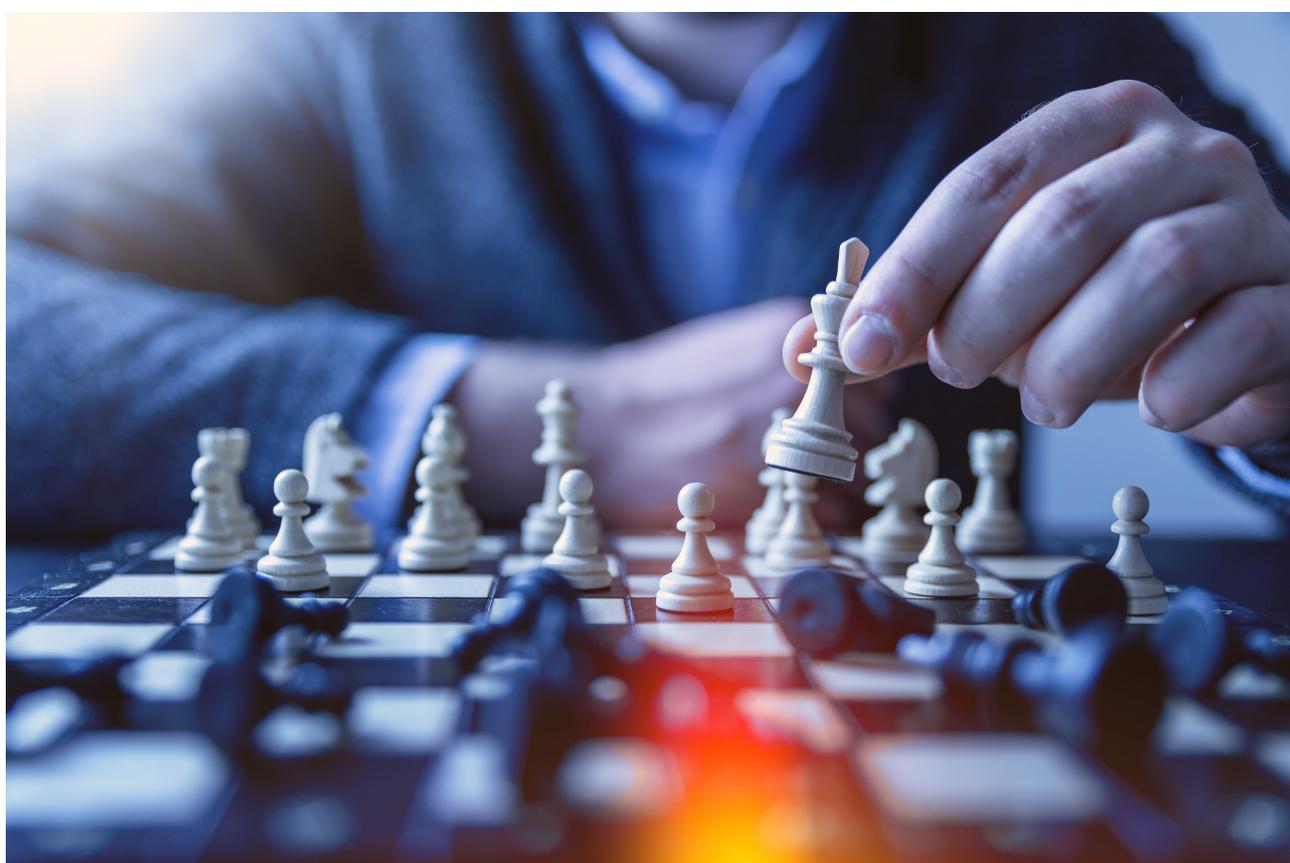


プロダクトローンチについて



■著作権について本冊子と表記は、著作権法で保護されている著作物です。本冊子の著作権は、発行者にあります。本冊子の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

■使用許諾契約書 本契約は、本冊子を入手した個人・法人(以下、甲と称す)と発行者(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。本冊子を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

1. 本契約の目的: 乙が著作権を有する本冊子に含まれる情報を、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。

2. 禁止事項: 本冊子に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本冊子から得た情報を、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冊子に含まれる情報を使用できるものとします。

3. 損害賠償: 甲が本契約の第2条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

4. 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きるものとします。

5. 責任の範囲: 本冊子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乙は一切の責任を負いません。

【プロダクトローンチとは】

販売戦略、プロモーションのこと

意図的にお客さんの購買意欲を、最大値まで高める仕組み(物語)です。

例えばいきなり販売されると…

→売り込まれた感が強くて離れてしまう

信用を得る+購買意欲を高める戦略

→相手の興味を引いて、一番テンションが高いときに販売しましょう

【売り上げの方程式】

顧客数×成約率×単価=売り上げ

顧客数は集客

単価はあなた次第(相場は2万～)

成約率を上げるのが「プロダクトローンチ」
です。

【プロダクトローンチ全体の流れ】

1 ニュース



2 原因



3 ストーリー



4 現実フュージョン



5 無料プレゼント



6 論争暴露



7 オファー・リスク排除



8 セールス

【心得ておくこと】

- ・なぜパートを入れる

→なぜお客さんはこの記事を見なくてはいけないのか？これを明確に。

→お客さんは、「方法」を買うのではなく「未来」を買う。最高の未来を提供。

- ・全体の流れを意識し、筋を通す

→書いているうちに迷子になりがち

- ・見やすいレイアウト

→ストレスを与えないように

- ・集客の手も緩めない

→売り上げの方程式を確認

【具体的な書き方】

1 ニュース

『目的』

興味を持たせる

『ポイント』

- ・ 売り込まない
- ・ 衝撃のニュースを公開
- ・ ターゲットの常識を覆し、興味を引く

『概要』

衝撃のニュースを伝えて興味を引き、そのニュースを論理的に根拠を示して具体的に納得させる。

『書き方、流れ』

- (1) ヘッドコピー
- (2) ニュースの内容
- (3) 原因の予告
- (4) ワーク

2原因

『概要』

ターゲットが理想の未来を手に入れられていない原因を提示 証拠や根拠を具体的に説明して納得させる。その原因に対する武器を提示する。

『ポイント』

ターゲットにとって、「それが原因なら、今までうまく行かなかったのも仕方ない」と思わせる原因にする。

『書き方、流れ』

- (1) ヘッドコピー
- (2) 得たい欲、避けたい欲
- (3) 原因の公開
- (4) 原因の説明
- (5) 原因のまとめ
- (6) 解決するための武器の提示

(7) 明日の告知

(8) ワーク

3ストーリー

『概要』

ストーリーフォーマットを使って、「私にも出来るんだ」ということをイメージさせる。

『ポイント』

- ・ ストーリーフォーマットを使う
- ・ ストーリーフォーマットのパートごとに小見出しを入れる
- ・ ターゲットが歩むストーリーを書く
- ・ ストーリーの前に、なぜパートを書く
- ・ 失敗の連続をあっけなくしない

『書き方、流れ』

- (1) ヘッドコピー
 - (2) ストーリーへの興味付け
 - (3) ストーリーフォーマット
- ※プロフィールと同じ
- (4) 私が教える理由(理念)

(5) 企画の告知と興味付け

(6) ワーク

4現実フュージョン

『概要』

共感される。共感する。この人はわかってくれていると思わせる。後押しをしてあげて、この人についていきたいと思わせる。

『ポイント』

ターゲットの避けたい欲、得たい欲に共感する 言い訳も責めずに共感してあげる 共感ポイントを、それぞれ5つくらい小見出しにする

『共感すべき感情』

フラストレーション、痛み、苦しみ、悪夢
妄想、欲望、夢、理想の世界

『書き方、流れ』

- (1) ヘッドコピー
- (2) マイナスの欲への共感
- (3) 理想の世界を体現していることを示す

- (4) 背中を押す。理念をぶつける
- (5) プレゼントの告知
- (6) ワーク

5無料プレゼント

『概要』 商品への期待値を上げる。

『ポイント』 プレゼントは、ちょっとしたものでも大丈夫。

ただ有料商品級の商品を無料で提供することにより「この人の有料の商品はもっとすごい」という感情を植え付けることができる。

『書き方、流れ』

- (1) プレゼントの価値づけ、なぜパート
- (2) プレゼント内容
- (3) プレゼント受け取りフォーム
- (4) 明日の予告

6論争暴露

『概要』

- ・コミットを高める

『ポイント』

- ・迷ってる人に決断させるor切り捨てる
- ・具体的に、どんなんな人が商品を購入すべきかを伝え、対象外の人を切る。
- ・ふるいにかけて後、ついてきてくれる人に待っている理想の世界を提示する。

『書き方』

- (1) ヘッドコピー
- (2) この記事を書いた理由
- (3) ○○な人はお別れです+理由
- (4) ○○な人は閉じてください+理由
- (5) ○○な人も閉じてください+理由
- (6) 解除リンク※ラインであればブロックしてください

(7) 付いてきてくれる人への理想の世界を提示

(8) 明日のオファーへの興味付け

(9) ○○な人は今日でお別れです(もう一度論争)

(10) 解除リンク

7 オファー・リスク排除

『概要』

商品の料金以外のすべてを公開する 商品を購入することに対するリスクを排除する (Q&A形式で)

『ポイント』

- ・原因を突破する武器であることを示す。
- ・商品、購入といった言葉は使わず、売り込み感を出さない。

- ・あくまで「新企画」という形。

- ・ボレットは、多ければ多いほど売れる。

※最低30個は書けるように

- ・特典だけでもお金を払いたくなるものにする。

- ・Q&Aは、この8つは最低でも書く。

(↓Q&Aサンプル)

(1)プログラムの目的

(2)プログラムの形式

(3)手取り足取り教えてくれるのか？

(4)他人にはばれないか？

- (5) 個人情報送るの大丈夫か？
- (6) 親にばれないか？
- (7) 何月何日の何時から募集開始なのか？
- (8) 支払方法の種類は何があるのか？

『書き方、流れ』

- (1) ヘッドコピー
- (2) お客様の声
- (3) 商品の価値づけ
- (4) 商品内容(ボレット)
- (5) 特典
- (6) 有料告知(具体的な値段は明日のレターで)
- (7) 返金保証
- (8) Q&A
- (9) 次回予告(ベネフィット)

8セールスレター

『概要』

原因~オファーまでをきれいにつなげ、値段の発表、募集をする。

『ポイント』

- ・ 値段に対しての理由をつける
→ 「なぜその値段なのか？」という理由を
しっかり説明
- ・ プライスダウンの仕方を意識する
→ 値下げをしていく時は、「本当に極限まで悩んだ」という演出をする
- ・ 申し込みリンクの設置個所を適当にしない
→ 基本的には、値段以降の各パートの最後に設置する
- ・ 追伸を適当にしない (追伸の流れ)
↓
追伸1 商品内容、特典のまとめ
追伸2 値段、返金保証のまとめ

追伸3 自分の理念、お客様へのメッセージ
(クロージング)、 証拠の提示

『書き方、流れ』

- (1) ヘッドコピー ⇒商品名
- (2) 冒頭(お客様の声)
- (3) ニュース記事
- (4) 原因記事
- (5) ストーリー記事
- (6) オファー始まり
- (7) ボレット
(申込みボタン)
- (8) Q&A
- (9) 参加人数について
- (10) 企画の値段について
(申し込みボタン)
- (11) 特典紹介
- (12) サポート詳細
- (13) 全額返金保証について
- (14) 申し込み手順(step by step で)

(申し込みボタン)

(15) お客様の声

(16) 追伸1

(17) 追伸2

(18) 追伸3 (申し込みボタン)

【その他ポイント】

1レイアウトをきれいに仕上げる (小見出し、改行、色、画像、文字サイズ)

2すべてのローンチ記事が一気に見られないようにする

3次回予告を雑にしない

→ローンチは次の記事、次の記事と

読み進めてもらうことが大事なので、次回予告は必須

→「明日の内容予告+明日の記事を読むメリット」を伝える

4ワークを用意する

→相手に行動を癖付けさせるためにもワークを入れることが必要。

●ニュース

→なんでもいいので、一言感想を下さい。

●敵・原因

→この原因はあなたにも当てはまっていますか？

●ストーリー

→話の感想を聞かせてください

●現実フュージョン

→どんな結果を得たいか？(理想の自分)

●オファー

→明日のプログラムへの意気込み

※プレゼントと論争暴露は、その記事自体にワークの要素が入っているのでワークは無くてもOK

5ワークの内容しかかいていない

→ただワークをやってくださいと言っても誰もワークをやってくれない。

→ワークをさせる理由も必ずセットで述べること。

6ワークは全てフォームで送ってもらう

→セールスで申し込みすることに

抵抗を感じなくさせることができる。

※ちなみにワークをすべてコメント欄に書かせると、

→社会的証明を示す事ができる

→コメントが多ければ多いほど

信頼性と期待値が高まるという効果を期待できる。

7教育メールを投げてからローンチを投げる

『目的』

- ・相手の知識レベルを引き上げる。
- ・セールスが通りやすいようにマインドセットを入れる。
- ・メールを読むことを習慣にさせる。など。
- ・自分の意図を見込み客に「刷り込む」

『内容』

1メールの中で価値提供をする。

2ブログの記事へ飛ばし、そこで価値提供をする。

3私的な話を入れる。(自分への親近感を高める)

4プレゼントを定期的にする。

※あくまでも最終的なゴールは収益化

何でもかんでも見込み客の相談に乗ったりするなど甘やかしていると、

自分にとっても相手にとってもデメリット。

無料と有料の境(特にサポート)は、自分の中でしっかりと軸を持っておこう