

売れるヘッドライン7つのテンプレート

1. ストーリーを語る

私がピアノの前に座った時、みんなは笑った・・・でも私が弾き始めると・・・

このヘッドラインが効果的なのは、ヘッドラインがいいから、というだけじゃありません。ヘッドラインから始まるストーリー。コピー全体のアイデアが優れているからです。人間はみな、人に馬鹿にされた経験、見返してやりたいという「復讐」の欲求があります。このコピー全体で、その欲求を刺激しています。

2. オススメする

あなたが今買うべきオススメIT株ベスト5

ベスト5 とか言われると、これは広告ではなくコンテンツだと思われれます。絶対買っちゃいけない株ベスト5。売れる7つのヘッドライン。とか。インターネットのコピーなら特に、「コンテンツ=記事」だと思って読んでもらうのがポイントになってくるので、このテクニックは使えます。

ちなみに数字が入っていることも要チェック。ある調査によると、売れる本のタイトルには、大抵数字が入っているというデータがあります。

3. ベネフィットを語る

UNIXデータセンターの管理 — かつては難しかった。でも今は簡単です

ストレートなベネフィットもときには有効です。簡単に使えるのもこれですが、売り込みだとぱっと見でばれるので、使うときは良く考えた方がいいです。

4. 比較をする

排気問題の解消法 — 従来の集塵装置のエネルギーコストの半分で

見込み客の持っている常識と、あなたが売りたいもののベネフィットを比べるのがこのタイプ。「乾電池。2倍長持ち」。など。

5. 見込み客にイメージさせやすい言葉を使う

なぜ、いくつかの食べ物は、あなたの胃を“爆発”させるのか？

あまりやりすぎると、くどい素人っぽいコピーになりすぎるので要注意。

6. お客の声を使う

“無料のメルマガ【ザ・レスポンス】を読んでひらめいたアイデアを実行しただけで、新規顧客獲得率が10%程度アップしました。コスト増なしです。”

お客の声は、信頼性が上がります。こういう、数字が入ったお客の声は強烈ですね。ちなみに、無料メルマガ【ザ・レスポンス】はこちらから⇒ <http://www.theresponse.jp/>

7. 無料のレポート、カタログ、小冊子のオファー

新しい無料レポート：

1週間前までマクドナルドのアルバイトだった30歳男性が、100万円のコピーライティングプロジェクトを受注した、顧客獲得戦略を公開

無料、という言葉には、引き寄せるパワーがあります。ぜひオファーの中に「無料」と呼べるものを作りましょう。

さて、以上が7つのテンプレートです。

ぜひ、あなたのコピーライティング・ライフの参考に・・・

寺本隆裕

<http://www.theresponsecopy.jp/>