

理性では、もはや抑えきれない感情を刺激する

「3つのメール」の書き方

あなたは、メールというのは大きく分けて「3種類」あるということをご存知ですか？

「え？メールって1つじゃないの？」と思っていた人もいます。

が、

営業トークと同じように、同じ会話であっても、すべて内容が異なるのです。

例えば、

営業トークであっても、導入の会話、信頼構築の会話、セールスの会話、商品説明の会話など、それぞれ異なると思います。

これは、メールも同じです。

用途用途によって、内容や文章の長さを変える必要があるのです。

では、その3種類のメールとはどういったものか？

- ・ 告知メール
- ・ 信頼構築メール
- ・ セールスメール

この3つです。

しかし、多くの方は、その事実を知らずに、同じようなメールを同じような長さで書いてしまい反応が取れないと嘆いています。

とは言え、



それだけ、内容以前に、見た目は重要だということです。

では、

どのようなメールにすれば、ストレスを感じさせず  
読んでもらうことができるのか？

では、良い例を見てみます。

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○  
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○  
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○  
○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○○

このような感じです。

文字数にして、15文字～20文字前後

さらに、

2行～4行のブロックで構成します。

このようにすると、非常に読みやすく  
ストレスを与えることなくスムーズに  
読んでもらうことができます。

また、

文章を書くコツは、会話で話している言葉をそのまま文章化するイメージです。

例えば、

今、読んでいる文章もそうです。

僕は、この文章を書く際も同じで、  
頭で会話しているものをそのまま文章にしています。

だから、

間違えても、小学校の国語で習ったような  
堅苦しい定型文は絶対に使ってはいけません。

あと、これは余談ではありますが、  
ホームページやセールスレターも基本同じ考えです。

横にズラッと並んだ長い文字を見せてしまうと、  
読む以前に圧迫感を感じさせてしまうので購読率を  
下げてしまいます。

そうならないためにも、これからお話しする内容以前に  
見た目や書き方には注意して書いていく必要があります。

では、ベーシックな書き方が分かったところで  
メールの書き方について、ご説明していきます。

まず、1つ目は、「告知メール」です。

これは、何か企画をスタートする際、案内を告知するメールのことです。

多くの人は興味があるかも分からない人に、いきなり商品を紹介し「反応がなく売れない」と言います。

これは、ある意味当然のことです。何事にもステップがあるのです。

まず始めに、やるべきことは「自分は、この案件に興味ある」と認識してもらう必要があるのです。

ただ、

何もアクションなく認識させるのは、非常に困難で忘れてられてしまいます。

それを回避する為にも、

願望や悩みを明確にし、認識してもらうのが「メールアドレスの登録」です。

このステップを入れることで、興味を篩にかけ、目に付きやすい状態を作り出すことが可能となります。

その際、必要になってくるのが「オプトインページ」です。

このオプトインページを簡単に説明すると、

この企画に興味があればメールアドレスを登録し、今後の情報を受け取って下さい。

という1枚もののホームページを準備するということです。

当然、このページは、企画に興味ある人しか登録しないので、見込み客の属性をセグメントするだけでなく、登録者に対して

参加したことを認識させることができます。

ただ、

このオプトインページを勘違いしている人も多いのですが、

このオプトインページの最大の役目は、  
「メールアドレスを登録してもらうこと」です。

それ以外、何もありません。

どんなにいいことをページ内で語っても、登録されなければ、ただのゴミです。

だから、登録されることを優先させる必要があるのです。

とは言え、

よく分からないものに登録しても、最後の商品購入に繋がることはありませんので、オプトのコンセプトはきちんと考え、ある程度登録後に何が公開されるかは事前にイメージさせておく必要があります。

それが用意できたら、

次に、大切となってくるのが、オプトインページへの誘導メールです。

これが、今回はじめにお伝えした「告知メール」となります。

では、

早速、実例を交えながら見えてきます。  
まずは、実際のメールをご覧ください。

=====  
タイトル：一切、営業せずに「ネットで商品売る」方法  
=====

こんにちは、藤原です。

あなたは、営業行為は好きですか？

僕は、嫌いです。

しかし、

商品売らなければ、売り上げを  
上げることが出来ません。

このように、営業が嫌いな人は  
多いと思います。

もし、あなたもできれば営業せずに  
売り上げを上げることができたらいいな・・・

と思っているのであれば、朗報です。

こちらをご覧ください。

<http://>

今、これはアメリカで最も流行っている  
マーケティング手法なのですが、

この手法のすぐれているところは、一切  
営業せずに商品を販売してしまうことです。

そのため、

商品を販売して嫌われることもなければ、  
居留守を使われることもありません。

なぜなら、

あなたは、無理にアポ取りする必要も  
なければ、訪問する必要もないからです。

あなたがやることは、ただ1つ。

快適な環境でコーヒーを飲みながら  
受注連絡を待つだけです。

このように言うと、

今まで、コメツキバッタのように頭を  
下げて営業していた方には理解不能な  
ことかもしれません。

が、

今は、ネットの時代に変わりました。

その為、

ネットを使うことで、距離の壁だけでなく  
セールスのやり方も大きく変わったのです。

ただ、

まだ大半の人は、この事実を知りません。

まさか、ネットを使うことで、  
「商品が売れるはずない」と思われている方も  
まだまだ沢山いますし、

「自分の商品は特殊だからネットでは売れない」  
と思われている方も多いと思います。

が、

それは、幻想です。

なぜなら、

お客様は、商品自体が欲しいわけではなく  
自分の考える願望や結果が手に入りさえすれば  
商品など何でもいいと思っているからです。

だから、

商品が売れないのは、商品自体が  
特殊なのではなく、

売れない営業マンの頭が凝り固まって  
いるにすぎません。

その為、

本来、切り口さえ変えてしまえば、  
売れない商品など何もありません。

だから、

もし、「もう営業せずに商品売りたい」

と望まれるのであれば、この手法の威力を  
まずは、ご覧下さい。

お金と時間と労力から解放される  
そんな魔法とも思える手法です。

嫌われない営業：

<http://>

=====

いかがでしょうか？

「クリックしたいな」と思っていただけでしょうか？

ただ、

あなたが、そう感じなかったとしても、問題ありません。

なぜなら、

すべては、反応率だからです。

だから、

興味がある人を、ここでは選別し、クリックしてもらうことができれば、  
このメールの役目は、OK ということになるのです。

ただ、

メールを見ただけでは、どんな要素を入れ、何を意識しなければいけないのかが分からないと思いますので、1つずつ解説していきます。

まずは、タイトルから

=====

タイトル：一切、営業せずに「ネットで商品を売る」方法

=====

世の中、営業という職種が一番多い中、できれば営業せずに受注したいと考えている人が多いのも事実です。

さらに、そういう人に限って、ネットに幻想を抱いているためやりたくないこと（営業）と幻想を抱いている夢をタイトルに入れ込むことで興味付けをしています。

こんにちは、藤原です。

あなたは、営業行為は好きですか？

僕は、嫌いです。

主張をハッキリ言うことで、共感と自分の意見を明確に持っている人だということを伝え、頼り甲斐ある人だということを認識させています。

ただ、僕の場合は、マーケティングという強みがあるからこそ通用することでもあるので、そこは履き違えないように注意して下さい。

しかし、

商品を売らなければ、売り上げを  
上げることが出来ません。

当たり前なことをあえていくことで、  
文章を違和感なく繋ぎ誘導しています。

このように、営業が嫌いな人は  
多いと思います。

もし、あなたもできれば営業せずに  
売り上げを上げることができたらいいな・・・

と思っているのであれば、朗報です。

こちらをご覧ください。

<http://>

ここが、非常に大切です。  
特に、文章の波や運び方を感じて下さい。

今、これはアメリカで最も流行っている  
マーケティング手法なのですが、

この手法のすぐれているところは、一切  
営業せずに商品を販売してしまうことです。

クリックしないと分からない内容をあえて文章にすることで、  
クリックした先のページに興味が行くようにしています。

そのため、

商品を販売して嫌われることもなければ、

居留守を使われることもありません。

なぜなら、

あなたは、無理にアポ取りする必要も  
なければ、訪問する必要もないからです。

従来の営業手法を「敵」にして、読み手が抱えている悩みを文章にすることで共感を煽り、この手法を手に入れたあとの未来までイメージさせるような作りをしています。

あなたがやることは、ただ1つ。

快適な環境でコーヒーを飲みながら  
受注連絡を待つだけです。

新規客は、面倒なことを嫌がります。  
何もせずに関わりたくないと願っているのです。

それを叶えてあげる文章を入れることで「これならやってみたいかも」や  
「これなら自分にもできるかも」と思わせる必要があります。

このように言うと、

今まで、コメツキバッタのように頭を  
下げて営業していた方には理解不能な  
ことかもしれません。

ここでも、もう一度、従来の営業手法を叩くことで  
打開策の提示に繋げる準備に備えます。

が、

今は、ネットの時代に変わりました。

その為、

ネットを使うことで、距離の壁だけでなく  
セールスのやり方も大きく変わったのです。

ここで多くの人が、願望として夢を抱いている  
「ネット」を出すことで、興味付けをしています。

ただ、

まだ大半の人は、この事実を知りません。

「知らないことがある＝それを知れば救われる」という  
心理にアクセスし、これから語ることは神秘的である  
という伏線をうっています。

まさか、ネットを使うことで、  
「商品が売れるはずない」と思われている方も  
まだまだ沢山いますし、

「自分の商品は特殊だからネットでは売れない」  
と思われている方も多いと思います。

ネットはすごいとは思いつつも、自分にはあわないと感じている人の  
「心を文章」にすることで、読み手を誘導していきます。

が、

それは、幻想です。

ここで一気に、その心配事を否定し、可能性に繋げていきます。

なぜなら、

お客様は、商品自体が欲しいわけではなく  
自分の考える願望や結果が手に入りさえすれば  
商品など何でもいいと思っているからです。

疑う余地のない理屈を叩きつけることで  
否定した事の根拠を示します。

だから、

商品が売れないのは、商品自体が  
特殊なのではなく、

売れない営業マンの頭が凝り固まって  
いるにすぎません。

その為、

本来、切り口さえ変えてしまえば、  
売れない商品など何も無いのです。

ここでは、これまで教えられてきたビジネスの  
考え方を否定しつつ、変わらなければ今の生活  
から脱却できないことを伝えます。

だから、

もし、「もう営業せずに商品売りたい」

と望まれるのであれば、この手法の威力を  
まずは、ご覧下さい。

お金と時間と労力から解放される  
そんな魔法とも思える手法です。

嫌われない営業：

<http://>

心の叫びを最後の文章にし、流れを意識しながら  
解決策は「ここにある」と URL に繋げていきます。

ポイントは、URL をクリックしなければ、答えは、分  
からないというような作りにし、URL に誘導するた  
めの文章を構成する必要があるということです。

=====

これが、この文章に隠された「裏の真意」です。

その際、

告知メールで大切なのは、敵の設定が大きく成否を分けるということです。

ようは、

何事も問題がなく「順風満帆です」という方は、  
そもそも、お金を払ってまで解決したいと思いません。

その為、

今の取り組みや現状にフラストレーションを感じている人を対象に

メッセージを伝えていかななくてはいけないのです。

ということは、今の取り組みにどいてもらう必要があるのです。

それが、「敵を叩く」ということなのです。

ただ、

ここで大切なのは、闇雲に叩けばいいということではありません。

見込み客が、不満に感じているフラストレーションを叩かなければ  
他人事となり反応することはありません。

具体的には、

「今は、これを信じてやっているけど、どうも上手くいかない何で？」

というようなものを叩くことで、次の解決策が目につくようになるのです。

次に、重要になってくるのが、「URL が答え」になるような作り  
にしておく必要があるということです。

たまにメールの中で答えを言ってしまう URL をクリックするまでもない  
という文章を見かけますが、それでは意味がありません。

この告知メールの最大の役目は、「クリックさせること」です。

ただ、

オプトインページと同じで、関連がないものにクリックさせても ペ  
ージを見た瞬間、ページを閉じられるだけなので、答えは言わず関  
連ある文章で誘導していくのが、コツとなります。

また、

その他の手法として、公共機関が公表している情報を引用することで信頼性を感じさせ、公開している情報に深みを出すことができます。

これは、大衆心理を意識した戦術の1つです。

それは何かというと、

メルマガというのは、対個人ではなく大衆に向けて配信する媒体なので、大衆が少しでも疑問を抱くような文章にしてはいけないということです。

なぜなら、

その1つの小さな疑いが、その後の文章すら疑念を抱かせ読まれなくなってしまうからです。

例えば、

10社中、9社は、ボーナスが出ない現状があります。

このように言うと、「本当？」と反論の余地を与え、疑念を抱かせてしまいます。

が、

文章の前に一行追加するだけで、同じ文章でも信頼性や価値が上がります。

具体的には、

2015年、中小企業庁の発表によると、  
10社中、8社は、ボーナスが支給されない現状があります。

このように具体的にすればするほど、疑いの余地がなくなります。

もちろん、

嘘はいけませんので、実際に公開する際はきちんと  
それを裏付ける情報を引用し活用することで、  
情報の信頼性を高めることを意識してください。

ただ、

このような情報が仮に見つからなかった場合、  
どうするかというと、

相手が反論できない情報を出すことです。

例えば、自分ごとの話です。

先ほどの例で言うと、  
私の友人の間では、10人中、8人は、ボーナスが出ない現状があります。

このようにするだけで、相手は反論することができません。

ただ、

先ほどのように、反論や疑問を抱かせるような文章を入れてしまうと、  
その後の文章までも胡散臭くなってしまいますので、注意が必要です。

ですので、

権威がなく信頼性が低い始めのうちは、できる限り主観で物事をいうのではなく、裏付けある情報を取り扱いながら、どうしたら信頼されるかを意識してみてください。

そうすることで、

信頼の移管が発生し、情報価値を上げていくことが出来ます。

では、次は「信頼構築メール」の書き方を見ていきます。

実は、これは驚くほどシンプルな作りにはしておく必要があります。

ただ、

これも、URL の先に動画などがあること前提の誘導メールの書き方ですので、そこは履き違えないでください。

それを抑えた上で、メールを書いていくのですが、

極論言うと、

=====

タイトル：新しい動画ができました。

=====

藤原です。

新しい動画ができました。

<http://>

=====

でも、いいということです。

これをベースにして、よりクリック率を上げていくためのメールの書き方をお伝えしていきます。

その際、意識する視点は3つです。

- ・ 願望を書く
- ・ 痛みを書く
- ・ 全体像を書く

ということです。

ようは、

大半の人は、毎日メールが山のように届くためすべてのメールに目を通すことをしません。

ただ、

その中でも、気になったものだけを開封しチェックするのです。

そして、

その気になったものというのが、先ほどの3つの視点なのです。

1つずつ見ていきます。

- ・ 願望を書く

というのは、願望にしか興味がない人がいます。

いわゆる、引き寄せの法則などを信じている人です。

そういった人は、マイナス的なものを避ける傾向があるので、願望を叶える見出しや本文にしていく必要があります。

次に、

- ・ 痛みを書く

というのは、先ほどとは真逆で、痛みだけに敏感な人というのがいます。

この人達は、痛みを常に把握することで、現状を悪くしないだったり逆に、悲惨な現状からの脱却を狙っているということです。

その為、痛みをつくようなメールがやってくるとついつい開いて見てしまう習性があります。

そして、最後は、

- ・ 全体像を書く

というものです。

これは、URL の先の動画を見ない人というのが一定数います。

その人達に向けて、動画で公開している内容の全体像をメールで伝える必要があります。

ようは、

動画を見なくても、何となく分かるような内容で伝えるということです。

このように、3つの視点でメールを書くことで色々なタイプの人達にアプローチすることができるのです。

では、このようなことを抑えつつ、実際のメールを見ていきましょう。

=====

タイトル：苦勞をかけた家族を幸せにする手段

=====

こんにちは、藤原です。

あなたがビジネスで成功し、  
お金を手に入れたら何がしたいですか？

という質問に対し、一番多かった回答は、

「今まで苦勞をかけた家族を幸せにしたいです」  
というものです。

お金は、パワーです。

家族を幸せにするために資産を構築して下さい。

今まで苦勞をかけた家族に恩返しする：

<http://>

=====

これは、願望について書いたものですが、  
これを見てわかるように、見込み客が口を揃えて言う  
フレーズをあえて入れています。

そうすることで、「これは、自分に対するメッセージだ」と感じてもらえ、URL のクリックに繋がっていくことができます。

こちらは、短い文章なので1つずつ解説はしませんが、先ほどの3つの視点を意識しながら最低3つのメールを書くようにして下さい。

では、最後にセールスのメールを解説していきたいのですが、その前に、説明会などへ誘導する後押しメールをご紹介します。

これは基本、セールスメールとさほど変わりませんので、誘導の流れや文章の構成を理解するようにして下さい。

では、実際のメールをご覧下さい。

=====  
タイトル：子供の誕生日の過ごし方（本日：セミナー&説明会を値上げ）  
=====

=====  
**【高単価セールスウェビナーのセミナー&  
説明会&相談会】**

<http://>

※早期割引は、本日が最終日です

※現在、45名以上の方がお申し込み中！

=====

こんにちは、藤原です。

昨日から、子供の冬休みで沖縄県の小浜島にきています。

宿泊は、はいむるぶしというリゾートに宿泊しているのですが、僕は、クリスマスの翌日から宿泊しています。

しかも、一般的な  
年末年始休暇の長さは、「世間の最長」です。

こんなことを言うと、  
自慢して嫌なヤツと思う人もいるかもしれません。

が、

これも、高単価セールスウェビナーの手法を使っているからこそ実現可能な生活なのです。

今は、このような贅沢な生活が日常的になりましたが、  
僕も数年前は、満員電車で揺られ、テレアポなどの  
押し売り営業をやって、

嫌な商品売り「ストレスまみれ」の営業をして  
いました。

そんな、ダメな人生を変えてくれたのは、  
1つのきっかけがあったからにすぎません。

それが、ウェビナープロモーションとの出会いです。

だから、

あなたも、今の日常に嫌気を感じているのであれば、  
偶然を偶然と見過ごさないでください。

成功している人は共通して、「小さなきっかけ」を

大切にしています。

それを、生かす人は人生を大逆転させ、  
見過ごす人は、さらに人生を悪化させます。

ただ、あなたなら大丈夫です。

なぜなら、

僕でもこの短期間で、ここまでこれたのですから。

それを、叶えるのが、本日値上げしてしまう  
セミナー&説明会です。

今、「45名」の方が申し込みされていますが、  
50名になったら値上げをする予定です。

ですので、

値上げしてしまう前に、申し込みを行ってください。  
子供は、親の背中を見ています。

僕が、特に拘ったのが、子供が6歳になり小学校入  
学までに成功していい生活を見せてあげたいと思っ  
て頑張りました。

その理由は、  
やはり子供は、親に大きく影響を受けるからです。

特に、6歳以降の記憶は、克明に記憶されるので、  
自分なりに期限を設定しました。

だから、

あなたも、自分なりの期限を設けてください。

期限がないと、ズルズル時間だけが過ぎて  
しまいます。

そうならない為にも、家族のために成功を  
手にしてください。

そのきっかけが、ここに 있습니다。

苦勞をかけた家族に恩返しする「きっかけ」：

<http://>

=====

これは、説明会への誘導と早期割引の最終案内をお知らせするためのメ  
ールなのですが、おそらく、あなたの概念にはないメールの内容だと思  
います。

なぜなら、

あなたが、説明会への誘導と早期割引の最終案内をお知らせする場合、  
もっと、事務的になると思うからです。

例えば、

タイトルも、「説明会（早期割引）最終案内のお知らせ」といった具合に  
読まれること前提としたタイトルで案内を行うはずでず。

が、

しかし、先ほども言いましたが、読者は色々な人から山のようなメールを受け取り、すべて読むことはしないのです。

ただ、

このメールには、大切なミッションがあります。

それは、

最終案内を送り「説明会への参加人数を増やす必要がある」のです。

ここを見過ごすと、本末転倒となるのです。

そこで、

僕が考えたのは、私生活を公開することで、メールを開封し、内容をチェックすると考えたのです。

その読みは当たり、早期割引の最終日には、予約が殺到しました。当然、割引が終了するからといった理由もあったと思います。

が、

このメールを開封しなければ、その早期割引が終了するということも知りえなかったかもしれないのです。

では、説明会を殺到させたメールを1つずつ紐解き解説していきたいと思います。

まずは、タイトルからです。

=====

タイトル：子供の誕生日の過ごし方（本日：セミナー&説明会を値上げ）

=====

私生活を公開することで、人柄を伝えることができます。多くの人は、プライベートを知ること、その人の本当の人格を知れると考えているのです。

なぜなら、ビジネスは作られた顔だと考えているからです。

だから、多くの人は、仕事は我慢するものといった認識がありお客様の立場にいるときも、ビジネスでは本心を出さないと考えてしまっているのです。

その固定概念を壊すのが、プライベートの公開です。

これを、活用することで人柄を伝えつつ、メッセージに繋げることが可能となります。

しかも、プライベートでは売り込みはないと思込んでいる人が多いので、このようにプライベートを公開することはかなり有効です。

=====

**【高単価セールスウェビナーのセミナー&説明会&相談会】**

<http://>

※早期割引は、本日が最終日です

※現在、45名以上の方がお申し込み中！

=====

このようにヘッダー部分で人数を公開しておくことが重要です。なぜなら、警戒心の高い人は、他人が申し込んでいるのを見てからしか、申し込めない人がいるからです。

その為、参加人数を公開し、いつでもセミナーに申し込みが行えるようにしておきます。それだけで、メールからの申し込み数を増やすことが可能となります。

こんにちは、藤原です。

昨日から、子供の冬休みで沖縄県の小浜島にきています。

宿泊は、はいむるぶしというリゾートに宿泊しているのですが、僕は、クリスマスの翌日から宿泊しています。

しかも、一般的な  
年末年始休暇の長さは、「世間の最長」です。

冒頭では、強烈なインパクトのある内容を公開し  
権威付けする必要があります。

なぜなら、

同じ話を聞くにしても、すごいと感じる人から話を聞きたいと思っているからです。

だから、権利付けとなるものを冒頭に持つてくることで  
「この人の話は聞こう」という状況を作り出す必要があるのです。

こんなことを言うと、  
自慢して嫌なヤツと思う人もいるかもしれません。

ただ、権威付けの為の自慢話をすると、読者の現実とかけ離れていたり、  
自慢して嫌な奴と思う人も中にはいます。

それを解消する為に、「心の声」をあえて先に言う必要があるのです。

なぜなら、

文章で代弁することで、嫌味と感じた人の心をケアし  
軽減することができるからです。

が、

これも、高単価セールスウェビナーの手法を使ってい  
るからこそ実現可能な生活なのです。

さりげなく今回のプログラムを公開し、伏線を張るために  
種まきを行う必要があります。

なぜなら、

「プログラム＝成功」ということを箇所箇所で伝える  
ことで、「プログラムに参加すれば自分も成功できるんだ」と  
いう思考を作り出すことができるからです。

今は、このような贅沢な生活が日常的になりましたが、  
僕も数年前は、満員電車で揺られ、テレアポなどの  
押し売り営業をやって、嫌な商品売り「ストレスまみ  
れ」の営業をしていました。

読者の現状の生活とリンクさせることで共感に繋がります。  
さらに、今成功している人でも、そういった時期があったんだという 安  
心を与えつつ、「自分にもできるかも」と思わせる必要があります。

その為には、自分が一番どん底だったときをあえて書くことで、  
まだ自分の方が「まだマシ」だと思わせなくてははいけません。

なぜなら、

「マシン＝自分の方がスタート位置は高い＝成功確率も上がる」  
と錯覚するからです。

ようは、うつ病であった人でも成功できたのであれば、  
自分ならもっと上手に短期間で成功できるかもと思ってしまうのが  
人間だからです。

そんな、ダメな人生を変えてくれたのは、  
1つのきっかけがあったからにすぎません。

それが、「ウェビナープロモーション」との出会いです。

さらに、種まきし「プログラムに参加＝成功」を植えます。

だから、

あなたも、今の日常に嫌気を感じているのであれば、  
偶然を偶然と見過ごさないでください。

意識付けさせることで認識の強化を図り、行動に移す準備を整えておきます。

成功している人は共通して、「小さなきっかけ」を  
大切にしています。

それを、生かす人は人生を大逆転させ、  
見過ごす人は、さらに人生を悪化させます。

見過ごすことのマイナスと行動することでのプラスを伝えることで  
参加をさりげなく促しておきます。

このような小さなクロージングを行うことで、参加する前の心の抵抗を取り除いておく必要があります。

そうすることで、最後、「そんなつもりはなかった」という断り文句を潰しておくことが可能となります。

ただ、あなたなら大丈夫です。

なぜなら、

僕でもこの短時間で、ここまでこれたのですから。

ここでも、読者の方がスタート位置は高いからその分成功率は上がるよということをさりげなく伝えていきます。

それを、叶えるのが、本日値上げしてしまう  
セミナー&説明会です。

ここで、解決策を提示します。

今、「45名」の方が申し込みされていますが、  
50名になったら値上げをする予定です。

現状の参加人数を再度伝えることで、お尻の重い人に  
参加してもらうように行動を促します。

子供は、親の背中を見ています。

僕が、特に拘ったのが、子供が6歳になり小学校入学までに成功していい生活を見せてあげたいと思って頑張りました。

その理由は、  
やはり子供は、親に大きく影響を受けるからです。

特に、6歳以降の記憶は、克明に記憶されるので、  
自分なりに期限を設定しました。

今、行動する理由を入れる必要があります。  
このような説明がないと、「まだ、いいや」ということで  
先延ばしさせていただきます。

それを避けるために、期限を区切る理由となるものを入れ、  
背中を押す必要があります。

そうならない為にも、家族のために成功を  
手にしてください。

そのきっかけが、ここにあります。

苦勞をかけた家族に恩返しする「きっかけ」：

<http://>

多くの人が、口にするフレーズ（苦勞をかけた家族に恩返し）を使います。  
そうすることで、自分ごとという認識を持たせることが可能となります。

=====

いかがでしょうか？

これまでの2つのメールと大きく違うところは、  
感情に触れる文章を入れ込む必要があります。

なぜなら、

はじめの2つのメールと違い、行動を促したり、  
お金がかかるものへ誘導を行う必要があるからです。

その為にも、

強い単語やフレーズを使うことと天国と地獄を  
極端に見せることです。

ようは、

良い方と悪い方を出すことで、感情の揺れ幅を  
作り出すことができます。

ただ、

これが片側だけだと、感情を揺らすことができずに  
「煽ってる」という印象を与え信用まで失いかねません。

その罠にハマらないためにも、天国と地獄を極端に表現し、  
感情をぐらぐら揺らす必要があるのです。

では、どのような文章を使い感情を揺らしていくかを見ていきます。

実際のセールスメールをご覧ください。

=====  
タイトル：僕が世田谷に移り住んだ理由  
=====

こんにちは、藤原です。

僕は、いま冬期休暇を終えて  
沖縄から世田谷に戻ったのですが、

このように誰からも拘束されず、  
収益を上げることができているのは、  
この高単価ウェビナーがあるおかげで  
す。

少し考えて下さい。

あなたの生活を拘束しているのは  
誰でしょうか？

会社の社長ですか？  
それとも、お客様ですか？

どちらも違います。

場所や時間に拘束された働き方を  
選択している「あなた自身」に  
拘束されているのです。

その証拠に、

もし、あなたが、いま手にしている  
収入と同じ額。

もしくは、それ以上の金額を手にする  
ことが出来たら、

殺人的な満員電車で揺られ、ペコペコ  
嫌なお客に頭をさげる生活を続ける  
でしょうか？

おそらく、「しない」と思います。

気の向くままに、家でゴロゴロしたり、  
好きな温泉に行ったり、もしくは海外  
旅行に行くかもしれません。

そうです、

働かずともお金が入ってくるように  
なったら誰からも拘束されない生活を  
「選択する」はずで。

ここが、非常に大切です。

お金を稼ぐことは、悪だと考える人が  
たまにいますが、

お金は悪ではなく、あなたに選択肢を  
与えてくれる、大切な「相棒」なのです。

それを僕は、体感を持って感じました。

その証拠に、

僕が、世田谷に移り住んだ理由は、  
「子供の教育」を考えてのことです。

今までは、23区の板橋区にいたのですが、  
どうしても学校の友人が影響します。

これでは、

高い学費を払い、塾や習い事に  
入れた意味がありません。

おそらく、

ここで大半の人は諦めるか、もしくは  
我慢するかの、どちらかだと思います。

しかし、僕は、違います。

この時すでに場所や時間に拘束されない  
収益源を持っていたので、

世田谷に移り住むという「選択をす  
る」ことが出来たのです。

しかし、

多くの人は、お金に限界を感じ、  
このような選択を行うことができません。

そして、

選択ができないということは、  
ある意味「死」を覚悟しなければ  
いけないということでもあるのです。

なぜなら、

あなたが、体を壊し働けなくなったら  
誰が家族を支えるのでしょうか？

30年間主婦しかやったことのない  
奥さんをパートに行かせますか？

それとも、

稼ぎの少ない子供のバイト代を家計に  
入れてもらいますか？

もしくは、

体を壊し寝たきりとなった親に頭を  
下げて遺産の前払いを申し出ますか？

このように言うと、極端なヤツだな  
と思うかもしれませんが、

不慮の事故というのは、前触れなく訪れるのです。  
その時になってからでは、遅いのです。

先日も、こんなことがありました。  
息子が自転車に乗っていてメルセデスベンツに激突しました。

当然、多額の請求がきました。

そして、娘が歯科矯正をしないと歯がガタガタになると言われ、多額の多額の請求がきました。

このように、

緊急性のある多額の出費にも難なく対応できるようになったのです。

このように、いつ何が起きるか分からない時代です。

あなたは、健康でトラブルなく生きていたとしても、今回のように子供が事故を起こすことだって起こりえるのです。

だから、

こういったことは、健康で体が動くうちに準備しておく必要があります。それを叶えてくれるのが、今回、お話している「高単価セールスウェビ

ナー」です。大切な家族が、悩んでからでは  
手遅れです。

そして、

その家族を守れるのは、あなたしかありません。

なぜなら、

あなたは、一家の「大黒柱」だからです。

だから、

家族が悲しい思いをする前に、  
万が一のことを考え今のうちから  
資産を構築して下さい。

お金はあって困るものではありません。

しかし、

なければ困るだけでなく周りに迷惑を  
かけてしまいます。

そうなる前に、  
あなたが、未来を計画する必要があります。

不慮の事故から家族を守る手段：

<http://>

=====

おそらく、このメールを見て、セールスメールというのを勘違いしていた方も多いと思います。

なぜなら、

商品のことなど、ほとんど触れられていないからです。

ただ、

このメールを読んで分かったと思いますが、感情を揺さぶりながら一気に最後まで読ませているということです。

ここが、非常に大切です。

これは、セールスレターもそうなのですが、基本、出口（URL）は、1つに絞ることで

たまに、沢山のリンクを案内する人がいますが、リンク先を増やせば増やすほどリンクが分散しアクセスを集中させることができません。

当然、そうすると肝心の誘導先にアクセスを流すことができなくなるので、成約にも影響を与えてしまいます。

そうならない為にも、

1つのゴールに絞る勇気を持つことです。

そうすることで、アクセスを集中させ成約を最大化させることができるようになります。

では、このセールスメールを分解し、解説していきたいと思います。

=====  
タイトル：僕が世田谷に移り住んだ理由  
=====

多くの人は、商品の説明をすれば、お客様に買ってもらえると勘違いしてしまうのですが、いくら商品がよくてもその販売者のことを信用しない限り、お金を払いたいとは思わないのです。

なぜなら、

例外なく誰だって騙されたくないという警戒心を持っているからです。

それを解消してくれるのが、その人物の背景です。

今回は、僕のことを知らない人が多かったので、プライベートや人生の経緯を出すことで信用に繋がったと言うわけです。

こんにちは、藤原です。

僕は、いま冬期休暇を終えて  
沖縄から世田谷に戻ったのですが、

お金と時間に拘束されていないということを  
さり気なくアプローチしています。

このように誰からも拘束されず、  
収益を上げることができているのは、  
この高単価セールスウェビナーがあるおかげです。

売り込みを感じさせない程度に、  
さり気なくプログラムを種付けしておきます。

少し考えて下さい。

あなたの生活を拘束しているのは  
誰でしょうか？

会社の社長ですか？  
それとも、お客様ですか？

どちらも違います。

場所や時間に拘束された働き方を  
選択している「あなた自身」に  
拘束されているのです。

あなた自身の選択によって「人生は変えることができる」と  
無意識レベルに投げかけ、決断の下地を作っていきます。

その証拠に、

もし、あなたが、いま手にしている  
収入と同じ額。

もしくは、それ以上の金額を手にする  
ことが出来たら、

殺人的な満員電車で揺られ、ペコペコ  
嫌なお客に頭をさげる生活を続ける  
でしょうか？

今の現実をさらに辛いと感じさせるために  
「殺人的」というような、あえて強い単語を使うことで、  
今すぐ現状から脱却したいと思うような文章にしています。

おそらく、「しない」と思います。

気の向くままに、家でゴロゴロしたり、好きな温泉に行ったり、もしくは海外旅行に行くかもしれません。

お金や場所、時間の拘束から解放された生活を手に入れることで、人生を変えたいという希望に繋げていきます。

そうです、

働かずともお金が入ってくるようになったら誰からも拘束されない生活を「選択する」はずです。

自分が思い込んでいる拘束がなければ、人生は選択によって変えることが出来ると別の言い方で、再度投げかけいきます。

ここが、非常に大切です。

お金を稼ぐことは、悪だと考える人がたまにいますが、

お金は悪ではなく、あなたに選択肢を与えてくれる、大切な「相棒」なのです。

それを僕は、体感を持って感じました。

お金を稼ぐことに対しての固定概念を壊し、見方を変えることでブレーキを外していきます。

その証拠に、

僕が、世田谷に移り住んだ理由は、  
「子供の教育」を考えてのことです。

子供の教育を出すことで、人柄を出していきます。

子供の教育のため=金儲け主義ではない=子供思いのいいお父さん

という位置付けを印象付けることができます。

今までは、23区の板橋区にいたのですが、  
どうしても学校の友人が影響します。

環境が大きな影響を与えるということと選択を間違えると  
環境を変えても現状は変わらないことを伝えています。

これでは、

高い学費を払い、塾や習い事に  
入れた意味がありません。

さりげなくお金を持っていることをアピールし権威付け。

ただ、

これまでは転校を繰り返していたのですが  
日本にいる限り、どこも同じだということ  
を知ったのです。

習慣の怖さと選択の重要性を再確認。

おそらく、

ここで大半の人は諦めるか、もしくは  
我慢するかの、どちらかだと思います。

しかし、僕は、違います。

この時すでに場所や時間に拘束されない  
収益源を持っていたので、

海外に移り住むという「選択をする」  
ことが出来たのです。

プログラムに参加したあとのベネフィットを  
伝えることで種付けを行っています。

しかし、

多くの方は、お金の限界を感じ、  
このような選択を行うことができません。

そして、

選択ができないということは、  
ある意味「死」を覚悟しなければ  
いけないということでもあるのです。

強い単語を使い極端に言うことで、  
行動を喚起させることを意識しています。

なぜなら、

あなたが、体を壊し働けなくなったら  
誰が家族を支えるのでしょうか？

30年間主婦しかやったことのない  
奥さんをパートに行かせますか？

それとも、

稼ぎの少ない子供のバイト代を家計に  
入れてもらいますか？

もしくは、

体を壊し寝たきりとなった親に頭を  
下げて遺産の前払いを申し出ますか？

複数の最悪なケースをイメージさせることで  
感情を揺さぶり、これだけは避けたいという  
行動の準備を整えています。

このように言うと、極端なヤツだな  
と思うかもしれませんが、

読み手が感じたことをあえて先に言うことで  
気持ちをリセットさせ次の文章に繋げています。

不慮の事故というのは、前触れなく  
訪れるのです。

その時になってからでは、遅いのです。

先日も、こんなことがありました。

先日も、こんなことがありました。  
息子が自転車に乗っていてメルセデスベンツに激突しました。

当然、多額の請求がきました。

そして、娘が歯科矯正をしないと  
歯がガタガタになると言われ、  
多額の多額の請求がきました。

「保険に加入しているから大丈夫」という固定概念や  
安心を打ち壊すことで、保険以外の対策を講じる大切さを  
伝えて行きます。

選択肢を極力事前に排除し、今回の提案に  
焦点を定めていきます。

このように、

緊急性のある多額の出費にも  
難なく対応できるようになったのです。

あなたは、健康でトラブルなく生きて  
いたとしても、今回のように子供が事故  
を起こすことだって起こりえるのです。

だから、

こういったことは、健康で体が動く  
うちに準備しておく必要があります。

今から行動する理由を入れることで  
「まだ、いいや」という気持ちを排除していきます。

それを叶えてくれるのが、  
今回、お話している「高単価セールスウェビナ  
ー」です。 解決策の提示をさりげなく行い種付

けします。大切な家族が、悩んでからでは手遅

れです。そして、

その家族を守れるのは、あなたしかありません。

なぜなら、

あなたは、一家の「大黒柱」だからです。

だから、

家族が悲しい思いをする前に、  
万が一のことを考え今のうちから  
資産を構築して下さい。

お金はあって困るものではありません。

お金を稼ぐことは自分だけのためではなく家族を守るためと  
言うことで、稼ぐ理由付けに変えています。

しかし、

なければ困るだけでなく周りに迷惑を  
かけてしまいます。

今、行動しないと大変なことが起きると

さりげなくあと押していきます。

そうなる前に、

あなたが、未来を計画する必要があります。

不慮の事故から家族を守る手段：

<http://>

自分の欲を満たすためではなく家族を守るためという  
言い訳を作っています。

=====

気づいた方もいると思いますが、大切なことは  
何度も視点を変え、ありとあらゆる角度から伝えているのです。

多くの方は、「1回言ったから、もういい」と思ってしまうのですが、  
そうではありません。

大切なことこそ、何度もいう必要があるのです。

ただ、

コツは、言い方や視点を変えて言うことです。

なぜなら、

同じ角度、同じ言い方をしたら、「また、その話」となり  
話を聞かなくなってしまうからです。

ですので、

大切でどうしても伝えておきたいというものは、  
何度も角度や言い方を変えて伝える優しさを持つことです。

そうすることで、

読み手を行動させ、本当の意味で人生を変えて  
あげることが出来ます。

さらに言えば、

強い単語や極端な現実をイメージさせることで感情に  
アクセスし、行動を喚起させていく必要があります。

なぜなら、

メールの最大の役目は、クリックさせることであり  
その先の行動を促すことです。

ですので、

本気で読み手を成功させたいと思うのであれば、  
大げさで強烈な文章を書くことです。

それが、

結果、優しさとなり多くの成功者を生み出すことに  
繋がります。

それを、

実現してくれるのが、あなたが書く1通1通の文章なのです。

言葉や文章は、人を動かすパワーを持っています。

しかし、

その言葉が、弱々くし軽いものであった場合、  
人を行動させることは出来ません。

だから、

本気で目の前の人を動かし、人生を変えてあげたいと  
望むのであれば、強く極端な文章を書いて下さい。

そこに、躊躇は不要です。

なぜなら、

躊躇した瞬間、あなたの文章は役目を失うからです。