

売れる文章を作り出すチェック 10

売れるコピーを作り出すための魔法の10チェックポイント
あなたのコピーからものが売れる楽しさを実感してください



この質問集を使うメリット

- コピーライティングの勉強が終わり、早速使おうとして「何から書くの？」となった時に重宝します。
- コピーを読んでもらっているのにも関わらず、反応がない場合、この質問集の出番です。どこを修正すればいいか、あなたを導いてくれます。
- 実践用にコンパクトにまとめてありますので、新しいビジネスを始める時にもご利用下さい。

①あなたがこれから書く文章のゴールは何か？

これを行うことで、言いたいことをはっきりさせることができる。1つに絞ることで具体的に書くことになる。

ゴールの例：「問い合わせをもらう」「会員になってもらう」「購入してもらう」など。

やってはいけないこと：「プロフィールはこちら」など、複数のゴールをつくってしまうこと。選択肢が多いとお客様はそのページから戻ってこなくなってしまう。

②あなたが解決しようとしている世の中の問題は何か？

- ・お客様は自分の問題を解決して欲しいという欲求を持っている。この欲求を満たすことで価値が生まれる。
- ・つまり、どんな問題を解決するかを考えることで、お客様の視線に立つことができる。
- ・やってはいけないこと：「自分が売りたいから」という理由で自分の視点でコピーを書くこと。押し付けになってしまうので注意。

③その問題を解決して喜ぶ人は誰か？

- ・喜ぶ人こそ、あなたにお金を持ってきてくれる人である。
- ・できるだけ具体的に書こう。「年齢は？」「性別は？」
「職種は？」「住まいは？」など。具体的になるほど、
お客を見つけやすくなり、口コミなどの効果も出やすい。
- ・やってはいけないこと：対象を絞らないこと。たくさん
の人にアプローチできると思いがやすいが、誰も反応しな
くなるので注意。

④その問題が解決できなかつたら、その人はどんな不安をもつか？

- ・見過ごしがちなポイント。お客はその問題を放置した場合、どのようなことに不安を持つのかを考える。
- ・これを行うことで、「買うと〇〇ができます」というアピールに加え「買わないと〇〇が起きてしまいます」というアピールが可能になる。
- ・5感を使い、感情に訴えかける不安（他にも悩みや怒り）を掘りおこしてみよう。

⑤その問題を解決するあなたの商品・サービスは何か？

- ・①～④をふまえて、やっとあなたの自慢の商品・サービスの内容を聞く必要性が出てくる。
- ・あなたの商品・サービスを買うと何が起きるのかを説明する。具体的な数字を入れて説明すると理解しやすい。
- ・やってはいけないこと：専門用語を使うこと。自分たちにはわかる言葉でも一般人から見ると分からない言葉も多い。知り合いに説明して理解できたか確認すると良い。

⑥あなたの商品・サービスを使うと、どう変わるのか？

- ・重要なポイント。お客があなたの商品・サービスを購入することで、どのような将来を手に入れられるかを説明する。これをイメージさせることができるかが勝負。
- ・例えば、ダイエット器具が欲しい人は「金属の塊」が欲しいのではなく、「綺麗になったねと言われること」とか、「スタイルのいい服を着る」将来が欲しいのである。
- ・④と同様に、5感を使った感情で書いてみよう。

⑦なぜ、あなたから買うのか？

- ・あなたと似たような商品・サービスがある中で、他とは違うあなたの商品・サービスの強みを説明する。
- ・これを説明できないと、「どこの商品を買っても同じ」と認識されるため、お客は定着せず、値段の安さ・広告規模だけで選ばれる状況になってしまうので避けたい。
- ・どうしてもこれといった強みが見つからない場合は、お客を絞り、そのお客限定のビジネスにする方法もある。

⑧あなたの商品・サービスを知ったお客が持つ疑問は何か？

- ・対面で商品・サービスを説明できる営業と違い、コピーは全てを文章だけで説明するため、あらかじめ予想される質問や疑問に対処することが不可欠である。
- ・これをおろそかにすると、「信頼できない」という理由で二度とお客は戻ってこない可能性が高くなる。
- ・なかなか思いつかない場合は、知り合いに商品・サービスを説明して、質問や疑問を出してもらおう。

⑨不安をなくす証拠は何か？

- ・対面で会う営業より、文面だけで説明するコピーは信頼が弱い。そのため、証拠が全てと言っても過言ではない。
- ・証拠はいくつあっても良い。お客様の声、実績、取引数などから、購入する前と後の違いを示す写真や結果など。
- ・ビジネスを始めたばかりで証拠がない場合は、お客様のリスクをなくす「〇ヶ月以内返品で返金保証」や「〇ヶ月無料で利用可能」などで体験して信頼を手に入れよう。

⑩なぜ、今、買わなければいけないのか？

- ・最後にしてとても重要な部分。ここを忘れてしまうだけで反応率が大きく変わる。①～⑨の説明をしても、ほとんどの人は「そのうち買おう」と思い、行動しない。
- ・そのために「今買うメリット」を説明する。「限定〇人」「今なら〇%割引」などを入れ、今買わないと損をすることってもらうことで、購入率が上がる。
- ・④から「今買わないデメリット」を加えるのも良い。

コピーライティングの学習を考えているなら、
私が学習し、まとめたものがあります。

<https://note.com/oyajinote/n/nec422dba3c47>

発行者：すーさん

ブログ：<http://virtualinformer.com>

メルマガ：<https://virtualinformer.com/profile/mailmaga/>

お問合せ：<https://virtualinformer.com/contact/>