



『セールスレター・ コピーライティング実線講座』

2013.11.29(金)19:00 ~

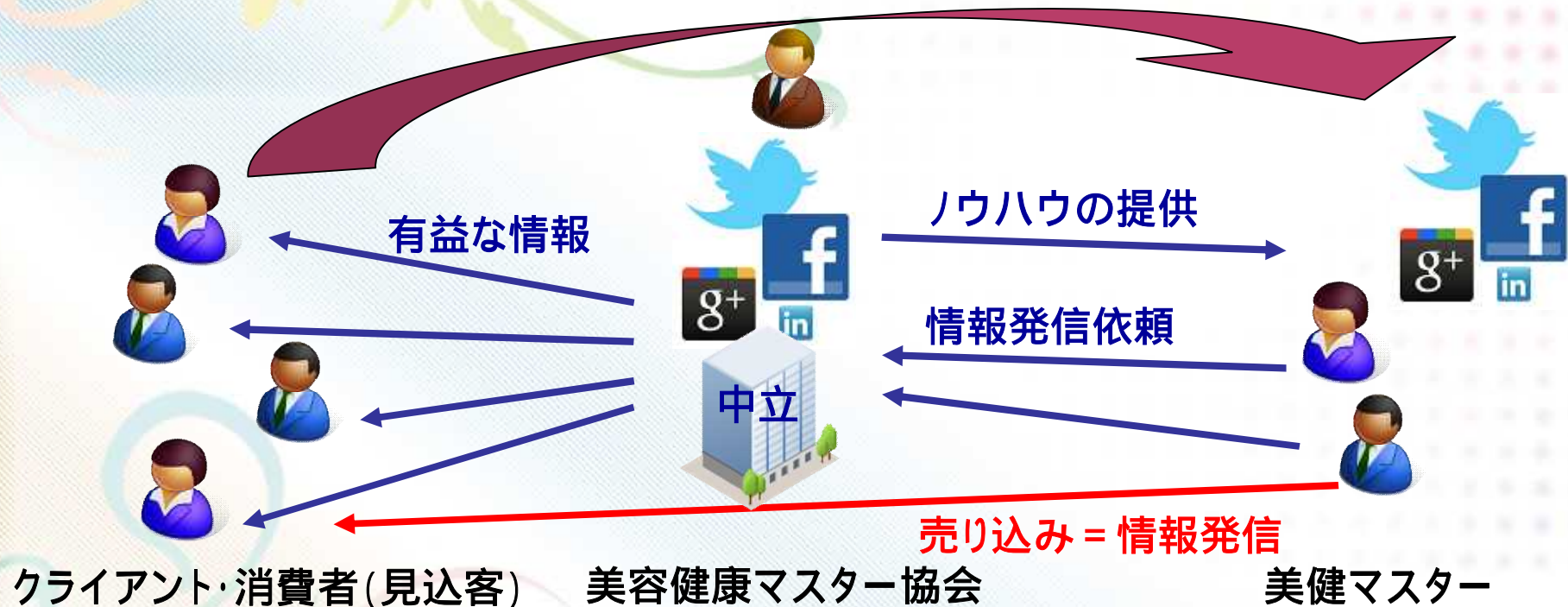
美容健康マスター協会

美容健康マスター協会の理念

- いつまでも若々しく保つ『美容』と、豊かな人生を送るために必要不可欠な『心身の健康』について、正しい知識と方法を追求し、情報発信を行ない、美容と健康と自然との調和を目指します。
- 知識やノウハウはあるのに営業力や資本力の弱い中小規模の美容と健康に携わる個人事業者、法人の集客支援、ブランディング構築を支援します。

<https://www.facebook.com/groups/1402158683335171/members/>

美健マスター協会の仕組み



情報の閲覧
問合せ

美健マスター基礎講座資料

自サイト、各種SNSで情報発信
Facebook
Twitter
Google +
リンクトイン・アメブロ
協会のサイトでプロフィール紹介
記事をまとめた冊子の配布

美容健康マスター協会

美健マスターに認定
協会を通じて情報発信
(5回に1回)
自サイトへ誘導

美健マスター登録基礎講座の目的

たった2つ！！

1. 『反応のとれる』記事を書くスキルを手に入れる。
セールスレター・コピーライティング

2. 記事を書いて拡散できるスキルを手に入れる。
自分で協会のサイト、Facebookページ、Twitterで情報発信できる

美健マスター登録フォーム

<http://www.bikenmaster.jp/bikenmastersenyou/tourokuform>

美健マスター専用ページ

<http://www.bikenmaster.jp/bikenmastersenyou>

美健マスター協会を活用することで・・・

・なぜ、営業色のある単なる記事にならないのか？

自サイト = 売り込み色が強くなる

協会 = 公的な機関、中立な機関の情報

つまり、発信者によって同じ情報でも認識が変わる

・なぜ、付加価値の高い情報に変わるのか

『美健マスター』という冠がつくから

・なぜ、優良顧客が獲得できるのか

協会のサイト、Facebookページは美容と健康に興味のある人を意識的に集客しているから

美健マスター協会を活用することで…

・なぜ、ブランディングの構築や信頼度の向上につながるのか

協会の配布する冊子や自身の発信した情報の説明をすることでクライアントとのコミュニケーションができます。

クライアントを増加させ、囲い込むためには、
『クライアントの教育と知識レベルの向上』が重要です。

そのためには、クライアントに教え、レベルアップさせることができるような、経営者や社員の教育、技術の向上が必須となります。

…結果、クライアントからの信頼度の向上、ブランディングの構築が期待できます(一度離れても戻ってくる)。
戻ってきた時には値引されない。

美健マスター協会を活用することで・・・

定期的に、美健マスターのみに、、、

記事やチラシの効果的な書き方、小冊子の効果的な活用法、セールスレターやコピーライティングの書き方、マーケティングのほかにも、ホームページの作成などのIT技術などの有益な情報もあわせて配信しています。

Facebookの活用の位置づけ

1 . Facebook、FacebookページなどSNSは当サイトの間口的存在

最終目的は・・・メールアドレスなどリスト収集と
信頼度の向上(ブランディング)

2 . 記事を書いて拡散できるスキルを手に入れる。

自分のコミュニティを持つ

自分で協会のサイト、Facebookページ、Twitterで情報発信できる

Facebookで成功するためには？

『濃いファン』
を増やすこと

コピーライティング実践講座

～ Facebook編 ～

コピーライティングとは・・・

- 売れるコピー(文章)を書いたり、売れるプロモーションを作ったりするスキル
- 『売れる』とは・・・『反応がある』ということ。
- コピーライティングは、「現金を印刷するスキル」や、「何もない空気中から金塊を取り出すスキル」と呼ばれるほど、身につけることが収入アップに直結するスキル(学習と訓練によって他の資格より習得しやすい)。
- 特に、インターネットや通信販売、ダイレクト・レスポンス型(次ページ参照)のマーケティングが普及するにつれ、コピーライティングスキルの需要はどんどん高まってきている。

コピーライティングとは…

- 「価値のない話」を「価値あるよう」見せてはいけない。価値ある「根拠」を示さなければならない。あるいは、それを捨てて、他に価値ある情報を探さなければいけない。
- 広告で大切なのは、情報をオーバーに伝えるのではない。伝える価値ある情報を見つけて、それ(事実)を伝えることである。

セールスレターとは・・・

- 誇大広告の売り売り押し押しのコピーだと思われているが(特に初心者の中で)それは違う。
- 同じ本でも、普通に売ったら売れないのに、セールスしてあげれば売れる。

これは、『相手にとって』、

・どんなメリットがあるのか？

・どんな問題を解決してくれるのか？

・相手の人生をどのように、あなたの商品が解決するのか？

という事を伝える事である。

コピーライティング・セールスレターの基本

順番を間違えないこと！！

1. リサーチ(情報収集・パーツ集め)・・・50%

2. ライティング(書く)・・・30～40%

3. エディット(編集)・・・20～10%

効果的な記事の書き方8つのポイント
～ Facebook(短い記事)～

順番を間違えないこと！！

1. 結論

2. 説明

3. まとめ

セールスレターは別です。

効果的な記事の書き方8つのポイント
～ Facebook(長い記事)～

順番を間違えないこと！！

1. 結論


2. 説明

3. つっこみ

4. 説明

3. まとめ

美健マスター基礎講座資料 美容健康マスター協会
セールスレターは別です。



Facebook、ブログの記事投稿で 気をつけたい8つのポイント ～効果的な記事の書き方～

効果的な記事の書き方8つのポイント
~ Facebook ~

ひとつの記事に複数のテーマを織り交ぜない

1つの文章 1つのテーマ

1つの段落 1つの要素

1つの文章 1つの事柄

1つの文章 専門的文章と素人向け文章
を混在しない

効果的な記事の書き方8つのポイント ～ Facebook ～

- ぶれない記事を作るためのポイント！！

『キーワードを集める』 『絞り込む』 『並べ替える』 『書く』 『編集』の順番でつくと、わかりやすく無駄のない文章を作りやすい。

効果的な記事の書き方8つのポイント ～ Facebook ～

- 専門的な言葉や文章、表現をわかりやすく！

特に、Facebookは素人にわかりやすく、
共感されなければ拡散されない。

(プロを相手にするなら別)

- 改行して読みやすくする。
漢字かひらがなか迷ったら『ひらがな』を使う。

効果的な記事の書き方8つのポイント ～ Facebook ～

- **最も重要な要素は…**
 - ・画像…情報量が多く記憶に残る
 - ・ヘッドライン(タイトル)…オープニングを見せる
 - ・オープニング(書き始め)…親近感、興味
 - ・内容
 - ・追伸…ヘッドラインの次によく見られる箇所
- **署名**
- **それぞれ役割がある。**

効果的な記事の書き方8つのポイント ～ Facebook ～

- **投稿時間を気にする**
 - ・ **定時に投稿**
7:00～、12:00～、17:00～
特に夕方以降が効果的
ターゲットによって時間帯が変わる
- **表示される部分を意識する**
 - ・ **8行、120文字は確実に表示される。**

効果的な記事の書き方8つのポイント ～ Facebook ～

- 写真は横向き、顔などの被写体は大きく！
 - ・ Facebookの場合、縦向き写真は中心のみしか表示されません。
- 人の顔を載せることはとても重要！
 - ・ 人間の脳の構造上、『人の顔』はよく認識するようになっている。

記事の書き方参考 ~ Facebook ~

美容と健康のことなら「美容健康マスター協会(美健マスター協会)」
11時間前

【なぜ、ダイエットに成功してもリバウンドしてしまうのか? ダイエット後の体型が維持できる人とできない人の”たったひとつの大きな違い”とは】
おはようございます!!美容健康マスター協会です!(^^)!

ダイエットに成功して

- ・体型を維持できている人
- ・リバウンドしてしまう人... もっと見る



いいね!・コメントする・シェア

👍 15人がいいね!と言っています。

コメントする...

47人がこの投稿を見ました

投稿を宣伝

美容と健康のことなら「美容健康マスター協会(美健マスター協会)」
2時間前

【女性にうれしい成分が盛りたくさん! 『ニラ』が美容健康の食材と言われる理由】
おはようございます!!美容健康マスター協会です!(^^)!

ニラといえば、
独特のにおいを連想してしましますが、... もっと見る



いいね!・コメントする・シェア

👍 白河 葵さんと他12人が「いいね!」と言っています。

コメントする...

65人がこの投稿を見ました

投稿を宣伝

ネタの集め方

- **ネタの集め方…**

常にメモを持っておき、記録できるようにしておく。
キーワードとあわせて、なぜそれを選んだのか書いておくと、記事を書くときに思い出せ、より感情に訴えかける記事ができる。

自分が感動した、いいと思ったことは他人も意外とそう思っている。

その時の気持ちを書くことが感情に訴えかけるポイント。

ネタの集め方

- 自分の興味あることや専門の情報のメルマガを購読する。
- ポイントは、信頼できる情報で、文章があまり長くないものを選ぶこと。
- 毎日送られてくるメルマガを参考にすれば、わざわざ一からテーマ、内容を検討する手間が省ける。
- テーマ、内容が絞り込めれば、あとは自分の知識と感想、ポイントを書けばあっという間に記事がひとつ出来る。

ネタの集め方 の注意点

- 注意点は、メルマガはあくまでも参考の範囲にとどめる(流行、テーマ、構成、表現の参考)。
- もともとのメルマガの文章の影がないぐらいに書き直す。
- メルマガはあくまでもテーマ、内容のきっかけに過ぎない。
9割違う文章になれば、真似ではない。
- メルマガが送られてきたタイミングを少しずらす。
- 同じ時期に同じテーマを書かない。

SNSの活用方法

Facebook、アメブロ、メルマガ、Twitter・・・。
結局、どのSNSをすればいいのか・・・。

- ・アメブロ、Facebookは写真あり。
メルマガは不要(添付があると到達率が高い)
- ・アメブロはカテゴリ分けできる、
Facebook、Twitterはできない。
- ・普遍的な情報 = アメブロ、自社ブログ
- ・流動的、トレンドなどの情報 = FB、TW、メルマガ

SNSの活用方法

SNSをビジネスに繋げるための活用方法と最終目的がわかります。

アメブロとFacebookを使い分ける(前頁参照)

最終目的は2つ

メールアドレスなどのリスト収集

コミュニケーション(フォローアップ含む)や
情報発信でブランディング、再購入。

Facebookページの運営の基礎

まず最初にFacebookページを始めるにあたって、

『既存客からスタートするのか』
『新規客の集客からスタートするのか』
を明確にしておく。

『新規客の集客からスタート』する場合は、『既存客とおなじ属性(性別、趣味、居住地、趣味や関心、お客の専門レベル)を集めるのか』『既存客と違う属性を集めるのか』の検討も必要。

ちなみに、属性は『Facebookページのインサイトの項目』を目安にすると運用の効果や結果が見えやすい。

目標を決める

『Facebookの現状(Facebookページへの「いいね」に対するリーチ数や年齢層、コメント数や内容、投稿に対する反応率など)』



セールスレターの書き方

セールスレターの書き方の手順

順番を間違えないこと！！

1. リサーチ(情報収集・パーツ集め)・・・50%

2. ライティング(書く)・・・30～40%

3. エディット(編集)・・・20～10%

『書く』と『編集』はかならず分ける

- 書きながら編集しない！！

友達と話す時は止まらない。
間違いを気にしないでいいから。

気にすると書くのが止まる。
一気に書き上げて、それから編集。

セールスレターの書き方 ～ 反応のとれるセールスレターの構成 ～

- コピーを書くという事は白紙に0から書いていくものではない。
- ネタ帳(スワイプファイル)を使って、何を、どういう順番(基本構成)で書いていくのが分かってから、書いていく。
- コピーを書くという事はクリエイティブな作業、0から作る物ではなく、既にあるものをつなぎ合わせるコネクティブなのです。

たとえば・・・

記事の書き方～ヘッドライン(共通)～

広告の神様と言われるデイヴィッド・オグルヴィの有名なコピー。

『60マイルで走るロールスロイスで最もうるさいのは電子時計の音』

元ネタは、
『新しいピアースアローの車の中、唯一聞こえるのは、電子時計の音』

という20年前の広告が元ネタ。
完全なオリジナルではないのです。

セールスレターの書き方 ～ 反応のとれるセールスレターの基本構成 ～

セールスレター

タイトル(ヘッドライン)

書き始め(オープニング)

内容(ボディコピー)

購入や契約の決断(クロージング)

追伸・P.S.

持ちネタ(スワイプファイル)

HL

HL

HL

OP

OP

OP

BC

BC

BC

CL

CL

CL

PS

PS

PS

セールスレターの書き方

～ 反応のとれるセールスレターの基本構成 ～

セールスレター

タイトル(ヘッドライン)
不安・ベネフィット

書き始め(オープニング)
不安・ベネフィット

ストーリー(ボディコピー)
不安・ベネフィット

自分のセールスまたは商品へ
スイッチ(ボディコピー)

コンテンツ(ボディコピー)
役に立つ情報
(動画レビュー・ の方法など)
クライアントを育てる

証拠(ボディコピー)

で、なに?? (ボディコピー)
商品の内容や説明

プレット(ボディコピー)
ベネフィットの箇条書き
ができるようになります
の不安がなくなります。

顧客を特定(ボディコピー)
誰のための商品じゃない。
誰のための商品です。

比較(ボディコピー)

セールスレターの書き方 ～ 反応のとれるセールスレターの基本構成 ～

まとめ(ボディコピー)
最後にあなたが得られるものを
まとめます。
もう一度、確認する。
、 の繰り返しでもOK
あなたが得られるのは、
1. DVDの特典
2. お試し期間
3. 返金保証・・・など

価格(ボディコピー)
他と比較。
もし、今までどおり なら
円かかります。もしかしたら・・・
かもしれません。
でも、これなら1/10の価格で、しか
も特典までついてきます。

返金保証(ボディコピー)

購入や契約の決断
(クロージング)
このメッセージを無視してもかまいません。
でも、必ず後悔することになります。
なぜなら だからです。
それがたったの 円で
不安から開放されるとしたら
どうでしょうか??

追伸・P.S.
関係ないことでもOK
不安・商品のベネフィット
希少性(期日・価格・人数限定)
・・・など

セールスレター、記事の書き方のポイント ～ 最も重要なタイトル(ヘッドライン)～

- タイトルはスワイプファイルを活用する。
なぜ、いまもなお同じようなタイトルがつけられているのか?? 反応が良いから!!
法則から外れたタイトルは、『やはり反応が悪い』。
- 自分自身、お店やチラシ、カンバンで『良い!』『思わず買ってしまった』『感動した』ことをメモしておき、スワイプファイルにしておく。

数をこなすと、覚えてくるようになる。

例:スワイプファイル参照

セールスレター、記事の書き方のポイント ～なぜ、タイトルをつけるのか??～

- ターゲットを絞り込む、商品やサービスを買ってくれる人をふるいにかけるため。

ターゲットを絞り込むと成約率が高まる。

Facebookの記事も同じ。

誰にでもウケる記事は、誰にもウケない。

『みんな』に向けたメッセージより

『あなた』に向けたメッセージ。

セールスレター、記事の書き方のポイント ~ 二番目に重要な書き始め(オープニング) ~

- **書き始め(オープニング)は本当に重要!**
書きはじめて内容を読んでもらえるかどうかが決まります。
- **記事を書く時間の7割ぐらいは、タイトル、書き始め、リサーチ(情報収集・記事のパーツ集め)にかかります。**
逆にそれが出来ればほぼ完成の一步手前。
あとは各パーツを『結論 説明 まとめ』に入れ替え、組み替えて『ライティング エディット』するだけ。

セールスレター、記事の書き方のポイント ～ 三番目に重要な追伸～

- 追伸はタイトルの次に見られる場所。
- パワフルな追伸を書くことで、成約率が2倍にも3倍にもなる。成約率を高める『追伸』

理由は簡単！！

- 『一番最後に書いてある』ことが多いから。
例えば、紙のセールスレター、飲食店のメニュー表など。
表(最初)を見たあとに何気なく裏(最後)も見る人が多い。

最後という目立つ場所に書かれている

= 読まれやすい場所

- 見込み客に購入の決断をさせる、6つの追伸パターン

各パートの意味を理解して書く

- 封筒の役割は開封。
- タイトルはターゲットを絞る。書き始めは興味をそそり、共感を得て内容を読んでもらうこと。
- ほとんど、テーマとリサーチに時間が費やされる。しかし、メルマガを参考にすればパーツ(大きいテーマとリサーチ)は整っているなので格段に記事の書くスピードが上がる。
- なにが一番重要??
切手を貼るのを忘れないこと(届けるべき人に届くこと)。
きちんと届けてくれなければ読んでももらえない(笑)
発信しないと知ってもらえない。

最も重要なヘッドライン

- (秘)ヘッドライン6つの基本アイデア -
- ヘッドライン10パターンのテンプレート -

『ヘッドラインは5倍読まれる』
- デイヴィッド・オグルヴィー -
(広告の神様)

記事の書き方～ヘッドライン(共通)～

- ヘッドライン = キャッチコピー = タイトル
役割: 広告(内容)を読むことを売り込むのが目的
- 見込み客(商品を買ってくれるお客)の足を止め、次を読ませる。
- もし、ヘッドラインでコピーの本文に引き込むことができなければ、その後(内容)にどんなにいいことを書いてあっても、『全くの無意味』！！

記事の書き方～ヘッドライン(共通)～

- ・タイトルやキャッチコピーの役割は一目で興味を持たせること。

見込み客は、
自分に必要か必要でないかを
数秒程度しかかけません。

必要でないと判断したら一瞬で
ゴミ箱行き。
お店なら素通りです。

記事の書き方～ヘッドライン(共通)～

・ポイントは、シンプルかつ、明瞭。
さらにピンポイントに絞って
アピールすること。

プラスアルファして、
五感を刺激するもの、
例えば、匂いや手触り、音などを
組み合わせると、なお効果的
具体的なイメージが行動を促す。

タイトルを変えるだけで
注文や問い合わせが2倍、3倍になった！
という話はよくあります。

記事の書き方～ヘッドライン(共通)～

- 優秀なタイトルやキャッチコピーは、眠っている興味を起こします。

記事の書き方～ヘッドライン(共通)～

- ヘッドラインとは、セールスレターのアイデアを反映したもの。
ヘッドラインが変われば、文章全体の流れや中身が変わる！！
- 例えば…

記事の書き方～ヘッドライン(共通)～

『子供用***教材が今なら30%オフ!』

『4,000人調査で明らかに!

伸びる子供と伸びない子供、その違いとは?』

ポイント

同じ教材を売っていたとしても、
文章の流れや中身は全く違ったものになる。

記事の書き方～ヘッドライン(共通)～

作り終わったヘッドラインに、
次の6つの基本アイデアを1つでも使ってみてく
ださい。

1分もかからずに、ヘッドラインをさらに強力に
することができます...

ヘッドライン6つの基本アイデア

1. 最も大きな約束、
あるいは読者へのメリットをオファー

友達を手に入れて影響力のある人間になる
方法(人を動かす)

ヘッドライン6つの基本アイデア

2. 理想的な見込み客を明確にし、 その人を群衆の中から選び出す(フラグ)

ヘッドラインで見込客をフィルターにかける

- ・注意！足の痛みに困っている方。ここに簡単に治す方法があります。高価な薬や手術なしで。
- ・もしあなたが安全運転ドライバーなら、保険料を節約できます。

ヘッドライン6つの基本アイデア

3. ニュースを提供する(発見・発表・速報など)

- ・発表！この341年で最も驚きのバイブルに関するニュース
- ・最新の発見で、キッチンのにおいが消えます！
室内が草原のようにさわやかに！！

ヘッドライン6つの基本アイデア

4. “即効・簡単”をオファー Quick And Easy

- ・これが簡単に風邪を治す方法です。

ヘッドライン6つの基本アイデア

5. 挑発的な質問をする。 YES/NOで答えられない質問

- ・あなたは英語でこんな間違いをしていませんか？
- ・あなたはこのお金のテストに合格できますか？
- ・あなたはこんな神経系の症状が出ていませんか？

ヘッドライン6つの基本アイデア

6. ヘッドラインは読者が続きを読みたくなるようにする

注意: 好奇心だけを使うのは危険 (Eメールの件名は例外)

- ・片足のゴルファーが発見した驚異の秘密でフックやスライスをなくして飛距離を50ヤード伸ばす方法！
- ・…さらにほぼ一晩で10打スコアを上げることができます！

記事の書き方～ヘッドライン(共通)～

次の10のヘッドラインのテンプレートは
実際に効果のあったヘッドラインです。
これらを参考にヘッドラインを真似してみてください。

1分もかからずに、ヘッドラインをさらに強力に
することができます...

記事の書き方～テンプレート#1～

なぜ、一部の人は、
どんな相場環境でもFX投資で利益を上げられるのか？
なぜ、一部の人は、いつも_____な
のか？

ポイント

『どんな相場環境でもFXで利益をあげる方法！！』より、
好奇心をそそる。しかも、胡散臭さも少し消えている。

多くの見込み客は、ある一部の人が何かしら普通の人知らない秘密を
持っていると思っている。

そして、その秘密を持っている人だけ、ここでいうところの「一部の人たち」
だけが、いつも何らかのメリットを受けていると感じている。

いつもメリットを受けているのは同じ人、彼らのことを知りたい欲求がある。

記事の書き方～テンプレート#1～

例：

- ・なぜ、一部の人たちはいくら食べても太らないのか？
- ・なぜ、一部の人たちはいつもファッショナブルに見えるのか？
- ・なぜ、一部の人たちはいつも生産的なのか？
- ・なぜ、ある人だけがいつもモテるのか？

ポイント

さらに、このヘッドラインは、何らかのコンテンツ、つまり「一部の人たちだけがいつも_____な理由」が書いてあることを暗示しています。

ということは、、続き(コピー本文)を読ませるパワーがあるということ。ヘッドラインの目的は、コピー本文を読ませることです！！

記事の書き方～テンプレート#2～

きれいさっぱり、
退職後のお金の不安から解放されましょう

きれいさっぱり(金輪際)、
_____から自由になろう。解放されよう。

ポイント

_____の部分には、見込み客が抱えている問題や不安、心配事を入れます。

記事の書き方～テンプレート#2～

例：

- ・今後一切、株価急落の不安から解放されましょう。
- ・きれいさっぱり、ニキビの悩みを忘れられます！
- ・金輪際、友達から「その服、似合わないよ」なんて言わせません。

ポイント

_____の部分には、「株価急落」「ニキビ」「服」などの具体的な名詞を入れるようにしてください。

記事の書き方～テンプレート#3～

平日の日中。奥さんが自宅に一人。
出会い系サイトを見ていたとしたら、どうしますか？

_____ だったらどうしますか？

ポイント

読者の心境・・・いや、まさかウチの嫁に限ってそんなことは、、、
でも待てよ。そういえば最近、なんだか嫁の機嫌がいい。
生き生きしている気もする。。

と、思っているかどうかわかりませんが、悪い方向に勝手に想像してくれます。

このテンプレートは続きを読ませるのに強烈なパワーがあります。
例えばこれに、サブヘッドラインを付けてより強力にできます。例えば、、、

記事の書き方～テンプレート#3～

平日の日中。奥さんが自宅に一人。
出会い系サイトを見ていたとしたら、どうしますか？

調査によると、20代から50代主婦のうち、
なんと64%が興味本位で出会い系サイトを見たことがあると答えています。

あなたの奥さんは大丈夫ですか？

ポイント

(何か起こってほしくないことが起きたら) どうしますか？

この型に入れてみてください。

あなたの見込み客の身に、起きてしまったら困ることは何でしょう？？

『20代から50代主婦のうち』、『 %』はリサーチが重要になります。

例えば…

記事の書き方～テンプレート#3～

例：

- ・ある日突然、営業マン全員が辞表を持ってきたとしたら、あなたは どうしますか？
- ・大事な商談の朝。寝坊してしまったら、どうしますか？
- ・彼女に送るつもり のラブラブメール。
間違って社員全員に送信してしまったら、どうしますか？

ポイント

このヘッドラインに続く、『サブヘッドライン』、『コピー本文』には、
どんなものがありますか？どんなアイディアが浮かびますか？

記事の書き方～テンプレート#4～

私に14日間ください。

それだけで、どんなにパサパサに傷んだ髪も、
サラサラにしてみせます。

私に_____ (計測できる期間) _____ をください。

そうすれば、_____ (見込み客の望む結果) _____ を
かなえてみせます。

ポイント

時間のフレームが入っていることで、ベネフィット(利点・金銭的以外の利益)に現実
性が増し、

結果を得ている自分の姿をイメージしやすくなります。

例えば…

記事の書き方～テンプレート#4～

例:

- ・1日に30分、時間をください。
1ヶ月もあれば、あなたを社内のトップ営業マンにしてみせます。
- ・夏までの約2ヶ月の間、1週間に2回。
1回あたり45分だけ、時間をください。
そうすればあなたを『細マッチョ』にしてみせます。

記事の書き方～テンプレート#5～

骨盤のゆがみを直して、ウエストを細くする
方法

_____して、_____する方法

ポイント
メリット1で、メリット2する方法

記事の書き方～テンプレート#6～

あなた年収1億円の整体師になる勇氣は
ありますか？

あなた、(最高の状態)の勇氣はありますか？

ポイント
挑戦・チャレンジ

記事の書き方～テンプレート#7～

一発芸が何故、
私をトップ営業マンにしたのか？

(ばかなこと)が何故、
(メリット・顧客の求めるもの)

ポイント
馬鹿げたストーリー

記事の書き方～テンプレート#8～

無料レポートが語る、バラの17の秘密

無料(オファー)

ポイント

無料…常に『無料』という言葉を手ドラインに入れる方法を考えよう

記事の書き方～テンプレート#9～

- ・未回収金を現金化する7つの方法！
- ・今すぐあなたを癒す1495の新しい方法！

(彼らのやりたい事)の(#)の方法

ポイント
#の方法、中途半端な数字、奇数(3・5・7・9・・・)

記事の書き方～テンプレート#10～

- ・資格を剥奪された弁護士^{の告白}
 - ・ある広告人の告白
 - ・開業35年、外科医^{の告白}
- (何か秘密を知ってそうなエキスパート)の告白

ポイント

専門家の告白、ある分野をよく知る人やスペシャリストの告白

【コンテンツについて】

全てのコンテンツは著作権法によって保護されます。
無断転用、複製、掲載、転載、営利目的の引用は禁じます。

また、記事や写真などのコンテンツを利用される場合は、
一部の例外を除き、お申し込み手続きや利用料のお支払いが必要になります。
著作権などの権利を第三者が保有する場合は、その許諾が必要になることもあります。

記事、写真などを利用されたい場合は、利用条件や注意事項をご確認のうえ、
下記お問い合わせページからお手続きいただくか、
運営事務局までお問い合わせ下さい。

美容健康マスター協会

<http://www.bikenmaster.jp/otoiawase>