

Automatic Business Build Academy

補講

ステップメールシナリオ
テンプレートマスター講座

(7日販売パターン)

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

【推奨環境】

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。

できない場合は最新の AdobeReader をダウンロードしてください。（無料）

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。

下記の点にご注意戴きご利用下さい。

このレポートの著作権は作成者の Infreest (インフリースト) に属します。

著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

このレポートの開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。

このレポートは秘匿性が高いものであるため、著作権者の許可なく、この商材の全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

7日販売パターンステップメールの書き方の解説

■ 7日販売パターン

- 1日目　メルマガの目的を伝える　興味付け
- 2日目　メルマガの目的を伝える　興味付け
- 3日目　あなたの理念を訴える（伝える）
- 4日目　怖さ、不安等からの問題点喚起と商品がもたらす背景の価値
- 5日目　お金の価値
- 6日目　商品価値の説明　及び商品に付随するものの価値
- 7日目　サービス　クロージング

◆ 1日目（1回目）

- 1：メールの目的は何か？を明確に見込み客に伝える事
- 2：次回を必ず見てもらう事

ステップメール（メルマガ）の目的を読者にしっかり伝える事と
次回（2回目）を必ず見てもらう工夫が重要ポイントです。

まずはステップメール（メルマガ）の目的とは？

目的はあなたの目的と読者の目的の二つがあります。

あなたの目的は、最終的には販売する事です。

そして読者をリピーターにする事です。

ここをしっかりと理解して脱線しないでください。

ボランティアではなく、ビジネスとして取り組むのであれば、必ず販売をしてください。

そして、大事な点ですが、普通はこのあなたの目的

（メルマガが販売目的、リピーター獲得目的）を

語る人はほとんどいないのですが、ここであなたは伝えないといけません。

読者は忙しいので、「あなたは何でメルマガやってるの？」と思わせてはいけません。

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

堂々と宣言しましょう。

それによりメールマガジンやステップメール登録を解除されてもいいです。

メルマガ発行目的が「あなたのために・・・」など見かけますが、
実はそんなものは誰の心も打ちません。
多くの人は「偽善者」「詐欺師」など疑いの目で見ます。

大事な点は、

「あなた（＝読者）にとって、貴重なオファーをしていくので、
あなたに必要であれば応援（＝購入）してください」と、
そして更には自分の事を気に入ってくれたら、
「リピーターになってください」と明確に伝えてください。

これは販売の鉄則ですので、目的は明確にして販売をしてください。

「売る」事は全然卑しい事でも恥ずかしい事でもありません。

色々な訪問販売の業者がありますが、セールストークはアプローチの段階が
巧妙で一見、セールスに見えない状態から始まりますが、
そのため契約後にキャンセルが多いです。

理由は最初の段階で、すでに顧客を欺いているからです。

一流のセールスマンは、契約締結後、クールダウンと言う手法で
キャンセル防止をしますので、キャンセル率は恐ろしく下がります。

次に読者の目的です。

あなたがいかに読者に対して魅力的な提案ができるかにかかっていますが、
この二つの目的をしっかりと結びつけ、読者に示してください。

ブログ運営、メルマガ運営でも顧客への一番目の教育は目的（購読目的）を
しっかり伝える事です。

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

「このブログは魅力的な内容でいつもいいサービス・商品を紹介している」とか
「このメルマガは記事も面白いしセールスについては非常に勉強になる」とか

はっきり伝わるようにしてください。
はっきり伝えるのが教育です。

そのため、メルマガ発行時には読者のメリットをあなたが考えないといけません。

いかに魅力的なメリットにするかが重要で、メリットが高ければ、高い程、魅力的になります。

次に次回を必ず見てもらうことについてですが、次回を見てもらうには、プレゼントが効果的です。

ステップメール登録時にプレゼントを配布するパターンが多いですが、もう一度プレゼントを用意すると継続率がアップします。

プレゼントは、無料レポートや無料ソフト、ツールの紹介などです。

当然ですが、あなたのメルマガのテーマと関連性が深いものであり、これは別途利用するために配布します。

もらっても意味がないと思われるものは絶対にプレゼントしてはいけません。

いらぬものであれば、プレゼントしない方が良いです。

ステップメールの配信時間は予告した方が効果的です。
できれば毎回同じ時間に設定してください。
テレビ番組と同じで、その時間を楽しみにさせるのです。

1回目の重要ポイントの復習です。

1. 目的は何か？を明確に伝える事
2. 次回を必ず見てもらう事

あなたの全精力を注いで、この2点を読者に必ず理解させて下さい。

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

メルマガに登録した人は関心が高いですが、読者のレベルも様々です。

- A. 中身が興味深いので今すぐ読みたい
- B. とりあえず見てみる
- C. 同業者のさぐり

など、思惑は異なります。

Aの顧客は初回が短かい挨拶だけでは、期待度ダウンでがっかりされます。次回の見る気も下がります。

また、Bの場合でとりあえず登録した人が「これは凄い!!」と思わせれば、期待度が大幅にアップします。

Cは無視で構いません。

また、メルマガに登録しても読者が全員読んでくれているとは限らないことをしっかりと理解してください。

関心の薄い状態から濃い状態（ファン化）を目指しましょう。

初回登録時（0回目）のステップメールであいさつだけで終わることは禁止です。強烈な印象を残してください。

内容としては、テーマに関するノウハウをしっかりと入れて下さい。

読者が「凄い!!」と思うほどの内容です。

これができれば、プレゼントなしでも大丈夫です。

但し、なかなか難しいので、プレゼントを用意するのが無難です。

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

◆ 2日目（2回目）

ポイントは1日目の復習です。

繰り返さないと読者には伝わらないので、復習します。

NLP（神経言語プログラミング）ではバックトラック（復習）と言いますがこの復習が重要です。

それにより読者に目的がしっかり伝われば、第一段階が完了です。

もしも、あなたのメルマガの登録者に

「なぜ私のメルマガに登録しようと思われたのですか？」とアンケートした時に、

「メルマガアフィリエイトのノウハウが参考になりそうだから」とか

「最新情報がどこよりも早い知ることが出来るから」など即座に答えが返って

くるのであれば上出来です。

すでにメルマガやブログを運営している場合は、無記名式アンケートフォームで読者にアンケートをとってフィードバックすることをおすすめします。

それにより、あなたの改善点が見えてきます。

1日目と、2日目を解説しましたが、ステップメールの場合は実は登録時にこの1日目と2日目までの教育が同時にできます。

スクイーズページ、ランディングページと言うメールアドレス登録ページがその役目をします。

その段階でもある程度は教育可能です。

この場合は「目的」の教育に対して、登録時、1日目、2日目の合計3日間もかけることになるわけです。

3度繰り返せば、しっかりと理解してもらえます。

なので、1日目、2日目には、さらに踏み込んで少しずつ本題の記事に入っていく事が可能です。

そして、ステップメールの場合、最初は全開でノウハウを出してください。

出し惜しみは厳禁です。

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

◆ 3日目（3回目）：あなたの理念を訴える、伝える

1回目、2回目でメルマガの目的が販売目的やリピーター獲得であり、読者にもメリットがあると言う事を十分に伝えます。

そして、それだけのメリットがあるという事を証明するために、1日目、2日目でしっかりとノウハウを伝えます。（または、プレゼント）

次にすることは、「あなたの理念」を読者に伝えることです。

これは、あなた自身の売り込みです。

自己紹介程度の生易しいものではなく、あなたの信念、理念、生き様を顧客（＝読者）にぶつけてください。

ここであなたに共感してくれない人については、諦めても構わないくらいの気概で訴えます。

そして、この時点でほとんどが結果に表れます。

ここでは、あなた自身が資本であり、あなたの人間力の勝負になりますが、自信を持って下さい。

大事なことは、あなたに共感してくれる人、共感してくれる部分を増やしていく事です。

こんなことを書いたら敵ができるんじゃないかと思うくらいでちょうどいいです。基本的に八方美人の人では販売はうまくいきませんので、肝に銘じて下さい。

この段階で共感メールや共感コメント（ブログ等）が付かないようでは失敗作です。

それだけ重要な教育ポイントで、大事なのは共感の部分です。

共感とは、「そうだよね」「私もそう思う」「そういう事があった」「私も同じ経験がある」などで、心や気持ちのシンクロ状態です。

できるだけ、最大公約数になる共感ポイントに焦点を当ててください。

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

マイナーな共感ポイントよりも多くの人に理解されるメジャーなものが良いです。

そして、共感とは感情なので、あなたの喜怒哀楽をさらけ出してください。

理念とは、あなたの信念、ポリシー、あなたが読者へ伝えたいメッセージです。

あなたが主張しないと共感は得られないので、白か黒かはっきりさせてください。

特にメルマガは文字だけでしか情報を伝えられないですが、共感ポイントに意識して文章を書く習慣を付けると、非常に相手に伝わる文章が書けるようになります。

この3回目で深い共感を得る事で、今後の小さい共感も得やすくなっていきます。

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

◆ 4日目（4回目）：怖さ、不安等からの問題点喚起と商品がもたらす背景の価値

これから商品説明の本題に入っていきます。

ここはセールスレターで言われる問題提起の部分とは少し意味合いが違い、もっと深く大切なものです。

この4日目は潜在的なものを読者に気付かせる、非常に重要ポイントです。

具体例を以下に示します。

あなたの販売商品が儲かる系の場合

「年金などの将来の問題は困りますよね？リストラされると困りますよね？」

⇒まだ年金をもらう年齢ではないし、リストラもされてないけど??

あなたの販売商品がサプリメント系の場合

「病気になると大変ですよね？メタボリックは色々な病気になるので怖いんですよね？」

⇒まだ病気になってないし、メタボですが何か？今のところは具合も悪くないけど??

あなたの販売商品が悩み改善系の場合

「薄毛は嫌ですよね？老けて見えるし、もてないのも嫌ですよね？」

⇒本人の悩みの度合いが深刻であれば、追い討ちをかけるのも有効ですs。

これは、文章にする事で一度意識レベルを上げて、読者に自覚を促して教育をするのです。

必ず読者に対して問いかける事が必要です。

名前挿入機能のあるメルマガ配信サービスであれば、必ず名前を挿入します。

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

稼ぐ系では、サラリーマンで今、給料は安定しているかも知れないけど、リストラされるかわからないという経済的な不安に意識をフォーカスさせます。

もしも、●●さんが今、リストラされたらどうやって収入を得ますか？と突っ込んで問いかけます。

「そんなことは余計なお世話だ」と読者がメールを読みながらつぶやくように突っ込みます。

あなたが販売したい商品の逆側を読者に見せて下さい。

これは、次の5日目と対比しています。

不安、恐怖を示し、気付かせる、意識レベルにはっきり自覚してもらいます。脅す意味ではありませんが、

- ・病気が辛い
- ・お金がないと辛い
- ・太っていると色々なことが辛い

ポイントは、「そうだな」と共感させる事に意識を集中してください。

「そうだよな」

「そうなりたくないな」というように

とにかく、意識レベルに上げて、見込み客に想像させてください。

そして、販売したい商品の背景の価値へ徐々に結びつけていきます。

商品の背景の価値とは商品がもたらすイメージの価値であり、商品そのものの価値ではありません。

- ・健康の価値
- ・経済的裕福の価値
- ・恋人の価値

これは不安との対比が重要です。

「だから健康は大事です。●●さん！そうですね！」

「そう思いませんか？●●さん」

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

「●●さん！今よりプラスアルファで収入が5万円増えたら嬉しいですね？」

「●●さん！サラリーマンを辞めても生活できる収入が得られたらいいですね？」

まずは負の部分をお客様に気づかせ、その反対の価値を対比させます。

そして、販売したい商品がもたらす価値観を高める教育をします。

ここでは、はっきりとイメージをお客様に湧かせる書き方をすることが重要です。

イメージとは五感を総動員して想像させることです。

(五感＝視覚、聴覚、味覚、触覚、臭覚)

- ・見える
- ・聞こえる
- ・甘い
- ・ざらざらする
- ・いい匂いがする

視覚を刺激してイメージしやすくするために、「見える」に付随する擬音語や擬態語を使用して下さい。

例) 星がチカチカと光ったと思ったら、一瞬で目の前が真っ暗になりました。

聴覚も同じです。

例) ひそひそ話が聞こえた後に、ごそごそと物音がしました。

他にも同じです。

擬音や擬態語を使ってください。

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

◆ 5日目（5回目）：お金の価値の教育

あまり一般的には語られませんが、非常に重要な教育ポイントです。

「お金は大事だけど、それ以上に大事なものがある」とはよく聞くセリフです。

そういう人ほどお金の執着し、なかなかお金を払おうとしません。

しかし、お金は大事なものです。

これは、誰が何と言おうと、否定する事ができません。

そのため、その大事なお金を人様からいただくには相当な努力が必要です。

だから、5日目のお金の価値観の教育は非常に大事です。

お金の価値観の教育は、色々な気付け方がありますが、
お金は使わないと意味がないと教育します。

健康食品の販売の場合は、病気になったらお金があっても手遅れだと伝えます。
死んでからではお金を使うことはできないと伝えます。

稼ぐ系の場合は、稼ぎたいのであれば、ある程度の投資が必ず必要だと伝えます。
投資をする事で、リターンも大きくなると伝えます。

お子さんの教育、家族のためにお金は多ければ、多いほどいいと伝えます。

ここは、非常に大事な点で、うまく教育しないと顧客は商品を購入しません。

大切なお金なので、少しくらい欲しくなってもお金を出し渋ります。

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

◆ 6日目（6回目）：商品価値の説明 及び商品に付随するものの価値

※商品に付随するものの価値とは、4日目の商品の背景の価値が間接的な価値、または背景の価値に対してですが、ここでは直接、商品に関わる価値の事です。簡単に言えば商品説明です。

直接的に商品の価値を伝える前に、その前段階で必ず間接的にその商品の背景の価値を伝えておくことが重要です。

これは仕込みと言われる部分で、流れや仕掛けといわれる部分の一つです。

ここでは商品が販売価格に対して、最低でも2倍以上の価値があると顧客に教育します。できれば3倍以上の価値に思わせると良いです。

そのために今までに不安、恐怖、商品がもたらす価値、お金の価値を教育してきました。

ここも大事な点ですが、商品が読者にとって必要であると気付かせます。

問題の解決策提示＝この商品の必要性です。

商品の開発秘話、製作者の想い、あなたの想い、利用者の声、商品に付随する全ての価値を伝え、商品を欲しがらせるようにしてください。

ここでは、第三者の立場で類似商品の判断基準を提示(商品の選び方)することも有効です。

ただし、他社商品へのダメだしは注意が必要です。

欲しがらせるのに最も有効なポイントですが、利用者の声で商品を信用させる事、そして、その利用者と読者には共通点があり、「私でもできるかもしれない」と納得できる部分です。

利用者に読者が自分を重ね合わせ、自分も同じようにできると思う再現性の確証の事です。

購入までのプロセスはさまざまで、人により購入理由も色々と違いますが、この再現性があることを読者に伝えることに意識を集中してください。

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

それにより、「私を信じてください！」とか「返金保証を付けます」などが有効になります。

ここでは、販売はしなくてもいいです。

アフィリエイトの場合は、リンクも貼らなくていいです。

◆ 7日目（7回目）：サービス クロージング

ここで販売です。

- ・ 実例（証拠）
- ・ メリット説明

「商品・サービスの良さはご理解いただいたでしょうか？」
と 必ず問い掛けます。

- ・ 緊急性
- ・ 価格提示（セールスページへのリンク）
- ・ 駄目押しサービス（特典）
- ・ トドメのサービス（限定特典）

上記を提示して、背中を押して下さい。

クロージングは営業活動では命です。

ここで失敗すると今までの努力が無に帰す場合もあります。

Automatic Business Build Academy

補講：ステップメールシナリオテンプレートマスター講座

以上が7日販売パターンの1日目から7日目までの重要ポイントの解説です。

商品説明の部分は、一般的なセールスレターの書き方とほぼ同じです。

その前の段階の教育ポイントが重要で、

- 1：メルマガの目的を顧客に伝え、（教育し、）
- 2：あなたの理念を顧客に伝え、（教育し、）
- 3：問題提起から商品説明に入り、（問題意識のレベルを引き上げる）
- 4：顧客にお金の価値観を教育します。

上記が大事ですが、隠れた流れの部分です。

この隠れた流れをしっかりと頭に入れて、意識してストーリー（記事）を作ってください。

ここまででステップメールのシナリオ作成でのポイントだけを解説しました。

ブログやメルマガをすでに運営されているなら、この7日販売パターンで結果が出ますのでぜひ実践してみてください。