

商品の魅力を 120%伝える 文章の書き方



株式会社LibraCreation

目次

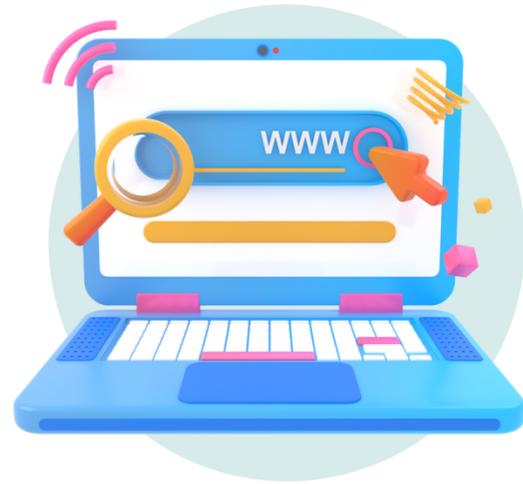
- 01 1通のセールスレターの効果とは
- 02 コピーライティングの書き方手順
- 03 リサーチのやり方
- 04 ライティングの基本型 6セクション
- 05 最後のチェックポイント



1 1 通のセールスレターの効果



24時間365日稼働するセールスマン



01

365日無休で稼働

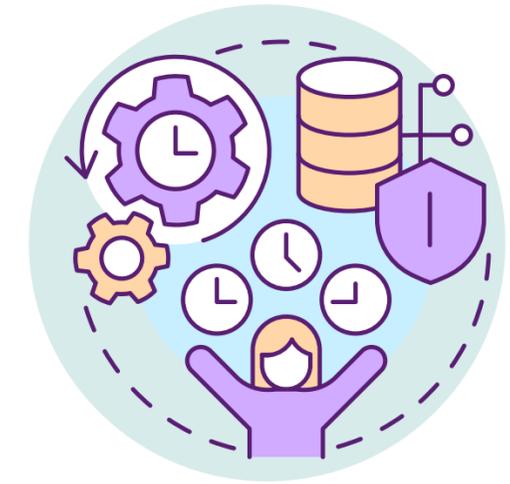
24時間365日の稼働
のセールスが可能



02

WEBのインパクト

1%の成約率でも
100人が見たら1人成約



03

交通費・時間不要営業

交通費も時間もかけずに
何度でも自動的にセールス

2 コピーライティング書き方手順



コピーライティングのパーツ



ヘッドライン

オープニング

ストーリー

ベネフィット

オファー

クロージング

コピーライティングの手順



①リサーチ

⇒誰にセールスするかを明確化



②ライティング

⇒売れてるページの真似からでもいいので書いてみる



③編集

⇒上記ライティングを読み上げたり不足部分を調整する

3 リサーチのやり方



リサーチ 3つのポイント



商品

⇒特徴・ベネフィット・USP・証拠・
商品開発ストーリー



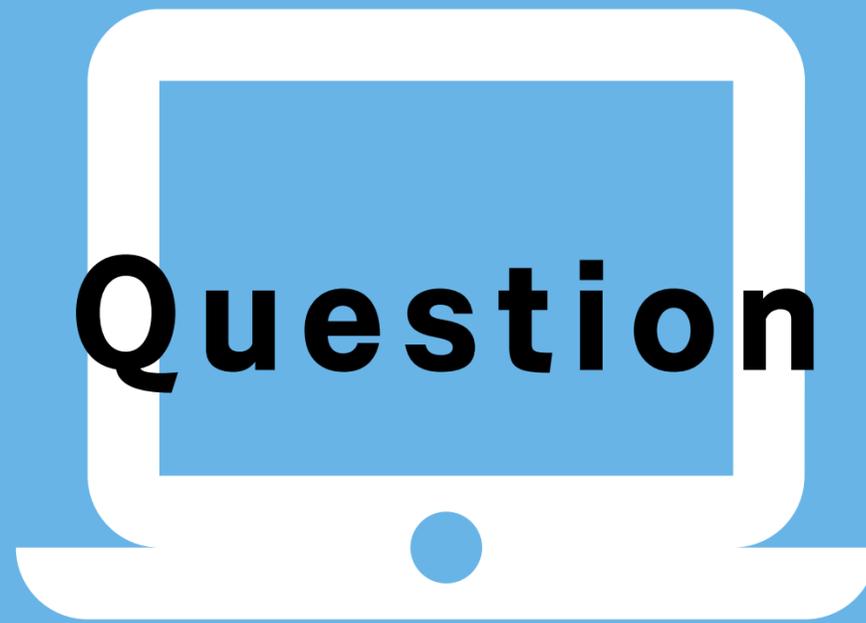
顧客

⇒どのような欲求があるのか
(訴求ポイント)



競合

⇒HPを見る どのようなオファー (提案)
を出しているのか



**あなたの
商品・サービスの
3つのリサーチは？**

4 ライティングの基本

6 セクション



コピーライティングの6セクション



6セクションの型を真似して
実際に作ってみよう！

①ヘッドライン

②オープニング

③ストーリー

④ベネフィット

⑤オファー

⑥クロージング

売り上げに直結するヘッドライン①

①ヘッドライン

②オープニング

③ストーリー

④ベネフィット

⑤オファー

⑥クロージング



ベネフィットを手に入れて
ベネフィットになる方法

例1：年齢を重ねる美しさを手に入れて、自信ある毎日を送る方法

例2：貯金を増やして、安心して楽しめるセカンドライフを実現する方法

例3：体重を減らしてお肌をきれいにする方法

売り上げに直結するヘッドライン②

①ヘッドライン

②オープニング

③ストーリー

④ベネフィット

⑤オファー

⑥クロージング



〇〇したいけど、
出来ていない〇〇へ

例1：健康的に痩せたいけど、なかなか続かないあなたへ

例2：資産運用を始めたいけど、リスクが怖いあなたへ

例3：自分磨きをしたいけど、何から手を付けていいのかわからないあなたへ

売り上げに直結するヘッドライン③

①ヘッドライン

②オープニング

③ストーリー

④ベネフィット

⑤オファー

⑥クロージング



〇〇なしで、
ベネフィット

例1：運動嫌いでも健康的な体を手に入れる方法

例2：高価な化粧品を使わずに、若々しい肌を手に入れる方法

例3：大掛かりなリフォーム無しで快適な家を手に入れる方法



**あなたの
商品・サービスの
ヘッドラインは何ですか？**

注意を引いた読者を 本文に引き込むリード①

①ヘッドライン

②オープニング

③ストーリー

④ベネフィット

⑤オファー

⑥クロージング



もしあなたが○○○

例：もし、あなたが自分の健康をもっと手軽に管理したいと願っているなら、
こちらの情報はあなたの生活に新しい風を吹き込むかもしれません。
健康維持のシンプルなコツを、これからお伝えします。

注意を引いた読者を 本文に引き込むリード②

①ヘッドライン

②オープニング

③ストーリー

④ベネフィット

⑤オファー

⑥クロージング



この○○○はすべての人の
ためのものではありません。

例1：正直申し上げますと、この講座は、すべての人におススメできるものではありません。

例2：あなたは次のどちらの人になりたいですか？

1,いつも愚痴を言うだけで変わらない日を送る人 2, いつでもハツラツとした毎日を送る人



**あなたの
商品・サービスの
オープニングは？**

顧客の感情を動かす ストーリー

①ヘッドライン

②オープニング

③ストーリー

④ベネフィット

⑤オファー

⑥クロージング



① 悩み⇒理想⇒解決策

② 理想⇒悩み⇒解決策

例1：悩み 体重が減らない ⇒理想 すぐに体重が落ちる

⇒解決 新ダイエット法

例2：理想 月商100万達成 充実した日々 ⇒悩み 最初からうまくいったわ

けじゃない ⇒解決策 この理想の状態になったのは、あるメソッドのおかげ



**お客様の
感情を動かす
ストーリーを
書いてみましよう！**

お客様が購入する理由 ベネフィット

①ヘッドライン

②オープニング

③ストーリー

④ベネフィット

⑤オファー

⑥クロージング



ベネフィットの作り方

①商品の特徴

②理由

③ベネフィット



ベネフィットの作り方



商品の特徴

⇒形、重さ、性質、スペック、内容



理由

⇒なぜその形なのか？
なぜその内容なのか？理由は何か？



ベネフィット

⇒得られる結果・変化。
商品の特徴を使ったらどうなれるのか？

ダイエットを例に作ってみよう！



01 特徴

どんな特徴があるか？

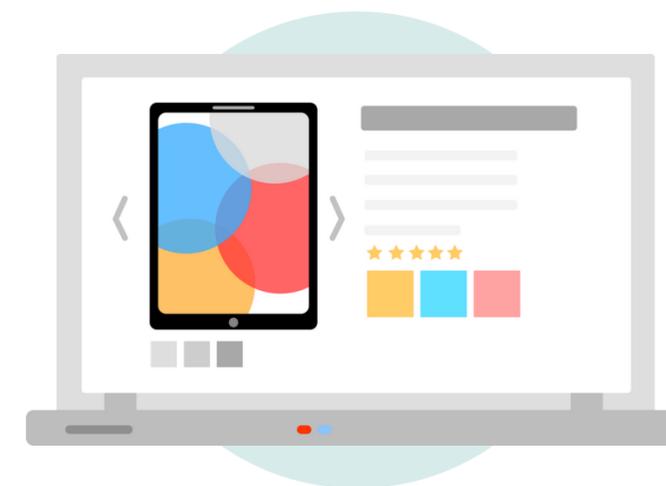
例：1日6食 30日間のメニュー



02 理由

自分で作れず挫折する人が
多いから

例：実行可能なプランを提示



03 ベネフィット

特徴によるベネフィットとは？

例：簡単 & 成功確率90%のメニューで
体重を落とせる

お客様が購入する理由 ベネフィット

①ヘッドライン

②オープニング

③ストーリー

④ベネフィット

⑤オファー

⑥クロージング



この商品は **特徴** です
だから **ベネフィット** できます





**あなたの
商品・サービスの
ベネフィットは？**

提案 オファー

①ヘッドライン

②オープニング

③ストーリー

④ベネフィット

⑤オファー

⑥クロージング



顧客に商品やサービスを
購入する際の**付加価値**や
特典を示すもの

例：特典・保証・限定・無料・割引・分割・比較など



オファターの作り方7つのポイント

The image displays seven key points for creating offers, arranged in a 2x4 grid. The points are:

- 特典** (Specialty): Represented by a gift box icon.
- 保証** (Guarantee): Represented by a heart held in two hands.
- 限定** (Limited): Represented by a speech bubble saying '今だけ! 限定' (Only now! Limited).
- 無料** (Free): Represented by a sign saying '無料体験実施中!' (Free trial in progress!).
- 割引** (Discount): Represented by a red starburst saying '5% OFF'.
- 分割** (Installment): Represented by a stack of money being divided into four smaller stacks.
- 比較** (Comparison): Represented by a table comparing three options: STANDARD, EXTENDED, and PREMIUM. Each option has a 'CHOOSE' button and a list of features with checkmarks or X's.

On the right side of the grid, there is a cartoon illustration of a girl with brown hair, wearing a pink shirt, holding a blue book titled 'MATH' and pointing upwards with her right hand.

オファーの例①



①特典（購買意欲向上）

⇒例：3,000円以上の購入で
送料無料クーポンプレゼント！



②保証（購買不安を安心へ）

⇒例：3ヶ月で痩せなければ全額返金保証



③限定（緊急性を出し行動を促進）

⇒例：先着5名様限定、クリスマス限定、
本日24時までの限定販売

オファーの例②



④無料（集客促進）

⇒例：化粧品の無料トライアル
スーパーの試食会

★メリット 商品体験後の購買なので満足度が高まる

★デメリット 資金を使うので戦略的に



⑤割引（お得感）

⇒例：今だけ50%オフ、クーポンで1000円割引

★なぜ安いのかを説明すると、安心から購入につながる ブランドイメージの低下にならないように注意しましょう

オファーの例③



⑥分割（高い金額の商品に効果有）

⇒例：24万の冷蔵庫が24回払いで月々1万円で購入できます！

★メリット 高い金額を販売する場合に効果的



⑦比較（プラン比較で購買誘導）

⇒例：一つだけではなく、複数用意でユーザーの意思を「買う・買わない」ではなく、「どのプランにするか」を転換させることが可能



**お客様の
購買行動に結びつく
オファーは？**

お客様の背中を押す クロージング

①ヘッドライン

②オープニング

③ストーリー

④ベネフィット

⑤オファー

⑥クロージング



- ①お客様の**不安・疑問を解消**
- ②**活用後の姿**をイメージさせる
(ベネフィットがあると認識させる)
- ③購入するかどうかの**結論確認**
(ベネフィットがあると認識させる)



クロージングの例



①不安・疑問解消

⇒例：不安や疑問はありますか？どんな小さなことでも気になることはおつたえください。



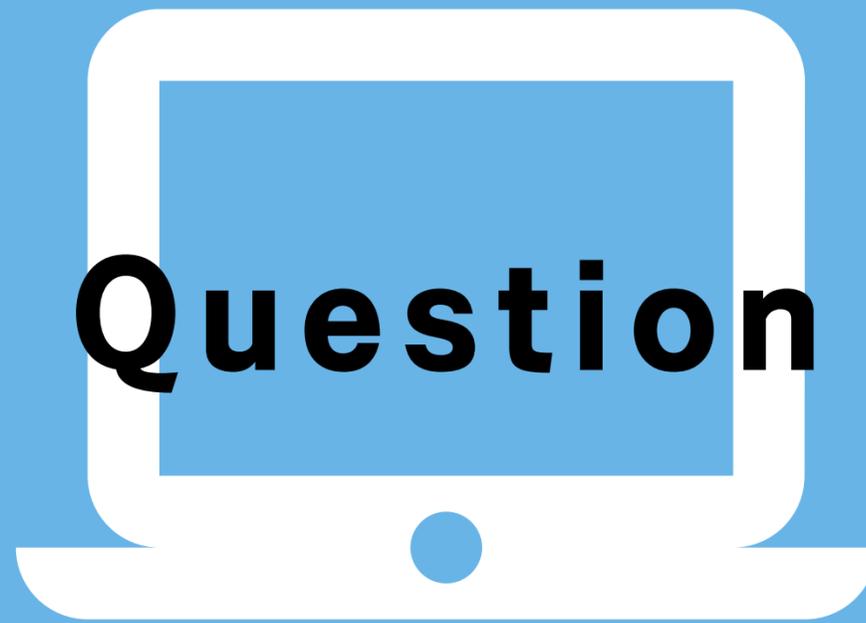
②活用後の姿をイメージ

⇒実際に購入した方から、生活の質が向上したお話をたくさんいただいています。毎日のルーティンから解放されたくありませんか？



③購入するかどうかの結論確認

⇒例：始めるなら最適なタイミングです。未来を変えるのは今です。一緒に頑張ってみませんか？



**お客様の
成約を得る
クロージングは？**

5 最後のチェックポイント



6つのパーツを 組み合わせてみよう！

①ヘッドライン

②オープニング

③ストーリー

④ベネフィット

⑤オファー

⑥クロージング



テンプレート

読み上げる

&

足りない所を調整していく





**あなたのオファーは
お客様の気持ちを
ドキドキさせてますか？**

END

