



～簡単にプロ級のレターを書く方法～

《まずはイメージ》3-4P

《ライティングシート》4-6P

《新聞社のテクニック》7-9P

【著作権について】

本書は、著作権法により保護されています。

本書の取り扱いについては下記の点にご注意下さい。

本書の著作権は、著者である三倉直己にあります。

また、本書をダウンロードされた本人のみが読むことが許され内容を元に活用できるものとします。

■許可なく無断で、本書の一部、または全部を複製及び転載することを一切禁じます。

※リライトも含む

■コピー、ビデオや電子メディア、メール、メルマガなどでの複製、転載、転売およびインターネット上で公開する事を禁止いたします。

■またインターネット上で転売(オークションなども含みます)する事も禁止いたします。

万一上記に違反した場合は罰則金を弊社にお支払頂きます。

また、上記規定の禁止行為を発見した場合は、ただちにご連絡ください。

info@intec-operation.com

【免責事項】

本書はこれまでの経験をもとに作成したもので、

全ての読者の利益を保証するものではありません。

本書によりいかなる損害が発生しましても一切の責任を負いません。

全てはあなたの自己責任で行うことをご承知ください。

簡単にプロ級のレターを書く方法

《まずはイメージ》

レターとはその名の通り、
サイトを構成する文章のことです。

このレター（文章）を読み進めていくうちに
「この人なら信用できる」「この商品がほしい」
「今すぐ買いたい」 そう思ってもらうことが目的です。

文章のライティング(書く)には、どういう商材かを
自分自身が把握する必要があります。

ですので、まずは販売する商材をイメージしてください。
そしてその商材がもたらすメリットを
箇条書きにしていきましょう。

例えばアフィリエイトの商材だったら

- ・ 資金が掛からない
- ・ 毎日簡単なメール送信だけ
- ・ 作業時間 1日20分
- ・ 単純作業の繰り返し・・・等

これをするだけで説得力のあるライティングに繋がってきます。

とは言っても、最初は自分で構成を考えるのは難しいと思いますので、以下のライティングシートをご覧ください。

これは販売ページのライティング項目のテンプレートです。

この項目通りにライティングすれば
自然に立派なレターができるようになっています。

《ライティングシート》

"キャッチ"

最大のメリットや注意を引く言葉を書く

"サブキャッチ"

商材によってどんな効果が得られるか(予告程度)

"引き込み"

「もし、あなたが・・・」のように効果を期待させる

"危機訴求、問題提議"

ターゲットの不安や悩みを引き出す。

その解決策として自分の商材が

どのように解決できるかを書く

"信頼、信憑性"

信用できる話であることの証拠があれば書く

"差別化"

何故この商材が良いのか？

ほかの商材との違いを書く

"ストーリー"

どのようにしてこの商品が生まれたのか？

真実味をもたせる内容で書く

"商材メリット"

この商材によるメリットを書く

実際にどんなことが起こるのか？

"再現性"

誰でも、自分に成果がでるのか不安なので

どれくらい再現性があるのか書く

"緊急性"

なぜ今買わないといけないのかを書く

"利用者、感想の声"

購入者、モニターの声、あれば

"特典"

特典といっても特典商品だけじゃなく

サポート内容を載せたり、

返金保障をつけるなら返金保障を載せても OK

"決済リンク"

決済リンク（第四章【決済サイトに登録する】の
《登録の方法》という項目で取得できます）

"Q&A"

Q&A

"追い込み"

危機訴求、限定訴求を織り交ぜながら語りかける。

まずは、各項目ごとに文章を埋めていってください。

これだけで“形”になるのがわかると思います。

ちなみに、項目ごとにライティングする際には
以下の[新聞社のテクニック]を参考にしてください。

《新聞社のテクニク》

これは名前の通り、
新聞や雑誌の編集者がつかうテクニクの一つです。

どういう内容かというと
“重要なことほど、文章の上に”です。

次の2つの例を見てください。

例 1

《なぜこの方法を公開したのか》

この稼ぎのノウハウを、あなたに提供しようと思います。
この方法で医師や政治家レベルの収入をもらってください。

「なぜこんなビジネスを公開しようと思ったのか」
その答えは私の会社だけで独占できるような市場ではないからです。

この稼ぎノウハウを情報教材として、あなたも含め
数十人に渡したところで、私の収益が減るわけではなく
それなら私に共感してくださる方々にこの方法をお渡ししようと思っ
たのです。

例 2

《なぜこの方法を公開したのか》

「なぜこんなビジネスを公開しようと思ったのか」

その答えは私の会社だけで独占できるような市場ではないからです。

この稼ぎノウハウを情報教材として、あなたも含め
数十人に渡したところで、私の収益が減るわけではなく
それなら私に共感してくださる方々にこの方法をお渡ししようと決断したのです。

この稼ぎのノウハウを、あなたに提供しようと思います。
この方法で医師や政治家レベルの収入をもらってください。

(例 1、2 は内容はかえずに、
文章の順番を入れ替えているだけです)

これを見てどちらが目に入りやすいでしょうか？

例 1 と 2 を意識せずに読み比べると
恐らく 2 の方が“何を伝えたいか”
が明確に出ていると思います。

1 と 2 のちがいは、その項目で自分が一番伝えたいことを
上位 3 行にもってきていることです。

つまり、その項目の文章をすべて読まなくても
比較的目に留まりやすい上から 3 行だけ読めば
お客様に自分が伝えたいことを伝えられるのです。

どうしてこういうテクニックが必要になるのかと言うと、
新聞や雑誌の記事を一字一句読むユーザーは少ないからです。

これは販売ページでも同じことが言えます。

**確率論のインターネットビジネスの世界では、
少しでも確率を高めるだけで収益が上がります。**

ですので、その項目で自分が伝えたいことは
文頭で伝えるようにしましょう。

以上、簡単にですがレターの
ライティングについて解説させていただきました。

テンプレートを活用すれば
あなたにも簡単にレターが書けるようになります。

ぜひご活用ください！

END