

商品の注目度**120%UP!**

＼“売れるコンテンツ名”作成テンプレ／



【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。

著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売することを禁じます。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一の誤り、不正確な情報等があらましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

【推奨環境】

このレポートに記載されているURLはクリックできます。

できない場合は最新のAdobeReaderを下記のページよりダウンロードしてください
(無料)

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

「このレポートには、コンテンツ販売の収益を最大化させるためのポイントが書かれています。誰でも、すぐに、無料で実践して、高い効果を得ることができますので、ぜひ、あなたのビジネスに取り入れてみてください」

コンテンツ販売を成功させるために最も重要なポイントは、見込み客の注目を集めること、注意を引くことです。

なぜなら、世の中には似たようなコンテンツ(商品)が溢れており、あなた以外のライバル販売者の多くは、見込み客の注意を引こうと工夫を凝らしているからです。

「見込み客の注意を引くこと」

この重要性に関する解説はブログ本編に譲りますが、とにかく、膨大なラバルコンテンツの中から、あなたのコンテンツ(商品)を見つけてもらわないと、絶対に収益は上がりません。

例えば、テレビCM、インターネット広告、ネット通販の販売ページ...

これらすべての宣伝媒体が「見込み客の目に触れる最初の瞬間」に、いちばん気を遣っています。

テレビCMなら最初の数秒間。インターネット広告やネット通販の販売ページなら、WEBページ冒頭の見出し、など。

まずは、見込み客に商品を見つけてもらわない限り、相手の注意を引くためのきっかけを作らない限り、何も起こらないからです(せっかく良い商品を販売していても、相手に見つけてもらわなければ、存在しないのと同じです)

そして、あなたが実践しようとしているコンテンツ販売において、見込み客の注意を引くための最重要ポイントが「タイトルの最適化」となります。

「相手の注意を引くためのテクニックを使ってコンテンツ名を考え、見込み客を立ち止まらせる。あなたの商品が気になるように仕向ける。そして、商品販売ページに引っ張り込む」

このレポートでは、上記を実現するためのテクニックを紹介していきます。

最初に言っておくと、ここで紹介する「タイトル付けのテクニック」は心理学的にきちんと実証されたものです。

売れる商品を量産するコピーライターやマーケッターは皆、このテクニックを使って収益性を最大化させています。

ということで、

「売れるコンテンツ名を作る14のテンプレート」

と題して、コンテンツ名を考える時に使える”テンプレ”を順番に紹介していきます。

テンプレなので誰でもこのテクニックを使うことができます。コンテンツ名を工夫するだけで、売り上げが2倍とか3倍になることも珍しくありません。

ぜひ、あなたも以下の手順で、コンテンツタイトルを作成してみてください↓↓

●売れるコンテンツ名を作る手順

- 1.「14のテンプレ」を組み合わせでタイトルを作る
- 2.「インパクトを与える8つの要素」を参照してタイトルをブラッシュアップする

それでは、まず、コンテンツ名を考える時に使える14のテンプレートを紹介していきます。

=====コンテンツ名のテンプレ(ここから↓)=====

◇◇◇1.方法提示◇◇◇

【1-1.○○する方法】

例:いつまでもLINEの返信がない時、上手に催促する方法

【1-2.○○するための方法】

例:睡眠不足を解消するための3つの方法

【1-3.○○の◎つの方法】

例:累計700万PV超会社員ライターの「日常からネタを見つける3つの方法」

【1-4.○○しながら◎◎する方法】

例:在宅勤務しながら出世する方法(特に男性)

【1-5.○○を手に入れて◎◎する方法】

例:あなたの趣味をビジネスにして、成功する方法

【1-6.○○を◎◎にする方法】

例:「ロベタ・話ベタ」のあなたをプレゼン達人にする方法

【1-7.○○しない(防ぐ・やめる・抜け出す)方法】

例:「やることリスト」を作って終わりにしない方法

※方法の対象を”ベネフィット”にすることがポイント

◇◇◇2.質問◇◇◇

【2-1.○○とは？】

例: 税務署が見逃してくれない「露骨な相続税対策」とは？

【2-2.○○できますか？】

例: 他の人と生命保険の話ができますか？

【2-3.○○をご存知ですか？】

例: めまいにはさまざまな原因があるのをご存知ですか？

【2-4.なぜ(どうして)○○は◎◎なのか？】

例: 東大生とユーモアの意外な関係 なぜ頭の良い人は、ユーモアに溢れているのか？

【2-5.なぜ一部の人は○○できる(できない)のか？】

例: なぜ一部の人たちだけが投資で必ず儲けているのか？

◇◇◇3.問題提起◇◇◇

【3-1.あなたは○○でこんな間違いをしていませんか？】

例: あなたは部下への指導でこんな間違いをしていませんか？

【3-2.○○のこんな症状(予兆)が出ていませんか？】

例: あなたのスマホはバッテリー劣化を表すこんな症状が出ていませんか？

【3-3.○○によくある△つの◎◎？】

例:入社3年目の若手社員によくある3つの悩み

◇◇◇4.秘密公開◇◇◇

【4-1.○○の秘訣(秘密・理由・ポイント)】

例:”Google流”生産性の高い会議の秘訣、事前に終了時刻を決めておけ

【4-2.○○の◎つの秘訣(秘密・理由・ポイント)】

例:40代でやりたい仕事を実現するための5つの秘訣

【4-3.○○の秘密を公開】

例:1か月に新車を100台売る自動車ディーラー販売マンの秘密を公開

【4-4.○○する理由(ワケ)】

例:不動産投資のプロが今北海道に注目するワケ

【4-5.○○がうまくいかない理由(ワケ)】

例:「インスタを使った店舗集客」がうまくいかない理由と打開のための3つのヒント

◇◇◇5.ターゲット指定◇◇◇

【5-1.○○の方(あなた)へ】

例:これからNISAを始めるあなたへ はじめての銘柄選び

【5-2.○○でお悩みの方(あなた)へ】

例:背中のニキビでお悩みの方へ

【5-3.いつか○○の人(あなた)へ】

例:いつか会社を辞めてカフェを開業したい人へ

【5-4.○○のお子さんを持つ保護者(お父さん、お母さん)へ】

例:小学校4年生までのお子さんを持つお母さんへ

【5-5.もっと○○したいけど、どうしたらいいかわからない方へ】

例:もっとブログのアクセス数を増やしたいけど、どうしたらいいかわからない方へ

【5-6.○○をお使いの方(あなた)へ】

例:これまでのAndroidをお使いの方へ 新しいGoogleスマホのおすすめ商品

【5-7.○○とお考えの(あなた)へ】

例:次の車はSUVにしたいとお考えのあなたへ

【5-8.○○のための】

例:産後ママのためのセルフマッサージ方法

【5-9.○○(年齢)代の方へ】

例:元気に毎日を送りたい、40代以上の方へ

◇◇◇6.仮定◇◇◇

【6-1.もし○○だったら】

例:もし半年以内にプログラミングスキルを身につけたいなら、当スクールがオススメです

【6-2.もし○○でこんなことが起こったらどうしますか?】

例:もし大切な会議でこんなことが起こったらどうしますか?

【6-3.たとえ○○でも】

例:たとえ絵を描くのが苦手でもWEBデザイナーで起業できます

【6-4.想像してみてください。あなたが○○のところを】

例:想像してみてください。あなたがプレゼンで拍手喝采を浴びているところを

【6-5.もし○○なら◎◎できます】

例:あなたがもし35歳以下なら、保険料が15%安くなります

※具体的シーンをイメージさせて「自分ごと」と思わせることがポイント

※自分ごとと思わせるには、以下2つのパターンがある

- 1.「読み手がすでに思っていることをリアルにイメージさせる」
- 2.「気づいていなかった問題を新たにイメージさせることで気づきが生まれる」

◇◇◇7.勧誘◇◇◇

【7-1.○○しませんか？】

例:本好きで集まって朝読書会しませんか？

【7-2.○○してみませんか？】

例:ツイッター広告を活用してみませんか？

【7-3.○○はいかがですか？】

例:生命保険の見直しはいかがですか？

【7-4.○○したい人は他にいませんか？】

例:ハリウッド俳優並みの真っ白な歯を30日以内に手に入れる方法を知りたい人は他にいませんか？

【7-5. 求む・○○を求む・募集・大募集・急募】

例:急募。テレワーク可能な高報酬WEBマーケッターとして働きませんか？

◇◇◇8.新情報提供◇◇◇

【8-1.新○○】

新登場、新発売、新常識、新発明、新食感、新手法、新発見、新製品、新型、リニューアル、新しい、まったく新しい、最新の

例:数量限定 北海道の牧場で作ったチーズケーキが新登場！

例:最大5台までワイヤレス連結できるBluetoothスピーカーフォンを新発売

例:この一冊でわかる日本経済の新常識

例:不思議な新食感 もっちりベビーカステラ

例:アメリカ発 SNSを活用したBtoCマーケティングの新手法

※商品やサービス自体が新しい場合と、商品やサービスはそのままにコンセプトや位置づけを変えて新規性を打ち出す場合がある

◇◇◇9.対比◇◇◇

【9-1.○○な人、××な人】

例:AI化で稼げる人 vs 危機になる人

【9-2.できる人(会社)vs できない人(会社)】

例:テレワークをフル活用できる人、できない人

【9-3.泣く人、笑う人】

例:ワンルーム不動産投資で泣く人、笑う人

◇◇◇10.販売条件提示◇◇◇

【10-1.〇〇無料】

例:30日間お試し無料

【10-2.〇〇プレゼント】

例:アンケート回答者全員にAmazonギフト券500円分プレゼント

【10-3.期間限定】

例:4月1日～12日の期間限定《特別価格》

【10-4.今だけ〇〇】

例:今だけ送料無料

◇◇◇11.こそあど◇◇◇

【11-1.これ・それ・あれ・どれ】

例:2023年注目すべき銘柄の1つがこれ

例:次の5つのお肌トラブルのうちなくしたいのはどれですか？

例:増税にこだわる財政学者はどこが間違っているのか？

例:あなたにはこの謎が解けるか？3分謎解きチャレンジ

【11-2.どうやって・こうやって】

例:どうやってわざとバカなマネをしてトップセールスマンになったか

例:アマゾン社員はメール処理をこうやって「やめて」いる

※こそあど言葉を見出しで使うと続きが知りたくなる。読み手の好奇心に訴える

◇◇◇12.ストーリー◇◇◇

【12-1.○○するとみんなが笑いました でも◎◎すると…】

例:私がピアノの前に座るとみんなが笑いました……でも弾き始めると…！

例:同業者には笑われた。でも私の本が売れ始めたたん…

この型を使う際のヘッドライン(商品タイトル)以降の展開は次のようになる↓

- ①バカにされていたり、絶対にできないと思われていたという状況
- ②いざその場面に出くわすと、みんながあっと驚いた
- ③その種明かしが提供する商品・サービス

↑この大きな流れができて初めて生きてくる型

◇◇◇13.指示◇◇◇

【13-1.○○しないでください(するな)】

例:この返済方法を知る前に、ローンの契約はしないでください

【13-2.○○へのアドバイス】

例:専門家から協力隊へのアドバイス

【13-3.○○は必要ありません】

例:ワイヤレスカーオーディオなら面倒な配線は必要ありません

※「○○するな」「○○しなさい」という命令形は、読み手とのラポール(信頼関係)が築けていない場合や、書き手に権威性がない場合は避けたほうが無難

◇◇◇14.独自性・優位性◇◇◇

【14-1.第1位・No.1】

例:「長寿日本一の秘訣は適度な毒」長野県民が実践する病気知らずの食事法

例:政令指定都市幸福度ランキング第1位

例:中古車取扱台数県内No.1

【14-2.○○専門】

例:車海老料理専門

【14-3.○○のパイオニア】

例:プラスチックのパイオニア

=====コンテンツ名のテンプレ(ここまで↑↑)=====

以上、14のテンプレを参考にしながらコンテンツのタイトルを作成します。

どれか1つのテンプレだけではなく、複数のテンプレを組み合わせることで、キャッチーでインパクトのあるコンテンツ名を作成することができるはずです。

そして、これで終了ではありません。ここから、上記で作成したコンテンツ名をブラッシュアップしていきます。

予備知識として、ぜひ、覚えておいていただきたいこと。

それは、商品タイトルや記事の見出し、ヘッドラインなど、見込み客の注意を引きたい場面では、以下2つの条件を同時に満たす必要があるということです(=インパクトのある見出し)

【条件1】読み手の注意を惹く

【条件2】続きを読んでもみたくなる

この2つの条件を満たすために、有効なのが以下の8つの要素です↓

●1.Benefit(有益性)

読み手にとってのベネフィットが入っているか？

●2.Trust(信頼性)

権威を示す情報があり、信じられるか？(うさんくさい感じはないか？)

●3.Unique(独自性)

他との違いがすぐわかるか？

●4.Trendy(話題性)

今流行の話題に関連しているか？

●5.Surprise(意外性)

今までと違う新しい情報か？

●6.Story(物語性)

「ピアノコピー」のような一見セールスだとわからず、商品・サービスと全く関係ない物語のような感じがするか？

●7.Rush(緊急性)

急いで行動しなければ！と思える要素があるか？

●8.Number(数字)

数字が入っているか？

ということで、作成したコンテンツ名をチェックしてみて、8つの要素が入っているかどうかをチェックしてください。

もちろん、コンテンツ名の文字数の関係があるので、すべての要素を入れる必要はありません。

経験上になりますが、**3~4つの要素が入っていれば、インパクトのある見出しに仕上がる可能性が高まります。**

以下、「平凡なコンテンツ名」に8つの要素を追加していき、インパクトのあるコンテンツ名へブラッシュアップした例を載せておきます↓↓

=====コンテンツ名のブラッシュアップ例(ここから↓↓)=====

「見出しのつくり方とは？」

↓(数字を追加すると…)

「見出しづくりに必要な8つの切り口とは？」…さっきよりも具体性が出た

↓(有益性を上げると…)

「インパクトのある見出しをつくる8つの切り口とは？」・・・有益性がアップ

↓(信頼性と独自性を強化すると・・・)

「アメリカの伝説的セールライター”ジョセフ・シュガーマン”もやっていたインパクトのある見出しをつくる8つの切り口とは？」

=====コンテンツ名のブラッシュアップ例(ここまで↑↑)=====

このように、もともとは平凡だったコンテンツ名が、キャッチーでインパクトのあるコンテンツ名に生まれ変わりました。

もちろん、最初から「8つの要素」を意識してコンテンツ名を作成することで、ブラッシュアップが必要ない場合もあります。

コンテンツ名やブログのタイトルなどを考える経験が多くなると、特別に意識せずとも「8つの要素」のいずれかを自然に入れ込めるようになります。

ただ、慣れないうちは、上記で紹介した例のように、後からコンテンツ名をブラッシュアップしていく方がやりやすいかもしれません。

あなたのやりやすい方法で大丈夫なので、ぜひ、このレポートを有効活用してください。コンテンツ名の最適化は売り上げに大きな影響を及ぼします。

陰ながら応援しています！

P.S. 私のブログのおすすめ記事を紹介します^^

私のブログは、

「初心者がコンテンツ販売で稼げるようにサポートすること」

をコンセプトに運営しています。

どの記事も心を込めて書いていますが、中でもおすすめな記事を2つ紹介させていただきます。

記事の内容どおりに実践すれば必ず収益化できるように設計されていますので、今回のレポートも役立てながら、ぜひ、実践してみてください！

●コンテンツ販売で稼ぎたいならこちら↓↓(まずは第1章から)

参考記事:[【スキルを売って副収入!】ネットビジネス初心者が情報コンテンツ販売で月5万円を稼ぐ方法《第1章》~《第7章》](#)

●note有料記事販売で稼ぎたいならこちら↓↓

参考記事:[【保存版】初心者がnote有料記事販売で「月5万円」稼ぐ方法を徹底解説《11万文字超え!》](#)