

# 2時間で分かる!

## 10倍売れるキャッチコピーと 広告文章がスラスラ書けるセミナー

講師:ファーストアドバンテージ株式会社 酒井とし夫

<http://ameblo.jp/admarketing/>

Ver5



## ■ セミナー概要

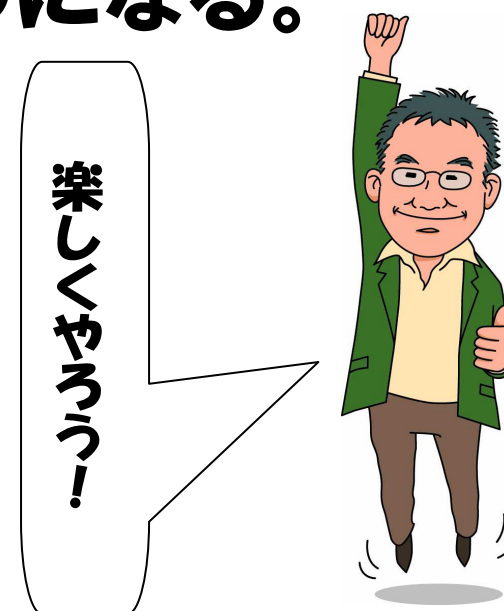
**広告文章が書けるようになるための  
考え方とパターンを公開する**

## ■ 今日のみなさんの目標

**広告原稿(骨子)を自分で書けるようになる。**

### ■ 対象広告媒体

チラシ、DM、パンフレット、ホームページ、メルマガ、POP、FAXDM、  
ニュースレター、雑誌広告、タウン誌広告 etc



## あなたに質問

2人のセールスマンが目の前にいます。あなたならどちらから買う？

右から

AZ021 19,800円

HY303 7,800円

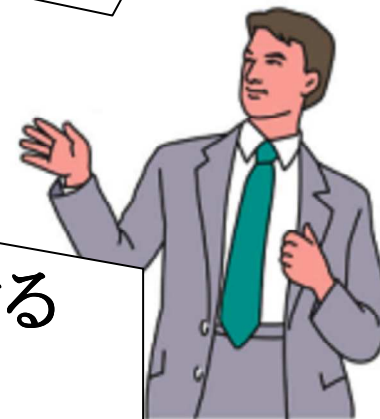
GP863 20万円

どう？



商品を並べて型番と  
価格を述べるセールスマン

〇〇でお困りなことはありませんか？実は私はこういう商品を扱っています。もしかしたらお役に立てるかもしれません。こんな特徴があって、こんな保証があって、こんなメリットが・・・。



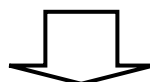
ちゃんと説明する  
セールスマン



『小さな会社やお店に  
って広告とは何か？』



イメージアップのためのツール??



小さな会社やお店にとって広告とは  
**孫悟空の毛髪と同じ。**

# 孫悟空の毛髪＝分身の術



**広告とはあなたの分身。**

**＝あなたの代わりにセールスマン也。**

セールスマンの  
セールストーク

=

広告の  
文章

**文章力のある広告＝セールス能力のある営業マン**

■広告に関する思い込み

『**うちの客は長い文章は読まない。  
だって・・・**』

男性だから。女性だから。高齢だから。法人だから。社長で忙しいから。

長い文を読まない  
本当の理由はね・・・。



## ■広告に関する思い込み

# 『文章を変えるだけで売れるのか・・・』

実は私も昔はそう思っていました。

キャッチコピーを変えたら・・・。

売上獲得に向けて、営業チームを強化しなければならない。



『うだつのあがらない営業マンを改革し  
営業力をアップする極意とは？』

商品名を変えたら・・・。

成功するアントレプレナー



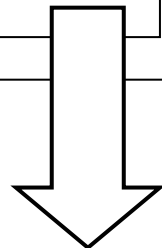
お客を買う気にさせる  
63の心理学的広告・宣伝テクニック

## 広告文を変えたら・・。

■『あなたは広告や宣伝をすれば売上げが上がると思いませんか？』

↓ ↓ ↓ ↓

”小さな会社やお店の7つの広告宣伝・販促ノウハウ”



★小さな会社やお店の集客アップの秘訣は次の7項目！

- 1.エビで鯛を釣る。
- 2.仲間と組む。
- 3.話題と媒体は自分で作る。
- 4.価値を創り出す。
- 5.ついでに買ってもらう。
- 6.みんなで喜ぶ。
- 7.ファンはありがたい。

↓ ↓

この7つをマスターすれば、どんな業種の小さな会社やお店でも自動的に業績が上がる仕組みが完成します。

しかも、この7つはコストがゼロ！または極めて安価にできる広告宣伝と販促ノウハウです。

この7つの理解のためには次のセミナーDVDを見るのが成功への近道です。2時間で小さな会社やお店のお金をかけない集客と広告と販促のコツが分かります。DVDなのでとにかく理解しやすく、見ている間に自社に応用できるアイデアが次から次へと溢れ出てきます。（2時間で37個の販促アイデアが出た人もいます！）

あなたもこのDVDを今すぐに取り寄せてみて下さい。お届けから7ヶ月間は完全返品保証付きです。このDVDを見ても集客と売上げアップが出来なかったなら迷わず返品して下さい。全額お返しします。

集客と売上げアップに興味のある方は今すぐこちらへ。

↓ ↓ ↓

【セミナーDVD】

『お金をかけずに売上げを伸ばす！7つの広告宣伝・販促ノウハウ』



## ■広告に関する思い込み

『コピーや広告文はプロが書くもの。

私にはムリ、ムリ、無理』

でも、その理由は3つ

① **ちんぷんかんぷん ！**

「バリアフリーライフをローコストにサポート！？」 →→→ 原因＝ターゲットが明確でない

② **ぐちゃぐちゃ？**

上に見出し、左にタイトル、本文が点在、一体どこを読めばいい？ →→→ 原因＝基本構成が分からない

③ **だらだら・・・。**

結婚式のスピーチ、酔っ払いの長い話・・・ →→→ 原因＝起承転結やパターンが無い。

■ あなたが効果的な広告文を書くために必要なこと

①ターゲットを明確にする。

②広告文の基本構成と役割を理解する。

③型、パターンを知る。

この3つをこれから学んでいきましょう！



# ●ターゲットを明確にする。

## ●セグメンテーションとターゲティング

20代の女性が反応する言葉と50代の女性が反応する言葉は違う。既婚者と未婚者では悩みの対象は異なる。男性と女性では関心ごとが別。会社員と経営者では興味は別。小学生と高校生では好きなアイドルは違う。セグメンテーションとは市場や顧客をある「性質」や「特徴」によりグループ分けしたもの。分類。

例えば・・・民族・性別・既婚未婚・収入・年齢・子供の有無・家族構成・家屋の種類・居住地域・居住年数・保有車種・職業・情報取得メディア・趣味・学歴・預金残高・通勤時間・思想 etc

# 少なくとも地域、性別、年齢とそのターゲットの悩み、関心ごとは明確にしておく。



## ■ぐちゃぐちゃにならないための広告コピーの基本パターン。

キャッチコピー  
(タイトル)

リードコピー  
(サブコピー)

見出し

本文

写真・イラスト

価格

注文方法

三〇〇〇のCD

# これが経営だ・これが実力だ

従業員1人当たりの純利益を業界平均の3倍にする方法

社長様へメッセージ

業績の98%が社長1人の戦略実力で決まる中、従業員1人当たりの純利益を業界平均の「2倍〜3倍」出して良い会社になるには、何はともあれ社長自身の戦略実力を上位5%以内に高めなければなりません。

社長の戦略実力を高めるにはまず初めに、経営を構成する「大事な要因」をはっきりさせる必要があります。そのあと、大事な要因1つ1つの「レベルの高め方」を考えます。こうしたあとで仕事に取り組み「努力の方向が」はっきりするので、あなたの戦略実力が早く高まります。

ところが戦略とは見えざるものと言われるとおり、戦略の中心は形がなくてよく解りません。しかも本や講演で説明されるものは、大企業の事例や強者の戦略が多くなっています。これが原因で現場に言わない経営をしたり、実行すべきでない戦略で経営をして、大きなロスを出す社長が多くなっているのです。

これに対しては「こだわらず、とらわれず、片寄せず」の空の心になり、そのあと普遍大局の原則に従って順々に考えを進めていくと、「何を、どうすれば良いか」が自然に解ってきます。この教材は、従業員5人〜50人規模の「社長と後継者」に焦点を当てて作っているので、とても解りやすくなっています。

3,400円の投資が、あなたの経営人生を大きく変えるきっかけになるはずです。忘れないうちにFAXを。

お知らせ。この教材は「本気社長の経営戦略」の訂正版です。

**社長の実力**

定価 3,400円 (税込)

1巻、73分、テキスト1冊付

社長の仕事  
社長の実力

申し込みはFAXで a. CDがいい b. カセットテープがいい

|     |     |     |   |
|-----|-----|-----|---|
| ご住所 | 〒   |     |   |
| 会社名 | 氏名  | 従業員 | 人 |
| TEL | FAX |     |   |

TEL 090-0004-XXXX 090-0004-XXXX FAX 090-0004-XXXX

キャッチコピー  
(タイトル)

写真・イラスト

価格

注文方法

ただのヨーグルトなら、  
これほど驚きませんでした。



まずは  
実感！

先着10,000名様に  
約1週間分の  
無料 お試しセットを  
お届けします！

初めて商品をご注文の方全員に  
約1週間分のプレゼント

お申し込みは、お電話、FAX、インターネットまたは郵送のいずれかで。

TEL: 0120-123-4567  
FAX: 0120-123-4567

毎日、体内の環境を整える方に  
「千年ケファイア」を続けてほしい。

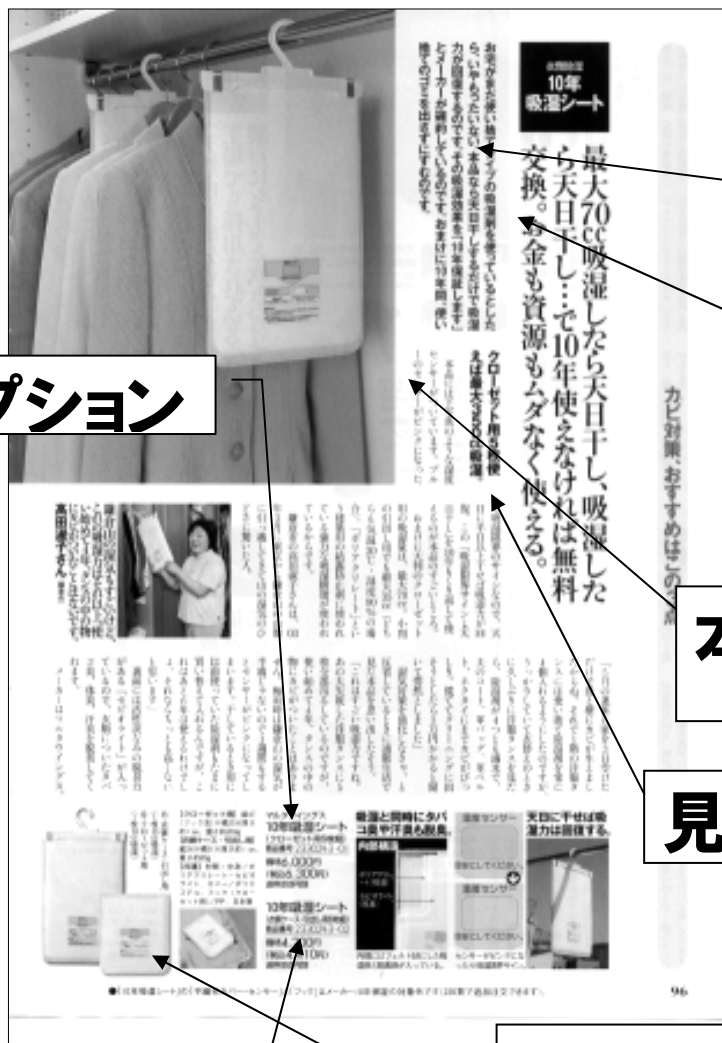
「千年ケファイア」は、  
腸内環境を整えることで、  
免疫力を高め、健康をサポートします。

「千年ケファイア」は、  
腸内環境を整えることで、  
免疫力を高め、健康をサポートします。

「千年ケファイア」は、  
腸内環境を整えることで、  
免疫力を高め、健康をサポートします。

リードコピー  
(サブコピー)

本文



キャプション

リードコピー(サブコピー)

キャッチコピー  
(タイトル)

本文

見出し

価格

写真・  
イラスト



※これらの広告では注文方法は別ページに有り。

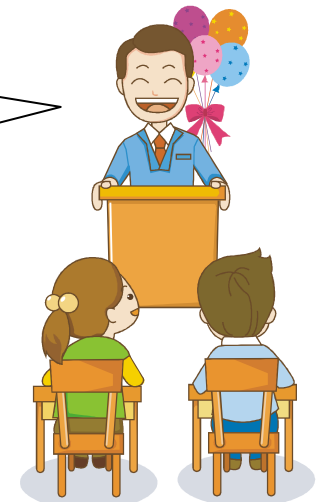
**これらの基本パターンは人が  
見慣れた構成。**

**新聞、雑誌、教科書、参考書、書類…。**



**だからスムーズに読み手に伝わる。**

広告文の基本構成と役割を理解しておく  
と、読みやすいし、  
広告原稿がぐちゃぐちゃに  
ならないんだぞ～！



## ■ キャッチコピーの目的

パターン説明のその前に【超重要】なお話を…。

①興味を引く

笛と同じ！

②次の文を読ませる。

動き出す！

『私がピアノの前に座ると皆が笑いました。ところが私がピアノを弾き始めた途端…』

(伝説の広告人ジョン・ケイプルズ氏のキャッチコピー)



**慣性の法則が動き出す。**

止まっている物体はいつまでも止まっている。動いている物体は止まろうとする力が働かなければいつまでも同じ速さで動いている。走り出したら止まらないっ！

**滑り台を滑り出す。**

**本、DVD、ドラマ、漫画の第一話。**

**ジェットコースターが動き出す。**

**100m×4人リレーの第一走者。**

**『宣伝文の1／4以上を読めば最後まで読む確率が高まる。』**

(全米ナンバーワン セールスライター ジョセフ・シュガーマン)



後で実際に作ってもらうので3つくらい気に入ったものを見つけておいてね！

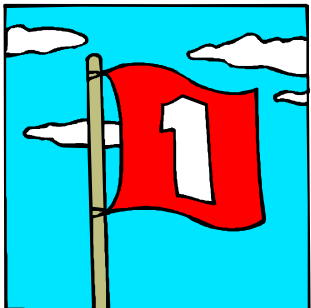
## ■ キャッチコピーの型・パターン(13 パターン)

### (1)ナンバー1パターン

『信頼のPC。』



『過去3年の累計販売台数  
第1位のパソコン。』

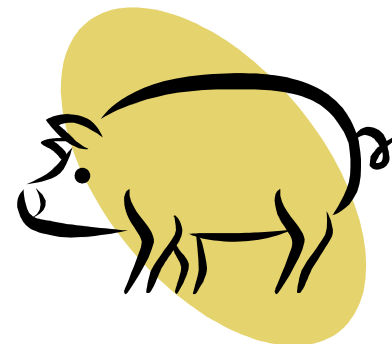


※ナンバーワン、オンリーワン、ファーストワン

『美味しいぶた肉。』



『【当店人気ナンバーワン】



えさに芋を使っているのは国内で唯一  
この〇〇豚だけです。だから肉の柔ら  
かさと甘みが断然違います。』

『通販型自動車保険5年連続売上ナンバー1』

『当社の人気ナンバーワンです。』

『店長のおススメ No.1。』

## (2)無料パターン

『腰痛でお悩みの方へ／まずは2週間  
無料でお試してください。』

2ステップ  
マーケティング

『無料で速読トレーニング』

無料は強い！  
酒井のPC教室  
繁盛の理由は無料

『無料税務相談・経営相談の  
ご予約は今すぐ』



### (3) 悩み、問題、苦痛パターン

『ファンデーションはこちら』

悩みはなくな  
らない、悩みの無い人  
はいない  
人は快を求め、  
苦をさけるが・・・。

↓  
『ファンデーション選びでお悩みの方へ』

『冷え性の方へ』



↓  
『手足が冷たくて布団に入ってもなかなか寝つけない方へ』

## (4) 絞るパターン

『お母さんへ』



人は自分のことしか関心が無い。  
オバさんの話を聞いていると全員自分  
のことしか話していない。

『新潟市にお住まいの小学校低学年のお子  
様がいらっしゃるお母さんへ！』

『60代のあなたへ』

絞るときは  
3段階

『最近、人の名前を思い出せず、同じ話を何度  
もしてしまう、60代のあなた、もしかして…。』

## (5)数字パターン

「たくさん」は単なる言葉。  
1日に15箱はイメージできる。  
「経済的」は単なる言葉。  
1日あたりコーヒー1杯分は現実。

『売れています』『人気です！』

『なんと1日に15箱以上売れている大好評のクッキーです。』

端数まで書く。  
日本人は  
奇数が好き

『大勢の人が受講しています。』

『2,314名の方が受講した人気の講座』

## (6)方法パターン

『ダイエット効果があります』

『失敗しないダイエットの鉄則』

『結婚相談はこちら』

『幸せな結婚生活のコツとは？』

『..の方法』 『..の法則』 『..のヒミツ』 『..の秘密』 『..術』

『〇〇のルール』 『〇〇の方程式』 『〇〇入門』

人は方法、秘密、  
ルールが好き。

『〇〇のルール』

『〇〇術』

『〇〇の方程式』

『〇〇入門』

## (7)失敗しないパターン

### 『退職金の運用について』

損したくない、  
失敗をしたくない、  
恥をかきたくない  
のは人間の心理

### 『失敗しない退職金の運用方法』

### 『病院選びに役立つ本』

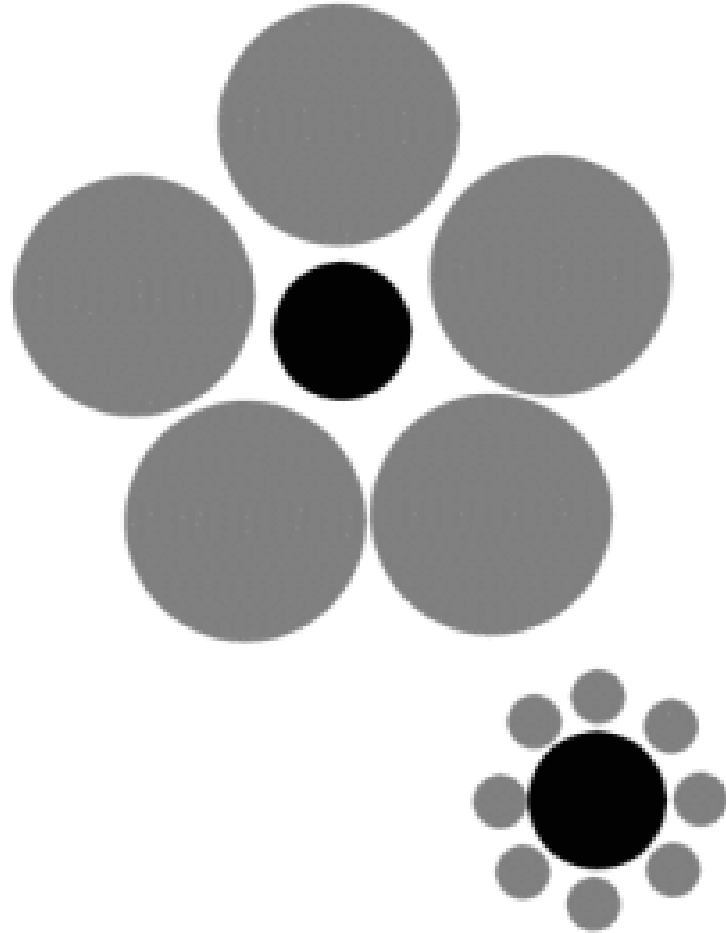
### 『病院選びで失敗をしないための本』

### 『失敗しない眼科の選び方』





どちらの黒丸が大きいのでしょうか？



## (8)両極の組み合わせパターン

『アイデアの出し方が分かります。』

『苦勞しないでもアイデアがどんどん  
浮かぶ方法とは?』

前後の落差が訴求  
効果を高める！  
投手と同じ。

『メイク方法を教えます。』



『朝の10分でデキル！』

『モデルのメイク術をこっそり教えます。』

# 『57歳のオヤジにもできた!月 50 万円稼ぐブログ起業法』

## 『寝ながらぐんぐん記憶力がよくなる学習法』

## 『好きなものを食べながらやせる！ 3分ダイエット』

食べても  
やせる！

寝てても  
合格(うか)る！

送れば  
当たる！

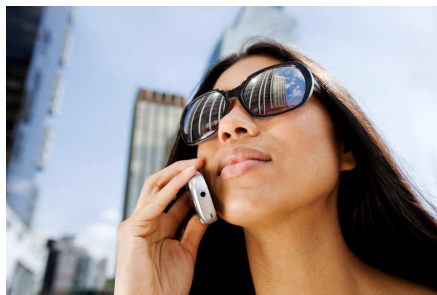
飲むだけで  
モテる！



ところで今日のお昼は  
何を食べましたか？

## (9)質問・疑問パターン

『年配者向けサングラス』



『濃い色は白内障を招きやすいつ  
て、知ってましたか？』

質問すると  
無意識に  
考え始め、参加する

『あなたにあった下着をお選び下さい。』

『下着が原因で肩こりになることを知っていま  
すか？』

## (10)他人の評価パターン

社会的証明＝  
人は自分と似た立場の多くの人が  
言いというものを・・・

『このくつしたをはいたらかかとかが3日でつるつるになっ  
て暖かくて、もう他のくつしたははけません！』

(〇〇町 美恵子さん 57歳)

『うさんくさいと思っていましたが、試してビックリ！』

(35歳 男性 会社員)

『いろいろ試したけど私にはこのサービスが  
一番でした。』(衣料品店経営 佐藤さん)



## (11)希少性パターン

『お待たせしました。〇〇入荷しました。』

北の町から南の町  
まで素敵な・・・

『 前回は3時間で完売した〇〇が入荷しました！！次回入荷は未定です。お早めにどうぞ！ 』

希少なものに  
惹かれる

『 1点在庫あり。 』

『 〇〇を無料で配布中。先着80名様限定！ 』

『 本屋さんでは手に入らない本。 』

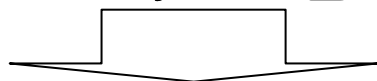
在庫あり。在庫状況について  
この商品は、[Amazon.co.jp](https://www.amazon.co.jp) が販売、発送します。ギフトラッピングを利用できます。

1点在庫あり。ご注文はお早めに。

2011/6/24 金曜日 にお届けします！ 今から23時間と20分以内に「お急ぎ便」または「当日お急ぎ便」オプション(有料)を選択して確定されたご注文が対象です。詳しくは[こちら](#)。なお、お届け先によってはこの日付が適用されない場合がありますので、注文確定画面でご確認ください。

## (12)否定命令パターン

『ピンクの象を想像しないでください。』



『**まだ購入は決めないで下さい。**』

『**軽い不眠の方はこのチラシを読まないで下さい。**』

『**2、3 キロ程度のダイエットをお考えの方はご来店を  
ご遠慮ください。**』

### (13)魔法の言葉パターン

#### ☆あいまいな言葉

『意外な・・・』『こんな・・・』

『ちょっとした・・・』

『これをやったら・・・』『密かな・・・』

『こうして・・・』

『ある出来事で・・・』



## ☆強い言葉

『前代未聞』『空前絶後』『緊急告知』  
『業界初』『史上初』『永久保存版』  
『初公開』『新開発』『驚異』『保証』『警告』  
『注目』『魔法の』『絶賛』『マスコミ  
で話題の』『奥の手』『衝撃の』  
『TV(雑誌・新聞)で紹介された』『究極の』  
『速報』『新登場』『新型』『ニュー』  
『緊急提言』『奇跡の』『極上の』

**さて、1個キャッチコピーを作ってみよう！！**  
**この商品用にキャッチコピーをつくってみて！！**

**この商品にはこんな特徴があります。**



- 1.ヒスイの産出日本一の地で作られたものです。
- 2.テレビ、新聞、ラジオで紹介されたことがあります。
- 3.効くと評判です。
- 4.3日間で3200個を販売した実績があります。
- 5.スーパーでは3時間で売り切れたことがあります。
- 6.受験生にも人気です。
- 7.手作りなので一日100個しか作れません。
- 8.今日は練習なのでその他の特徴は想像、創造してもらってもOKです。

# ■ リードコピーの目的

リードコピーとはキャッチコピーと本文(ボディコピー)の間に入る数行～10行程度の文章。

**通常＝本文の要約**

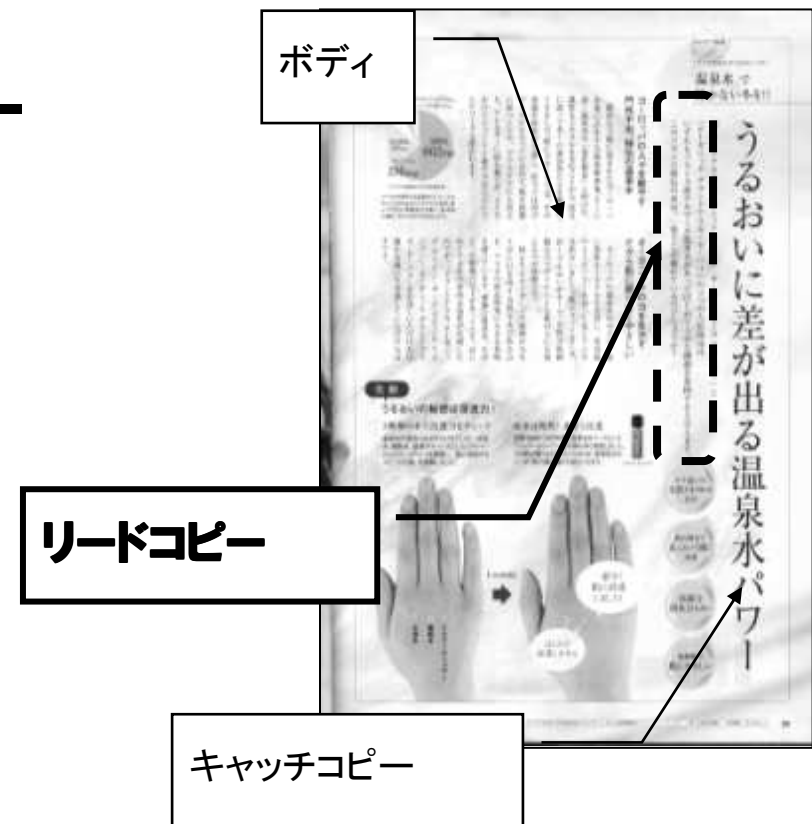
**☆ 広告＝次の文を読ませる。**

**動き出した動きを加速する。**

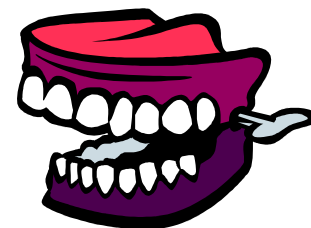
**滑り台を加速する。**

**ジェットコースターを加速する。**

**100m×4人リレーの第二走者の目的は  
ゴールすることではなく加速して、第三走  
者へつなぐこと。（車の2速）**



# ① 続き型



**『新開発！5分間つけておくだけでピカピカの  
入れ歯クリーナー』**

えっ!入れ歯の洗浄ってこんなに簡単だったの? そんな声がたくさん届いています。このクリーナーには当社が独自に開発した3つのヒミツがあります。それは・・・。



## ②疑問型

**『あなたの腰痛、放っておくと大変なことになるかもしれません。』**

あなたのその腰痛は本当に加齢によるものでしょうか？実は最近内臓疾患がもとで腰に痛みを感じる人が増えています。これを放っておくとこんな取り返しのつかない事態を招きかねないことをあなたは知っていましたか？

【ポイント】 全て言わない、含みを持たせる、次ぎへつなく、これが新聞や雑誌と違うところ。

# ボディコピーの目的

通常の本文＝商品の説明をする。

☆ あなたの本文＝行動に至らせる。

人が動くのは「感情」で欲しくなり、「理屈」で納得してから。

だから、あなたはボディコピーで読み手の感情と理性を刺激する必要がある。  
そのためには・・・。



**既に効果のあるパターンに従う。**

## ①Aida型

**Attention**  
**Interest**  
**Desire**  
**Action**



2つとも私のオリジナルではない。

元々マーケティング、広告の世界に存在しているセールスコピーパターン。そして、どちらも行動(action)は最後である。

## ②Problem 型

**Problem**  
**Agitate**  
**Solve**  
**Prove**  
**Offer Bonus**  
**Guarantee**  
**Call to Action**

# Aida 型

人はこの順序で購買行動に至る。

|           |          |                                                                                                     |
|-----------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Attention | 注意・興味の喚起 | キャッチコピーで注目と興味を引く。                                                                                   |
| Interest  | 興味の増幅    | リードコピーで興味を増幅させる。                                                                                    |
| Desire    | 欲求喚起     | ※悩みを共有してあげるのが酒井が書くときのコツ。<br>ボディコピーで相手を受け入れて、「この人、私のことを分かっている」と感じてもらい、その後商品の魅力とウリを伝える。心の架け橋を築く。ラポール。 |
| Action    | 行動誘導     | 資料請求、問い合わせ、申し込みを促す。                                                                                 |



## Attention



『ねえ、ねえ、佐藤部長っていつも同じスーツよね。ちょっと臭わない？』・・・あなたは会社の女性にそう思われていませんか？

## Interest

そろそろスーツを新調したいな。でも、お店に行ってもスーツがたくさんあってどれを選んで良いのか分からないから、結局いつも代わり映えのしないスーツを選んでしまう・・・あなたもそう思っていますか？でもたった3つのポイントをおさえるだけであなたもセンスの良いスーツを選ぶことができることを知っていましたか？

## Desire

普通の方は紳士服店に行っても似たようなスーツばかりがずらりと並んでいてどれを選べばいいのか分かりません。流行の型や色も試してみたいけど、「何をお探しですか？」とすぐに店員が近づいてきてゆっくり見てもらえない。

だからつい一緒にいる奥さんにお見立てを任せてしまう。そうするといつも同じような色、形の代わり映えのしないスーツが何着も増えてしまいます。そんなあなたのスーツを見て会社の女子社員はあなたのことを「センスの無い上司」と思っているかも！？そこで今日はあなたにすぐに役立つ『デキる男のスーツ選び3つのポイント』をお教えしますね。

## Action

（この後、①デキる男はココにこだわる②女子社員はココを見ている③スーツとネクタイとワイシャツの組合せにセンスが出る、といった特集記事を組み、その後「私たち〇〇紳士服店ではこの度『デキル管理職スーツ応援フェア』を開催しています、といったPRにつなげる。」）

## Attention

【〇〇地区にお住まいの小学生のお嬢さんのパパへ】



『 **パパ大好きっ！** 』っていつまでも言われたくありませんか？

## Interest

「パパとママどっちが好き？」そう聞かれた時に、かわいい娘さんからは「パパ～！！」と言われたいですね。そのためには今年の夏がパパにとってのチャンスなのですが・・・。

# Desire

いよいよ行楽シーズンが到来です。お子さんの大切な思い出作りもパパの大切な夏の仕事。

今年もお子さんには多くの素敵な思い出を残してあげたいものです。

小学生の夏の思い出は色あせることがなく何年経っても子どもの大切な思い出となります。

あなたも子供のころの写真を見ると、その頃のことを今でも思い出しますよね。

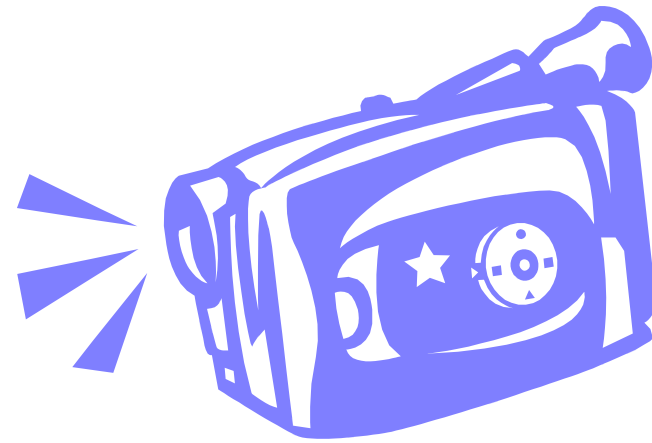
あなたのご両親が記録してくれたその写真はあなたの宝物です。

今年の夏はあなたもお子さんの夏の大切な思い出を記録してあげてはいかがですか？お子さんが大きくなっても今年の夏の楽しかった出来事を思いおこすたびに、きっとあなたにこう言うはずです。『パパありがとう』って。

そして、今年の夏の思い出作りのために私たちにも少しお手伝いをさせて下さい。

# Action

(この後、「私たち〇〇電器ではお子さんとの夏の思い出作りに最適な〇〇カメラ、ビデオを特別キャンペーンとしてご用意しています。」とか、「あなたもプロの腕前に！ 無料ビデオ講座開催中」といったPRにつなげる。）」



# Problem 型

人は快を求め、苦痛を避ける。そして、行動を起す強いモチベーションになるのは苦痛を避ける欲求。だから、抱えている問題、課題を直視してもらう。

|                       |                |                     |
|-----------------------|----------------|---------------------|
| <b>Problem</b>        | <b>問題提起</b>    | 抱えている問題、課題を直視させる。   |
| <b>Agitate</b>        | <b>扇動</b>      | 問題、課題を放っておく不安を増長する。 |
| <b>Solve</b>          | <b>解決策の提示</b>  | 解決策(商品・サービス)を提示する。  |
| <b>Prove</b>          | <b>証明</b>      | 効果を証明する。            |
| <b>Offer Bonus</b>    | <b>ボーナス、特典</b> | 特典を提供する。            |
| <b>Guarantee</b>      | <b>保証、約束</b>   | 保証する。約束する。          |
| <b>Call to Action</b> | <b>行動誘導</b>    | 資料請求、問い合わせ、申し込みを促す。 |

# Problem

ターゲット/健康を過信する 50、60 男性 関心/家族 訴求/キャンペーン告知



**『自分は身体が丈夫！53歳で長期入院するまではそう思っていました。』**

**（〇〇町 鈴木さん 57歳 会社員）**

悔やんだ時には既に遅い・・・それが病気です。ここ数年、普段は健康そのものであった50代の男性がある日突然、脳卒中や脳梗塞、そして心筋梗塞で倒れるケースが増えています。あなたも「健康には自信がある」そう思っていないませんか・・・。

# Agitate

## ■ もしも、あなたが倒れたら、家族は・・。

厚生労働省が3年ごとに実施している「患者調査」の平成〇〇年調査によると、脳血管疾患（脳出血や脳梗塞など）の総患者数は、136万5000人で、医療の進歩にもかかわらず3年前の調査から患者数が減っていません。さらに高血圧や糖尿病、がんなど、他の生活習慣病はそれぞれ10パーセン前後増えていると発表されています。家族の柱であるあなたが、もしもこんな病に見舞われたら一家の生活はどうなってしまうのでしょうか。考えただけでも恐ろしいことです。



# Solve

## ■ 健康は日頃のちょっとした心がけがあれば維持できる

一方でいくつになっても心身ともに健康で、元気に仕事をしたり、旅行に出かけて見聞を広めたり、趣味を極めて充実した人生を送っている方も増えています。これは素晴らしいことです。

実は普段からほんのちょっとした心がけと健康管理を心がけて、日常生活での悪い生活習慣を改善することができれば、かなりの確率で私たちも健康な生活が続けることができます。

（この後、「現在、私たち〇〇（保険、健康食品、スポーツ施設、病院、治療施設）では〇〇地区の男性の方の健康維持のために※※キャンペーンを実施しています。」といったPRにつなげる。）

# Prove

## ■ 健康を手に入れた方の声

既に私たち〇〇をご利用のされた方からは次のような感想を頂いています。



※※さん 58 歳

〇〇さんのおかげです。

私は……………

……………。

(※紙面スペースがあれば3人以上の実物感想を掲載する。または権威者の推薦の言葉。)

## Offer Bonus

### ■ 健康増進のための特別プレゼントをあなたに！

さらに、4月10日までにお申し込み頂いた方には特典としてあなたの健康増進と維持のために次の特別なボーナスを進呈させていただきます。

- ① 読むだけでぐんぐん健康になる！と評判の『50歳からの健康読本（非売品）』
- ② 毎日一杯飲むだけで血栓予防に最適な青汁（1か月分）
- ③ ストレスも吹き飛ばす極楽気分！スーパー銭湯 なんと1ヶ月無料入湯券
- ④ 一日1万歩、歩いていますか？ベルトに装着できて文字が大きな高級万歩計
- ⑤ 散歩に最適！メジャーリーグ製お洒落なスポーツキャップ

（※紙面スペースがあれば特典は5つ以上を掲載。ザッツ・ノット・オール。特典にもショルダーコピーをつける。）

# Guarantee

## ■ 3つのお約束

そして、私たちのサービスの自信とあなたとの信頼を築くために  
今回はこんな大胆な保証をつけます。

### 『3月間の100%完全満足返金保証』

(※15%の人が興味はあるが迷っている。自社で実行できる返品、返金、無料試用、アフターサービス、保証、約束を提示する。)



## Call to Action

### ■ お申し込み、お問い合わせは今すぐ

なお、今回のキャンペーンは4月10日までとなっております。

〇〇に少しでもご興味のある方は今すぐに下記からお問い合わせ、お申し込みください。

(※「今すぐ」は必ず入れる。申し込み窓口は電話、FAX、メール、サイト、ハガキ等可能な手段を全て掲載する。)

**お申し込みは今すぐこちらから**

## Problem

**【緊急告知】70歳以上の方の家庭内での転倒骨折急増中！**

**家庭内で高齢者が転倒する意外な3つの理由。**



“高齢化社会がすすみ長期入院される 70 歳以上の方が増えていますが、そのきっかけは家の中での転倒が原因であることが多いのです。70 歳以上の方と一緒に暮している方は大切なご家族のためにこれから説明する次の3つのことを注意して読んでください。

# Agitate

## ■ 高齢者の長期入院は家庭内の転倒が原因！？



医療関係者にはよく知られたことなのですが、実は高齢者の長期入院の多くはそのきっかけが家庭内での転倒によるものです。転倒によって足首や股関節を骨折し入院している間に足の筋肉が衰え、それで寝たきりになり長期入院となる場合が多いのです。

そのためご高齢の方がいらっしゃるご家庭では今すぐに次の箇所の点検を試みてください。

（この後「階段」「居間と廊下の段差」「風呂場」「玄関の上がりかまち」等での段差による高齢者の転倒の危険性を図や写真とともに解説する。）

# Solve

## ■ 大好評『家庭内の転倒防止フェア』を今年も開催

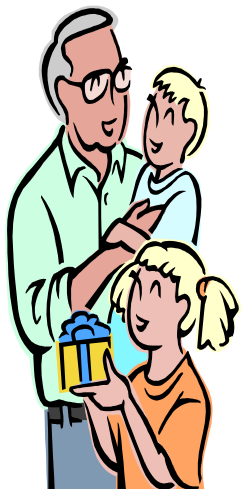
いかがですか。高齢の方は若い方に比べて足首が硬いため、こういった場所で歩く時や階段の昇降時にはつま先が上がりにくく転倒しやすいのです。そしてつまづいてバランスを崩し、手を出した時に手首と足を骨折しやすくなります。「うちにもおじいちゃんとおばあちゃんがいるのだけれど、どうしようかしら？」そう思われた方は遠慮なく私たち〇〇工務店にご相談下さい。

私たちは〇〇地区で37年にわたり家庭内での手すり設置や段差解消を手がけており『家庭内での転倒防止ノウハウ』に関しては地域でナンバーワンと自負しています。また、下記の期間、ショールームでは「家庭内での転倒防止フェア」を開催しています。期間中には〇〇ケアセンターの佐藤所長をお迎えして毎年好評の「家庭でできる！高齢者の転倒防止7つの心構え」講演会も開催いたします。参加費は無料です。お気軽にご参加下さい。但し、席に限りがありますので、ご希望の方は下記から今すぐに参加のご予約を行われることをお勧めします。あなたさまとご家族のみなさまのご参加をお待ちしています。



# Prove

## ■ 私たち〇〇工務店にとって大切な地域のみなさんの声！

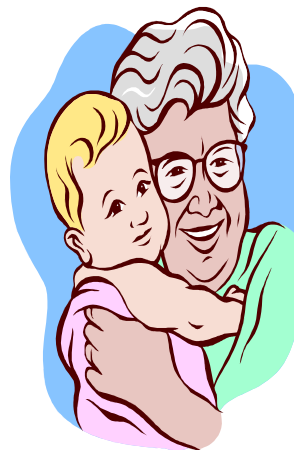


※※さん 82 歳

『手すりのおかげ  
でケガをしないで  
すみました。』

.....

.....。



※※さん 78 歳

『段差がなくなっ  
たので安心して孫  
と遊べます。』

.....

.....。

(※紙面スペースがあれば3人以上の実物感想を掲載する。または権威者の推薦の言葉。)

## Offer Bonus

### ■ ご来場頂いたあなたには特別なプレゼントも！

「家庭内での転倒防止フェア」を開催中、ショールームにお越しのみなさまには次のようなプレゼントもご用意しています。

- ① 読むだけでぐんぐん健康になる！と評判の『中年の健康読本（非売品）』
- ② 毎日一杯飲むだけで血栓予防に最適な青汁（1か月分）
- ③ ストレスも吹き飛ばす極楽気分！スーパー銭湯 なんと1ヶ月無料入湯券
- ④ 一日1万歩あるいていますか？ベルトに装着できて文字が大きな高級万歩計
- ⑤ 散歩に最適！メジャーリーグ製お洒落なスポーツキャップ

（※紙面スペースがあれば特典は5つ以上を掲載する。ショルダーコピーをつける。）

# Guarantee

## ■ あなたにお約束します。

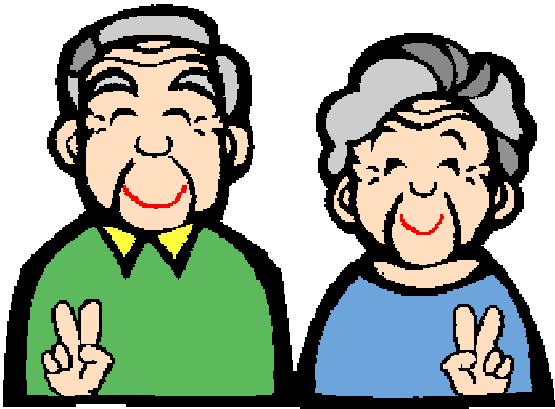
「家庭内での転倒防止フェア」を開催中は専門スタッフがあなたのご相談を無料でお伺いします。またご希望の方にはリフォームの見積もりも無料で行なわせて頂きますが、後日、当工務店からあなた様に営業のための訪問や電話をすることは一切しないことをお約束いたします。

安心して、お気軽に、どんなことでもご相談ください。

(※実行できる返品、返金、無料試用、アフターサービス、保証、約束を提示する。)

## Call to Action

### ■ 昨年は3時間で満席になりました。ご予約は今すぐに！



毎年好評の「家庭でできる！高齢者の転倒防止7つの心構え」講演会（参加費は無料）は会場の都合上席に限りがあり先着予約制となっています。ご希望の方は下記から今

すぐに参加のご予約をお願いいたします。

（※「今すぐ」は必ず入れる。申し込み窓口は電話、FAX、メール、サイト、ハガキ等可能な手段を全て掲載する。）

ちょっとブレイク！！

とろりとしていて、美味しい



とろ～りとしていて、  
お・い・し・いっ！

左図右書・・・左の目で図を見て、右の目で文を読む

**64通のDM送付で23  
件の問い合わせがあり  
ました。もっと早くから  
自分で書けばよかった  
です。**



**東野専務夫妻**

**チラシのコピーを変え  
てから、本当に集客が  
対前年度比で10倍に  
なりました。**



**後藤社長**

## ①純広告と記事広告

記事広告＝記事とよく似た体裁の広告で、消費者の警戒心が薄れ注目を集めやすいと言われる。広告に見えない広告。

参考:高島屋、三越とカタログハウス

## ②お手本は通販会社

通販会社は文字で売る商売。 参考: カタログハウス、ユーキャン、ユーリーグ、やずや、アスカ

### ③まずA4 1枚

A4 1枚→3枚→サイト

## ④作成のコツと熟成

最初に各項目の骨子を2～3行で書く。全体の流れを大きく考える。

次に「考えず」「編集せず」「手で」書く。

その次に「編集」する。

書いた直後は興奮している。1～3日は熟成して再度編集。

前ページのような項目をチェックしてみる。

他人に読んでもらう。細部はプロに任せてもOK。

## ⑤テスト

ターゲットと同層の社員、親戚。ミミコミ誌や会計事務所、地元の団体で発行している媒体、自社顧客リスト向けDM、メルマガ、ブログ。





■ 売れる文章を書くためにあなたにこれから  
1週間でやって欲しい3つのこと

① **本レジメを読み直す。**

② **『あなたがたった2時間で10倍売れる・・・。』を3回書き写す。通販カタログを手に入れる。**

③ **自分で社商品用にA4 1枚の原稿を書く。**

## ■ POPのパターン

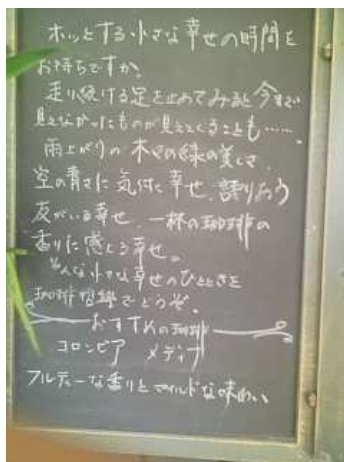
### ◆チラシ型



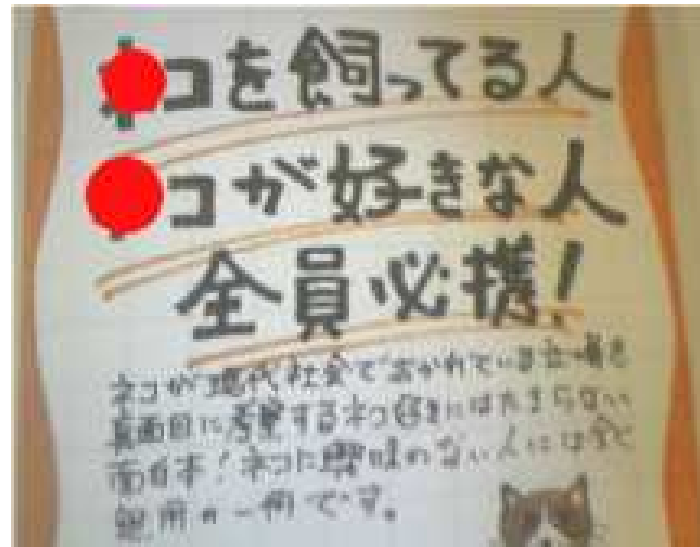
### ◆ひとこと型



### ◆自由奔放型



## ◆ベーシック型(キャッチ＋本文)



## ■本文(ボディコピー)の作り方 基本パターン

①その商品を取り上げた理由。

②どこが誰が、どんな思いで、  
どうやって作ったか。

③あなたの得、メリット。



## 店長おススメ ナンバーワン！ 前回は3時間で10箱完売した 達人の作った減農薬野菜入荷し ました！！

家族には美味しくて、安全安心な野菜を食べさせ  
たい！そんなお母さんを応援したいとの思いか  
ら仕入れた自慢の野菜です。

その商品を取り上げた理由

地元〇〇町で野菜作りの達人と呼ばれている佐  
藤さんが農薬や化学肥料を減らして育てた朝採  
り新鮮野菜が只今入荷しました。

どこの誰が、どんな思いで、どうやって作ったか

一度食べたらやみつきになること間違いなしの  
その味は保証付きです。

あなたの得、メリット

実は前頁の基本パターンが分かったと、次のような応用パターンを作ることができるのです。

キャッチコピー＋商品を取り上げた理由パターン



**前回は3時間で10箱完売した  
達人の作った減農薬野菜入荷し  
ました！！**

家族には美味しくて、安全安心な野菜を食べさせ  
たい！そんなお母さんを応援したいとの思いか  
ら仕入れた自慢の野菜です。次回入荷は未定で  
す。お早めに。

キャッチコピー+

どこの誰が、どんな思いで、どうやって作ったかパターン



**前回は3時間で10箱完売した  
達人の作った減農薬野菜入荷し  
ました！！**

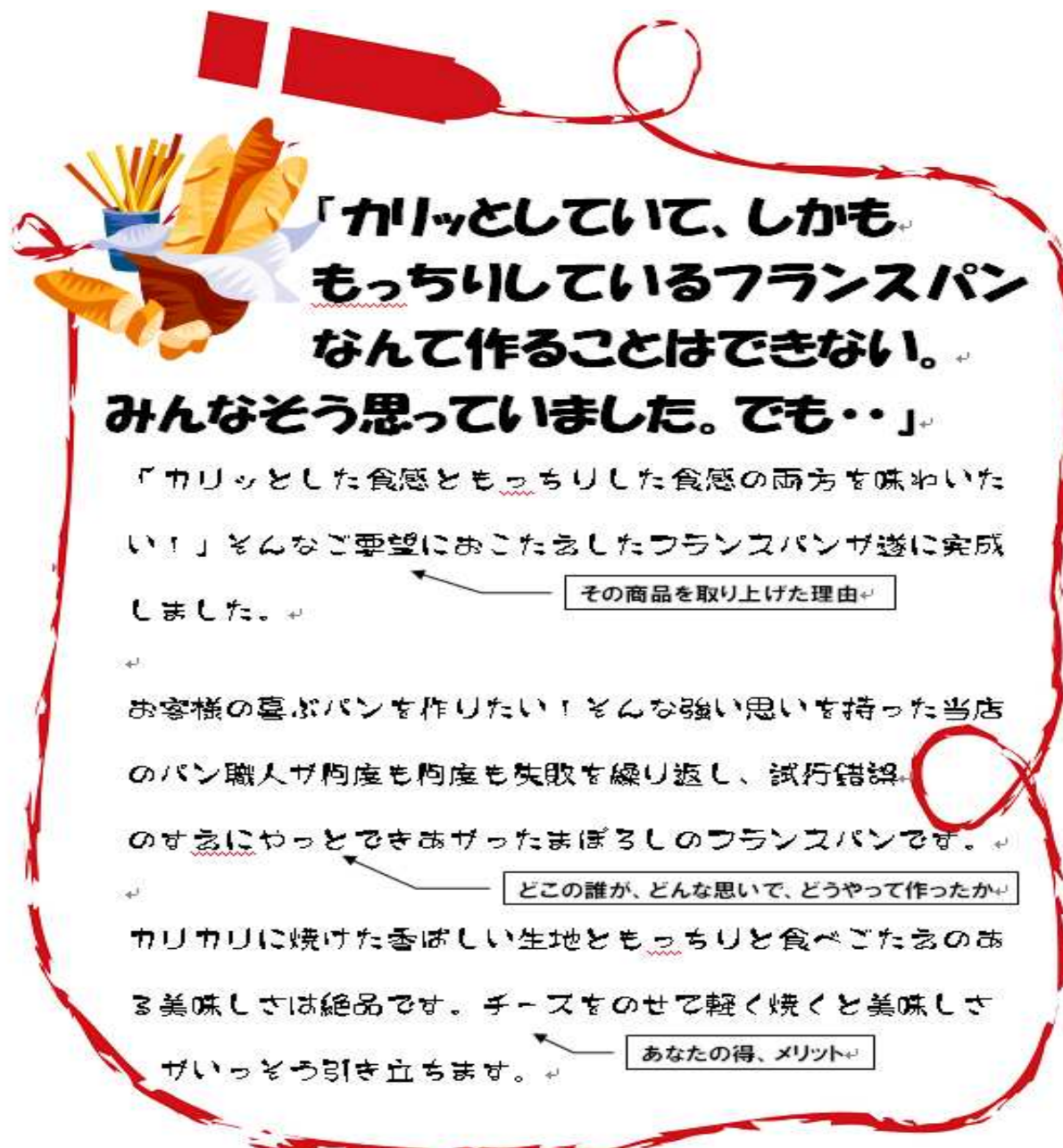
地元〇〇町で野菜作りの達人と呼ばれている佐藤さんが農薬や化学肥料を減らして育てた朝採り新鮮野菜が只今入荷しました。今回も限定10箱です。お早めに！



**前回は3時間で10箱完売した  
達人の作った減農薬野菜入荷し  
ました！！**

農薬や化学肥料を減らして育てた朝採り新鮮野菜  
入荷しました。一度食べたらやみつきになること  
間違いなし！





「カリッとしていて、しかも  
もちりしているフランスパン  
なんて作ることはできない。」

みんなそう思っていました。でも・・・」

「カリッとした食感とももちりした食感の両方を味わいた  
い！」そんなご要望におこたえたフランスパンが遂に完成  
しました。

その商品を取り上げた理由

お客様の喜ぶパンを作りたい！そんな強い思いを持った当店  
のパン職人が何度も何度も失敗を繰り返し、試行錯誤  
のすゑにやっとできあがったまぼろしのフランスパンです。

どこの誰が、どんな思いで、どうやって作ったか

カリカリに焼けた香ばしい生地とももちりと食べごたえのあ  
る美味しさは絶品です。チーズをのせて軽く焼くと美味しさ  
がいっそう引き立ちます。

あなたの得、メリット



## 『足先が冷たくて布団に入っても なかなか寝つけないあなたへ』

足が冷たくて眠れない～。実は私も長年冷え性で悩んできたのですが、最近はこのくつ下のおかげでぐ～っすり熟睡しています。私と同じように冷えに悩むあなたに足の指先までポカポカになるくつ下を紹介します。

### その商品を取り上げた理由

パイル編みのベストや帽子、くつ下があたたかいのは知っていますよね。あのフカフカで、もこもこのループ状に編まれた網目の中に空気の層ができるのであたたかさをキープできるわけです。でも、パイル編みのくつ下のほとんどは普通のソックスタイプです。と・こ・ろ・が！なんと、このくつ下は女性の冷え性対策に熱心な〇〇社が足の指1本1本の部分まで丁寧にパイル編みで仕上げた”5本指くつ下”なのです。

### どこの誰が、どんな思いで、どうやって作ったか

足の指先1本1本が起毛のパイル編みでやさし～く包まれるのではいた瞬間からすぐにポカポカしてきて、寒い夜にお布団に入っても朝までぐ～っすりと眠ることができるようになります。冷え性の方にはオススメ！の一足です。

### あなたの得、メリット

## 【注目】

事例を他にも2つ紹介しますが、野菜もパンも靴下にも際立った特徴があるわけではないことに気づいてもらえたでしょうか？よほどの大企業でない限り他社と圧倒的に異なる商品やサービスを扱っている会社やお店はありません。中小企業の商品の差別化は頭の中で生み出されるのです。それをコピーで表現することになります。「ウチは魚屋だから・・・」「わが社は車検工場だから・・・」「当店はフツートのそば屋だから・・・」まったく関係ありません。あるビール会社工場の話があります。ある靴下屋さんの話があります。ある自動車販売店の話があります。どれも頭から生み出された差別化であることにどれだけの人が気がついたでしょうか？

・・・では実際に書いて、作ってみましょう。不明点は遠慮なく聞いてね！！

**●基本パターン**

キャッチコピー＋

①その商品を取り上げた理由。

②どこの誰が、どんな思いで、どうやって作ったか。

③あなたの得、メリット

**●応用パターン**

キャッチコピー＋

その商品を取り上げた理由。

**●応用パターン**

キャッチコピー＋

あなたの得、メリット。

**●応用パターン**

キャッチコピー＋

どこの誰が、どんな思いで、どうやって作ったか。

## ■セミナー特典

# 『キャッチコピー300本』をあなたにプレゼントします。

今回セミナーで学ばれたあなたにはどんな業種でも応用できる「厳選・売れるキャッチコピー集300本」(非売品)を無料プレゼントします。私が毎日TV、ラジオ、新聞、雑誌、書籍、広告から見つけたキャッチコピーや広告コピーを300本集めたものです。



「厳選・売れるキャッチコピー集300本」は下記のサイトからダウンロードしてご利用下さい。24時間いつでもアクセス可能です。

<http://www.middleage.jp/300catch/300catch.html>

## ■さいごに

自分で広告文章が書けると日本全国を相手に通販やネットビジネスも可能になります。みなさんの書いた広告コピーを読めることを楽しみにしています。



『私は失敗したわけではない。

私は単に成功しない方法を1万個も発見しただけだ。』

(トーマス・アルヴァ・エジソン)