

# X-Jr CopyWriter-チェックリスト

- 第一話：子孫に残すセールスレター
- 第二話：戦士の肉体
- 第三話：説得の方程式
- 第四話：市場を支配する方法
- 第五話：十二個の秘密兵器
- 第六話：ヒット商品の秘密
- 第七話：ヒット商品の秘密(テクニック編)
- 第八話：コピー業界で生き残る方法
- 第九話：負けない土俵づくり
- 第十話：無敵の交渉術
- 第十一話：仙人さん最大の秘密
- 第十二話：顧客リストの秘密
- 第十三話：仙人のファン
- 第十四話：命を救うマインドセット
- 第十五話：原始人の心理学
- 第十六話：コピーライターの声
- 第十七話：ひとことキャッチ
- 第十八話：人を動かすストーリー
- 第十九話：ボレットの方程式
- 第二十話：NOと言えないオファー
- 第二十一話：漢らしいクロージング
- 第二十二話：3つの追伸
- 第二十三話：最高のベストフレンド
- 第二十四話：ストリートマインドセット
- 第二十五話：百個の欲望

# chapter1:

## — 子孫に残すセールスレター —

✓魚になる

✓ベストになる

✓勝利

✓コピーライティングの世界は戦場

✓コピーライターは最強の戦士

✓勝利を習慣化する

✓全ては己との戦い

✓毎週1%向上

✓毎日、写経

✓広告とは、セールスマンをプリントアウトしたものだ

(ジョン・E・ケネディ)

✓優れたセールスマンの2つのスキル

1：オープニング 2：クロージング

✓子孫に残してもらえるセールスレターを書け

✓記事のように見せる

「広告だ」と思われてはいけない

✓トロイの木馬

セールスレターそのものを『商品』として見せかける

## chapter 2: — 戦士の肉体 —

✓

# chapter 3:

## — 説得の方程式 —

✓その人が求めていることを聞き出せ、  
そして、それを与えろ！  
(トップセールスマンたちが共通して言う言葉)

✓問題はチャンス

✓問題が無ければお客さんもない

✓スーパーフォーミュラ

(トロイの木馬)+

- ・ 緊急性のある問題点
- ・ 興味深い約束
- ・ 絶対的な証拠
- ・ シンプルな提案

✓5つの反対意見

- 1：時間が無い    2：興味が無い    3：違いが無い  
4：証拠が無い(信じられない)    5：決めたくない(今)

- ・ 時間が無い → 『トロイの木馬』で価値を感じてもらう
- ・ 興味が無い → 『緊急性のある問題点』を提示
- ・ 違いが無い → 『強烈でユニークな約束』の違いを提示
- ・ 証拠が無い → 『絶対的な証拠』の提示
- ・ 決めたくない → 『シンプルな提案』の提示

✓お客さんはバカじゃない

✓反対意見をロックする

✓ポイントシステムを使う

●緊急性(最高10点) ●問題点(最高15点)

●興味深い(最高10点) ●約束(最高15点)

●シンプルな(最高10点) ●提案(最高15点)

●トロイの木馬(ボーナス得点：最高20点)

# chapter 4:

## — 市場を支配する方法 —

✓競争しない、支配する

✓チャンスは未来にある

✓自分への質問をする

他の誰も信じてくれないけど自分だけは信じていることは何か？

✓誰も理解出来ないことを

している会社、小さなチームに入れ

✓競争しない『独占』する(自分自身で土俵を作れ)

✓資本主義と競争主義は真逆

無慈悲・冷酷・非常な競争社会に入る必要はない

✓新しいカテゴリを作れ

✓競争社会＝妄想社会

✓先駆者利益でなくてもいい

持久力が大事、最後まで立っていた人が勝つ

✓市場を支配する方法

1：真似できない技術    2：小さな市場

3：拡大可能ビジネス    4：ブランディング

# chapter 5:

## — 十二個の秘密兵器 —

- ✓ 証拠 1 : デモンストレーション
- ✓ 証拠 2 : クリエイティブな保証
- ✓ 証拠 3 : 何故なら…という『理由』
- ✓ 証拠 4 : 具体性
- ✓ 証拠 5 : 暴露
- ✓ 証拠 6 : メカニズムを説明する
- ✓ 証拠 7 : 逆説を唱える
- ✓ 証拠 8 : 「信じられない…」を認めてあげる
- ✓ 証拠 9 : 信頼できる推薦文
- ✓ 証拠 10 : お客様の声

✓証拠 1 1 : 欠点を語る

✓証拠 1 2 : 専門的

## chapter 6 :

### － ヒット商品の秘密 －

- ✓商品そのものをコピーライティングする
- ✓商品が強ければコピーの力は要らない
- ✓新商品を作るときは既存ファンのことを考える

### － ヒット商品のルール －

✓ルール1：この商品は  
『緊急性のある問題点』を解決するか？

✓ルール2：この商品には  
『興味深い約束』があるか？

✓ルール3：この商品には  
『絶対的な証拠』が存在するか？

✓ルール4：この商品そのものが  
『シンプルな提案』になっているか？

→ スーパーフォーミュラ＝セールスレターの弱点を映すレントゲン

## － ヒット商品 8 つのチェックリスト －

- ✓ チェック 1 : スーパーフォーミュラの  
4 ステップに全てマッチしているか？
- ✓ チェック 2 : リーチ出来るファンベースが  
そこにあるか？(リスト、広告媒体 etc…)
- ✓ チェック 3 : 似たような商品が既に市場にあるか？
- ✓ チェック 4 : 粗利益は高いか？
- ✓ チェック 5 : 何回も買ってもらえる  
(リピートしてもらえる)可能性はあるか？
- ✓ チェック 6 : アップセルの可能性はあるか？
- ✓ チェック 7 : 配送は簡単か？
- ✓ チェック 8 : 独占出来るか？

※【 $100 \div 8 = 12.5$ 】

1 つにつき 12.5 ポイントで計算する。

全部マッチすると 100 点

✓最大の秘密はスーパーフォーミュラ  
→ その中でも『証拠』

✓商品そのものに『証拠を埋め込む』

✓『堀』を掘る

✓商品をリサーチするな、『証拠』をリサーチしろ

## chapter 7:

### — ヒット商品の秘密(テクニック編) —

- ✓絶対に勝てる勝負を選ぶ
- ✓最も手っ取り早く商品に『証拠』を埋め込む方法は『権威』の力を使うこと
- ✓エキスパートを探せ
- ✓証拠があるもの以外は売らない  
証拠があるもの以外は頑張らない
- ✓誰も気がついていない宝の山 (権威や専門家は、それがどれほど力のあることなのか？気づいていない)
- ✓埋蔵されている証拠を掘り出せ
- ✓人間の脳は…  
— 極端に疑うか？ — 極端に信用するか？  
という性質がある(極端な振り子)
- ✓インタビューシリーズで他人の権威を借りる

※どんな市場でもフロントエンドで最初に  
インタビューシリーズをやっていくと物凄く良い。

## ✓理想のシナリオを想像しろ

※どうすればもっと理想の(最高の)商品にできるのか？

## ✓ボーナス特典は秘密兵器

## ✓商品名そのものに『ベネフィット』を

## ✓人生の中で本気のコピーが書ける回数は決まっている

# chapter 8 :

## — コピー業界で生き残る方法 —

### ✓コピーは難しい

- ・クライアントをゲットする方法を知らない
- ・システムを持っていない(コピーを書くシステム、課金システム… etc…)
- ・スーパーフォーミュラを使っていない
- ・期限を守れない
- ・ライバルが多い市場に入ってってしまう
- ・強いコピーライターと戦おうとってしまう

### ✓長距離選手になれ、短距離選手にはなるな

### ✓長くいたもの勝ち

### ✓コピーライターは『メンタルアスリート』

### ✓100%リラックス & 100%フォーカス

### ✓実績が全て(クライアントに『結果』を見せなければいけない)

### ✓最高のコピーを見つけろ、そして真似をしろ！

### ✓マスターたちを写経してそれで脳を満たせ (ピカソに学べ)

## ✓ コピペライターにはなるな

- ・法律に引っかかる可能性がある
- ・業界の中で自分のレベルが下がる
- ・学びが無くなる
- ・おそらく通用しない

## ✓ 購買をエンジョイする

## ✓ 『俺が買ったもの』スワイプファイルを作る

## ✓ 3つの必殺技

実績を作るときに得意な必勝パターンを2つ、3つ持つ

ポイント… 1：広告そのものに価値を持たせる 2：圧倒的な証拠

## ✓ キャッチコピーで売れる訳ではない

→ セールスレターの第一印象

## ✓ 弱いものいじめをしろ

## ✓ 挑戦しない

## ✓ 弱っている王者を倒す

## ✓ 基本的に『戦略』は大事

コピーライティングという戦場で生き残るには戦略&基本の両立

# chapter 9:

## — 負けない土俵づくり —

✓ダブルセールスレター

✓違う市場からのアイデアをレターに取り入れる

✓とにかく視野に入れ

✓ツァイガルニク効果

✓専門分野を持つ

✓必死さを見せるな

✓『値段』で勝負するな

✓お金に付いていけ

# chapter 1 0:

## — 無敵の交渉術 —

✓履歴書 = セールスレター = スーパーフォーミュラ

### ✓履歴書の書き方・ステップ

ステップ1：履歴書を送る前にクライアントと話す(90%は聞く)

クライアントの問題点は『ゴール、目標、チャレンジ』に置き換えて話す。

ステップ2：『では、今日は時間が無いのでまた手紙(メール)を送ります。』

と言って、その場を去る。

ステップ3：相手から聞いた内容を全て分析し、作戦を考えて書き出す。

ステップ4：ユニークな約束を書く…『期限内提出できなければお金は要りません』など

ステップ5：圧倒的な証拠を書く

ステップ6：自分が実際に行おうとしている『全体像のステップ』を提示

ステップ7：これからすぐやっていく行動、相手に求めることを書く

『もう一度スカイプで話をしましょう』ということも書く

-30分話をしてこれからの具体的なステップや計画を話しましょう

-それでは行いましょう

-では手付金として現金100万円を口座に振り込んでください

-売上の25%を報酬として受け取ることも書く

### ✓医者になる

### ✓クライアントに売り込まない『提示』する

✓ 『理解』 されたい

✓ 値下げをしない

✓ 提出期限を必ず守る

✓ 提出期限の『2.5倍』に設定

✓ レスペクトは仕事(結果)の後ろに付いてくる

# chapter 1 1:

## — 仙人さん『最大の秘密』 —

- ✓ 広く深く、徹底したリサーチをしろ！
- ✓ 『リラックス』しながらリサーチを『エンジョイ』しろ
- ✓ リサーチの広さと深さでセールスレターの反応が決まる
- ✓ リサーチ段階からスーパーフォーミュラを意識せよ
- ✓ リサーチ・究極のコンビネーション
  - ・最強の約束
  - ・最強の証拠
- ✓ 『過剰な』ほどリサーチをしろ！
- ✓ 朝、起きてすぐ『書く』
- ✓ 『8割・2割』の法則
- ✓ 成功は蓄積

✓1つの市場にフォーカス

✓1つのプロジェクトに『3ヶ月』を費やす

-40%(36日間)リサーチ

-40%(36日間)ライティング

-20%(18日間)調整修正

✓ロボットのように毎日のスケジュールを遂行せよ

✓夜10時～深夜2時は睡眠のゴールデンタイム

✓睡眠中の潜在意識で、脳内で  
セールスレターを書き上げろ！

✓プレッシャーは悪魔

✓最強のスキルは  
どんな状態でも『リラックス』出来ること

✓リラックスする為の肝は『完璧なスケジュール』

✓完璧主義にならない

# chapter 1 2:

## — 顧客リストの秘密 —

✓顧客心理を追求すれば儲かる

✓人間は必ず購買パターンを持っている

## — リストのチェックポイント —

✓チェック1：源泉

✓チェック2：オファー

✓チェック3：払ったお金の金額

✓チェック4：メーリング頻度

✓チェック5：フォーマット

✓チェック6：新鮮度

✓チェック7：購入頻度

✓チェック8：リスト管理会社

✓チェック9：興味の深さ

✓チェック10：特徴

✓チェック11：他の人が使用したか？

✓チェック12：バックエンドの反応率

✓チェック13：リストの値段(コスト)

## － リストのチェック(Ver.2) －

✓チェック1：ブランディング

✓チェック2：ベネフィットと体験

✓チェック3：世界観

✓チェック4：価格設定

✓チェック5：カテゴリ

✓チェック6：安全リスト

✓チェック7：忠誠心

# chapter 1 3:

## — 千人のファン —

- ✓ 『リスト』 = 『顧客情報』 (の集まり)
- ✓ 最も価値の高い顧客情報(リスト)  
→ その人の人生全てが解る…ということ！
- ✓ 検索エンジン上位に出ているサイト・オーナーにアプローチをしろ！
- ✓ ターゲットが日常、アタマの中で考えていると思われるキーワードを出す
- ✓ 紹介してもらったら信頼が一瞬でシフトする
- ✓ 相手を理解すること → まずは自分をさらけ出す
- ✓ 一番大事な『1000人』は一体誰か？
- ✓ 1人ビジネスをするのであれば『1000人』が限界

✓外注するものと外注しないものをハッキリ決める

✓ビジネスの肝となる部分は自分でやらないと危ない

✓『クライアント』は天使ではない

✓Jr CopyWriterが書くべきもの

-見込み客集めの文章

-信頼を築く文章

-売るための文章

✓価値の高いFB、アンケートを取りたいときは  
必ず『自分の弱みをさらけ出す』！

✓いろんな分野で成功する人

→ 自分が働いている会社を自分の会社だ  
と思い込んでいるようにやる人

✓リスト究極の概念

一人一人全てに壮大なドラマがある！

# chapter 1 4:

## — 命を救うマインドセット —

✓マインドセットを叩き込まなければ  
絶対に成功は出来ない！

✓マインドセット 1：セールスが全て

✓マインドセット 2：『マーケティング』は  
複数の人間に対する『セールス』

✓マインドセット 3：コピーはアート

✓マインドセット 4：言葉は危険な武器

✓マインドセット 5：トリガー単語  
(アクション単語)を使え！

✓マインドセット 6：まずは『真似』をしろ

✓マインドセット 7：行動させろ

✓マインドセット8：話し言葉で書け！

✓マインドセット9：『25%進化』したバージョン

✓マインドセット10：毎日、訓練しろ！

# chapter 1 5:

## — 原始人の心理学 —

- ✓読み手(お客さん)の立場でコピーを書け!
- ✓モチベーション(購買欲)を高めてあげること
- ✓行き詰まったときはマズローのピラミッドを見ろ
- ✓欲求の段階を下から順番に踏む  
(いきなり上の段階に行くことは出来ない)
- ✓原始的欲求を刺激するコピーを書け  
※絶対にキレイごとを言ってはいけない!
- ✓悪い欲を正当化してあげるコピーを書け
- ✓人間の欲求は大まかに2つに分かれる  
1: 恐怖(避けたい) 2: 欲(得たい)
- ✓基本的に人間は、既にあるものを失ったり  
恐怖から逃れたい欲の方が2倍以上強い

✓どんな手段を使ってでもお客さんを救え

✓自分自身もマズローの下の段階を完全に限界まで満たせ

✓日々、コンスタントにマズローの下の層を満たしておけ

✓マズローの下の層の欲求を  
満たしてあげることが約束しろ！

✓「短期的満足を得られる」と感じさせてあげること！

✓明日、○日後、長くても90日後くらいで  
解決できる！…ということを書いていく

✓『不合理的な恐怖』『不合理的な欲望』に注目しろ！

✓人は『何か新しいこと(モノ)、状況』に  
遭遇したときに、不合理的な感情が沸き起こる！

-新しい彼女 -新しい家に引っ越した -結婚した

-奥さんに子供ができた -新しいビジネスをスタートした

…etc その他、無限に考えられる → この本能を乗り越えることは難しい！

✓毛様体賦活系

人間の脳は自分にとって必要が無いことは認識しないという性質がある。  
自分にとって必要なことだけを脳が『認識しようとする』性質がある。

✓お客さんの毛様体賦活系の

『何が作動しているか？』を知った上でコピーを書け！

✓トリガー単語を使え

# chapter 1 6:

## — コピーライターの声 —

- ✓ アンカリングを使ってコピーライターとしてのセルフイメージに入り込んで書け
- ✓ フレンドリーで友達に話しかけるスタイルで書く
- ✓ 飲み屋で話しているように書く
- ✓ 皆、1人でコピーを読む
- ✓ 最強の単語は『名前』次は『あなた』(世界共通)
- ✓ 電話で話して絶対にバレないレターを書く
- ✓ 抽象的ではなく『具体的』に書く
- ✓ タッチできて、計測できて、目で確認できること!
- ✓ 『不合理』なことを言え

✓マズローの下の階層を意識しろ

✓一言一言全てで相手の興味をひけ

✓相手の現実『共感』させる『マッチ』させて話す

✓お客さんと毎日話す！

# chapter 1 7:

## — ひとことキャッチ —

✓キャッチコピーよりも大事な要素は『第一印象』

## — セールスレターで大切な要素 —

✓要素1：キャチコピー

✓要素2：オープニングのストーリー

✓要素3：証拠

✓要素4：商品 or サービスの説明  
(ベネフィットなども含む、具体的な説明)

✓要素5：値段

✓要素6：返金保障

✓要素7：今すぐ買わなければならない理由

✓キャッチコピーで売上の8割が決定する

✓どうやれば

『一文字も飛ばさずに読んでもらえるのか?』を考える

✓人は何らかの『新しい事』『最新』『発見』

などの言葉が好き(最古なども逆にアリ)

✓キャッチコピーのスタイル

1: ニュース性のあるキャッチコピースタイル

2: 発見スタイル 3: 確実スタイル

4: セックス(性的)スタイル

5: 健康スタイル 6: 自動的スタイル

7: 痛み・恐怖スタイル 8: 無料スタイル

✓一言キャッチで売れない限り、その商品は売れない

✓一言キャッチのフォーミュラ

1: 痛みにフォーカスしたキャッチコピー

(何らかの具体的な痛みを解決する方法)

2: 何かのベネフィットをリスク無しで得る方法

3: もし...ならば○○

4: 非現実フォーミュラ

(問題そのものが実は、あなたのベネフィットに変わる)

# chapter 1 8:

## — 人を動かすストーリー —

✓ストーリー = 究極の秘密兵器

✓読み手の2つの質問

1つ目：お前は誰だ？

2つ目：お前は信用できる人間か？

✓ストーリーで相手のガードを落とせ！

※ストーリーは相手のガードを落とすフェイント

✓ストーリーはスキル

✓読み手との『共通点』を探せ

✓人は『発見』したい

※教えてもらいたくない、ストーリーでも教えたらいけない

✓人は本能的に『物語』で物事を考えるクセがある

## — ストーリー最強の7ステップ —

- ✓ 1 : 似ているスタート地点
- ✓ 2 : チャレンジ、失敗の連続
- ✓ 3 : ある日突然のひらめき、発見、出会い…など
- ✓ 4 : 成功の連続
- ✓ 5 : メソッドの構築
- ✓ 6 : 他の人の成功
- ✓ 7 : 次はあなたの番です

# chapter 1 9:

## ー ボレットの方程式 ー

✓ボレットは…

-最強の秘密兵であり、ミニキャッチコピー！

✓商品説明のところまで読んだ時点のお客さんの心理

1：具体的に(商品そのものは)何なのか？

2：得られる具体的な結果(ベネフィット)は何か？

✓『特徴』と『ベネフィット』は違う！

✓ボレットを書くときの重要点ー

1：特徴 → その特徴から得られるベネフィット

2：他のライバルと比べて有利な特徴

3：それから得られるメリット

✓商品・サービスをお客さんが解るように通訳しろ

✓1日1人1時間、お客さんと話せ

✓商品・サービスそのものをベネフィットにしろ

✓シンプルにコンパクトに書け

✓ボレットとはベネフィットの要約

✓インデックスカードを使ってボレットを書け

✓不合理な感情・欲求・トリガーにフォーカスしろ

✓深いベネフィットを追求しろ

✓ボレットのフォーミュラ

- 1：読み手が一番解決したい問題点
- 2：お客さんが一番短期的に得たい結果
- 3：お客さんが一番興味が湧くような状況
- 4：お客さんが一番恐怖を感じている状況

✓ボレットのスタイル

- 1：説明文
- 2：質問系
- 3：アクション系

✓ボレットの方程式

- 1：○○する方法
- 2：『何故?』形
- 3：『何』形
- 4：『いつ』形

- 5 : 『どこ』形
- 6 : 『数字』を使う
- 7 : 『メソッドの名前』をつける

## chapter 2 0:

### — Noと言えないオファー —

✓オファーとは？ → 『値段』そして『価値』

✓フレーミング

✓ボレットまで読み終わってお客さんが考えていること

1：この商品に支払おうとしている

お金以上の価値はあるのか？

2：価値がある、という『証拠』はあるのか？

✓お客さんは『査定』するのが苦手！

✓僕たちは『基準』を探そうとする

✓お客さんの通貨で結果の単位を示せ

✓フレーミングで意識すること

-得たい結果 -避けたい恐怖

※この2つの『通貨』を両方入れてあげて通訳して話す

✓お客さんに10倍以上の価値を与えろ！

✓証拠を提示しろ

-自分のストーリーで証明

-他の人が得た結果で証明

-科学的な証拠、結果、データで証明(数字、数学も入れる)

✓セールスレターの中に簡単な『計算』を入れておく

✓オファーを出すときも『価値を通訳』する

✓お客さんの深い感情にリンクさせる

理屈ではなくて『感情』

## chapter 2 1:

### — 漢らしいクロージング —

✓お客さんは…

聞かない(読まない) 信じない 行動しない

✓お客さんに絶対にリスクは取らせるな！

✓返金保障は必ず、絶対につける

✓返金保障の手前まで読んだときのお客さんの心理

1：この商品を買うことでオレにリスクはあるのか？

2：買った後、じゃあ次に何をすればいいのか？

-リスクを取って

-具体的にどうすれば良いのか？

をしっかりと提示してあげる！

✓お客さんは商品を受取る欲望より

お金を失う『恐怖』のパワーの方が遥かに強い！

✓単純に返金保障を付けると売上は

『10%～50%』アップする！

✓返金保障以上に得をさせろ！(お試し期間…など)

✓返金保障のステップ

-30日間無料トライアルのオファーを出す

-返金が多ければその『理由』を聞く

-欠点、理由を修正していく

-無料トライアルで『売上』を上げたら『返金率』を下げる

✓リスクを取ってあげたら手を取って漢らしくリード

✓常に『想像』させろ

✓人間は一度手に入れたものは失いたくない

✓人間は想像の世界で手に入れたものも失いたくない

✓一度、お客さんの頭で『所有』させろ！

✓所有した後にならぬのか？もリアルに想像させろ

✓短期的欲求を刺激するような想像をさせろ

✓お客さんが感じるリスク

-お金 -労力 -プライド

✓50年後の最高の理想の未来、シナリオまでを  
鮮明に想像させろ

✓今すぐ行動することのメリット  
今すぐ行動しないことのデメリットを語れ

✓『想像』させて『行動』させろ

✓戦士の顔でリードする

## chapter 2 2: － 3つの追伸 －

### コピーライティングのフォーミュラ

✓1：キャチコピー

✓2：サブキャッチ

✓3：質問(あなたは○○ですか?)

最初に読み手が『ビクン!』とするような質問

✓4：ストーリー

✓5：あなたのせいではない(希望がある)

✓6：価値の提供

✓7：証拠を見せる

✓8：具体的な商品構成

✓ 9 : ボレット

✓ 10 : 誰が必要で誰が必要でないか

✓ 11 : 他のライバル(商品)との違い

✓ 12 : まとめ

✓ 13 : 値段

✓ 14 : 保障

✓ 15 : クロージング

✓ 16 : 名前・サイン

✓ 17 : 追伸(1～3まで)

✓ 18 お客さんの声

✓追伸1：全てのまとめ

✓追伸2：特別特典 or 秘密の特典

✓追伸3：買うことのメリット

買わないことのデメリット

✓人は『スキヤニング』をしている

→サブキャッチを使え！

✓読み手の気持ち『12』を常に意識しろ！

## — 読み手の気持ち 12 —

01：俺が探してる求めているものはここにある  
と感じさせてくれ！

02：トリガー単語を何度も何度も言ってくれ！  
それ以上言わなくて良いんじゃないか  
というぐらい連呼する！

03：マンツーマンで俺だけに話しているように  
言ってくれ！（一人に話しているように書く！）

- 04 : とにかく簡単に理解できるように  
わかりやすく言ってくれ!
- 05 : 俺が欲しいものを聞いてくれ!
- 06 : このレターを最後まで読み終わって  
俺の問題を解決させてくれ!  
(何らかの問題が解決して何らかの発見があって  
何らか人生が向上するようなレターを書く)
- 07 : オマエが信頼できる人間だと感じさせてくれ!  
(大袈裟なことやウソくさいと思われることは  
言わない、本当の事だったとしてもお客さんの  
現実とかけ離れたことは言わない。)
- 08 : この文章は俺だけが読んでいて俺だけ  
得をする。と感じさせてくれ!  
(人はオレだけがスペシャルで、オレだけが  
このレターに辿り着いた!...と思いたい!)

自分だけのものであって欲しい…  
自分だけがこのセールスレターに  
出会った!と思いたい。

自分だけがコレを理解してるんだ。

→これを感じさせてあげる必要がある。

→自分はマイナーだと表現すればするほど  
濃いお客さんは増えていく！  
(メジャーだと言わない方が良い)

09：オマエの歴史を教えてくれ！  
(経歴、ストーリー、進化の過程)

10：具体的に何をすれば、どんなステップを踏めば  
同じ結果を得ることが出来るのか教えてくれ！

11：俺が理解できる通貨に翻訳して教えてくれ！

(ex) 1キロ痩せる 15分1000円

12：リスクを全て取り払ってくれ！  
逆にオマエがリスクを取ってくれ！

✓自分の自我から離れてコピーを書け

✓お客さん自身が自分と対話しているようなレターを書け