

# メルマガマスター講座

---

## 4. ライティング①

# メルマガを書く 5つのステップ

メルマガを書く  
5つのステップ

1

# ネタ決め

書く内容を決める。  
どんな内容、ストーリーを  
話すかを決める。

# ネタ探しの ツール

- **メルマガテーマリスト**
- **学んだこと**
- **新聞**
- **雑誌等**  
**楽天マガジン**  
**dマガジン**  
**ブック放題**  
**などなど**

メルマガを書く  
5つのステップ

2

# 本文を書く

まずは書いてみる  
構成に沿って  
書き方、テクニックは後ほど

メルマガを書く  
5つのステップ

3

# 件名をつくる

本文を書いてから  
件名を作る

メルマガを書く  
5つのステップ

4

# 編集する

書いた内容を読みあげて  
おかしいところがないかチェック

メルマガを書く  
5つのステップ

5

配信する

これで完了

# メルマガを書く5つのステップ

ステップ1

ネタ

ステップ2

本文

ステップ3

件名

ステップ4

編集

ステップ5

配信

# 本文の構成

# 覚えておくべき構成は2つ

使う時はどちらか1つです

# 覚えるべき 2 種類の構成

## ストーリー

1. (オープニング)

2. ストーリー

3. スイッチ・コンテンツ

4. クロージング、PS

## コンテンツ中心

1. Why

2. What

3. How

4. What if~

# ストーリーの参考

参考メール13

# コンテンツツの参考

参考メール14

**送信者名**

**メールを読んでもらう為に  
非常に重要**

TVでいう番組名

# 送信者名の考え方

## 個人

元々EメールやLINEは、個人間のコミュニケーション。個人名からでOK。

個人ベースのサイズで拡張しないなら、これ以上ない。ベスト。

迷惑メールにならない王道。

## ブランド名

メディアを作ると考えると、番組名=ブランド名

## ブランド名

「笑っていいとも！」

## 会社名

「フジテレビ」

# ブランドの メリット

- リスク分散する。
- 運用が楽になる
- 新しいネタが追加しやすい
- お客様のニーズに、柔軟に 대응される

# ブランドの デメリット

- 繋がりに感じにくい
- 労力がかかる

# 売り込みと メルマガを分ける

売り込み → ブランド名

メルマガ → 個人名

# ネーミング のヒント

- 1ワード、2ワード。  
顧客が、会話に出しやすい  
ようなイメージ。
- ベネフィット、結果のイメ  
ージ、優越感、アイデンテ  
ィティ
- 言葉を作ってもいい  
例) ラクスル

# 運用の鉄則

一度決めた送信者名は、基本変えない

# ワーク

## 送信者名を考える

# ワーク

## 送信者名を考える

考えた内容をチャットに