

## 著作権について

本書籍と表記は、著作権法で保護されている著作物です。

本書籍の著作権は発行者にあります。

本書籍の使用に関しましては、下記の点にご注意ください。

## 使用許諾契約書

本契約は、本書籍を入手した個人・法人（以下、甲と称す）と発行者（以下、乙と称す）との間で合意した契約です。

本書籍を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

### 第1条 本契約の目的：

乙が著作権を有する本書籍に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

### 第2条 禁止事項：

本書籍に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。

甲は本書籍から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。

特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。

甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ、本書籍に含まれる情報を使用できるものとします。

### 第3条 損害賠償：

甲が本契約の第2条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

### 第4条 契約の解除：

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

### 第5条 責任の範囲：

本書籍の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

## ABC基礎授業 補助教材

# 【他のマーケターがあなたに一切太刀打ちできなくなる圧倒的文章力】

## Step2

### ■ 売れるステップメールの書き方



テキストをご覧いただきありがとうございます。

本テキストはABC基礎授業で学んだことを実践する際に「**文章執筆**」で失敗し、挫折してしまわないようにするため補助教材として、「**【他のマーケターがあなたに一切太刀打ちできなくなる圧倒的文章力】 Step2**」をお伝えします。

Step1で文章力の基本の身に付け方を知ったあなたは、基本さえ身に付けてしまえば、あとは型を駆使して売れるステップメールを書いていくだけです。

本テキストではステップメールを書く上で重要な原則についてお伝えします。

## ◆ 基本となる3つの原則

売れるステップメールを書くために必要な原則は3つです。

「やけに少ないな？」と思うかもしれませんが、これだけ押さえておけば少なくともあなたに興味を持つ人が0人ということはまずありえなくなります。

### ① 価値観やミッションを伝える(共有する)

初めてあなたのメールをよんでくれたお客さんは、まだその段階ではあなたのことを信用していません。

**むしろ疑っているのが普通で、あなたは詐欺師だと思われています。**

あなたがどれだけ優良なコンテンツを販売しようとしても、お客さんはまだあなたのことを全然知りません。

「興味はあるけど信じるのは怖い」と思われるのが普通です。

そんなお客さんの不安、恐怖を少なくさせて安心してもらえるようにする方法は1つしかありません。

**あなたがビジネスをする上での価値観や、ミッション(使命)を明確に伝えることです。**

(つまり、コンセプトメイキングです)

あなたが商品を売る理由は「自分が今、お金が欲しいだけだから」ではありません。

お客さんのどんな悩み、困りごとを解決したいのかという「お客さんのために何がしたいか」というミッションがあるはずです。

まずは、その思いをはっきりとお客さんに伝わるように書きましょう。

教育効果の高いステップメールには、それだけ強い思いが込められています。

## ② 心を激しく揺さぶる

お客さんが商品を買ってくれるのは、お客さん自身の感情的な理由からです。

100%理論的に考えて納得したから商品を買うわけではありません。

「その商品、ステップメールに感情を動かされたから、衝動的に買ってしまった」という人が多いです。

「人は感情で買って、論理で正当化する」

これはとても有名な話です。

なので、あなたが商品を売るステップメールを書くときは、

- ▶ 不安、恐怖から逃れたい
- ▶ ○○になりたい
- ▶ 欲求を満たしたい

といったお客さんの「感情的な部分」を見つけ出して、そこを刺激してください。

例えば、ダイエット系のノウハウやサプリメント。

これらを買いたいと思うお客さんの「核心」となる感情は一体何でしょうか？

- ▶ 男性or女性からモテたい
- ▶ ずっと健康体でいたい

## 【他のマーケターがあなたに一切太刀打ちできなくなる圧倒的文章力】Step2

- ▶ 周りから羨ましがられるような身体を手に入れたい

といった**ポジティブ**な感情もあれば、

- ▶ 周りからデブといわれるのが嫌で、とにかく痩せたい
- ▶ 「太ってるから」という理由で振られて悔しかったから
- ▶ 自分の身体を見るたびに死にたくなるくらい悲しくなるから

といった**ネガティブ**な感情が理由のときもあります。

どんな場合であっても、**大事なのはステップメールでお客様のその感情を引き出すことです。**

そして、ストーリーや数字を使ったデータ、他のお客様の声などを使ってその感情を大きく揺さぶってください。

「欲しい」、「買いたい」というお客様の欲求に**火を着ける**のです。

しかし、ここで大事なのは、

**感情は販売者が用意できるものではないこと**

**見込み客が持っている感情を拡大していくことしかできないこと**

です。

## 【他のマーケターがあなたに一切太刀打ちできなくなる圧倒的文章力】 Step2

見込み客が持っている、実際に買った人の「購入のトリガー」になった感情が一体何なのか？それを調べて一致させましょう。

調べる方法はアンケート調査などを行うといいです。

調べた結果をもとにどんな感情を引き出すのか、具体的に構想を練っていきましょう。

完全初心者で商品を買ってくれた人がいないという人は、まず、初陣となるセールスではテストとしてアンケートフォームを設置してお客さんの意見を集めましょう。

そして、2回目、3回目からはアンケート結果をもとに書き上げたメールを用いて、さらに良い結果をせるように修正していきましょう。

### ③ ベネフィットをはっきり伝える

これは授業の方でもお伝えしました。

- ▶ その商品を買うと自分にどんな結果が手に入るのか？
- ▶ その商品を買うと自分にどんな変化が起きるのか？
- ▶ その商品を買うと自分はどんな未来を手に入れられるのか？

僕たち販売者は常にその商品のことを考えて、使い続けているので、その商品がもたらす「結果」や「利益」は当たり前のように分かっています。

ですが、見込み客は違います。

その商品のことを知らないどころか、今初めて知ったばかりなのです。

## 【他のマーケターがあなたに一切太刀打ちできなくなる圧倒的文章力】Step2

なので、あなたは「**その商品を買うとどうなるのか？**」を具体的に正しく伝えなければいけません。

これをおろそかにすると、

**「いや、あなたの商品がなんかすごいのは分かったけど、じゃあ私にどんな結果をもたらしてくれるんですか？」**

と、言われ、商品の情報が一切伝わらず、商品を買ってもらえません。

なので、ベネフィットをはっきり示して丁寧に伝えていくことが重要です。

**伝えるときも、同じベネフィットでも表現を変えて繰り返し伝えることでお客さんの印象に残るようにしてください。**

そして、良く間違われる失敗ですが、

**「スペック(性能)」ではなく、「結果」を伝えましょう。**

スペックが高いだけでは良い結果を得られる保障はどこにもありません。  
良い結果を見せることが、良い結果を得られるなりよりの証拠になります。

「世界中でまだ日本にしかない新型エンジン搭載です」ではなく、

「低燃費で従来の自動車よりガソリン代が5分の1で済む優れものです」といった感じです。

以上がステップメールを書くための基本になります。

文章を書く基本と合わせて、基本続きで大変かと思いますが、

しっかり基本を身に付けて実践することが最速最短で成功する唯一の方法です。

他の人たちと同じように楽な方法に流されず、しっかりと堅実にスキルを高めていきましょう。

【他のマーケターがあなたに一切太刀打ちできなくなる圧倒的文章力】 Step2

ここまでご覧いただきありがとうございました。

引き続きABC基礎授業でもよろしく申し上げます。

松葉