

キャッチ・ザ・インタレスティング

菅原



著作権について

「キャッチ・ザ・インタレスティング」PDF 版（以下、本教材と表記）は、著作権法で保護されている著作物です。本レポートの使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

- 本教材の著作権は 菅原にあります。
- お名前の書面による事前許可無く、本教材の一部または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイルなど）により、複製、流用および転売（オークション含む）することを禁じます。

使用許諾契約書

本契約は、本レポートを購読した個人・法人（以下、甲と称す）と菅原（以下、乙と称す）との間で合意した契約です。本レポートを甲が受け取り、パッケージを開封又は購読することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第 1 条 本契約の目的

乙が著作権を有する本レポートに含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第 2 条 禁止事項

本レポートに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本レポートから得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本レポートに含まれる情報を使用できるものとします。

第 3 条 契約の解除

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第 4 条 損害賠償

甲が本契約の第 2 条に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、その違約金として違約件数と 10 万円を乗じた金額を支払うものとします。

第 5 条 責任の範囲

本レポートの情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

キャッチ・ザ・インタレスティング目次

キャッチコピーに必要な 3 要素とは？	6
要素を入れるだけで読者の反応が変わった興味性とは？	7
超簡単に興味性を入れる方法	10
1 文でありえないほど大きな注目を集めるインパクトとは？	12
今までよりも 43%の反応率を上げる？！ 具体性の使いかた	17
参考にすべきサイト	21
ウェブツール	24
バカ売れキーワード 1000	26

こんにちは菅原です。

今回はキャッチコピーに関するテキストです。

具体的な事をお伝えする前に、

このテキストでのキャッチコピーの

定義をお伝えしておきますね。

キャッチコピーとはサイトタイトルや記事タイトル、

記事文中の見出しで使う 20 文字から 30 文字の

短い文章のことをこのテキストでは指しています。

キャッチコピーは短い文章ながら非常に奥が深く、

失敗すると全く反応が取れないコピーになり、

稼ぐことが難しくなります。

しかしキャッチコピーは

なかなか注目されない技術です。

例えば世の中にはライティングや
デザインに関する情報商材は多くありますが、
キャッチコピーに関する情報商材を僕は見たことがありません。

なかなか注目されていないキャッチコピーですが、
ライティングよりもデザインよりも
キャッチコピーはずっと重要です。

何故かというと特にサイトアフィリエイトでは
あなたがライティングの技術を使った文章を書いても
読まれないことが非常に多いからです。

少なくともキャッチコピーの技術を使って作成する
記事タイトルや見出しを読まれて興味を持たれないことには
文章が読まれることはまず無いと考えても良いです。

文章が読まれるとしてもまずはキャッチコピーを使用した
記事タイトルや見出しで興味を持ってはじめて

読まれるということです。

またデザインに関しては過去に何度もテストを行っていますが、
どんなに凝ったデザインにしてもほとんど影響がありません。

むしろ下手にこりすぎたデザインにすることで
文章に対する注目度が下がり、
成約率が下がることもありました。

よって、あなたはライティングよりも
デザインよりも先にキャッチコピーを
学習する必要があります。

キャッチコピーに必要な 3 要素とは？



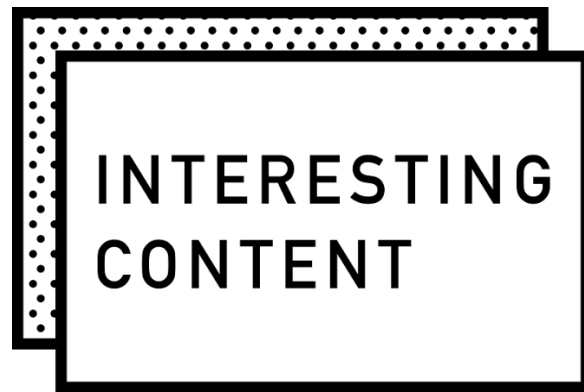
キャッチコピーでは大事な 3 つの要素があります。

それが『**興味性**』『**インパクト**』『**具体性**』です。

この 3 つの要素を意識すれば訪問者の興味を引き、
売れるキャッチコピーを作ることができます。

ではこの 3 つの要素を一つ一つ説明していきますね。

要素を入れるだけで読者の反応が変わった興味性とは？



興味性とはコピーを読んだ読者が、
『この先何かが書いているんだろう』と思い、
先を読まずにはいられなくさせるような文章です。

例えば

『飲むだけで 1 週間後に痩せたサプリを紹介』

という紹介コピーよりも

『サプリを飲むだけ！なぜ 1 週間で痩せたのか？』

というコピーの方が興味性がありますね。

他にも

『やせる成分●●使用で適正体重をキープできます！』

とただメリットを伝えるコピーよりも

『なぜ彼女はいつも適正体重なのか？キープする成分の秘密とは？』

というコピーの方が興味性があります。

他にも

『貴方が痩せないのは〇〇が原因です』

↓

『プロも知らなかった貴方が痩せない意外な原因とは？』

『●●1ヶ月で改善した方法を公開中』

↓

『●●が1ヶ月で改善した秘密の方法とは？』

『飲んで簡単に改善！おまけに格安サプリ！』

↓

『なぜ格安なのに飲むだけで改善するのか？』

『簡単な美肌の作り方を公開中』

↓

『実は超簡単で格安だった美肌の作り方は？』

『正しい●●の方法を教えます。』

↓

『あなたが大きく間違えている●●の方法とは？』

という様なコピーにしていきます。

上のコピーよりも下のコピーのほうが

どんな事が書いてあるんだろう。

と興味がわきますね。

超簡単に興味性を入れる方法

慣れないうちは『興味性』と言われてもなかなか

興味性が入った文章を書くのは難しいかもしれないですね。

よって慣れないうちは『？』で終わる文章を意識して書くと

興味性が入ったコピーを簡単に作りやすいです。

逆に良くないのはそのコピーを読んだ時点で

その下の文章で書いていることの予測が

付くような文章です。

そういった文章になると

コピーを読んだ時点で本文に対する興味を失い

その先の文章が読まれないということになります。

コピーを作ったら、ただ結論を伝えているだけの
コピーになっていないか？

その先の文章に読者が興味を持つようなコピーになっているのか？

という点を必ず確認するようにしてください。

1 文でありえないほど大きな注目を集めるインパクトとは？



インパクトとはオーバーな表現とか
盛った言い方をすることです。

そうすることで読者の注目を集め
その下の本文を読ませていきます。

多くの人はそう伝えても
なかなか強いインパクトを出せないのも、
嘘は駄目ですが結構際どい言い方をするくらいが
初めは良いです。

例えば

『●●が解決した秘密の方法とは？』

というコピーよりも

『半永久的に●●と決別する誰も知らなかった方法とは？』

というコピーの方がインパクトがありますね。

他にも

『●●を放置してはいけない理由とは？』

というコピーよりも

『●●を放置することで起きたありえない事実とは？』

というコピーの方がインパクトがあります。

他にも

『●●の悩みを減らす方法とは？』

↓

『誰もが知らなかった●●の痛みが激減する方法とは？』

『大きな効果があったある方法とは？』

↓

『今までの方法が馬鹿らしくなる圧倒的に効果があった秘密の方法
とは？』

『大きな効果を生んだ方法を公開中』

↓

『信じられない効果をドンドン生み出した圧倒的な方法とは？』

『あなたを今までよりも綺麗に見せる方法を公開します！』

↓

『ブスも美人に見せてしまう錯覚効果を公開します！』

『●●をして効果が倍以上になった方法とは？』

↓

『●●をせずに効果半減し、落胆してげっそりした方法とは？』

『●●の副作用安全性は体験談を大公開！』

↓

『●●の副作用は本当に大丈夫なのか？信じられない体験談
が。。。』

『圧倒的』『信じられない』『誰も知らない』『秘密の』

という装飾語を使ったり、

『ガンガン』『ガッツリ』『ドンドン』『ぐんぐん』

という擬音を使うのも良いですね。

他にも極端な言葉を使うのも有効です。

そうすることで読者もそこまでいうならこの先読んでみるか。

という気持ちになり本文が読んでくれることが多いです。

このようにしてコピーにインパクトを付けていきます。

今までよりも 43%の反応率を上げる？！具体性の使 いかた



具体性は具体的な表現や具体的な数字を使うことで、
読者に信憑感を与えたり、興味を持たせることができます。

例えば

『あなたが清潔に睡眠する為の 3 つの方法は？』

というコピーよりも

『ダニだらけのベッドで睡眠できますか？防ぐ 3 つの方法は？』

と具体的に状況を伝えるコピーの方がインパクトがありますね。

他にも

『格安であなたのダイエットをサポートする方法とは？』

というコピーよりも

『1日58円であなたのダイエットをサポートする方法とは？』

という具体的な数値を使ったコピーの方がインパクトがあります。

他にも

『●●薬を格安で手に入れた方法とは？』

↓

『通院1回分の料金で1ヶ月分の●●薬を手に入れた方法とは』

『低コストで大きな効果を生んだ方法とは？』

↓

『今までの 53%のコストで 61%以上の信じられない効果を生んだ
秘密とは？』

『悩みが短期間で解決したある方法とは？』

↓

『11 年来の悩みが 8 日で解消したある方法とは？』

『利用者の満足度が高い●●とは』

↓

『46%の利用者が泣いた。究極の●●とは？』

と具体性を入れていきます。

あやふやで抽象的な言い方よりも具体的な表現を使ったり、
数値を使うことを意識することで（中途半端な数値が効果的）
具体性を入れたコピーになります。

いかがでしょうか？

これまで伝えてきた『興味性』『インパクト』『具体性』の

3つの要素を意識することで、

あなたの書くコピーは読者の興味を引き、

読者があなたのサイトをしっかり見ることで

成約率が上がっていきます。

出来るだけ一つのコピーに

3つの要素を入れるようにして下さい。

またコピーライティングは今回の3つの要素を意識することで

一定のラインは超えますが、奥が深い分野ですので、

これで完璧。ということはありません。

常に良いコピーライティングを意識して見ていくことで

良いコピーライティングには一定のパターンがあることがわかり、

どんどんコピーライティングの腕は上がっていきます。

よって普段僕が参考になっているサイトをご紹介します。

参考にすべきサイト



・ヤフーニュース 題名

ヤフーニュースの題名は

13 文字前後で作られていますが、

13 文字程度でもこれだけ

興味を引く文章が出来るのだ

ということがわかります。

注目していくと魅力的だったり

目を引く文章を少ない文字数でどう作っているのか？

ということは非常に勉強になります。

・2 チャンネルまとめサイト 題名

2 チャンネルまとめサイトの題名は

くだらないと分かっているけど

どうしても開いてしまうキャッチコピーが満載です。

2 チャンネルまとめサイトの題名を見て

なぜ興味を持ち開きたくなったのかを考えることで

大きな学びになります。

・ライバルサイト

ライバルサイトサイトタイトル、記事タイトルを見ることでキャッチコピーを学べるのにプラスして販売したい商品の面白い切り口やキーワードを拾うこともでき効率が良いです。

これらのサイトは単時間で確認することが出来るので
キャッチコピー力をスキマ時間で上げることが出来ます。

是非活用してあなたのキャッチコピー力に
磨きをかけて下さい。

ウェブツール



キーワードを入れるだけでキャッチコピーを
自動生成するウェブツールがあります。

こういったツールを使っていくと
キャッチコピーにはパターンが
あることがわかります。

そういった視点で見えていっても
コピー力がついていきます。

是非一度見てみて下さい。

- ・ **ブログ作成支援**

<http://tools.256web.net/free/blog/>

- ・ **メガトリ**

<https://rakuzanet.jp/megatori/>

- ・ **コピーメカ**

<http://www.copymecha.com/>

バカ売れキーワード 1000



書籍としては他のテキストでもすすめている
バカ売れキーワードがコピー力を鍛えるのに
非常に優れています。

雛形となる方が豊富にあり

手っ取り早くコピー力を鍛えることができるので

手に入れることをお勧めします。

<https://www.amazon.co.jp/%E3%82%AB%E3%83%A9%E3%83%BC%E6%94%B9%E8%A8%82%E7%89%88-%E3%83%90%E3%82%AB%E5%A3%B2%E3%82%8C%E3%82%AD%E3%83%BC%E3%83%AF%E3%83%BC%E3%83%891000-%E5%A0%80%E7%94%B0-%E5%8D%9A%E5%92%8C/dp/404600150X>

キャッチコピー力を短期間で上げる

キャッチ・ザ・インタレスティングの内容は以上です。

今回お伝えしたことを利用していけば

あなたは短期間で魅力的なキャッチコピーを身に付けて、

多くの読者に文章を読まれるようになります。

そして、サイトアフィリエイトで是非

大きな報酬を手に入れてってください。

菅原