

メルマガマスター講座

7. ライティング③

スイッチ・コンテンツ

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

スイッチ

スイッチって何？

ストーリーからコンテンツへ。
コンテンツから再び元の話へ。
話を切り替えるテクニックの事。

参考メール2

スイッチって何？

抽象化と具体化を使って
話を切り替えるテクニック

図解

スイッチの 鉄板パターン

- 「さて」
話は変わりますが・・・
- あなたは、
この話どう思いましたか？
- こういう事って、○○でも
よくあると思うんです・・・

コンテンツツ

ワーク

**コンテンツは
どんなものだと思いますか？**

回答をチャットに

コンテンツとは



コンテンツとは

ハウツーもの
～する方法など

コンテンツとは

ハウツーもの
～する方法など

参考メール17は ハウツーカーか？

実は、、、

コンテンツの基本

1.Why 何故それが大事か？

2.What 何をすればいいか？

3.How どうやってやればいいのか？ステップ、ハウツー

4.What if～ 事例、具体的なサンプル

参考メール17は ハウツーカーか？

Why、Whatはあるが、
Howはない

HOWを見せるコツ

一部だけ見せる事

HOWを見せるコツ

有益だけど不完全
ひたすら良い事を書いてもダメ

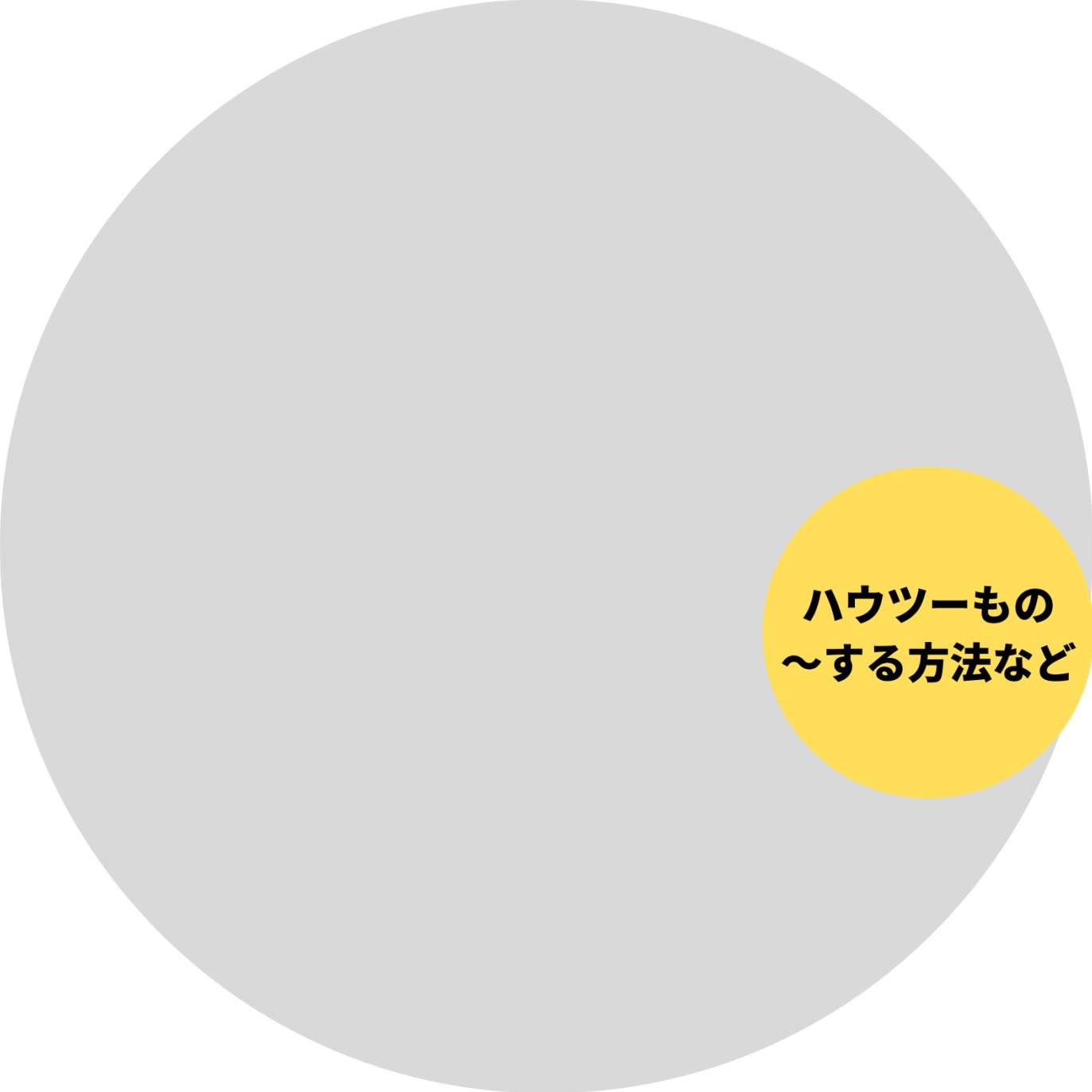
WHY、WHATを 伝えるだけでも学びになる

知らない人には、それだけで学びになる

コンテンツとは

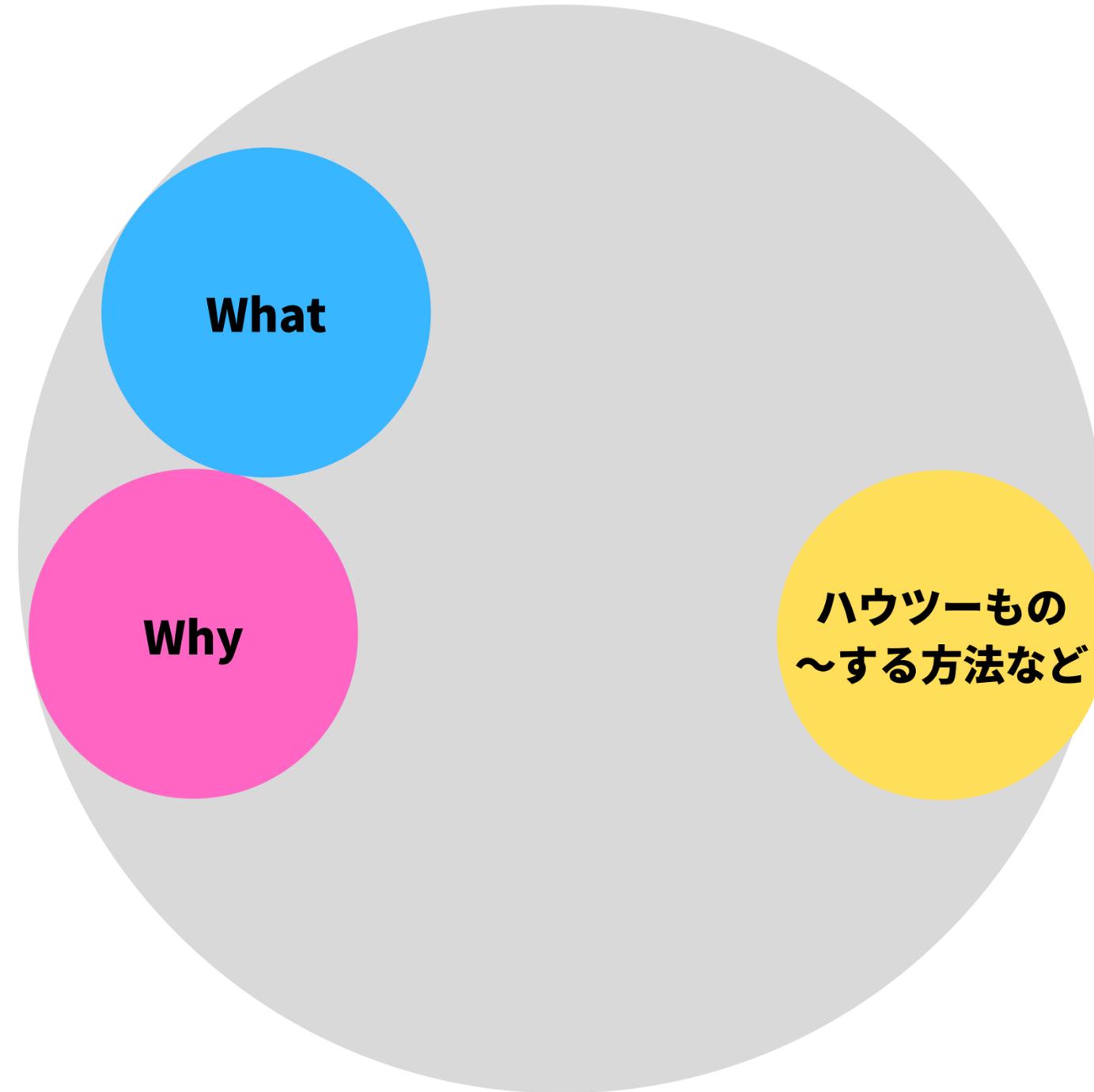
ハウツーもの
～する方法など

コンテンツとは



ハウツーもの
~する方法など

コンテンツとは





視点の提供

視点の提供

参考メール18

価値観の提供



価値観の提供

参考メール19



役立つ情報 ニュース

役立つ情報・ニュース

参考メール20

ケーススタディ 事例



**CASE
STUDY**

ケーススタディ・事例

参考メール21

**問題・原因を
教える**



問題・原因を教える

参考メール22

問題の明確化は
最も価値がある



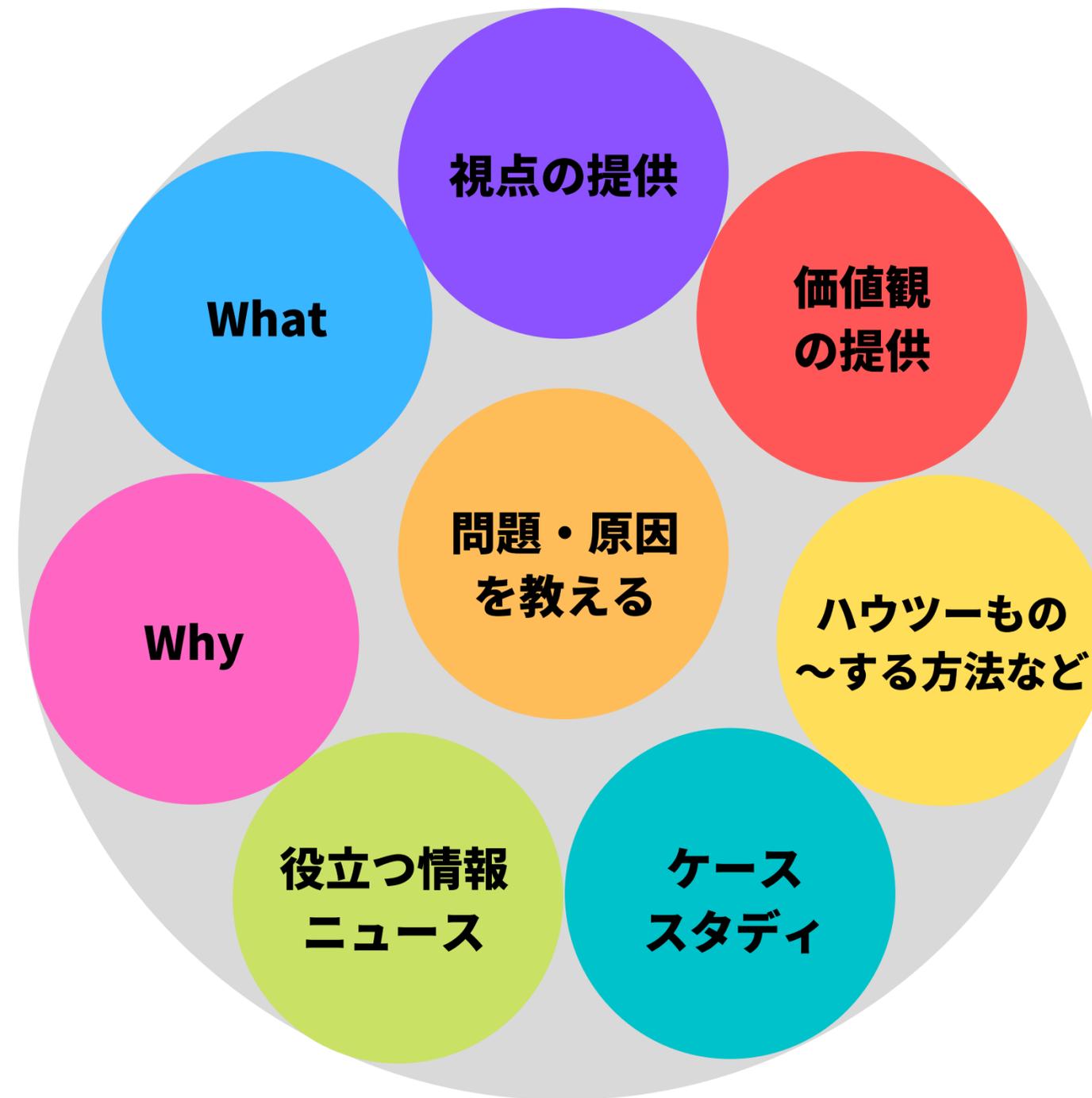
間接的に 問題に気付いてもらおう

直接言うと否定したり、攻撃しているように感じる
だからこそ、相手を傷つけず、気づきを与える必要がある

メルマガで 問題・価値観を教育

だから、売れる

コンテンツとは



メルマガのコンテンツ

ファン化 ブランド

視点の提供

価値観の提供

権威性・専門性

役立つ情報

Why、What

問題を教える

ケーススタディ

商品を買う為に 必要な価値観・考え方は？

あなたの見込み客の場合は？

ワーク

あなたの商品が欲しくなる 価値観や考え方は何か？

- あなたの商品を買う様になる価値観考え方は何か？
- お客様の間違った考え方は？
- 提供する最終ゴールは？
- あなたの価値観は？

回答をチャットに

クロージング ・ PS

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

クロージングの種類

ハードクローズ

ソフトクローズ

クロージングの種類

ハードクローズ

- 残り10個、急げ
- 断言する

ソフトクローズ

- 暗示、質問
- PSで商品へリンク
- お客様の声
+リンク

特に覚えたいのが ソフトクローズ①

暗示する。

『相続税は減ったけど財産が減っている』状態と
『財産を減らさずに相続税が減っている』状態、
あなたならどちらが良いか、その答えが分かっているはず…

特に覚えたいのが ソフトクローズ②

冒頭のストーリーに戻る。
ストーリーの中で出て来たことをもう一度持ち出す。

参考メール2

質問の力

- メルマガの中で、コンテンツを紹介する時に、結論や価値観を押し付けない。
- 質問はエンゲージメントを呼ぶ
- 読者に気付きを与える
- NG
『相続対策は大切です』
- OK
『あなたの大切な家族を守る為に相続対策をするか？しないか？すべてはあなた次第です。』

鉄板クロージング

- ①冒頭のストーリーに戻る
- ②質問or相手に考えさせる
- ③価値観を伝える（押し付けない）
- ④行動を促す

PS

**商品のリンクはPSに持ってくると
売り込み臭さが減る**

お客様の声 + 商品URL

追伸・PSは必須ではない

別に書かなくてもいい

ただ、追伸でさらっと商品の告知が出来るので便利

ワーク

**ココまで学んだ内容で
メルマガを書いてみる**

(オープニング) ストーリー～クロージング・PSまで

回答をチャットに

件名

中身を読むか読まないかは 『件名』次第

どんなに良い内容のメルマガを書いても
件名が悪いと中身を読んでもらえません

件名のポイント

01

好奇心

興味をそそられる言葉、文章

02

ベネフィット

読んだら、この『結果・変化』が手に入るのではという期待

03

時事ネタ

その時代の潮流に合った、気になる言葉、文章

件名を作るコツ

1

質より量

**とにかく量をたくさん書く
その中から良いものを選ぶ**

件名を作るコツ

2

**事例に無理やり
当てはめる**

良いかどうかは
当てはめてみないと分からない

件名を作るコツ

3

なるべく短くする

**14文字以内にする努力をする
最長21文字**

https://adv.yomiuri.co.jp/ojo/theme/theme201604_01.html

<https://www.watch.impress.co.jp/docs/news/1318439.html>

件名を作るコツ

4

独自性

**他のメルマガと被らない
件名にする**

テンプレで発想

メルマガをやり始めた段階は
当てはめられるテンプレが無いか
確認してみる

ワーク

件名を考えてみる

先ほど書いたメルマガに対して、5個考えてみる
(出来れば10個)

回答をチャットに