

目次

第1章：全体ルール

第2章：文章ルール

第3章：LP フォーマット

第4章：その他の重要事項

第5章：広告について

第6章：覚えておきたい便利なフレーズ集

第7章：覚えておきたい心理効果と戦略

第8章：～最後に～

第 1 章：全体ルール

- ① 欲求
 - ② 特徴・メリット・ベネフィット・欲求は違う
 - ③ 商品が提供する「特徴・メリット・ベネフィット・欲求」を全てリストアップする
 - ④ ターゲットの具体的な絞り方
 - ⑤ どんなノウハウを使っても、見込み客に影響を与えたことは伝えてはいけない
-

第2章：文章ルール

全体ルールを踏まえた具体的な文章の書き方

- ① 滑り台効果
 - ② 文章はシンプルに
 - ③ 人間の脳は否定形を理解できない
 - ④ 五感に訴える＝イメージしやすいかどうか
 - ⑤ 語尾が、たた、です、です、と3連続で言うのは極力避ける
 - ⑥ 小見出しの重要性
 - ⑦ 質問について
 - ⑧ 1回で書き終わろうとしない
-

第3章：LP フォーマット

大まかな流れをお伝えします。

ヘッドライン：最初に目を引き、続きを読ませるための見出し

リードコピー：ヘッドラインのすぐ下にある導入文、ボディコピーにつなぐ

ボディコピー：商品の特徴・メリット・ベネフィットなどを伝えて、欲求を高める本文

クロージング：商品の購入を促すための締めくくり

ヘッドライン①

リードコピー（注意を引き付ける文）、②、③、

ボディコピー ③ ④～⑫

クロージング⑬

注意点

（省略させていただきます）

第4章：その他の重要事項

- ① 文章の長さについて
 - ② 物語について
 - ③ キャプションについて
-

第5章：広告について

- ① 広告コピー
 - ② 広告・LP の画像・動画に関して
 - ③ 広告・LP のテストに関して
 - ④ 動画広告（YouTube 広告）について
-

第6章：覚えておきたい便利なフレーズ集

(省略させていただきます)

第7章：覚えておきたい心理効果と戦略

当サイトの記事と似ている部分がありますが、復習感覚で使ってください。

また、ヤバすぎて SNS やネット記事には書けないことも載せました。

使い方をミスすると違法になるので注意してくださいね。

※たいていの場合、1つの出来事に対して、いくつかの心理効果が同時に働いています。

そのため「1つの心理効果だけですべて説明できる」と考えないようにしましょう。

(視野を広げる必要があります)

- ①社会的証明
- ②希少性の原理
- ③返報性の原理
- ④一貫性の法則
- ⑤単純接触効果
- ⑥権威性
- ⑦アンカリング効果
- ⑧ハロー効果
- ⑨フレーミング効果
- ⑩デイドロ効果
- ⑪プライミング効果
- ⑫連想活性化
- ⑬損失回避
- ⑭ヒューリスティック
- ⑮共通の敵戦略
- ⑯リンクング
- ⑰カリギュラ効果
- ⑱差別化戦略とポジショニング戦略について

第 8 章：～最後に～

(省略させていただきます)