



# マーケター目線の セールスライティング基礎講座

mikhwams

## 作文、苦手ですか？

動画がメインの文化で本を読まなくなりました。

だから文章が苦手…って思うかもしれません



でも！ぜひこれを知って欲しいんです。

## 何かを売る時に必要なこと

ネットショップで何かを売るとき

SNSで注目を集めて何かを売るとき

広告を出して何かを売るとき

これら全てに必要な不可欠なスキルって？

それは営業トークではなく「ライティングスキル」なんです。

実は、広告もSNSもWEB上の販売ページも全てライティング技術のあるマーケターが絡んでいます。

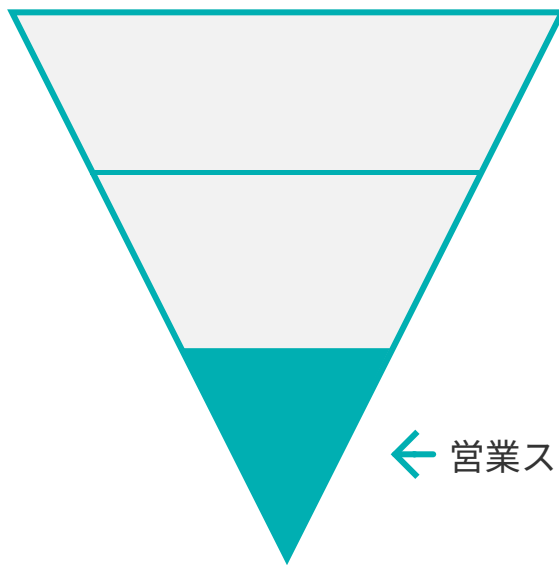
## 営業スキルとライティングスキルの違い

ライティング



営業

集客



教育

販売

← 営業スキル

全てにおいてライティングは役立つ

---

## 文章が苦手でも大丈夫！

---

ライティングは「慣れ」と「型」です。テンプレートに沿って進めていきましょう。

## "爆売れ"ライティングをするためのロードマップ

- 1 伝えたい相手は誰？どんな悩みがある？
- 2 自分の商品はどんな利点がある？
- 3 ライティングの型を知ろう！
- 4 惹きつけられる言葉の使い方
- 5 情緒的価値を持とう

1

伝えたい相手は誰？どんな悩みがある？

## 「ペルソナ設定」

マーケティングお決まりの起点ですが、とっても大事。

## なぜペルソナが大事なの？

女性

(何に興味があるか分からない)

「今日はいいい天気ですね…」

10代 女学生

(Webデザインに興味あり)

「○月△日に  
○○専門学校の  
体験入学があります！」

# ペルソナの決定方法

セールスしたい商品に合わせてお客様像となる人をイメージして、書き出してみよう！

(架空の人でも、実際にいる人でもOK)

## ペルソナ決定で書き出すこと

① 名前、性別、年齢、職業、居住地

② 「悩み」「不安」「不満」

③ 「望み」「解決したいこと」「欲しいもの」

④ 趣味、休日の過ごし方、よく観るテレビや雑誌など情報取得方法

(ネット検索・SNS・雑誌など)

2

自分（自社）の商品はどんな利点がある？

2つのポイントを押さえよう！

・自分の商品にはどんな機能がある？

・他社に比べて利点は？

②自分（自社）の商品はどんな利点がある？

「他社に比べて利点は？」他社の調査をする必要がある。

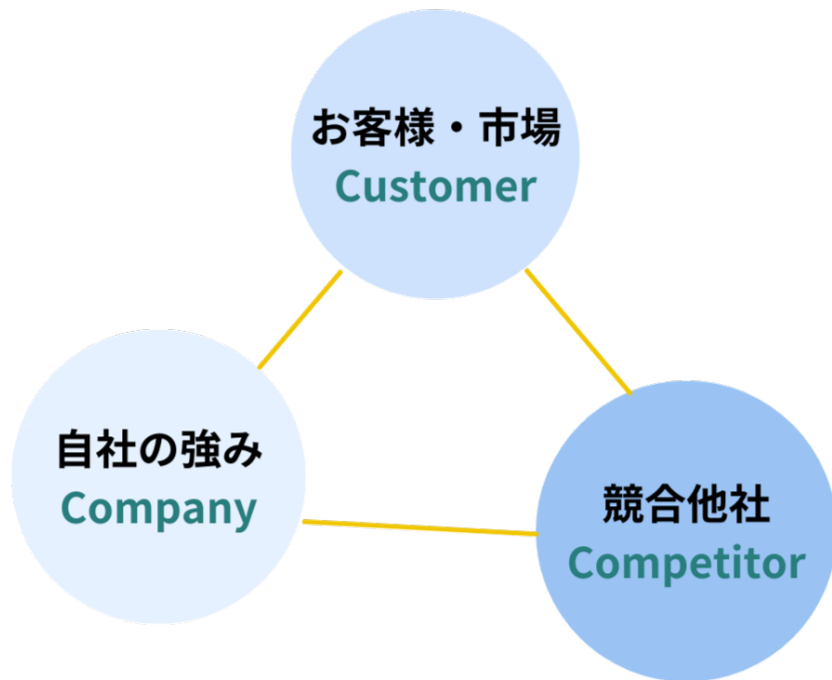
個人規模だと大規模な調査ができないので

SNS (Instagram)

Google検索など

を駆使して調査

ここまでやってきたことは…3C分析です



## ①②2つの材料が揃ったら



「何かに悩んでいるペルソナさん」?が「何を得たら嬉しい？」

を書き出してみよう

## 書き出し例

「WEBスキルを学びたいけど、興味があることが多すぎる」と思っている人に、〇〇専門学校の良さを伝えるなら？

## 書き出し例



「WEBスキルを学びたいが興味があることがたくさんある」



「〇〇専門学校はカリキュラムが100個もあって  
通いながら途中で興味に合わせて選ぶこともできます」

### 3 ライティングの型を知ろう！

ライティングには型があるので自由作文は苦手な方も問題なし。  
ここでは代表的な方をご紹介します。

**PREP法**

**新PASONAの法則**

# 【PREP法】

Point (ポイント)

Reason (理由)

Example (例)

Point (ポイント)

## 【PREP法】

まず最初に伝えたいポイントを明確に示す



理由を提示する



それを裏付ける具体例



最後に再度ポイントを繰り返す

## 【新PASONAの法則】

01

Problem : 問題

04

Offer : 提案

02

Affinity : 親近感

05

Narrowing Down : 絞込

03

Solution : 解決策

06

Action : 行動

01

## Problem : 問題

ユーザーが抱えている悩みや欲求を提起→いくら運動をしても体重が落ちずにお悩みではありませんか？

02

## Affinity : 親近感

問題の中身を掘り下げつつユーザーに共感し、親近感を誘う→“実は、私もついこの間まで全く同じ悩みを抱えていました・・・”

03

## Solution : 解決策

題を解決できる具体的方法を提示する

→実は、痩せるために重要なのは「運動」ではなく「食生活」だったのです。

04

## Offer : 提案

解決策を導入してもらうための提案をする（無料お試しなど）

→このサプリメントには食欲コントロール効果が入っているので、空腹を「我慢」する事なく飲むだけで体重に変化が起きる人続出です

05

## Narrowing Down : 絞込

期間を絞り込み、今すぐ購買すべき理由を示す

→このページを開いてから3日間限定で、

今なら初回購入時に通常価格が半額&+1箱無料でプレゼントします。

06

## Action : 行動

行動してもらうように呼びかける

→この価格で購入できるのはこの3日間の特別期間中のみです。

下記のフォームに今すぐ必要事項を入力してお申し込みください。

4

## 惹きつけられる言葉の使い方

**「経費削減にはまず航空券から。航空券予約前に、まずご一読を！」**

このキャッチコピーを変えて"問い合わせ数10倍"にしたキャッチコピーとは？

#### ④ 惹きつけられる言葉の使い方



**「まだ、ムダ金を航空券に使いますか？」**

(日本の有名なマーケター、神田昌典さん)

5

## 情緒的価値を持とう

実は、人は



感情でモノを買い



後から頭で考えて正当化する

ことが多いと言われてています。

## ⑤情緒的価値を持つ



まず「選んでもらう」ために感情を動かせるキャッチコピー

→「情緒的価値」

---



買ってよかったと思わせる

→「その商品の機能や性能（機能的価値）」

---

# 情緒的価値って？

---

なんか好き！

こうなりたい（憧れ）

をイメージさせる

キャッチコピーなどを入れていくこと。

# 雑誌は情緒的キャッチコピーが秀逸

新発売



VERY (ヴェリィ) 2023年7月号  
[雑誌]  
VERY編集部



VERY (ヴェリィ) 2023年6月号  
[雑誌]  
VERY編集部



VERY (ヴェリィ) 2023年5月号  
[雑誌]  
VERY編集部



VERY (ヴェリィ) 2023年04月号  
[雑誌]  
VERY編集部

ペルソナに合わせて参考にしよう

## "爆売れ"ライティングをするためのロードマップ

- 1 伝えたい相手は誰？どんな悩みがある？
- 2 自分の商品はどんな利点がある？
- 3 ライティングの型を知ろう！
- 4 惹きつけられる言葉の使い方
- 5 情緒的価値を持とう