

# 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、編集を同時にすることは、  
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**
- **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13

## 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。

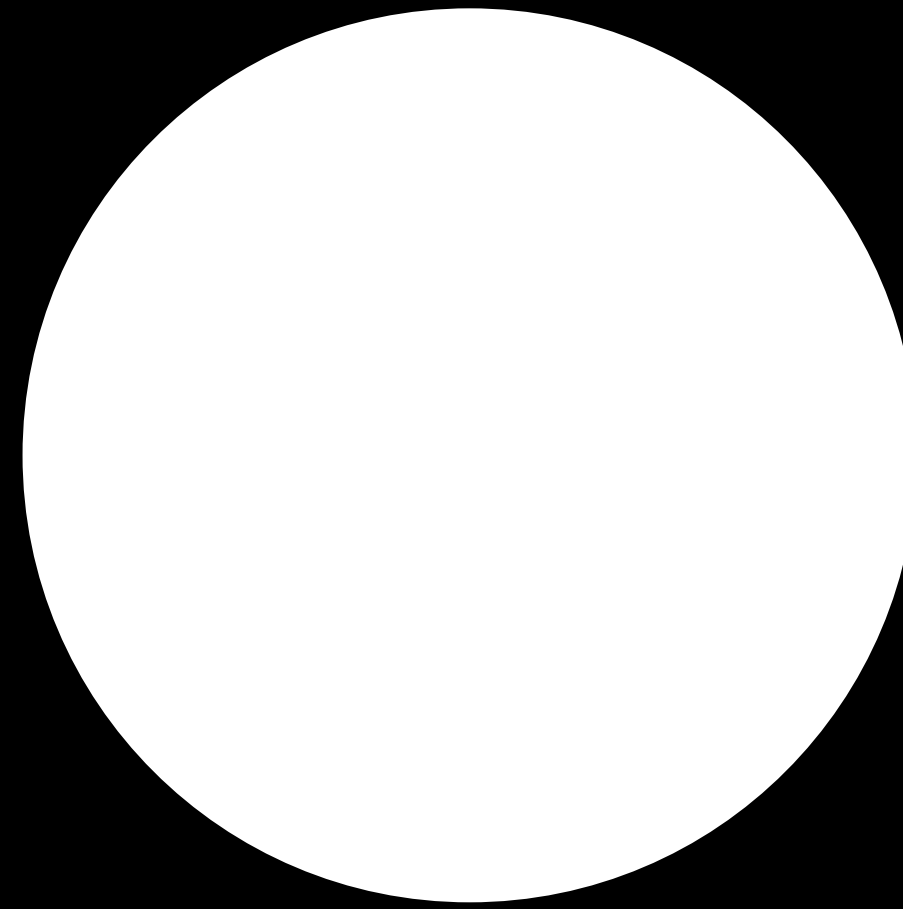
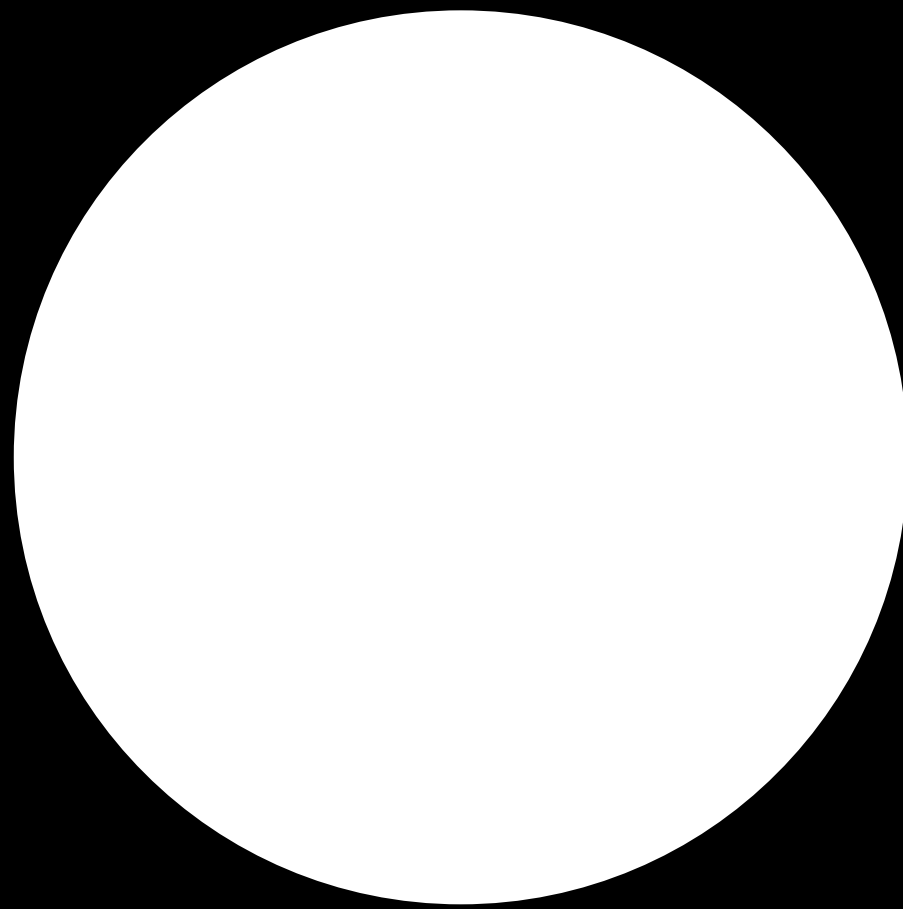
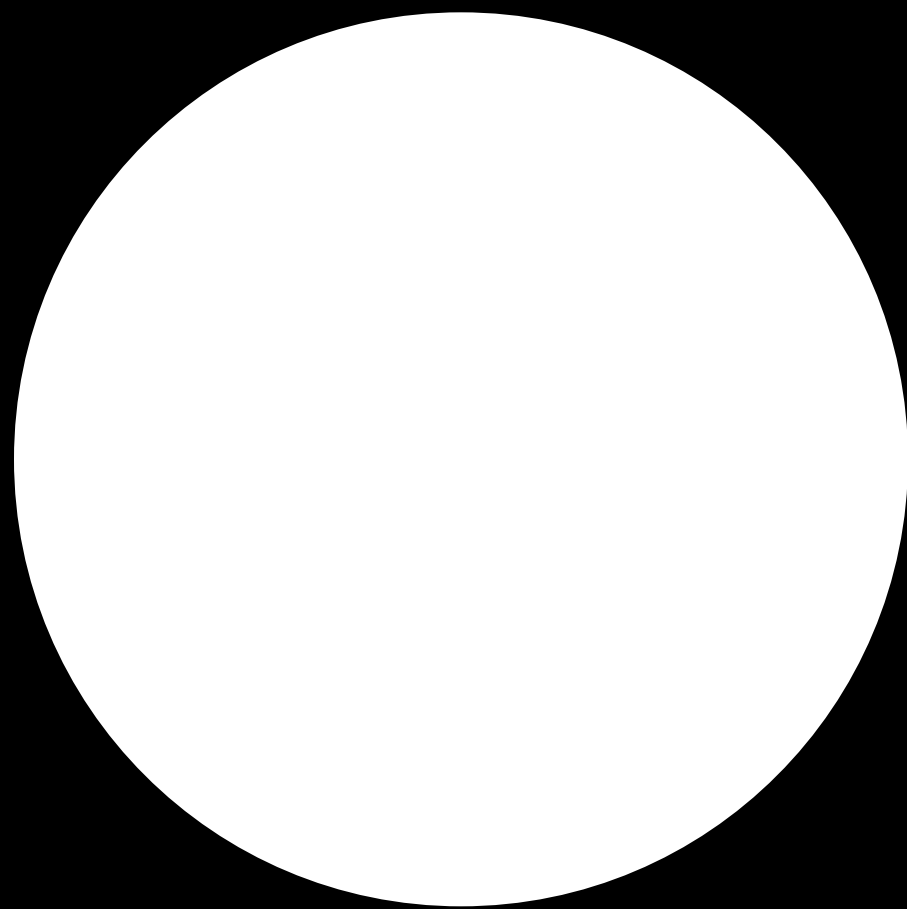
誰がwho?

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

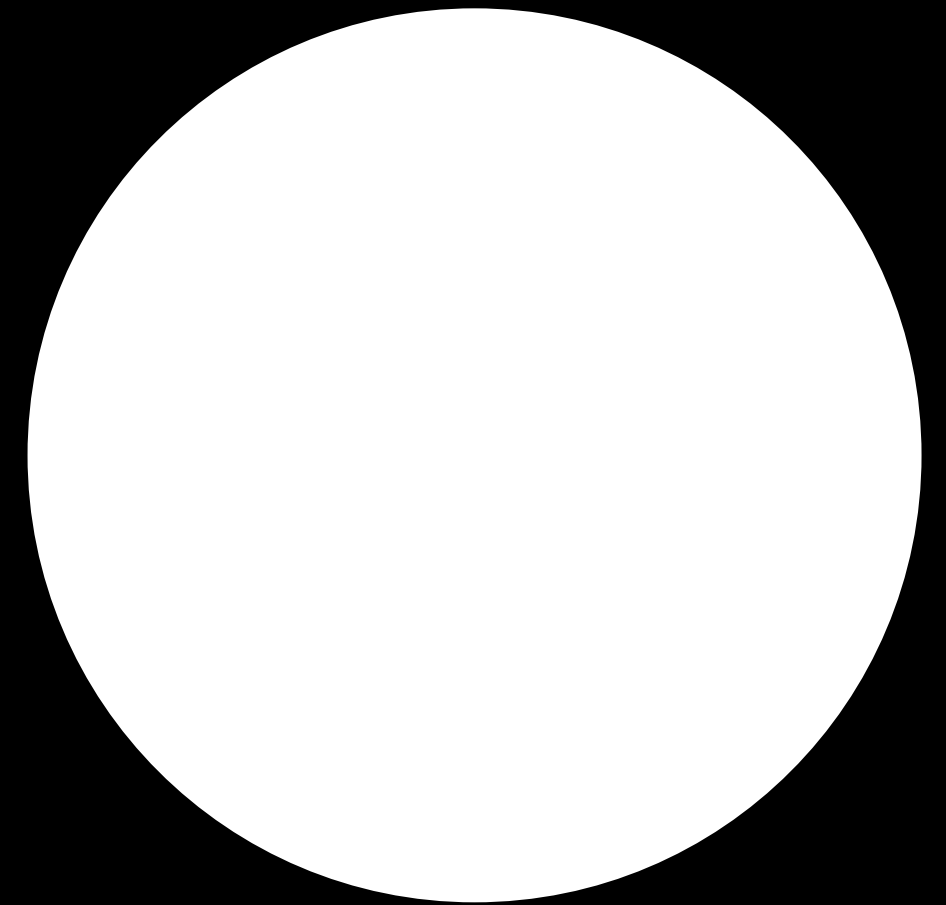
常に話す



# 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 小説

※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**