

SWIPEFILE SECRETS

売れるセールスレターを
素早く書く“正しい”方法

スワイプファイルとは？

スワイプ保存に有効なツール

- Evernote

ショートカット
ここにノート、ノートブック、タグをドラッグして素早くアクセス

最近のノート

- 赤るプレゼン製作ワー...
- zoomを使って音声フ...
- 登録5日目: 12:00
- 登録2日目: 1通目
- 登録4日目: 12:00

ノート

- ノートブック
- タグ
- ゴミ箱
- プレミアムに登録
- Upgrade Team

2018年6月27日 水曜日 13:08	アドラボ	2018年6月27日 水曜日 13:08	7.9 MB
2018年6月27日 水曜日 13:08	アドラボ	2018年6月27日 水曜日 13:08	7.9 MB
2018年6月27日 水曜日 13:08	アドラボ	2018年6月27日 水曜日 13:08	7.9 MB
2018年6月27日 水曜日 13:08	アドラボ	2018年6月27日 水曜日 13:08	7.9 MB
2018年6月22日 金曜日 14:52	アドラボ	2018年6月22日 金曜日 14:52	7.9 MB
2018年6月22日 金曜日 14:03	【システムアフィリエイト限定版】メルマガマスタープロジェクト「The 7th Marketing Clu...	2018年6月22日 金曜日 14:03	29.4 MB
2017年7月19日 水曜日 12:47	限定ビデオ: 「今、最も反応が高い広告はこれ!」	2018年6月20日 水曜日 14:49	1.6 MB

作成日: 2018/06/22 更新日: 2018/06/22 ad-labo.net

アドラボ

全6回のセミナー&交流会、最新ネット広告、
不変のマーケティングシステム、アドバンスインタビュー、
公開コンサルティング、生放送Q&Aセッションetc...

『AD LABO アドラボ』募集開始

.....

あなたも『最新3A集客モデル』をマスターし、
圧倒的低単価で見込み客が集まり続け、
不変のマーケティングシステムで
常に利益が確定している...

そんな理想的なビジネスを構築しませんか?

- Full Page Screen Capture

Get your copy NOW 8 Hours 59 Minutes 47 Seconds DOWNLOAD NOW

Free Download: How to Get Your First 1000 Email Subscribers (and Beyond)

DOWNLOAD NOW

We guarantee 100% privacy. Your information will not be shared.

Your FREE Blueprint For Rapidly Growing Your List - Even If You've Struggled To Get Optins In The Past!

Featured In:

Forbes Entrepreneur THE HUFFINGTON POST USA TODAY Inc. Los Angeles Times

About Ryan

Ryan Levesque is the CEO of The ASK Method® Company and author of the #1 National Best-Selling book, ASK - as featured by Inc. Magazine as their #1 Marketing Book of the Year and by Entrepreneur Magazine as their #2 Must-Read Book. The ASK Method® Company was ranked #462 on the 2017 Inc. 500 List and named the #7 Fastest Growing Company in Austin, TX.

Ryan is also co-founder and investor in bucket.io™ - the leading

よくある間違い

- ただ文字を入れ替えただけ

よくある間違い

- ただ文字を入れ替えただけ
- デザインまで丸パクリで嫌われる

よくある間違い

- ただ文字を入れ替えただけ
- デザインまで丸パクリで嫌われる
- コンテキスト(背景情報)の理解不足

コンテクトを理解する

【重要】 セールスレターの書き方は
フロントエンドとバックエンド、
プロモーションの有無などで変わる

なぜ書き方が変わるのか？

1. 見込客の『BDF』
2. 商品のマーケティングステージ

BDF

B : ビリーフ (Belief)

見込み客は何を信じているのか？

BDF

B : ビリーフ (Belief)

見込み客は何を信じているのか？

D : デザイア (Desire)

見込み客は何を求めているのか？

BDF

B : ビリーフ (Belief)

見込み客は何を信じているのか？

D : デザイア (Desire)

見込み客は何を求めているのか？

F : フィーリング (Feeling)

見込み客はどんな感情なのか？

マーケティングステージ

	問題	解決策	商品
レベル5	○	○	◎
レベル4	○	○	○
レベル3	○	○	×
レベル2	○	×	×
レベル1	×	×	×

**見込み客の感情や
マーケティングのステージを
意識してスワイプを選ぶ**

スワイプファイルと キャッチコピーを決める方法

- 6種類のキャッチコピー

スワイプファイルと キャッチコピーを決める方法

・ 6種類のキャッチコピー

1. ストーリー

2. 宣言

3. 秘密

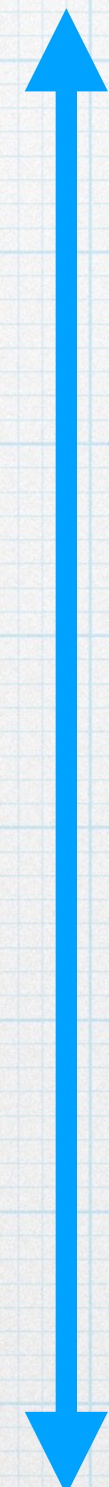
4. 問題解決

5. 約束

6. オフナー

問題意識低

問題意識高



1. ストーリー

- ストーリーからはじまるキャッチコピー

1. ストーリー

- ストーリーからはじまるキャッチコピー
- 例)
私がピアノの前に座るとみんなが笑った。
でも弾き始めると、、、

1. ストーリー

- ストーリーからはじまるキャッチコピー
- 例)
私がピアノの前に座るとみんなが笑った。
でも弾き始めると、、、
- 問題意識や悩みを提起していき、
問題に気づいていなかった人にも
興味を持ってもらおうことができる。

2. 宣言

- 衝撃的な事実が含まれるキャッチコピー

2. 宣言

- 衝撃的な事実が含まれるキャッチコピー
- 例)
実は、2年間使用した枕の重さの10%は、
ダニの死骸とその排泄物だと知っていましたか？

2. 宣言

- 衝撃的な事実が含まれるキャッチコピー
- 例)
実は、2年間使用した枕の重さの10%は、
ダニの死骸とその排泄物だと知っていましたか？
- 意外性や恐怖心で注意を引く

2. 宣言

- 衝撃的な事実が含まれるキャッチコピー
- 例)
実は、2年間使用した枕の重さの10%は、
ダニの死骸とその排泄物だと知っていましたか？
- 意外性や恐怖心で注意を引く
- 週刊誌の中吊り広告などが参考になる

3. 秘密

- 興味を引く 『秘密』 があるキャッチコピー

3. 秘密

- 興味を引く 『秘密』 があるキャッチコピー
- 例)
株式市場の究極的な裏切り

3. 秘密

- 興味を引く 『秘密』 があるキャッチコピー

- 例)

株式市場の究極的な裏切り

医学博士がこう語った理由とは…

「私は過去20年以上、
コップ1杯の水も飲んでいません」

3. 秘密

- 興味を引く『秘密』があるキャッチコピー
- 例)
株式市場の究極的な裏切り
医学博士がこう語った理由とは…
「私は過去20年以上、
コップ1杯の水も飲んでいません」
- 「知りたい！」という欲求をかき立てる

4. 問題解決

- 問題や悩みを直接的に書いたキャッチ

4. 問題解決

- 問題や悩みを直接的に書いたキャッチ
- 問題や欲求を明確化する

4. 問題解決

- 問題や悩みを直接的に書いたキャッチ
- 問題や欲求を明確化する
- 例)
あなたは老後の貯蓄を恐れていませんか？

4. 問題解決

- 問題や悩みを直接的に書いたキャッチ
- 問題や欲求を明確化する
- 例)
あなたは老後の貯蓄を恐れていませんか？
あなたはいつも「いい人」止まりで
彼女ができないと悩んでいませんか？

5. 約束

- 比較的よく使われる型

5. 約束

- 比較的よく使われる型

- 例)

Facebook広告で1リスト300円で
安定的に見込み客を獲得する方法

6. オファー

- ・相手に提供するものを具体的に言う

6. オフアー

- 相手に提供するものを具体的に言う

- 例)

Amazonの7ジャンルで1位を獲得し、
累計23,482人が読んだ書籍を
無料でほしい方はもう他にいませんか？

昨年4987人が参加した人気講座に
今だけ63%オフで参加できます！

エクササイズ

- 6種類に仕分けしながら
スワイプファイルを集めよう！

エクササイズ

- 6種類に仕分けしながら
スワイプファイルを集めよう！
- もちろん複合型も存在する

エクササイズ

- 6種類に仕分けしながら
スワイプファイルを集めよう！
- もちろん複合型も存在する
- コツ：
どの意識レベルに効果的だろうか？

SWIPEFILE SECRETS

売れるセールスレターを
素早く書く“正しい”方法