



その Web サイト、メルマガ、チラシ、広告制作物… 本当に大丈夫ですか？

お客さんに渡す前の重要チェックシート

① ヘッドラインはあるか？

ヘッドラインとは、お客様に注意を惹きつける為の重要なメッセージです。

これが、セールスコピーの中で一番重要なポイントです。

例) 【〇〇だけが知る5つの秘密とは？】

② ターゲットは明確か？

このコンテンツは誰に対して訴求をしたいのか、これを明確に記載することが大事です。

ターゲットが曖昧だと、訴求力も弱くなってしまいます。

例) 【年商3億円未満の売上向上にお悩みの経営者の方へ】

③ オファー（取引条件）があるか？ 強いか？

このコンテンツからお客様がアクションを取ることで、どんな利益が得られるか、を明確にすることが大事です。

弱いオファーでは、例えば興味が少しあったお客様もアクションを取ってもらえず、見込み顧客になりません。断る理由が無い程のオファーを用意しましょう。

例) 【▼▼で開催される有料セミナーを、特別に無料でご招待します！】

④ しめ切りがあるか？

いつまでに、という、しめ切りを設定しなければ、

お客様は永遠に行動を起こしません。

例) 【〇月〇日までにFAXでお申込み頂ければ…】

⑤ 今すぐアクションできる内容か？

興味を持ったお客様が何をすれば、オファーを受けられるかが

明確になっていることが必要です。また、お客様がそのコンテンツを見たまさに今、行動を起こせる内容になっていることが求められます。

例) 【このメールアドレス宛もしくはFAX番号宛に、3つの質問の回答を書いてお送りください。】