

メルマガマスター講座

6. ライティング②

メルマガを書くコツ

話言葉で書く

目で読んでるようで、話を聞いているような感覚
おばあちゃんでも分かるように

友達と話す感覚



1文を短くテンポよく

『、』よりも、『。』を多くする

同じ語尾を使わない

例) ます。

ます。

ます。

です。

です。

です。

魔法の数字 『3』

同じようなフレーズを3回続ける
参考メール15

1メール1テーマ

1つのメールに複数のテーマを入れても
何も覚えられない

『あなた』に向かかって書く

1人の読者に向かかって書く

『書く』ことと、 『編集』を分ける

書くことと、編集を同時にする事は、
アクセルとブレーキを同時に踏んでるようなもの

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~

ストーリーリーの書き方

メルマガの基本構成（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

ストーリー

- **ストーリーには、『価値』がある**
- **あなたが見ているドラマ、映画、漫画、ゲーム、ドキュメンタリー、全てストーリーは全てストーリー**
- **と言っても、必ずしも壮大なものが必要な訳ではない**

ストーリーの種類

日常のストーリー

自分自身の日常をストーリーとして切り取る。

他人のストーリー

本、セミナー、TVなど。顧客のストーリー。

BeforeAfter、負け犬が勝つ、ヒーローが悪役に勝つ、意外な話など。

感情を動かすストーリー。

コアストーリー

ビジネスを始めた時の話、理由。キャリアを決めた話など。

成功体験、失敗体験、恥をかいた経験、商品の誕生や発見、ターニングポイント、障害の克服etc。

特に失敗体験、恥、ネガティブ。（ポジティブや学びに変換）

ストーリーを書くポイント

よくある間違い

記述（説明）になってしま
う。記述になってしま
うと読んでいて面白くない。

隠喩（比喩である事を言わず
に例える）を使うと分かりや
すく、相手も傷つけない。

臨場感

ストーリーは、情景が浮かぶ
かどうか全て。その為、無
駄な細部を明確にする。

※参考メール4

読みやすい流れ

時系列で書く。時系列が分か
らないと、読み手が迷子にな
り、離脱する。

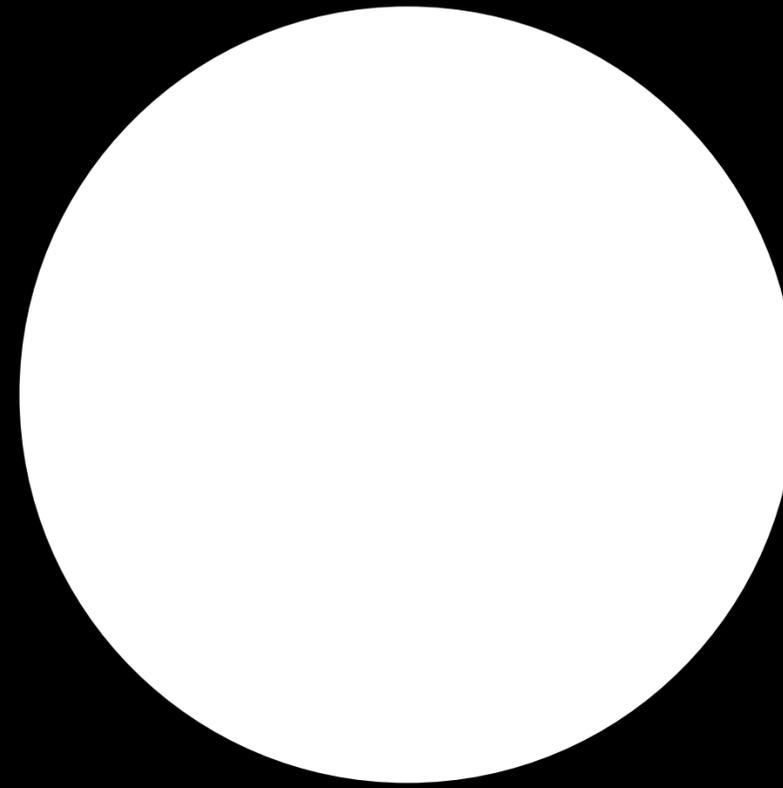
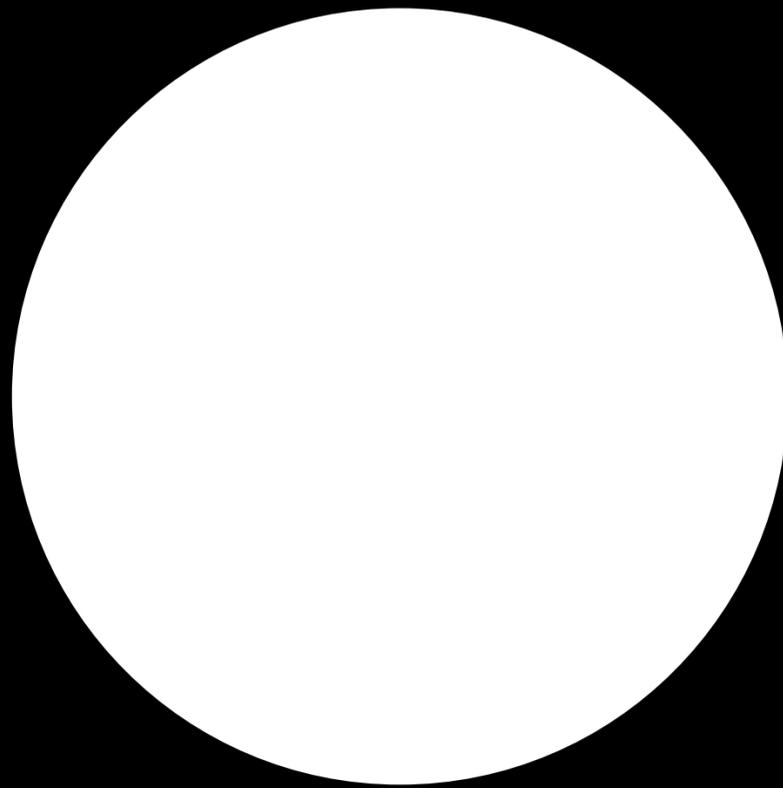
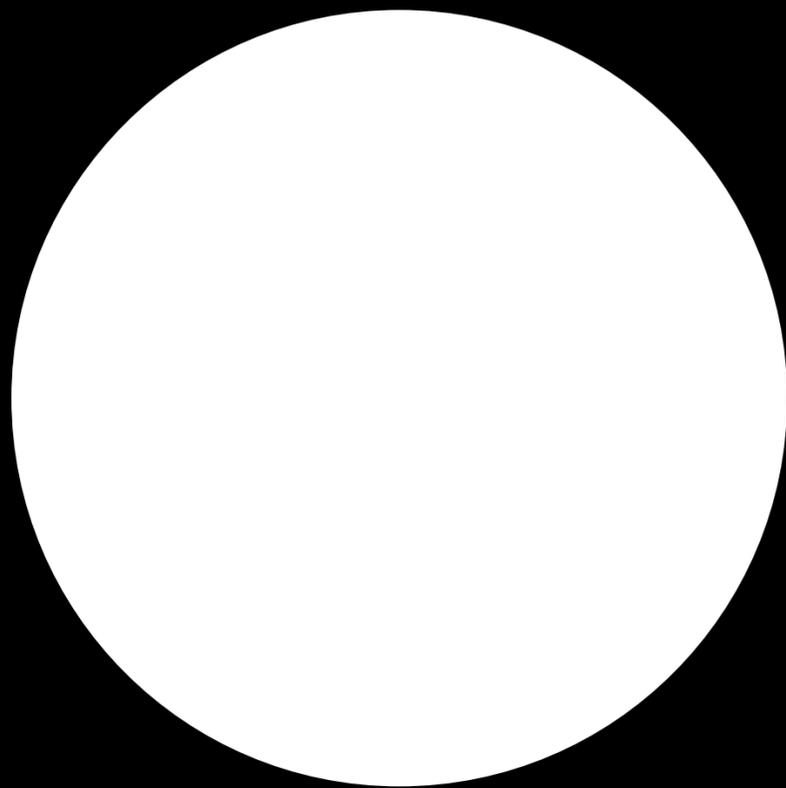
誰がwho?

どこでwhere?

いつwhen?

何が起きたwhat happen?

ストーリーの極意



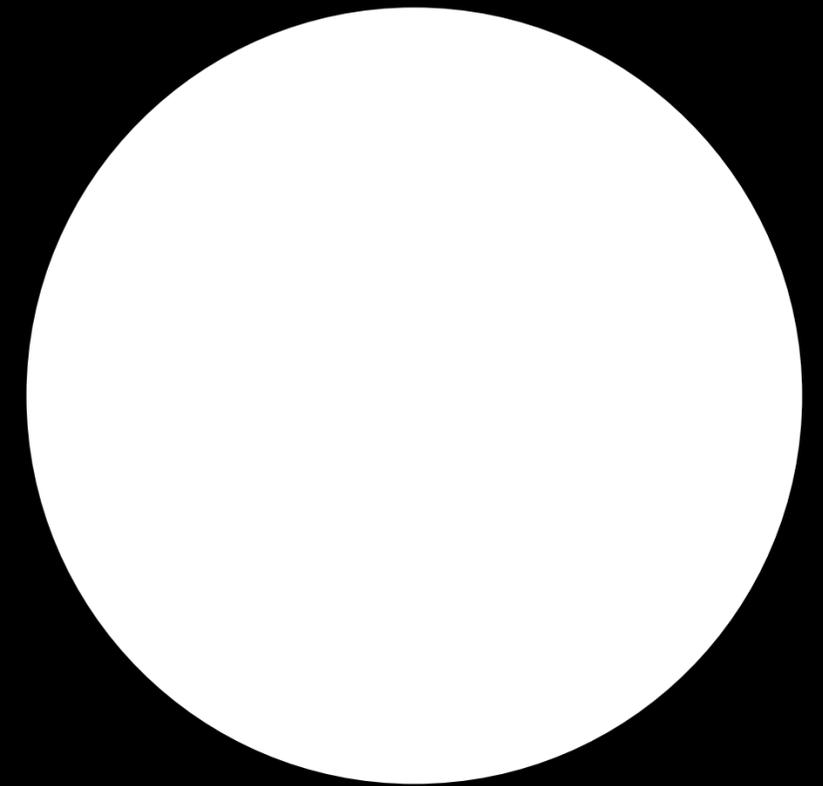
ストーリーの極意

常に話す

ストーリーの極意

常に話す

十分
楽しませる



ストーリーの極意

常に話す

十分
楽しませる

少し盛る

オープニング

テンポをよくするコツ

1番最初の文を短くする

どんな書き出し？

テンプレで解決

出だし、書き出しで悩まないようにする

オープニング

1

「いつ」
「どこどこ」
ストーリーが始まる事を暗示

「いつ」
「どこどこ」

- **むかしむかし、あるところに**
- **先日、ステーキ屋さんに行った時のこと**
- **昨日、
○○さんと話して、、、**
- **3日前、あるお客さんから
質問を頂きました**
- **2012年の寒い12月、とある
事がキッカケで、、、**

オープニング

2

質問

非常にパワフル
読者が引き込まれる

質問の力

- **質問はエンゲージメントを誘う。**
- **質問は断定しない。
価値観や結論を相手に押し付けない（自分から受け入れる）。**
- **質問されたことは事実だと受け入れてしまう。**

クローズ クエスチョン

- YES、NOで答えられる質問
- 導きたい答えがあり、導きたい答えを選択するであろう時に使う
- 「売上を上げたいですか？」
「生産性を上げたいですか？」
「成功したいですか？」

オープン クエスチョン

- YES、NOで答えられない質問
- 相手を考えさせることができる
- 「いくらの上上をあげたいですか？」
「何を得たいですか？」
「あなたの成功とは、何ですか？」

オープニング

3

5 W1H

「When : いつ」 「Where : どこで」
「Who : だれが」 「What : 何を」
「Why : なぜ」 「How : どのように」

5 W1H

こんにちは、豊田です (Who)

今は、品川のセミナー会場の近くのホテル (Where) にいます。

昨日 (When)、地方から来た受講生に誘われ、セミナー会場の近くの居酒屋 (Where) に行った時の事。

1杯目のビールを飲み、2杯目のビールを注文し、店員がビールを持って来た時のことです (What happen) 。

オープニング

4

素直に

伝えたい事を直球で言う

素直に

- **単刀直入に言います**
- **お願いがあります**
- **この内容は重要なので、絶対に最後まで読んでください**

オープニング

5

得られるもの

ベネフィットを暗示して
その先を読んでもらう

ベネフィット

商品やサービスを買う事で得られる結果変化

ベネフィット の考え方

- ドリルと穴
- この商品は、（特徴）です。
だから、（ベネフィット）が
手に入ります。

得られるもの

- **もし、あなたが相続争いから、大切な家族を守りたいと思っているなら、この内容は必読です。**
- **今日は、知っているだけで、相続税が〇〇万円安くなる方法をお伝えします。**

オープニング

6

引用

偉人やことわざの
信用を借りる

引用

- 「志を立てるのに、老いも若きもない。そして志あるところ、老いも若きも道は必ず開けるのである。」経営の神様、松下幸之助は言いました。
- 「猿も木から落ちる」ことわざにあるように…

オープニング

7

写真

**視覚効果（百聞は一見に如かず）
ストーリーを語るのが簡単
効果的に絆を作る事ができる**

写真

- ご覧のように、今日は、**
の写真を添付しました。何故
こんな事をしたのか？理由は
2つあります。
- ご覧のように、今日は、**
の写真を添付しました。

オープニング

8

グループ化

読者がある一定の
グループとして扱う

グループ化

- 私たちは、顧客の問題をや課題を解決する事で、報酬をもらうので、どれだけ深い問題や課題を解決出来るかで、売上が変わります
- 何をすれば、多くの見込み客を集められるか、あなたは常に探しているだろう

オープニング

9

動きのある状況

突然、動きのある状況に
飛び込ませる

動きのある 状況

- ガリガリガリ・・・
鈍い音と共に
車は傷だらけに、、、
- 「個別相談をやっているのですが、「大変参考になりました」と言ってもらえるものの、その後の仕事に繋がる成約率が悪いです。何が悪いのでしょうか？」
こんな質問を頂きました。

※参考動画

※参考メール16

ワーク

メルマガを書いてみる。

**テンプレを使って、オープニング
からストーリーまでを書く。**

ワーク

メルマガを書いてみる。

**テンプレを使って、オープニング
からストーリーまでを書く。**

書いた内容をチャットに