

「高売れキャッチコピー」
がスラスラ書ける本

CONTENTS



はじめに

1章

キャッチコピーは書けばいいというものではない

下手なキャッチコピーなら書かないほうがマシ 16

従来型のキャッチコピーでは、商品価値が伝わるわけではない 23

「売ればいい」という時代ではない 27

売上至上主義より利益至上主義 30

商人は利益を上げてナンボ 34

2章

高く売れるキャッチコピーとは？

利益を出すためのキャッチコピーの考え方 38

高く売るための図を理解せよ 40

4つの取引ゾーンとは？ 44

あなたが値上げをできない理由 46

「奈良の鹿の法則」で高く売れる可能性90%アップ 51

「商品とお客様の結核」で高く売る 55

一目惚れさせる高売れキャッチコピー 57

高売れキャッチコピーのルーツは、広告大国アメリカ究極の技法にあり

3章

高売れキャッチコピーの成功事例

- 20%値上げして、1.2倍売れた食品通販 65
- 楽天で2倍高くても一番売れている子供食器 68
- 安売り合戦に巻き込まれなくなったソフトウエア販売会社 71
- 卸値が1.8倍高いのに売れるプラスチック鉢 74
- カット代がライバル店の133%! 高くても一番売れている美容室 77
- チェーン店より1.6倍も高いが、いつも売り切れになるピザ屋 80
- 定価で売れている眼鏡小売店 83
- 大手メーカーの倍以上の価格帯でも大人気の酢 85
- 隣のオートバックスで50%引きのカーナビが、定価で売れるカーショップ 87

4章

高売れキャッチコピーの書き方6つのステップ

- ステップ1 商品の特長を書き出してみる 96
- ステップ2 その特長を受け取ったお客様のメリットを書き出してみる 98
- ステップ3 特長とお客様メリットをつなげてみる 100
- ステップ4 ライバル商品のキャッチコピーを調べる 102
- ステップ5 高売れキャッチコピーを完成させる 104
- ステップ6 でき上がったキャッチコピーをチェックする 105

5章

高売れキャッチコピーをブラッシュアップさせる「10の型」

- その1 数字でビックリインパクト型 115
- その2 すげーだろNo.1主張型 117
- その3 ライバルにはできませんよ型 120
- その4 えっ、マジで!?と思わせる保証型 123
- その5 オノマトペ型 125
- その6 ひと言ストレート印象型 128
- その7 えっ、びっくり型 131
- その8 潜在のお客様メリット提案型 133
- その9 対比型 135

6章

もっと効果が出る！高売れキャッチコピーの使い方

- その10 ターゲット超絞り込み型 137
- その1 チラシでの使い方 144
- その2 ホームページでの使い方 148
- その3 POPでの使い方 152
- その4 看板での使い方 156
- その5 DMでの使い方 159
- その6 フリーペーパー広告での使い方 164
- その7 雑誌広告での使い方 168

その8 動画での使い方 172

その9 展示会での使い方 175

その10 FAXDMでの使い方 178

7章

たかがキャッチコピー、されどキャッチコピー

キャッチコピーを目にするお客様の数を数えたことがありますか？

182

言葉の切れ味 185

おわりに