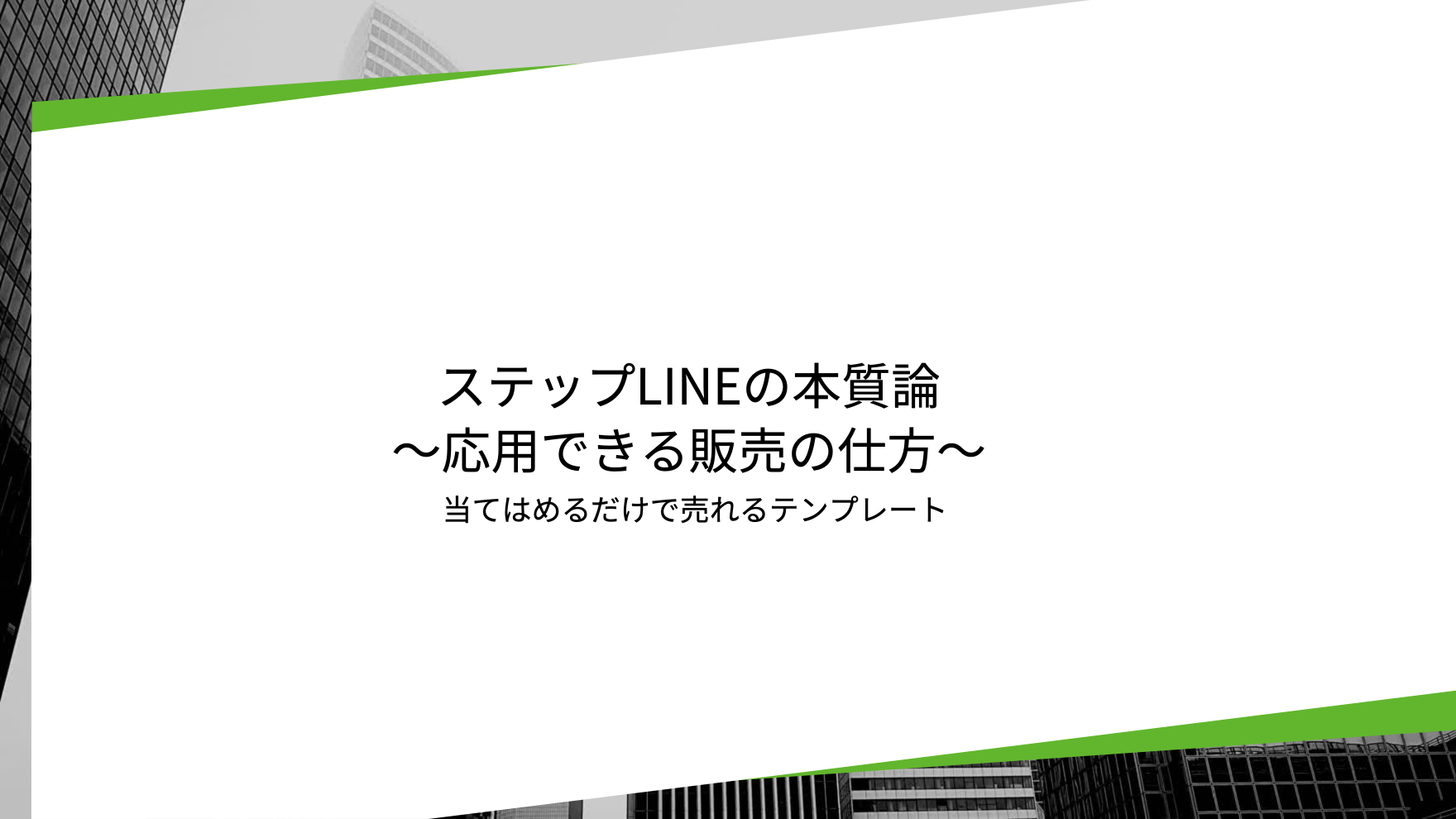




ステップLINEの本質論 ～応用できる販売の仕方～

当てはめるだけで売れるテンプレート

販売の本質的な考え方

概要

LINE配信の構造について

販売について

購入されるには？

準備編

リサーチして土台を作る

テンプレート

売れる7ステップとは？

LINE配信

配信の組み立て方

01

LINE配信の構造について

学習の3ステップ

- 1 知識を得る
- 2 型に沿ってLINE配信を構築
- 3 応用する

商売とは？

- ✓ 集客
- ✓ 教育
- ✓ 販売
- ✓ 商品
- ✓ アフターフォロー&リピーター

ステップ配信の役割は教育

- ✔ 自動化の仕組みの心臓部となる部分のこと
- ✔ あらかじめ原稿(動画)を決めておいて、決められたタイミングで送信される
- ✔ エルメ/プロライン(無料)やLステップ(有料)を使って展開
- ✔ 自動で見込み客を教育+販売というレベルまで作れる→会わなくてもすでに買いたい状態

教育とは？



- 価値観の共有
- 読み手を意図した通りに行動させること
- ゴールはケースバイケース

LINE配信の構造について

どんなにいい文章、発信をしても

読んでもらえない



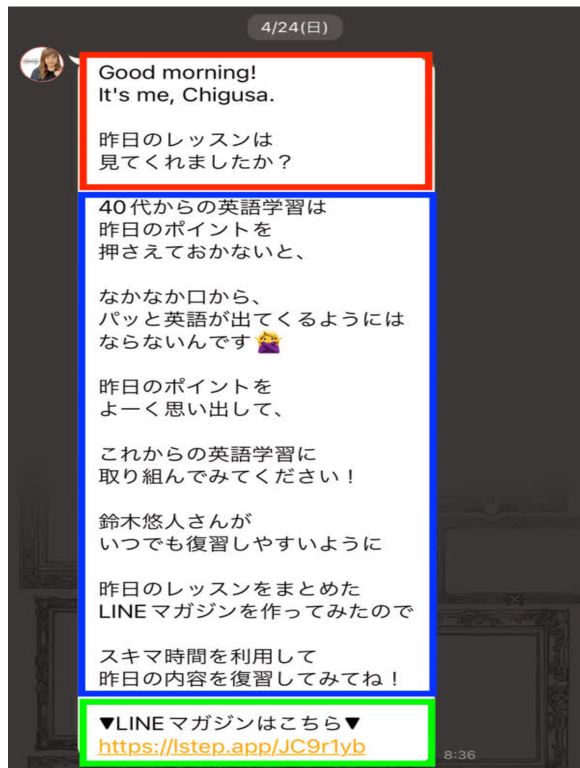
信じてもらえない



行動してもらえない



LINE配信の構造について

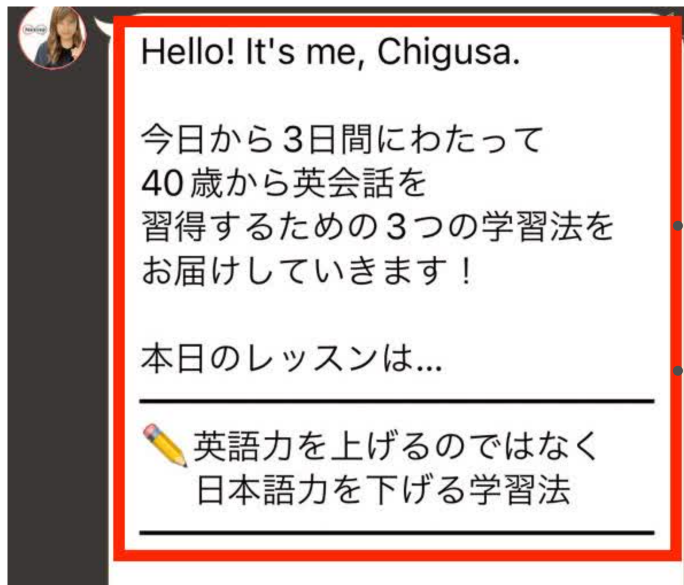


3つの構造

- ヘッドコピー
- リード文
- ボディ+クロージング

LINE配信の構造について

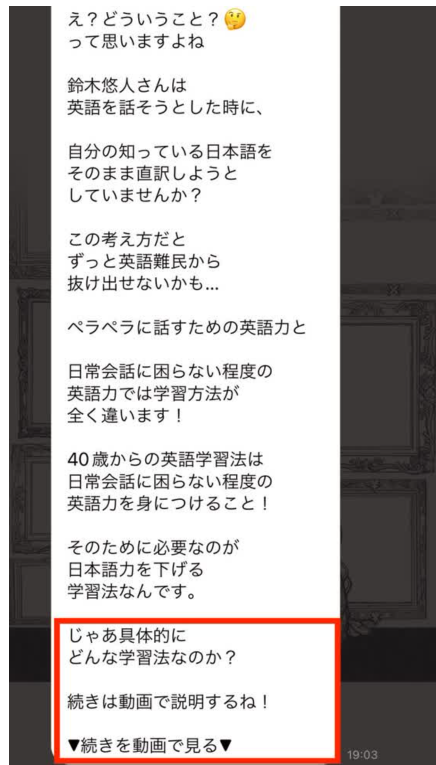
各パーツごとに求められる要素が変わる



• ヘッドコピー＝タイトル

• 読んでもらう

LINE配信の構造について

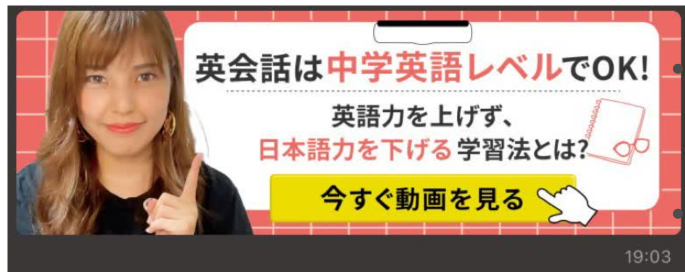


リード文

- 別のフォーム(動画、ブログ)に飛ばす
- 中身気になるな、と思わせる

LINE配信の構造について

ボディ



本文。メインで伝えたい価値観

信じてもらう

LINE配信の構造について

今晚のLessonは？

今晚のLessonは

【無駄をなくす英語学習法】といった
テーマでお届けしたいと思います。

あなたは無駄な学習で
無駄な努力をしていませんか？

なにをするにも『的を絞った学習』が
一番効率が良いです。

学生と同じ学習をしていては、
習得までに時間がかかり
途方に暮れてしまいます...

あなたが最低限、英語に困らない
英語力を身につけたいなら、

余計な学習はむしろ逆効果！

『捨てる勇氣』を持つとことで
気持ちに変化して

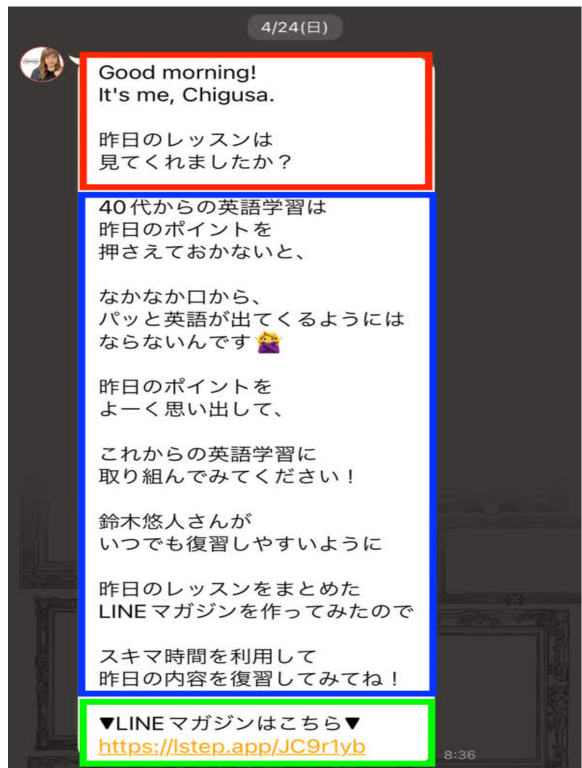
英語があっという間に上達しますよ！

ではどんな学習が無駄になるのか？

クロージング

- 行動してもらう
- 次の日の配信
- 感想や質問への回答
- LPへ行かせる

LINE配信の構造について

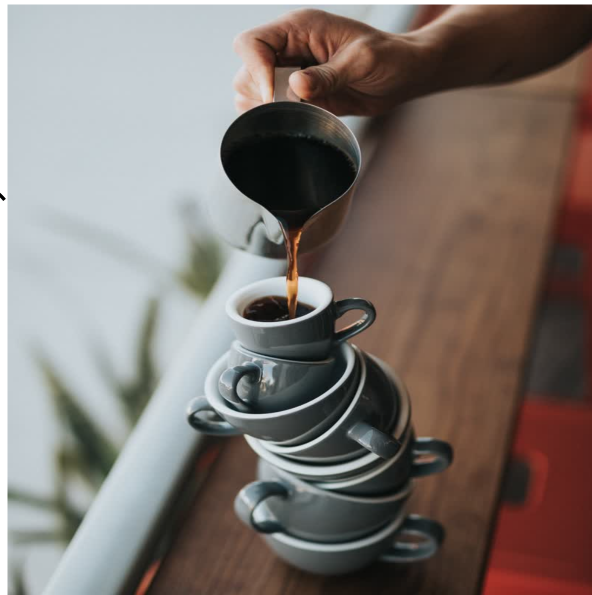


3つの構造

- ヘッドコピー
- リード文
- ボディ+クロージング

ステップ配信で 気をつけること

- 1 全ての文章or動画の精度を上げていく
- 2 正論ではなくストーリー：体験談、失敗談、例え話など
- 3 完成したら最適化をしていく
- 4 読者の声や実績をアップデートする
- 5 修正変更は慎重にテストしながら行う



基礎単語

- ターゲット/ペルソナ
- メリット/ベネフィット
- ロス＝ベネフィットの逆→悩みや課題によってもたらされる損失

LINE配信の構造について

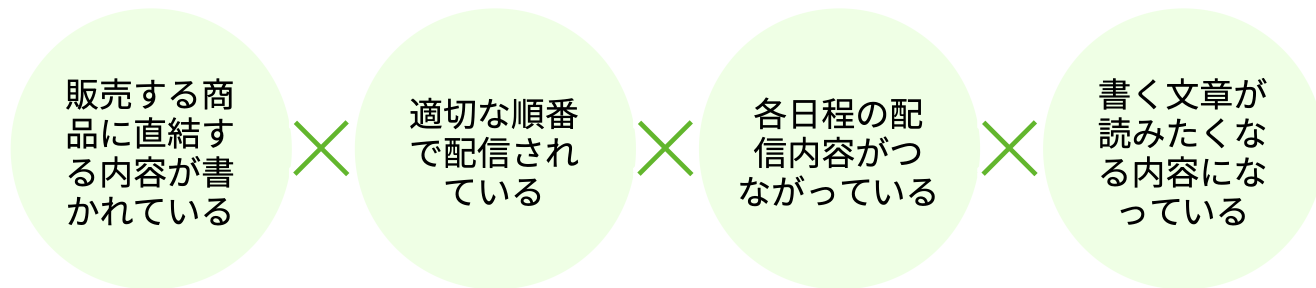
3ステップ	3NOT
基礎を学ぶ	読んでももらえない
型に沿って文章を書く	信じてもらえない
応用的な文章を書く	行動してもらえない

02

購入されるには？

購入されるには？

購入してもらえる文章の流れ



- 脱線しない
- 流れが明確
- 齟齬がない
- 興味
- 相手の価値観を変える
- 納得できる
- 違和感がない
- 共感

購入されるには？

購入してもらえない文章の流れ

1 商品に関係ない内容が書かれている

- メッセージにブレ
- 大事だけど商品に直結しない

2 配信の順番がぐちゃぐちゃ

- 過去現在未来いたりきたり
- 理解できない

3 各日程の配信内容に繋がりが無い

- 全く別のことを言っている
- 導線が切れている

4 各文章が読みたくなるものになっていない

- つまらない
- 自分には関係ない

購入されるには？

購入される確率を上げるには

わかりやすく読み
やすい文章で



商品の価値を適切
に伝えられて



具体的な行動を促
す

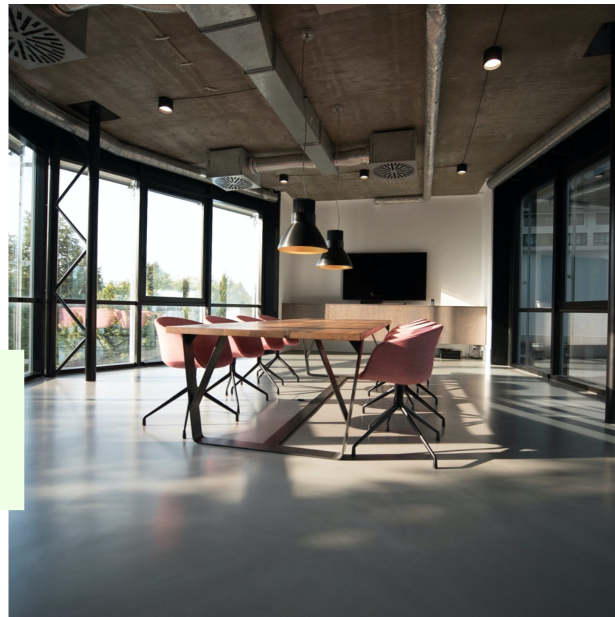
03-1

リサーチして土台を作る

リサーチして土台を作る

リサーチの質＝教育の質

綿密なリサーチがあればできる



リサーチして土台を作る



なぜリサーチ？

- ・自分の悩みや興味に関係ある内容しか読まない
- ・読み手に興味のあるものを配信しないと意味なし
- ・商品
- ・見込み客

リサーチして土台を作る

リサーチを徹底的にする
と

- 商品が買われるまでのプロセス
- 購入する瞬間



想像できる

リサーチして土台を作る

リサーチの構造図

読み手のリサーチ	商品のリサーチ
個人的欲求	自社商品
根源的欲求(LF8)	ライバル商品

リサーチにおいて大前提知っておくべきこと

人の欲求



表面的な欲求

- お金を稼ぎたい
- 引きこもりたい



本当の欲求

- 暇を作りたくない
- 嫌いな人と話をしたくない

リサーチにおいて大前提知っておくべきこと

人によってどれを強く感じるかは異なる

基本は「持っていないもの」に惹かれやすい

リサーチにおいて大前提知っておくべきこと

欲求の強さにはランキングがある

美味しいものを食べる



生きる

人の本能的な欲求

LF8



生きること



美味しいものを
食べたい



恐怖、痛みを逃
れたい



性的欲求



快適に暮らした
い



他人に勝りたい



愛する人を守り
たい



社会的に認めら
れたい

生きること



生存本能

- 病気になっても生きたい
- 病院



災害に見舞われても生きたい

- 防災用品

人の本能的な欲求

美味しいものを食べたい

美味しい焼き肉を食べたい

• 焼肉屋

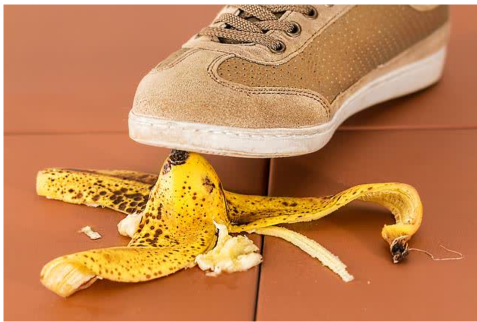
美味しい状態で保存したい

• 冷蔵庫



人の本能的な欲求

恐怖、痛みを逃れたい



もしものが怖い

保険



頭痛がひどい

頭痛薬

性的欲求



モテたい

- 恋愛コンサル

異性と交わりたい

- キャバクラ

人の本能的な欲求

快適に暮らしたい



寒い冬でも暖かく過ごしたい

- 暖房

広い家で過ごしたい

- 家を購入

他人に勝りたい

サッカーの試合で負けたくない

フォロワーを増やしたい

- サッカースクール

- インスタ映え

人の本能的な欲求

愛する人を守りたい



愛する人に喜んで欲しい

- プレゼント

子どもにいい学校に行ってほしい

- 塾

人の本能的な欲求

社会的に認められたい

周囲から一目置かれたい

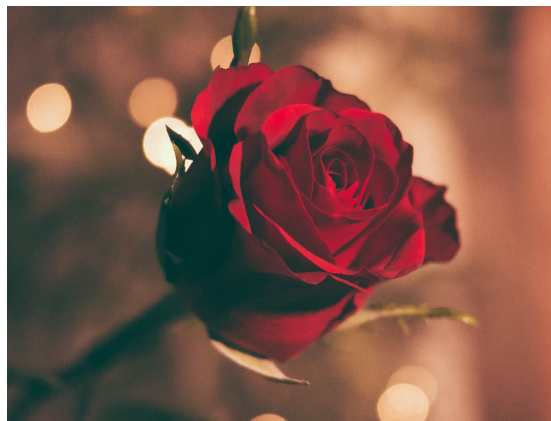
• ハイブランド

自己承認欲求を満たしたい

• NS



LF8を駆使する時の考え方



欲求が満たされるまでのステップが少ない方が購入されやすい

性的欲求を満たしたい場合

- 恋愛コンサル
- 勉強→大学合格→モテる

恋愛コンサル

LF8は複数満たした方が訴求性が強くなる

トレーニングジム

性的に

快適に

社会的に

LF8



- 生きること
- 美味しいものを食べたい
- 恐怖、痛みを逃れたい
- 性的欲求
- 快適に暮らしたい
- 他人に勝りたい
- 愛する人を守りたい
- 社会的に認められたい

03-2

実際にリサーチする

実際にリサーチする

リサーチ対象は大きく2つ

読み手



商品



ターゲットの基本情報

年齢

性別

名前

年収

ライフタイムスケジュール

1日の生活の中でその
文章に接するタイミ
ング

✔ 朝9時電車でなのか

✔ 夜22時なのか

どんな姿勢、心持ち
で接しているのか

✔ なんとなく面白いからぼーっと
見てる？

✔ 悩みを解決したい

そこからどのように
してその文章を読み
始めるのか

✔ テーマが目を引くから

✔ 発信者が好き

経済面



何に対して財布の紐が固く、何に対して財布の紐が緩いのか



家計が逼迫している、妻が管理、夫の趣味はだめ



勉強熱心な家庭が多い、周りもやってる

ペルソナの理想的なストーリーを描く



～の生活を送っているAさん。～の悩みを日々抱えていて～この状態が最高。

LF8の書き出し

大中小なしで分類。ペルソナをイメージ(リサーチ)する

- ダイエットなら生きることよりも性的欲求が大きいはず？
- 健康診断で引っかかる→ダイエットしたい。なら生きることが大きい

ロスシーンとベネフィットシーンを調べる

- せっかくの旅行なのについ値段を気にして安いものを選んでしまう
- 子どもに好きなものを選ばせてあげることができる

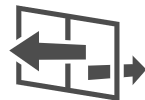
商品リサーチ



自社商品とライバル商
品のそれぞれの特徴を
リサーチする



自社の強みと弱み、ラ
イバル商品の強みと弱
みを書き出す



自社の強みとライバル
商品の弱みが伝わるよ
うに表現する

要は売りたい商品の強みをライバル商品の弱みにぶつける

競合の条件

競合	市場単位の競合
• 同じ解決アプローチをする • セブン • ファミマ	• 直接的ではないがロス/ベネフィットで同じニーズをキャッチしている • 動画編集スクール • プログラミングスクール

リサーチ項目

最初の悩み

得たい成果や理想
の状態

具体的な方法

USP

機能的な価値

感情的な価値

価格

認知、集客方法

リサーチ対象

読み手



商品



04-1

売れる7ステップとは？

売れる7ステップとは？

絶対に設計図を書く

Point 01 構成＝設計図、文章や動画作成＝家の建築

取り返しのつかない怪我をしないように！

Point 02 執筆者のマインドの再確認をする

7ステップ全体を通して意識すること

Point 03 売れるステップ配信の順番は決まっている

7つのテンプレート

Point 04 配信内容のつながり感を作る

1日目の配信が2日目につながるようにする

売れる7ステップとは？

マインド①

とにかく相手を褒めたり特別感を出す

行動する癖をつけさせる

- 自己重要感や仲間感を与える
- あなたは大丈夫だと思いますが～はだめ
- あなたには特別に教えます
- 簡単な行動からしてもらう
- 読者さんとの交流の量が成約率の差
- 行動しないと変わらない、というのは真理

売れる7ステップとは？

マインド②

お金を払うのは普通

- 現状を変えたいなら投資すべき
- あなたが思っていないと伝わらない
- あなたには特別に教えます

リーダー感を出す

- 読者はどうすればいいかわからない状態
- あなたが引き上げていく姿勢を見せる
-

売れる7ステップとは？

流れ

- 1 7つの教育の要素をそれぞれ書き出していく(マインドを忘れない)
- 2 書き出した要素を満たすように配信のテーマを作成していく

売れる7ステップとは？

7つの教育要素
商品を購入してもらう上でお客さんに教育すべき7つの内容。
全部満たせば買ってくれる

1. 信頼の教育



信頼できる自分がこれから配信する内容は真実です

2. 問題の教育



これからの配信では「〇〇」の悩みを解決していきます

3. 理想の教育



「〇〇」が解決できると「～」になれます

4. 知識手段の教育



〇〇から～へいく具体的な手法はこれ

5. 自己効力感の教育



××はあなたにもできます

6. 自己投資の教育



～になるために××を手に入れたら自己投資が必須です

7. 行動の教育



××が欲しいなら今すぐ行動しよう

04-2

売れる7ステップ解説編



信頼の教育

信頼の教育
読むだけの価値があると思ってもらう

有益性

✔ターゲットの悩みを解決するもの

✔小さな成功体験を積ませる

権威性

✔読み手に伝わる権威性や実績の方がベター

共感性

✔自分の過去の境遇を伝える

✔読み手の今の境遇をよその責任にする

全体の流れ

現在→過去→現在に至った転機→未来



意識するのはV字(W字)ストーリー



設定したコンセプトを元にペルソナに響くような言葉を使って書く

全体の流れ

ロウトの場合

- 大学受験の全失敗(最初に落ちる部分)
- カリスマ講師に憧れ、高校教師になる
- 「教師やめろよ」→過労で倒れる(2つ目の絶望)
- 副業を始めるも全く稼げない(さらなる絶望)
- 副業年収300万→独立初月100万円→7桁キープ

全体の流れ

1通目の7つの要素

現在の得たい欲

過去の絶望

さらなる地獄の絶望

転機(V字の上がる部分)⇒ここ
を読者に最終的に提供する未来

コンテンツの無料プレゼント

読者を行動させる(感想の入力
など)

現在の得たい欲

- 「〇〇」に参加いただきありがとうございます。
- LINEに参加した瞬間、自分のコミュニティへの参加、ということで他の人と差別化
- ここで見せるものが読者を最終的に導く場所(=自分もこうなりたい、憧れるを演出)
- あなたの日常の中で最も輝いている瞬間を切り取って見せる(盛りすぎ注意)

過去の絶望

- 恥ずかしければ恥ずかしいほど良い
- あなただからできたのでしょうか？ペルソナに言われなかったための過去にする
- ロウトの場合、教師＝頭が良いから稼げたんでしょと思われないように、大学全落ちのエピソードを持ってきました

さらなる地獄の絶望

- 失敗エピソードが複数あるならどんどん地獄へと落としていく
- そこから這い上がったエピソードが人には刺さる
- ロウトの場合、教師での絶望と副業での絶望をダブルで表現

転機

- 突然の出会いとして表現するもの。ただし”何を”転機にするかは、読者に提供したい商品であること
- 例えばコピーライティング関係の商品なのであれば、文章を学んだ おかげで人生が変わった、と表現する

未来

- このLINEでは〇〇を提供します(こんなライフスタイルへ導きますというニュアンス)
- 理念に共感してくれる人はクレーマーにはならない

コンテンツのプレゼント

- 読者がこれから得る、新しいライフスタイルの最初のきっかけとなる教材
- しっかりと価値づけをしてから提供すること
- 制作期間、動画の総時間数、読者の感想など

読者の行動を促す

- 行動する癖をつけさせる
- LINEはあくまで会話に特化しているツール
- 個別にやりとりすることでさらに深い関係を結ぶことができる

問題の教育



問題の教育 読み手が明確に認識し切っていない問題も掘り起こして 認識させる

ターゲットとは

- 今すぐ客：教育なしで買ってくれる
- 見込み客：LINEで教育すれば買ってくれる→認識させる
- 見込みなし客

問題の教育

1 顕在的なロス

- すでに感じているロスを改めて言語化する
- 薄々感じていることを言語化
- この配信が何を解決することかを明示

2 潜在的なロス

- 読み手がすでに感じているロスの先にあるロスを認識させる
- 読み手が全く認識していない別のロスを持ち出す
- 太っていることで実は仕事のチャンスも減ってる

3 LF8

- 想定しているロスがどこに帰結しているか
- チェック
チェック
- どういった表現をするか

4 実例

- リアルな情景を持ち出すことで読み手にロスを明確にイメージさせる
- 職場の女性に恋をしてアタックしたけど...
- 発信者の過去だとリアリティアップ

問題の教育

情報を集めすぎると逆に迷子になりますよ

- いろいろなところをつまみ食いしても無駄。
- 実はそれ身についていない

プログラミングやブログをいくらしても稼げません

- 大事なのはマーケティングだからです
- 小手先のテクニックでは意味がない



理想の教育

理想の教育

これからの配信を見るとどうなるのかをイメージさせる。
問題の教育の裏返しだが、まだ得られていないものなのでより一層明確にイメージさせることが必要

1 顕在的なベネフィット

- 薄々感じている理想を言語化
- 配信を見るとどうなれるのかを訴求する

2 潜在的なベネフィット

- 読み手が感じていないベネフィットを言語化して認識させる
- ベネフィットの先にあるベネフィットをイメージさせる
- 読み手が全く認知していない別のベネフィットを持ち出す

3 LF8

- ベネフィットがどう帰結しているのかを確認
- 強弱も確認

4 実例

- リアルな情景を持ち出すことで読み手にベネフィットを明確にイメージさせる
- 発信者の実例だとリアリティアップ
- 理想が高すぎるとできそうにない、と思ってしまう

理想の教育

情報を少なくすれば迷いません

マーケティングを学べば市場価値が
高まる

- 一点集中しましょう
- 特に重要なラインを2つ残してあとはブロック
- 商売が成り立ったタイミングからずっと必要
- 人間の本能は変わらないから時代に関わらず稼げる



知識手段の教育

知識手段の教育

問題→理想を達成するための具体的な手法を解説。

最初の段階では商品のメリットを説明しなくていいが、いずれも商品にプラスに働く内容である必要あり



具体的な手法

トレーニングジムに行く



その手法のメリット

筋肉が大きくなり痩せやすくなる



どうベネフィットに行くか

適度に筋肉質になれるのでより一層女性にモテやすくなる

知識手段の教育時の注意点



必ず他の選択肢が出てくる

- 提供するメリットが同じ商品
- ライザップと他のジム
- USPの観点から訴求

〆ネフィットが同じ市場を敵にする

- サプリメント
- 商品ではなく、市場全体の概念や状況を否定
- サプリを飲んでも運動しないと痩せないよ

独学の選択肢を否定する

- 独学ではうまくいかないことを訴求
- 管理してくれる人がいないから～

知識手段の教育

TwitterとLINEがベスト

10年かかるものを1年に凝縮することができる

- ユーザー数が多い
- メンターをつけること
- 無料で利用できる
- 他人の知識を学ぶこと

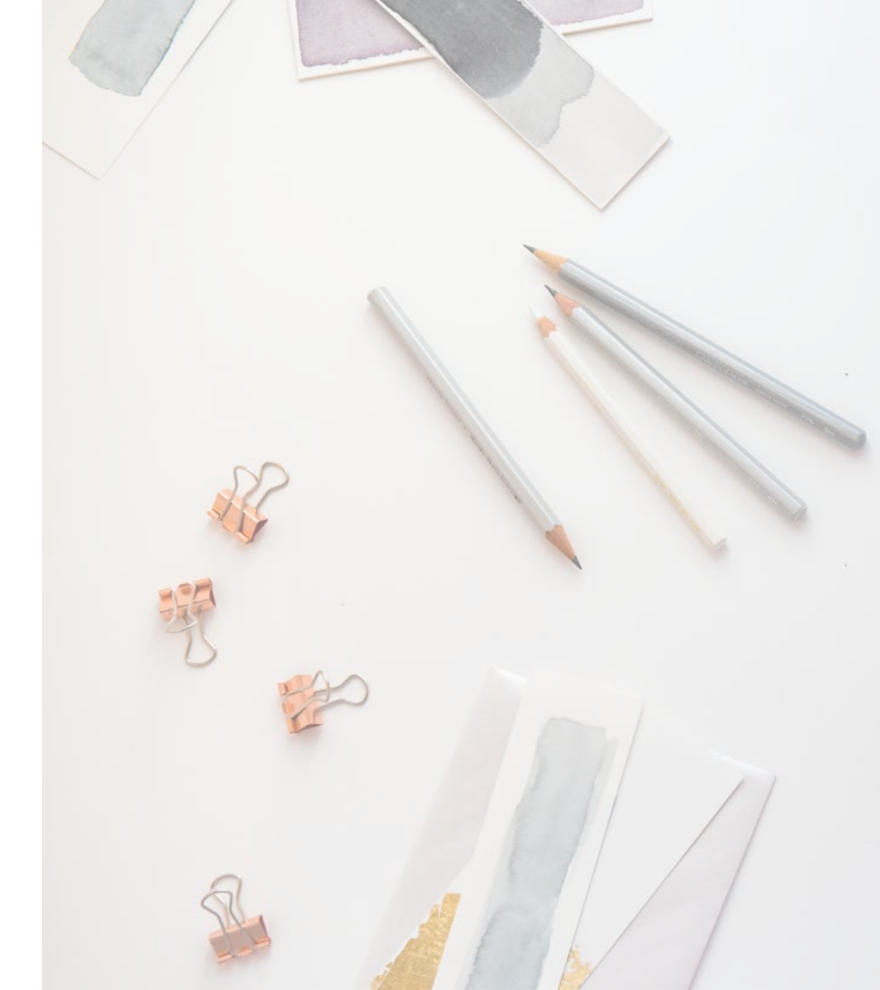


自己効力感Φ教育

自己効力感の教育

知識手段による問題→理想があなたでも可能だと示す。でも自分には無理な
のでは、を潰す。基本的にターゲットはその分野における自己効力感が低い
ので高める必要あり

過去の実績	共通の敵	読み手に対する肯定
すでに同じ状況から成功している人がいターゲットよりも劣った存在を引き合い商品の重要性を知っているだけ優位性煮 ることを示す	に出す	立っている
購入者インタビューなど	問題を自覚していない人を共通の敵にする：自覚していない人はだめ、でもあな たは気づいてるからすごい	読み手がうまくいってないことの責任を よそに転嫁する
なるべくハードルは下げる	ターゲットよりも明らかにひどい状況の 人を敵にする：30代だと深刻	

A collection of stationery items including pencils, pens, paper clips, and decorative paper scraps are scattered on a white background. The items are arranged in a way that suggests a creative or educational workspace.

自己投資Φ教育

自己投資の教育

問題→理想を達成するには自己投資が必須と認識させる。自己効力感の上だった人に対して自己投資しようねと訴求。経済合理性があることを訴求できればOK

1 経済的な得

- 費用対効果
- 適切に努力すれば、と絶対に表現する

2 経済的な損の回避

- 購入しないとそれ以上の損失があると訴求する
- 損の部分を大きく見せる＋発生確率が高いように見せる
- どこまでが確実に防げる損なのかは明記する

3 間接的な損の回避

- 金額ではなく時間や機会を訴求
- 時間：学習に時間がかかるのでその間の利益がなくなる
- 機会：得られたチャンスを逃す

4 ストーリー

- 体験談でうまくいったよ、と表現する
- 自己投資してよかったです、といった内容で重要性をとく

自己投資の教育

お金の教育

- 貯金していてもお金は増えない
- 使うことで人生を豊かに

自己投資の意識

- 無料の情報だけで成功する人はいない
- 自分も～することで迷わず走れるようになりました

行動の教育



行動の教育

成功できる人間は必要なものにすぐ行動できる人だと訴求



あなたの体験談



インタビュー



即行動できる人間だと思わせればいいので軽くでも
OK

行動の教育

道筋の具体的なイメージ

- 稼ぐまでの具体的な道筋を提示
- 自分がどういう道筋でうまくいったのか

スキルの重要性

- 正しいノウハウがなければ正しいスキルは身につかない
- スキルはあなたの頭の中にあるので、盗まれたり減ったりしない、強固な資産



セールス

セールス
教育ができていれば売れる

コンセプトメッセー
ジ

メリットとベネフィ
ット

限定性と期間

✔ 短いメッセージでその商品が何
かを具体的に示す

✔ 問題→理想が達成される

✔ 商品の具体的なメリットとそれ
がどうベネフィットにつながる
かを示す

✔ かつ、メリットワンリーズン：メ
リットに対してなぜベネフィッ
トになるのか

✔ 価格の限定

✔ 人数の限定

セールス①

必勝パターンの教育

- あなたなりの成功パターンをわかりやすく表現
- 人生が逆転していくときにやったことは何か。
- どのようなステップで人生が上昇していったのかを教える。おすすめはその成功パターンに独自の名前をつけること
- 仲間感を出す

セールス②

オファーの予告

- 「教えて欲しい」という声が多いので興味のある人に向けて公開するという演出
- たくさん声が届いているので今回はこういう企画をすることにしました
- このメソッドを一緒に行う仲間を募集します
- 明日の配信で詳しく話すので必ずみてくださいね

セールスライティングで絶対に入れるべきこと

- 1 人間の根源的欲求に訴求(お金、健康、仕事、恋愛、美容)
- 2 損失可能性を明示(買わないことで損失。具体的な損失事例や金額)
- 3 比較対象を作り上げてお得感を演出(自在に作れる)
- 4 事例の多さによる再現性の担保を実施(本当にこの商品を買うことで解消できるか)

セールスライティングで絶対に入れるべきこと

- ✔ 特殊条件を徹底排除し、実現性を高める(特殊条件がなくてもうまくいく)
- ✔ あえて対立構造を作って顧客に比較させる(自発的に選ばせる)
- ✔ 何をいうかより誰がいうかを活用(権威性は作れる。褒めているなど)
- ✔ 商品購入で得られることをイメージさせる(購入先の快楽や不満解消)
- ✔ 手間訴求を行うことでプレミアム感を出す(開発の手間はあったはず)

配信の注意点



教育の要素は正しい順番で

- 信頼の教育
- 問題の教育
- 理想の教育
- 知識手段の教育
- 自己効力感の教育
- 自己投資の教育
- 行動の教育

配信の注意点

繋がりを作るには？

- 次回予告を入れる
- ベネフィット
- 好奇心の刺激

読み手のリアクションを予想

- 次にどんなことを知りたいか
- どんなことに興味が湧くか
-

精度を上げるには

- リサーチ
- ターゲットに直接聞く
-



__05

配信の組み立て方



売れる配信にするためのポイント

- 最後まで読みたくなる
- 次回も読みたくなる

売れる文章を書くためのポイント



ヘッドコピー

☒ ターゲットがベネフィットだと感じるようにする

☒ 話題性

☒ 具体性

☒ 緊急性

■ ボディコピー

最初を書くべき

次にヘッド、クローズを

■ 離脱率を下げるには

前後がきちんとつながっているか

改行で読みやすく

ブレット

空白と枠：吹き出し~500文字