

キャッチコピーが作れないと
思い込んでいるアーティストへ

刺さる

キャッチコピーの型

— 3 2 選 —

なぜあの人の投稿は
刺さるのか？





キャッチコピーの目的

お客様に反応・行動してもらい
商品サービスを買っていただくこと



今すぐ行動してもらおうように作成する

セールスライティングはイメージアップや認知度の向上ではなく、**今すぐ購入してもらおう、今すぐ申込みをもらおう**ようにするためのものです。

セールスライティングを見たターゲットが、「**確かに良い商品** **だけど、今は買わなくていいや**」とってしまったら、それは**失敗**です。



今すぐ行動してもらおうように作成する

セールスライティングでは、文章のセンスやうまい下手よりも、マーケティング知識や心理学の知識のほうが重要になります。

セールスマンが使う言葉のような文体で作成したり、どうしたら人間の購買心理が動かされるかといったことを考えて、**今すぐ行動してもらおうように作成することが重要**なのです。

キヤッチコピーに
正解はありません！



ここが難しい。でも、法則はある！

01

相手にとって得になるもの

相手の立場になってのメリット、ベネフィット

02

新情報

興味が出る、飽きさせない

03

好奇心を生み出す言葉を入れる

こうしてハゲにならずに済みました→

こんなちょっと変わったことでハゲにならずに済みました

04

手っ取り早く簡単

ちょっとしたことで、些細な変化で、お手軽に

05

信頼性を入れる

数字、証拠、根拠、論理的

よくある間違い

①自分の知識＝常識だという思い込み

常識で考えれば分かるでしょ？は通用しない。常識が存在しない。

②訴求ポイントを複数にしてしまう

1キャッチに1フレーズ

訴求ポイントが多いとぼやけてしまう

③次の文章を読ませるために全部は書かない

A 「SNSのプロフィール写真は、プロに撮ってもらう方がいい」

B 「SNSのプロフィール写真、みんなどうしてる？」

キャッチコピー テンプレート

《**逆説的キャッチ**》 えっ?なんで?と思わせる(本文で解説)

例:体罰だから人気者、不眠症だからエネルギーッシュ

《**第三者・受講者視点感動キャッチ**》

例:やる気のない学生300人を感動、本気にさせた伝説のスピーチ

《**理想の未来キャッチ**》 抽象的にせず具体的に

例:世帯年収300万円でも毎月旅行に行きながら100万円貯金できる方法

《**受講者大成長キャッチ**》 今までの1番大きな実例等、ギャップ

例:学生ビリのギャルが1年で偏差値を40上げて
慶応大学に現役合格した話

キャッチコピー テンプレート (ワーク)

《逆説的キャッチ》 えっ?なんで?と思わせる(本文で解説)

【 】だから【 】

《第三者・受講者視点感動キャッチ》

【 】が【 】した!

※感情を表す言葉↑

《理想の未来キャッチ》抽象的にせず具体的に

【 】になる

《受講者大成長キャッチ今までの1番大きな実例等、ギャップ

【 】が【 】になる

【キャッチコピー】

【サブキャッチ】

あなたはこんなことで悩んでいませんか？

それを【 】に解決できます

具体的にはこんなふうに解決します

実際にこれまでこの解決法を使って、こんなに多くの人が変わりました。

(実績や専門家)

これは、今までになかった【 】です。(同業他社との違い)

もしかしたら、あなたは【 】と思うかもしれませんが(反論や疑い)

私でもそう思うでしょう。

しかし、この【 】は【 】とは違います

(※共感しながら、反論処理、証拠の提示)

いかがでしょうか？

あなたの【 】な悩みを【 】に解決できるものです。

当日のウェビナー内容で学べる(またはあなたのできる)ことは以下の通りです。
(箇条書きで具体的に)

これを得ることで、あなたにはこんな未来が待っています。(相手が得られる具体的な未来)

ベネフィットまとめ(個人的ベネフィットと特典、保証)手に入ったものをどう使えるのか

社会的ベネフィット

あなたからのお申し込みをお待ちしております。

キャッチコピー作成の

ヒント



新 情 報

《新情報 型1》

見出しを「ご紹介」で始める

例:ご紹介。まったく新しい(商品名)

《新情報 型2》

見出しを「発表」で始める

例:家をお持ちのみなさまに重大発表

《新情報 型3》

発表のニュアンスがある言葉を使う

例:ついに登場。おかげさまで~になりました。ご覧ください。

《新情報 型4》

見出しを「新」で始める

例:新登場、新製品、新型、新手法

新 情 報

《新情報 型5》

見出しに「いま、さあ、ついに」で始める

例:いまなら、出版を目指した2通りの書き方が学べます

《新情報 型6》

見出しを「とうとう、いよいよ」で始める

例:とうとう出た! 6か月保証付き歯ブラシ
風邪の特効薬とうとう見つかったか?

《新情報 型7》

見出しに「日付や年」を入れる

例:この夏、人に差をつける方法。 1日限り。○月○日、
日曜日AM10:00~PM6:00まで

価格

《価格 型9》

価格を見出しのメインにする

例:保証つき静音の高品質掃除機、9980円/本当です。
本物の鱈皮製がたったの2980円

《価格 型10》

割引価格をメインにする

例:最高2万円までのオプション割引でこれまで以上にお求めやすく。
コーヒー大特価200円引き

《価格 型11》赤字覚悟でまず自社の商品を使ってもらおうよう
促すとき等

特価品をメインにする

例:毛皮の下取り価格が2倍に/半額で特別提供...
8か月で800円

価 格

《価格 型12》分割払いで購入できる事を示した方が売れる
支払いの簡単さをメインにする

例:毎週たった220円でこの新型タブレットが手に入ります
/頭金不要、分割払いで〇〇がご購入いただけます。

《価格 型13》無料提供の仕掛けは後で販売につながるこ
とが多い。

- 1 無料お試し
- 2 試供品、サービスのお試し
- 3 製品パンフレット
- 4 商品購入に付ける景品
- 5 以上4つの任意の組み合わせ

無料提供をメインにする

例:無料トライアルレッスン、無料相談、新婦は無料。
その他の方は220円

キーワード

《キーワード 型14》

見出しを「〇〇する方法」にする

例:お金の心配をなくす5つの方法、

《キーワード 型15》

見出しを「どうやって、このように、どうして」とする

例:わたしはどうして販売外交に成功したか

《キーワード 型16》

見出しに「理由、なぜ」を入れる

例:なぜ一部の人たちだけが起業で必ず儲けているのか

キーワード

《キーワード 型17》

見出しに「**どれ、どの**」を入れる

例:どのダイエットが自分の身体にぴったりか?

このような神経衰弱の症状はありませんか?(興味をそそる/本文で広くカバーできる)

《キーワード 型18》

見出しに「**他に(誰か)**」を入れる

例:他に試したい方は?もっと快眠になるのに苦労はいりません。 経営でお困りの方は他にいませんか?

《キーワード 型19》 何が求められているのか興味をそそられる

見出しに「**求む**」を入れる

例:求む。高報酬で、不動産スペシャリストとして働きませんか

キーワード

《キーワード 型20》強み「見出しが具体的になる」「商品に注目がいく」

見出しを「これ、この」で始める

例:これは日本で1番静かな掃除機

《キーワード 型21》

見出しに理由の「~だから」を入れる

例:ペットの毎日はあなたにとって大切なことだから
(キャットフード)

《キーワード 型22》

見出しに仮定の「(もし)~なら、(もし)~しても」を入れる

例:もしこの(商品サービス)を買う余裕がないとお考えでしたら、(特別割引/利用条件など)をお確かめください

キーワード

《キーワード 型23》

見出しに「アドバイス」という言葉を入れる

例:起業をしようとしている若い人たちへのアドバイス、
夫へのアドバイス

《キーワード 特別》他にもいっぱいあるので探してみよう

見出しに「原理」「よくある間違い」「すべての」「事実」等を入れる

例:ダイエットの原理、言葉遣いによくある間違い、
すべての女の子が知っておくべきこと、
プレゼンテーションについて知っておくべき事実

そ の 他

《その他 型25》

読み手を試す質問をする

例:あなたの頭皮は爪で掻いても大丈夫ですか?
いま税務調査に入られても大丈夫ですか?

《その他 型26》ターゲットが明確、文字を大きくでき注目される

1ワード見出しにする

例:会計、法律、ビタミン、
「セックス」さて、ご注目いただいたところでご紹介します(学生新聞)

《その他 型27》

2ワード見出しにする

例:お金贈り、パブリックスピーキング

そ の 他

《その他 型28》見出しが効果的に目を引く
今はまだ買わないように伝える

例:〇〇を購入される前に、まずこれをご覧ください。
地図は買わないでください
まずは当社販売員にご相談ください
〇〇社は138番ブースです。

《その他 型29》
広告主から相手に直接語り掛ける

例:乳歯には特別なお手入れが必要です。小児科医のおすす
めは(ブランド名)オーラルケア製品です。
1年で20万円相当の成果をお約束します。

そ の 他

《その他 型30》 相手がいつも考えている特定の問題の解決策を提供する

特定の個人やグループに呼びかける

例:ガソリン代を節約したいドライバーの皆さん。

収入を確保して退職したい方へ

《その他 型31》

見出しを質問形式にする

例:愛猫に完全な栄養食を与えてあげられることをご存じですか?

《その他 型32》

ベネフィットを事実と数字で伝える

例:(商品名)なら通常のランニングマシンよりカロリー消費量が最大で79%多くなります

タイトル案

【ご報告】

【むかしむかし、あるところに…】（昔話口調）

【ここから先は、絶対に読まないでください】

【私は嘘つきでした】（否定から入る）

【長文だけど、大切なお知らせ】

【〇分だけ時間をください】

【〇〇する3つのポイント】（数字を意識する）

【実は…】

【たった〇分で】

【〇〇ほしい人いますか？】

【速報】

【今までありがとうございました】

【今後の濱守栄子の活動について】