

5. 追伸

あなたの想いを伝え、感情のスイッチを押す最後のメッセージ

- ・ 素直にあなたの想いを伝える（私的な手紙を書くように）
- ・ あなたが敬愛する偉人のことばを借用して行動する意義を伝える
- ・ 2つの道があることを伝える（選択する、選択しないもあなたの自由です）

5. 追伸（イメージ）

追伸

最後に、わたしの大好きなこの人の言葉をご紹介します。



残りの人生も砂糖水売ることに費やしたいか、それとも世界を変えるチャンスが欲しいか？

スティーブ・ジョブズ

あなたは、ビジネスをありきたりの事として費やしたいですか？ それとも、広告費をかけずに月1万人を集客し月35人の見込客と会う方法を使ってあなたのビジネス（世界）を変えるチャンスをお自身で創りますか？

おわりに

大事なコト

お客様の 悩み・願望

お客様に
何を伝えるか？

明日から
意識する

感情は
煽らない

お客様を
楽しませる

自分も楽しむこと

お客様と

コミュニケーションしよう

情報を 発信しよう

行動しよう

今日あなたに
伝えなかったコトは
そんなところでは

本日は貴重な
お時間をいただき
誠にありがとうございました。