

## お客様から求められる広告文章の考え方

株式会社みんなのコピー 代表取締役  
セールスコピーライター／求められる伝え方の専門家  
大橋 一慶



### 目 次

概要 .....	1
はじめに .....	1
1. 「たくさん反応が欲しい」は、正しい? .....	3
(1) 選べない消費者 .....	3
(2) 差別化が重要 .....	3
(3) ターゲットの絞り込み .....	3
(4) 「たくさん反応が欲しい」は正しい? の結論 .....	5
2. お客様は何を求めているのか? .....	5
(1) ユーザーが反応する真の理由 .....	5
(2) ベネフィット .....	6
(3) お客様は何を求めているのか? の結論 .....	6
(4) ワーク .....	6
3. 「反応が良くない」その本当の原因は? .....	7
4. あなたのメッセージ、ズレていませんか? .....	9
(1) メッセージのズレを防ぐには .....	9
(2) 結論: 「反応が思わしくないときは?」 .....	9
(3) 前半のまとめ: 誰に何をいうか .....	9
5. あらゆる文章で、もっとも大切なパートとは? .....	10
(1) キャッチコピーの差で反応は変わる .....	10
(2) どの部分がキャッチコピーか .....	10
(3) キャッチコピーが素晴らしいと .....	10
(4) 結論 .....	11
6. シンプルで効果的 キャッチコピーの考え方 .....	11
(1) 抽象的な表現はダメ .....	11
(2) 数字を使いこなす .....	11
(3) 専門用語や横文字に注意 .....	12
(4) キャッチコピーの考え方の結論 .....	12

7. 普通の言葉を売れる言葉に変える方法 .....	13
(1) 良いと信じているモノを引き合いに出す .....	13
(2) ベネフィットを五感に訴える .....	13
(3) 「得る喜び」と「失う痛み」 .....	15
おわりに .....	15

## 概要

「製品に自信がある」「必要な人に価値が伝われば成約は増える」このような想いを実現するには、セールスコピーが最適である。セールスコピーとは、「買ってください」と売り込む文章ではない。消費者から「ちょうど、それが欲しかった」と思っただけで伝え方だ。この技術を習得すれば、いかなる状況でも、今まで以上の反応が得られる。

本講演では前半を「誰に何をいうか」という視点で、「たくさん反応が欲しい」は正しいか／お客さんは何を求めているか／「反応が良くない」その本当の原因は？／あなたのメッセージズレていませんか？というテーマで訴求ポイントを解説する。後半は「何をどういうか」という視点で、あらゆる文章でもっとも大切なパートは？／シンプルで効果的 キャッチコピーの考え方／普通の言葉を売れる言葉に変える方法、をテーマに文章表現を学ぶ。

## はじめに

まず自己紹介をする。販売文章（セールスコピー）の専門家であり、これまでに1,000件以上の案件に対応、コピーを書いたり教えたりしている。3冊の著書があり『セールスコピー大全』は10万部を突破、韓国／台湾／タイで翻訳されている。イベントへの参加やメディア出演にも招かれている。

17年間で対応した仕事の99%は中小零細企業のお悩み案件であり、知名度がなく信用が低く資金が少なく、スタッフも少ない。さらに売りにくい商品ばかりだった。そうした経験を通してセールスコピーの技術を磨き、人に教えられるようになった。

本講演はお客様から求められる広告文章の考え方をテーマに話をしていく。

セールスコピーライティングといわれている分野は売上や集客を増やすことに特化した文章術である。別のいい方をする、皆さんが書いた文章を優秀な営業マンに変える方法ということだ。本講演で学ぶ技術は皆さんも広告やメディアの文章を書いていると思うがそれを抜群のセールストークに語れるような営業マンにしていくイメージを持ってほしい。

セールスコピーを実践すれば広告やメディアからのダイレクトな問合せ／申込など反応が倍増し、どのような案件でもより多くの反応が得られるようになる。17年間1,000案件以上さまざまな業種に携わっているが、どのような案件でもレスポンスが得られた。本講演でもさまざまな業種が集まるが、セールスコピーを実践すると目標達成がより楽になる。もっと結果を出せるようになり、もっと早く会社から帰れるようになる。休みもしっかり取れるようになる。

## 事例：売りにくい商品

- ・残像メンタルカード ⇒  
カードを見ると集中力アップ、大学の研究機関でエビデンスは取れている
- ・部屋に置くだけで空気対流が改善される点滴に類似した見た目のバケツ
- ・1本20,000円のトリートメント剤 ⇒売上1,000万円以上に