

セールスライターの教科書シリーズ

60分で学ぶセールスライティングの極意

お金の心配なんて笑い飛ばせます！
「セールスライティングの極意」を学べば・・・。

HIRO 著



【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。

このレポートの著作権は HIRO に属します。

著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。
著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

【推奨環境】

このレポートに記載されている URL はクリックできます。

できない場合は最新の AdobeReader を下記のページよりダウンロードしてください。(無料)

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

目次

目次.....	3
はじめに.....	4
第1章 いつ会社をクビになっても「これで」大丈夫！？.....	6
今のあなたの「頑張り」は本当に、あなたの「理想の道」に続いていますか？.....	6
セールスライティング・スキルとは何か？.....	8
広告（セールスライター）は「印刷された営業マン」です。.....	9
お金を稼ぐ源泉は「マーケティング」と「セールス」にあります。.....	13
セールスライティング・スキルは、誰にでも身に着けることが可能です。.....	13
第2章 セールスライティングの極意とは？.....	14
1. 「4つの原則」とは何か？.....	14
2. 「3つの壁」とは何か？.....	19
3. 「3つの壁を越えるための3つの方法」とは何か？.....	21
終わりに.....	24
「本物のプロフェッショナル」を目指すあなたへ.....	25
さらなるスキルアップを目指すための鉄板教材.....	26

はじめに

こんにちは。セールスライターのヒロです。

今回のレポートはいつも忙しいあなたでも、ほんの2時間で「**セールスライティングの極意**」を知識として理解してもらうことを目的に書きました。

何事も同じですが、知識として理解することができれば、後は行動するだけです。

行動することができれば、結果が出ます。結果が出れば、それを改善していくことができます。こうなれば、本業でも副業でも、あなたの仕事の成果が変わり始めるはずですよ。

今回のレポートは普段、僕が書くレポートに比べれば文章量は圧倒的に少ないです。でも、文章量が少ないからといって、その内容が薄いわけではありません。

むしろ、その内容は「**セールスライティングの本質部分**」だけを絞り出し、抽出したものになりますので無駄がありません。自分で言うのもなんですが、かなり「価値」があるものだと思います。

でも、そもそもなぜ、僕はわざわざ時間をかけてまでして、こんなレポートを作って、あなたにプレゼントしようと思ったのか？

それは、あなたに「**セールスライティングの重要性**」に気づいて欲しいと思ったからです。セールスライティングって、めちゃくちゃ大事ですよ。

断言しますが、セールスライティング・スキルはあなたが何をやるにしても最も重要なスキルです。これがなければ、何も始めることはできません。それは、本業でも副業でも一緒ですよ。

セールライターの教科書シリーズ
～60分で学ぶ「コピーライティングの極意」～

なぜなら、あなたがどんなに素晴らしい商品・サービスを持っていたとしても、セールライターがしょぼいだけで、あなたの商品は全く売れなくなってしまうからです。

それから、あなたがどんなに素晴らしいアイデアを持っていたとしても、その伝え方がしょぼいだけで、まったく相手に伝わらなくなってしまうからです。

何事も「そうだ！」と実感するためには、実践しなければなりません。そして、実践するためには簡単でなくてはなりません。

このレポートは読めば誰でも、すぐに実践できる内容になっているのでぜひ、すぐ明日からでも使ってみてください。そして、セールスライティング力を身に着け、あなたの人生から「退屈な仕事」と「お金」に関する心配を消し去ってください。

第1章 いつ会社をクビになっても「これで」大丈夫！？

「いつ会社をクビになっても、何が起きても大丈夫！」

あなたは、それを言い切れるだけの自信、そして「自分」と「自分の家族」を守っていけるだけの「一生稼げるスキル」を身に着けたいと思いませんか？それも今すぐに。

**今のあなたの「頑張り」は本当に、
あなたの「理想の道」に続いていますか？**

セールスライティングの話に行く前にちょっとだけ、あなたのこれまでの会社員人生を振り返ってみてください。

毎日、他の誰よりも遅くまで会社で残業して、本当はやりたくない仕事も文句も言わず引き受け、土日も家族に我慢してもらって休日返上で仕事漬け……。

もし、そんな風に会社のために、給料のために、家族のために、ただガムシヤラに働いてきた会社員人生だったと、そう思ったのなら……。

少しだけ、想像してみてください。

あなたは定年の日を迎えた時に「オレの会社員人生、こんなんでも良かったのかな…」と後悔しない自信はありますか？

セールスライターの教科書シリーズ
～60分で学ぶ「コピーライティングの極意」～

あなたが本当に望んでいる理想の状態、例えば、

- ・月々〇〇万円の収入が欲しい
- ・値札を見ずに買い物がしたい
- ・高級車を買いたい
- ・クレジットカードの締め日や給料日を気にせず買い物をしたい
- ・年に2,3回は家族と海外旅行に行きたい

などなど、願望は人それぞれだと思いますが、あなたが今、ガムシヤラに進んでいるその道は、あなたの理想の状態に続いている道でしょうか？

もし、あなたが「そうではない」と感じているのなら、どうかこの先を読み進めてください。

また、「現状にそこそこ満足しているが、将来に対する不安はいつもある」と感じているのならぜひ、この先を読み進めてください。

一応、お断りしておきますが、これから僕がお話することの中には「うまい儲け話」は一切ありません。そもそも、そんなものは存在しませんし、仮にあったとしても、そんなものは長くは続きません。

僕があなたに本気で伝えたいのはあなたが、今よりも大きな「価値」を生み出し、「影響力」を持つために役立つ方法です。「価値」と「影響力」は「稼ぎ」と、「稼ぎ」だけでは決して測れない「あなたの人生の充実度」を向上させるための源泉です。

その「価値」と「影響力」を生み出す方法こそが、セールスライティング・スキルなのです。

僕は本気で、セールスライティング・スキルは、すべての業界・職種で働く人が身に着けるべき知識とスキルであり、これを身に着けているか否かで「自分

の属する組織（多くは会社）の業績」と「自分自身の稼ぎ」が大きく左右されるほど、インパクトのあるものだと思っています。

例えば、たった1枚の売れるセールスレターが書けるか否かが「あなたの会社」や「あなた自身のキャリア」の行く末を左右することがあります。

それは一体、なぜなのでしょう？

これから、あなたにその秘密をお話していきます。

セールスライティング・スキルとは何か？

セールスライティング・スキルとは何でしょうか？

とても簡単に言ってしまうと、セールスライティング・スキルとは「お金を作るスキル」のことです。

ダイレクトレスポンスマーケティング（DRM）の世界では「Copy is King」（コピーライティングが王様）と言われるほど、ビジネスを行うにあたって、最も重要なスキルだと言われています。

なぜ、そこまで重要なのでしょうか？

それは「ペンは剣よりも強し」という言葉にもあるように「言葉」には人を動かし、世界をも変える力があるからです。

1枚の絵は100の言葉に匹敵します。

しかし、それ以上に1つの言葉によって、読み手の頭の中に描かれたイメージは1000もの絵に匹敵し、他のどんなものよりも説得力を持つのです。

ちなみに、テッド・ニコラスというダイレクトレスポンスマーケティング(DRM)界の伝説のマーケター・コピーライターがいるのですが、彼は彼の作った広告だけで7,000億円以上を売り上げています。(彼の著作はこちら→[コンサルタント 起業成功法則大全 著者：テッド・ニコラス](#))

今、この時点では、あなたは実感することができないかもしれませんが、たった1通のセールスレターが大金を稼ぎ出すのです。

セールスレターを書くスキル、つまり「セールスライティング・スキル」を身に着けるといことは「お金を作るスキル」、「お金を印刷するスキル」を身に着けることと「同じ」と言っても過言ではないのです。

広告（セールスレター）は「印刷された営業マン」です。

それから、セールスライティング・スキルを身に着けることの最大のメリットは「レバレッジが効く」ということです。レバレッジとは、いわゆる「テコの原理」のことです。

ここで算数の問題です。ちょっとだけ頑張って、計算してみてください。

例えば、1万円の商品売るためにセールスレターを書きました。ホームページに1日100アクセス来て、そのうち1人が購入すれば、1%の成約率で売上は1万円です。30日間で30万円になります。

では、このセールスレターの成約率を0.1%上げることができたらどうなるでしょうか？30日間の売上は100アクセス×30日=3000アクセスなので、33万円で、プラス3万円になります。

セールスライターの教科書シリーズ
～60分で学ぶ「コピーライティングの極意」～

上がった利益のうち、20万円は必ず手元に残すことにします。次の月（2か月目）は、儲かった30万円のうち10万円を広告費に充てます。そうすると、1日のアクセス数が200になりました。

そうすると、1日のアクセス 200×30 日=6,000 アクセスなので、1%の成約率のセールスレターでは30日間の売上は60万円。1.1%の成約率のセールスレターでは、30日間の売上は66万円になります。

20万円の利益は必ず残すので、その次の月の広告費は 66 万円-20万円=46万円です。そうしたら、1日のアクセス数が1,000になりました。

そうすると、1日のアクセス $1,000 \times 30$ 日=30,000 アクセスなので、1%の成約率のセールスレターでは、30日間の売上は300万円。1.1%の成約率のセールスレターでは、30日間の売上は330万円になります。

つまり、セールスレターの反応率をたった0.1%上げるだけで、利益を確実に確保できると同時に、上がった利益でアクセス数を買うことで、3か月後の売上が30万円も増えるのです。

仮に、セールスレターの反応率をもう1%の上げることが出来たら、反応率2%のセールスレターになるので、30日間の売上は600万円になります。

現実的には、1%反応率を上げることは結構大変ですが0.1%であれば、オファー（特典）を変えたり、ヘッドライン（見出し）を変えたりすれば、すぐに上げることができます。

これは、ちょっとした頭の体操ですが、イメージすることができたでしょうか？

では、もう少し具体的にイメージしてもらうために、もう一つ例を示します。

セールスライターの教科書シリーズ
～60分で学ぶ「コピーライティングの極意」～

ビジネスについて、僕たちは難しく考えがちですが、ビジネスは実は、とてもシンプルなものだということをあなたは知っていますか？ビジネスは、以下の3つの数字の掛け算で成り立っています。

リード (Lead) × コンバージョン (CV) × ライフタイムバリュー (LTV)

日本語で言うと、

アクセス数 × 成約率 × 顧客の生涯価値

です。

この式に、具体的な数字を当てはめてみます。

アクセス数 (1,000) × 成約率 (1%) × 顧客の生涯価値 (¥10,000)

=¥100,000 になります。

仮にセールスライターがしょぼ過ぎて、成約率は 0% だった場合、どうなるでしょうか？

アクセス数 (1,000) × 成約率 (0%) × 顧客の生涯価値 (¥10,000)

=¥0 です。

つまり、どんなにがんばってアクセスを集めても、どんなに素晴らしい商品・サービスを持っていても、セールスライターがしょぼいだけで全く稼ぐことができなくなってしまうのです。

では、ここに良いセールスライターがあればどうなるのでしょうか？

セールスライターの教科書シリーズ
～60分で学ぶ「コピーライティングの極意」～

アクセス数 (1,000) × 成約率 (2%) × 顧客の生涯価値 (¥10,000)

=¥200,000

このように、セールスライター出来次第で、稼ぎが¥0にもなれば倍にもなるのです。

これこそが、セールスライティングの威力であり、セールスライティングが最も重要だと言われる理由です。

成約率を 1% 上げることはわりと大変ですが、0.1% であればすぐに上げることができます。たとえば、ヘッドライン（見出し）を変えたりオファー（特典）を変えることによって、0.1% ぐらいであればすぐに上げることができます。

したがって、セールスライティング力がなくて、セールスライターがしょぼいと、商品・サービスが売れないだけでなく、ビジネス全体にレバレッジ（てこの原理）を効かすことができなくなってしまうのです。

セールスライターとは「紙又はウェブサイト上の営業マン」です。

一度売れるセールスライターが書けてしまえば、そのセールスライターはあなたが寝ている時でも、遊んでいる時でも 365 日休まず、しかも一切の文句も言わずにあなたの代わりとなって働き続けてくれるのです。

もし、この話を聞いてまだ、セールスライティングに興味すら湧かないのなら、厳しいですが、残念ながらあなたにはビジネスは向いていません。

なぜなら、やれば確実に結果が出る方法を知りながら、それを苦手だからとか興味を湧かないという理由で無視するのは、ビジネスを死に至らしめることと同じだからです。これは、プロのビジネスパーソンの態度ではありません。

お金を稼ぐ源泉は「マーケティング」と 「セールス」にあります。

ある時、僕はこのような「セールスライティングの可能性」に気づき、セールスライターになろうと決心しました。

なぜ、そう決心したのかというと、お金を稼ぐ源泉は「マーケティング」と「セールス」にあることに気付いたからです。

お金を稼ぐ源泉は商品・サービス、人事や経理など、その他の間接業務を上手にこなす知識・スキルにあるわけではありません。

お金持ちになる人にはある共通点があります。それは、本人が意識するかしないかに関わらず「マーケティング」と「セールス」が上手だということです。

また、セールスライティングというのは「スキル」です。

お金のように使ったら失われるものではなく、自分の中の資産として確実に蓄積していくものです。極端な話、「セールスライティング・スキル」は「お金を生み出すスキル」なので、万が一、あなたが無一文になってしまっても、いくらでもやり直すことができます。全てを失っても一度、身に着けてしまったスキルはなくなることはないのです。

セールスライティング・スキルは、誰にでも身に着けることが可能です。

それでは、「セールスライティングの極意」をあなたにお教えします。

極意といっても難しいものではありません。やれば誰でもできることです。

なぜなら、セールスライティングには、すでに確立した知識体系が存在するからです。意欲さえあれば、誰でも学び取ることができるのです。

それから、「セールスライティングの極意」と併せて、セールスライティングに関する「確かな知識」と「確かな情報源」を得る方法についても紹介したいと思います。

これを一度学び、理解し、そして実践することで、あなたの人生は劇的に変化するでしょう。

第2章 セールスライティングの極意とは？

「セールスライティングの極意」を理解するためのキーワードは3つあります。

それは、「4つの原則」と「3つの壁」、そして「3つの壁を越えるための3つの方法」です。

それでは、順番に解説していきます。

1. 「4つの原則」とは何か？

「セールスライティングの極意」を理解するための「4つの原則」とは、

- 1、ターゲット（読み手）を明確にする。
- 2、目的を明確にする。
- 3、ストーリーを明確にする。
- 4、ターゲット（読み手）にとってのベネフィット（便益）を明確にする。

ということです。

1、ターゲット（読み手）を明確にする

ターゲット（読み手）とは、あなたの「セールスレターを読む人」のことです。

セールスレターとは、ラブレターです。

あなたは今まで、誰かにラブレターを書いたことがありますか？

まさか、不特定多数の人にラブレターは書きませんでしたよね。

セールスレターもラブレターと同じように、たった1人の人物に向かって書きます。

現実には、あなたが書くセールスレターは多くの人目に触れることになりませんが、それでもセールスレターのメッセージは必ず、たった1人の人物に宛てて書くようにしてください。

なぜなら、たった1人の人物の心にも届かないセールスレターは決して、万人の心に届くことはないからです。

あなたには、好きな歌手はいますか？

彼らの歌は必ずと言って良いほど「不特定多数のみんな」ではなく「特定の誰か」に向けた歌詞になっていますよね。例えば、恋人や家族に向けたものとか。

たった1人の人物の心に届くメッセージは万人の心にも届くのです。

したがって、セールスレターにおけるターゲット（読み手）は、実在するたった1人の人物に設定するようにしてください。

2、目的を明確にする

ラブレターの目的はなんですか？

彼女もしくは彼に自分の想いを伝えて、お付き合いを始めることですね。

セールスレターも同じです。

- ・商品を買ってもらいたいのか？
- ・問い合わせの電話をしてもらいたいのか？
- ・資料請求の申し込みをしてもらいたいのか？

相手に何を伝え、何をしてもらいたいのかという目的を明確にしてください。

そして、そのメッセージは1つに絞り込んでください。

なぜなら、「混乱した脳は常に No という」からです。

読み手の頭の中で「?????」が多くなればなるほど、あなたのセールスレターは読まれなくなってしまいます。

3、ストーリー（物語）を明確にする

あなたは子どもの頃、周囲の大人からどんなストーリー（物語）を聞かせてもらった記憶がありますか？

ストーリー（物語）というものは不思議と人々の心に残り続けます。ストーリーは説得に勝るのです。

商品の開発秘話、あなたやあなたの会社の成功物語、失敗談や苦勞話、そして信じられないような話など、読み手にとって面白い話を書いていきましょう。

ここでいう「面白い」という意味は、

- ・役に立つ
- ・新しい
- ・興味深い
- ・かっこいい
- ・勇気づけられる
- ・明るい気持ちになる

など、読み手にとっての「価値」のことを示します。

単に「笑える」ということが「面白い」ということではありません。

では、どうすれば「面白いストーリー（物語）」を書くことができるのでしょうか？

答えは「ターゲット（読み手）」、「商品」、そして「自分自身」に興味を持ち、深く理解することにあります。答えは常に、身近なところにあるものです。

様々なテクニックも大事ですが、本質的には「ターゲット（読み手）」、「商品」、そして「自分自身」をどれくらい理解できているかが勝負の分かれ目になります。

テクニックとは、スパイスのようなものです。勝負は素材である「ターゲット（読み手）」、「商品」、そして「あなた自身」との素晴らしい関係性を1つのストーリーによって、素晴らしい料理に仕上げることにあります。

4、ターゲット（読み手）にとってのベネフィット（便益）を明確にする

ターゲット（読み手）はなぜ、セールスレターを読むのでしょうか？

答えは「自分自身の問題」を解決するためです。

- ・お金を稼ぐ方法が知りたい！
- ・ダイエットを成功させたい！
- ・恋人をつくる方法が知りたい！
- ・結婚する方法を知りたい！
- ・起業を成功させたい！
- ・売りに困らないビジネスモデルをつくる方法を知りたい！
- ・このままサラリーマンで終わりにたくない！

など、ターゲット（読み手）は現在の自分自身の悩み、痛み、苦境を解決するためにセールスレターを読むのです。

その時、あなたの書くセールスレターには、ターゲット（読み手）が望むような魅力的な解決策が書いてあるのでしょうか？また、その解決策はあなたのライバルたちの解決策と比べて、「何」が「どのように」違うのでしょうか？

セールスレターでは、自分自身でも「自信」と「確信」が持てるほどに、ターゲット（読み手）にとっての圧倒的なベネフィット（便益）を明確に表現していきましょう。

2. 「3つの壁」とは何か？

どんなターゲット（読み手）も「3つの壁」を持っています。

それは、

- 1、読まない、聞かない
- 2、信じない
- 3、行動しない

という壁です。

あなたがどんなに一生懸命にセールスレターを書いても、あなたのターゲット（読み手）は基本的に、あなたのセールスレターを読みません。無視します。

また、仮に読んでくれたとしても、あなたの言っていることを信じてくれません。

そして、仮に信じたとしても、あなたの思い通りには行動してくれません。

あなたのターゲット（読み手）は、あなたのセールスレター以外にも毎日、たくさん他のセールスレターから提案を受け続けているのです。しかも、彼らは自分自身の仕事と生活で大忙しなのです。セールスレターを見ている暇などありません。

こういう状況なので残念ながら、あなたのセールスレターが読まれるチャンスは一瞬あるかないかです。とても狭き門なのです。

厳しいですが、あなたにはこの覚悟を持ってセールスレターを書き始めて欲しいのです。

なぜなら、プロのコピーライターの本当の仕事とは、ターゲット（読み手）のこの「3つの壁」、

- 1、読まない、聞かない
- 2、信じない
- 3、行動しない

を越えることができるセールスレターを書くこと。その1点にあるからです。

セールスライターにとっての成功の尺度は、自分が書いたセールスレターがどれだけの人の心を動かし、その結果としてどれだけの売上と利益をもたらしたのかにあるのです。

この「3つの壁」を越えることができなければ、あなたの書いたセールスレターがどんなに素晴らしい文章であっても、あなたのセールスレターは失敗です。

ゴミ箱行きです。厳しいですが、これが現実です。

あなたが書くべきセールスレターは「上手な文章」、「心に響く言葉」ではなく、「ターゲット（読み手）を行動させることができるもの」でなければなりません。

それができなければ意味がありません。

例えるなら、寒い冬の休日の朝、いつまでも布団の中にいるクライアントが、たまたま、あなたの書いたセールスレターを目にしたその瞬間、直ちに布団から飛び出て、行動せずにはいられなくなるような強力なセールスレターを書く必要があるのです。

3. 「3つの壁を越えるための3つの方法」とは何か？

それでは、この「3つの壁」

- 1、読まない、聞かない
- 2、信じない
- 3、行動しない

をどのように越えていけばいいのでしょうか？

「1、読まない、聞かない」を越える方法

「読まない、聞かない」を越える方法は、ターゲット（読み手）の興味・関心を引くことです。

つまり、

「あなたの欲しいもの、関心を持っているものがここにあります」

ということを相手に伝えるのです。相手の興味・関心を引く方法はそれこそ、無数のテクニックがありますが最も重要なことは、あなた自身がターゲット（相手）のことを良く知り、深く理解することです。

相手の心理や気持ちを理解する方法など無数のテクニックは、ターゲット（読み手）に対する理解があって、はじめて効果を発揮するのです。

「2、信じない」を越える方法

「信じない」を越える方法はとてもシンプルです。

それは、断言することです。

例えば、「○○かもしれません」「○○のように言われています」という表現ではなく、「○○です」「○○が可能になります」というように、必ず断言してください。

ターゲット（読み手）は、自分の問題（悩み、痛み、苦境）の解決策を探すためにあなたのセールスレターを読んでいるのです。

その解決策を提供するあなたの言っていることが「○○かもしれません」「○○のように言われています」というように、とても自信なさそうな曖昧な言い回しであれば、あなたを信用する以前の問題として読み手は、あなたに「頼りなさ」を感じてしまいます。

もちろん、断言するからには断言する理由、根拠、証拠、事例を明確に示さなくてはなりません。

あなたが「自信」と「確信」を持って断言することの背景にある理由、根拠、証拠、事例をどれだけ示せるかは、あなたが普段からどれだけ「ターゲット（相手）の問題についての解決策」に関心を持ち、その解決のための取り組みを継続しているかにかかっているのです。

「3、行動しない」を越える方法

たとえ、ターゲット（読み手）があなたのセールスレターの内容に興味を持ち、文章を読み進める中であなたを信用したとしても、最終的に行動してもらわなければ、あなたの書いたセールスレターは失敗です。

人間は怠惰な生き物です。

人間はたとえ、自分が信じたこと、良いと思ったことでも「忙しい」、「面倒くさい」という理由で、いとも簡単に後回しにしてしまう生き物なのです。

セールスライターの教科書シリーズ
～60分で学ぶ「コピーライティングの極意」～

ターゲット（読み手）に確実に行動させ、決して、その行動を後回しにさせないための具体的方法として、

- ・ターゲット（読み手）にして欲しい行動を明確に書く。
- ・セールスレターの内容を要約する。
- ・相手の行動の障害となるものをすべて取り除く。
- ・期限を設定し、その期限であることの根拠を明確に示し、その期限を守る。
- ・行動することのメリット、行動しないことのデメリットを書く。

ということがあります。

「考え」ではなく、「行動」こそが「結果」を生み出します。

ターゲット（読み手）があなたのセールスレターを目にして、具体的に行動するところまでを思い描き、この「3つの壁」を越えていけるようなセールスレターを書いていきましょう。

終わりに

「セールスライティングの極意」とはセールスレターを書くときには常に、

・「4つの原則」

- 1、ターゲット（読み手）を明確にする。
- 2、目的を明確にする。
- 3、ストーリーを明確にする。
- 4、ターゲット（読み手）にとってのベネフィット（便益）を明確にする。

・「3つの壁」

- 1、読まない、聞かない
- 2、信じない
- 3、行動しない

・「3つの壁を越えるための3つの方法」

- 1、興味・関心を引く。
- 2、断言し、その理由、根拠、証拠、事例を示す。
- 3、相手にして欲しい行動を明確にし、期日とその根拠を明確にし、相手の行動の障害となっているものをすべて取り除く。

を意識して書くことにあります。

様々な小手先のテクニックを駆使するよりも、この「セールスライティングの極意」を意識して書くことの方が重要です。なぜなら、「セールスライティングの極意」こそが結果の8割を左右するからです。

この「セールスライティングの極意」は、セールスレターを書くことだけでなく、あなたのすべての仕事と生活の場面で使うことができます。

ぜひ、明日からあなたの具体的な仕事と生活の場面で使ってみてください。

想像してみてください。

今まで、あなたの話に耳を傾けることもしなかった意中の相手が、次第にあなたの話に興味を示し、納得し、そして最終的には行動する姿を。

それは、「セールスライティングの極意」を理解し、実践することで可能となるのです。

「本物のプロフェッショナル」を目指すあなたへ

あなたに質問があります。

「本物のプロフェッショナル」とは何でしょうか？

僕が考える「本物のプロフェッショナル」とは読み手の問題、つまり、読み手の悩み、痛み、苦境を理解・共感し、それを解決できる能力を持つ人物です。

プロフェッショナルは読み手の抱える難問を解決します。それゆえに、人よりも多くの稼ぎを手にすることが可能となるのです。もし、あなたが本物のプロフェッショナルを目指すのなら「自分の頭で考えること」、そして「自分の言葉で語ること」が不可欠です。誰かの受け売りでは、いずれボロが出てきます。

でも、最初から自分の頭で考え、自分の言葉で語ることはなかなかできないと思います。

そこで、まずは良質な知識を十分にインプットすることをお勧めいたします。というか、まずはあれこれ考えずに、良質な知識を徹底的に頭に叩き込み、あなたの状況に合わせて実践してみてください。

その繰り返し作業を行うことによって「様々な知識」と「あなた自身の体験」

が有機的に結びつき、自然に「自分の頭で考えること」、そして「自分の言葉で語ること」ができるようになるのです。

以下に、僕がこれまで得てきた知識の中で、今でも何度も繰り返して、復習している効果実証済の知識・情報を紹介します。

僕もまだまだ、これらの知識のすべてを実践できているわけではありませんが、この中の少しでも実践することができれば、あなたは驚くほどの成果を手にすることができると思います。これらの知識のすべてを実践する前に、あなたは成功してしまうでしょう。

僕も引き続き、実践中です。共に学び、実践し、そして結果を得ていきましょう！

さらなるスキルアップを目指すための鉄板教材

1. インターネットビジネスマニフェスト

これを読む前に起業をしようなんて考えてもいけません。海外のインターネットマーケティングの第一人者であり、グーグルやヤフーにもコンサルを行う、リッチ・シェフレン。彼が書き記し、全世界で100万人以上の起業家が読んだ伝説の「マニフェスト」が、完全版として日本に上陸しました。

→[全世界で100万人以上の起業家が読んだ伝説の「マニフェスト」](#)

2.ダン・ケネディが教える小さな会社のためのマーケティング入門

どうすれば他とは違う方法で新規客を集客することができるのか？それこそが、この本「ダン・ケネディが教える小さな会社のためのマーケティング入門」で語られているメインのテーマです。

⇒[同業者に嫌われるほど新規客が集客できる成功事例集](#)

3.テッド・ニコラスのコンサルタント起業成功法則大全

僕は今、個人事業主や中小企業の経営者、そしてコンサルタントと呼ばれる人たちの収入を増やすことのお手伝いをしています。実は、その土台となっているのはこの「テッド・ニコラスのコンサルタント起業成功法則大全」です。本業であれ副業であれ、何かのコンサルタントとして起業するという事は、あなたは、お客さんにとっての問題解決をするコンサルタントであると同時に、コンサルティングビジネスの経営者になるということです。つまり、あなたは「自分の専門だけ鍛えればいい」のではなく常に自分の実績と能力を棚卸して、コンサルティングの機会を見出し、そのチャンスに利益に変える必要があるのです。そして、費用をかけないマーケティング戦略を実行し、最大の利益を上げられる料金を設定し、そして、コンサルティング契約を結ぶという一連の「経営」を行わなければなりません。それができなければ、あなたがどんなに素晴らしい専門知識を持っていたとしても、コンサルタントとしてどんなに優秀でも、継続的な売り上げと利益を確保することはできないのです。

⇒[コンサルタント起業成功法則大全（著者：テッド・ニコラス）](#)

4.ウェブ・セールスコピーの法則

これは、僕がウェブ上でセールス・コピーを書くときに常に座右に置いているものです。ウェブ・セールスコピーの法則は、ホームページだけでなくメルマガなどのEメールの使い方、そして、副業からでも始められるウェブ・セールスコピー・ライターとしてのキャリア（職業人生）の作り方まで具体的に解説されている実務書です。

→[ウェブ・セールスコピーの法則\(著者：マリア・ヴェローソ 監訳：寺本隆裕\)](#)

■ 著者：HIRO

■ ホームページ：<http://worklifestyle.jp/>

■ メールアドレス：marketingenjoy0518@gmail.com
