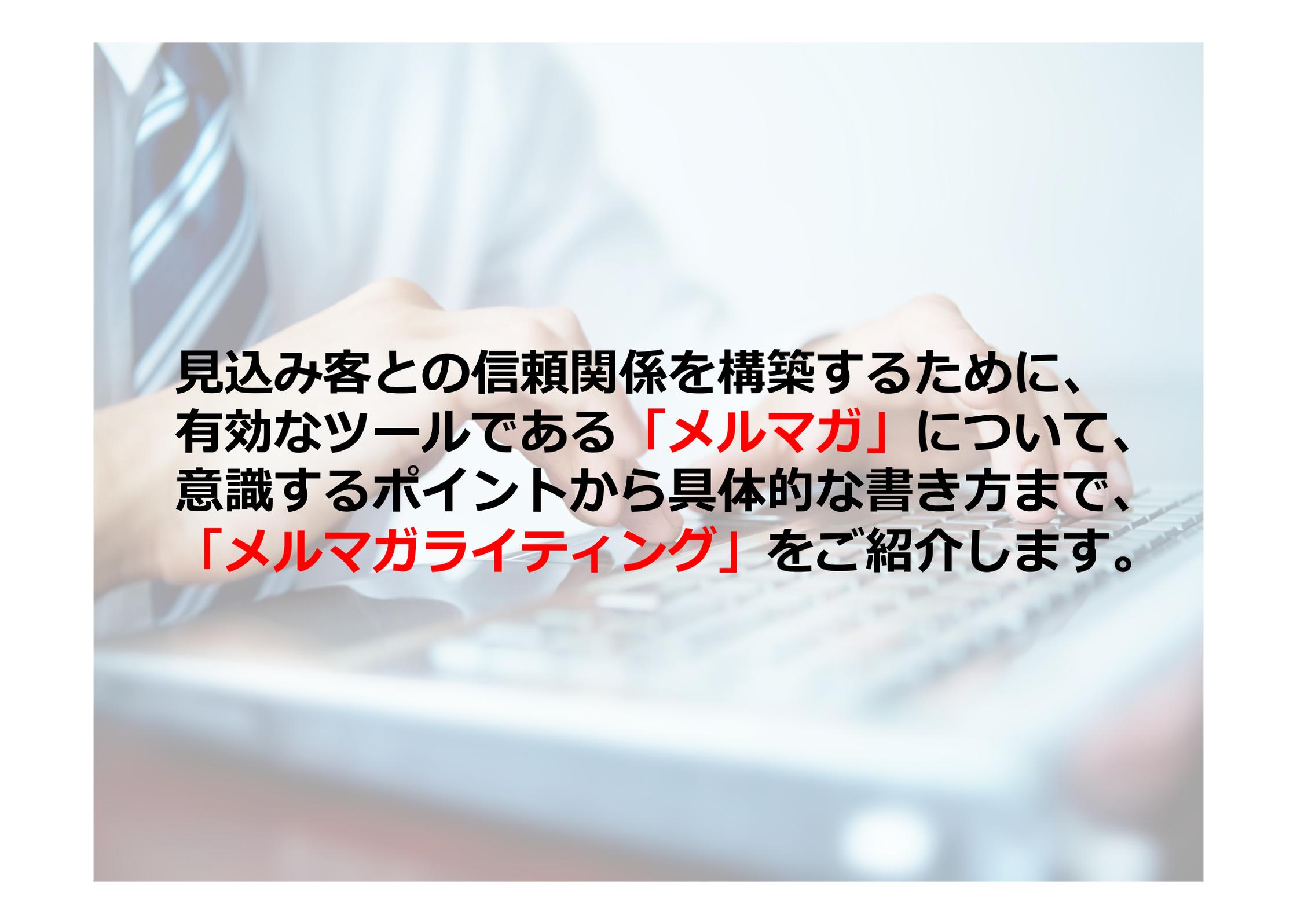




株式会社コンサルタントラボラトリー

con-labo
コンサルタントラボラトリー

メルマガライティング・ハンドブック ~熱烈なファンを生み出す、信頼関係構築メソッド~

A person wearing a white dress shirt and a striped tie is shown from the chest down, typing on a laptop keyboard. The background is a soft, out-of-focus light blue. The text is overlaid on the image, centered horizontally and vertically.

見込み客との信頼関係を構築するために、
有効なツールである「メルマガ」について、
意識するポイントから具体的な書き方まで、
「メルマガライティング」をご紹介します。

A close-up photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The person is wearing a light blue dress shirt and a dark blue tie with light blue diagonal stripes. The background is a soft, out-of-focus blue. A semi-transparent white horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text.

**なぜ、メルマガライティング
スキルが必要なのか？**

なぜ、メルマガライティングスキルが必要なのか？

メルマガはあらゆる点で「いいことずくめ」



メルマガの効果

信頼関係の構築

日々発信することで、
信頼が積み重なって
いく

マーケティング の主力活動

見込み客を集め、信
頼関係を構築する、
まさに肝の部分

SEOの向上

優れた記事（特にブ
ログ）は、アクセス
が集まる

メルマガライティングをマスターすることができれば、、、

- ・メルマガを書く毎にファンが増え、
- ・強烈的な売り込みしなくても、軽く案内するだけで申込みが入り、
- ・ブログやyoutubeからも見込み客が集まり、
- ・マーケティングがどんどん楽になっていく…



A photograph of a business meeting in a modern office. Two people are looking at a document with various charts and graphs. One person is pointing at a line graph on the document. In the foreground, there is a laptop, a mouse, a coffee cup, and a small potted cactus. The scene is lit with warm, natural light from a window.

メルマガを書く上で 意識すべき11ポイント

メルマガを書く上で 意識すべき11ポイント

- ・メルマガのコンセプトを考える
- ・ペルソナの設定
- ・1メール1コンテンツ
- ・量よりも頻度
- ・友人に書く「手紙」
- ・読者と「会話する」
- ・売上と信用残高
- ・自慢話はNG
- ・“件名”命
- ・読みやすさ
- ・誠実さ

メルマガを書く上で意識すべき11ポイント

メルマガのコンセプトを考える



コンセプトの3要素

- ①ターゲット
- ②メソッド
- ③ベネフィット



例) 【CL通信】の場合

- ①コンサル型ビジネスに従事する人あるいはその分野で起業したい人
- ②マーケティング&コーチング&コンサルティングスキル
- ③ 独立・起業・集客・プロモーション支援



あまり絞り込む必要はない！

ランディングページとは異なり、メルマガの場合は、幅広い読者を取り込むため、絞り込みすぎない方がよい

メルマガを書く上で意識すべき11ポイント

1メールには1コンテンツ



：

1メッセージ

1アイデア

1ストーリー

1ノウハウ

1ニュース



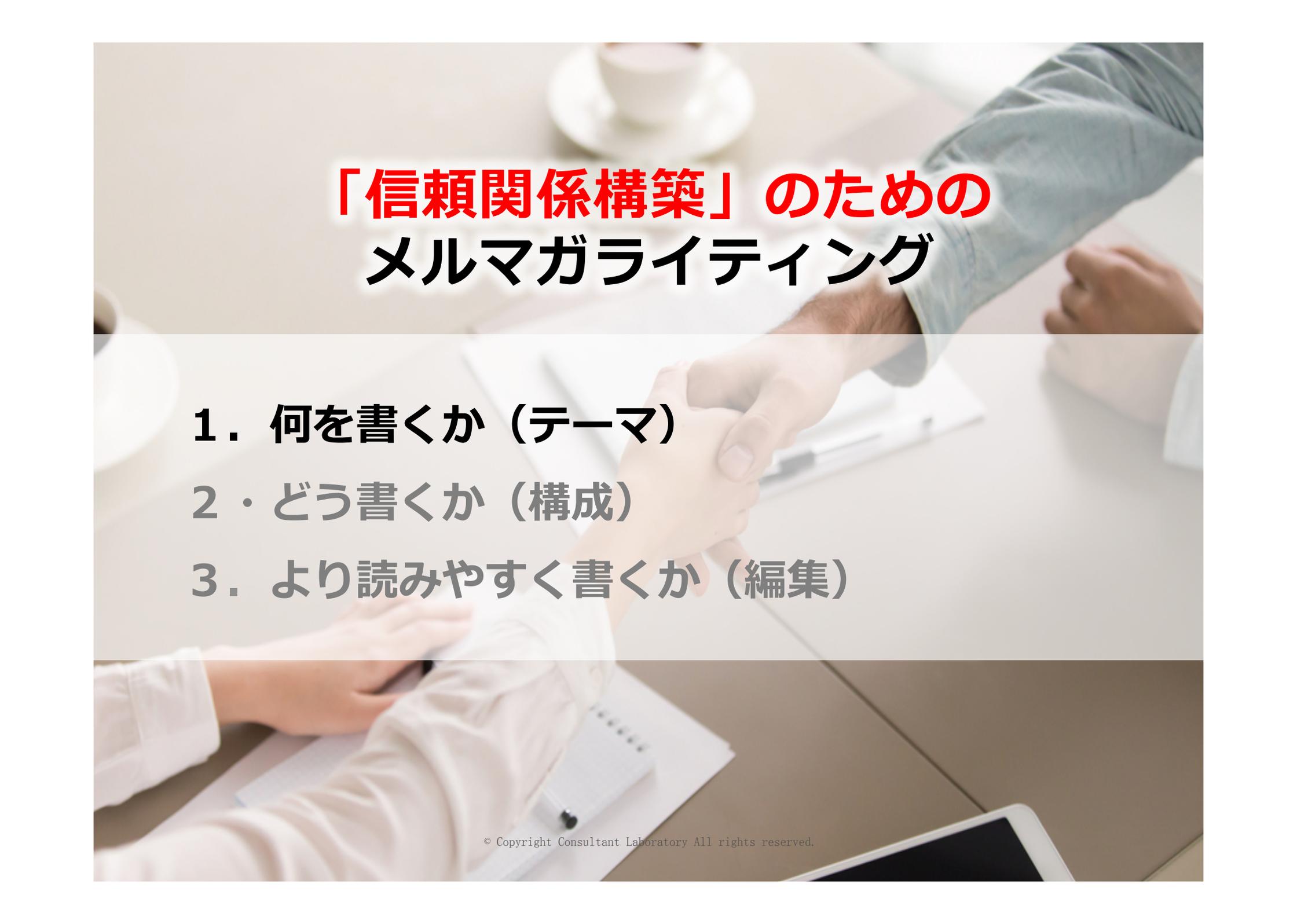
多くを詰め込むと読まれない！少ない方が親切！

多くの情報を詰め込むほど、読者の理解が難しくなり、読まれなくなる。
読まれない → ファンにならない → 信頼関係が構築できない！

なお、紹介や商品案内を入れなければならない時は、邪魔にならないよう一番上や一番下に配置をする工夫も必要。



**「信頼関係構築」のための
メルマガライティング**

A background image showing a business meeting. In the center, two people are shaking hands. One person is wearing a light blue shirt, and the other is wearing a white shirt. They are sitting at a table with papers, a pen, and a coffee cup. The text is overlaid on this image.

「信頼関係構築」のための メルマガライティング

1. 何を書くか（テーマ）
2. どう書くか（構成）
3. より読みやすく書くか（編集）

1. 専門性コンテンツ

メインコンテンツ、自分自身の専門分野、独自のノウハウやメソッド

例) CL通信：マーケティング、セールス、コンサルティング、コーチング、コピーライティング

2. 補助コンテンツ

自分の専門ではないが、メインコンテンツを補助する周辺情報

例) CL通信：マインドセット、仕事術、心理学

3. 自己開示コンテンツ

ミッションやビジョンなど、話してこなかった体験談など

4. キャラクターコンテンツ

プライベート、自分ネタ、マイブームや趣味、会っていた人など

5. 主義&主張コンテンツ

ニュースやトレンドへの持論、書評、セミナー参加の感想など

信頼関係構築のためには、
5種類のコンテンツをバランスよく書くことが大事！

「信頼関係構築」のためのメルマガライティング～1.何を書くか～ ノウハウ&コンテンツの棚卸し

メルマガが続けられなくなる1番多い理由・・・書くネタがない

1か月単位で書く内容を決めることで、毎日書き続けられる
そのために、自分のノウハウ&コンテンツの棚卸しを!



マインドマップを使って
ネタを棚卸し

「コンテンツMAP」を作成することで、自分のノウハウやコンテンツが洗い出せる。書くネタが蓄積されることで、メルマガの計画的な発信が可能になる!



コンテンツの例

専門性コンテンツ

- ・ 自分の成功談、失敗談
- ・ 今日（昨日）の出来事
- ・ セミナー・講座・セッション
- ・ お客様の声
（こんな嬉しい報告がありました！）
- ・ 推薦者の声
（こんな人から推薦頂きました！）
- ・ 顧客、見込み客にまつわる話
成功談、失敗談、ストーリー、
彼らとの会話、体験
- ・ 商品開発ストーリー
なぜ開発したのか・経由・過程・
裏話・苦労話・今後
- ・ 小さなHow to Step
- ・ プレゼント&アンケート
- ・ アンケート結果
- ・ プレビューコンテンツ（一部公開）
- ・ インタビュー
- ・ 未来予測（今年の展望など）
- ・ 法則
- ・ 公式
- ・ メソッド

コンテンツの例

自己開示コンテンツ

- ・ ミッション、ビジョン
- ・ 決意表明
- ・ 告白
- ・ 心情の吐露
- ・ これまで話して来なかった体験談
- ・ 家族との関係性
(ワークライフバランス)
- ・ 起業ストーリー
⇒ノウハウをちりばめる

単なる自己開示ではなく、何らかのビジネスメッセージを表現

コンテンツの例

キャラクターコンテンツコンテンツ

- ・プライベート
- ・自分ネタ
- ・マイブームや趣味
- ・会っていた人
(打ち合わせ、情報交換、
ランチ、ディナー)

どんな「キャラクター」として
見込み客に認識してもらうのか？

- ・明るく元気系
- ・アウトロー系
- ・繊細系
- ・寄り添い系
- ・知的・クール・キレ者系
- ・なごみ・ゆるキャラ系

一貫性が大切！これをブランディングと言う

「信頼関係構築」のためのメルマガライティング～1.何を書くか～ それぞれのテーマをさらに4つの切り口で

1. Why

動機付け：なぜ、あなたはこのメールを読む必要があるのか？

2. What

定義：そもそも何なのか？ 定義を明確にする

3. How to

定義：具体的なやり方、方法論（コンテンツの中心）

4. First Step

定義：最初にやるべきこと（行動の明示）



ここでもリサーチが重要！

定期的アンケートをとる「どんな情報を知りたいですか？」
知りたい情報が分かるため、書くネタに。さらに、アンケート結果を
順位ごとに取り上げれば、メルマガの複数回を埋めることも。

「信頼関係構築」のためのメルマガライティング～ 1.何を書くか～ 自分史ライティングのススメ



「共感」を獲得するためのフォーミュラー

- 1) 同じ出発点
- 2) 失敗の連続
- 3) 偶然の出会い&発見
- 4) 小さな成功
- 5) 再び失敗
- 6) 偶然の出会い&発見
- 7) 成功の始まり
- 8) 成功メソッドの構築と提供の開始
- 9) 次々に現れる成功者
- 10) 次はあなたの番です

- ・ 共感ストーリーフォーミュラーに沿って「自分史」をつくってみよう！
- ・ それをメルマガに掲載する
- ・ ステップメールにしてコンテンツ化

A background image showing a business meeting. In the center, two people are shaking hands. One person is wearing a light blue shirt, and the other is wearing a white shirt. They are sitting at a table with papers, a pen, and a coffee cup. The text is overlaid on this image.

「信頼関係構築」のための メルマガライティング

1. 何を書くか（テーマ）
2. どう書くか（構成）
3. より読みやすく書くか（編集）

9つのフォーミュラー（1/2）

① PS法：問題点と解決策

例) キャッチコピーに悩んでいませんか。3分でできる方法を教えます

② IA法：理想像と達成法

例) 3分でプロ並みのキャッチコピーを書けたらいいと思いませんか、その方法を教えます

③ QA法：質問と回答

例) キャッチコピーが上手くなる方法を知りたくないですか。その方法を教えます

④ WL法：勝ち組 VS 負け組

例) キャッチコピーが上手く書ければ〇〇こうなる、かけないと××なる

⑤ PP法：過去⇒現在

例) キャッチコピーを学び始めたのは3年前、今はこんなに〇〇になってます

9つのフォーミュラー（2/2）

⑥ TP法：全体⇒部分

例) コピーライトといっても、色々なジャンルがあります。

⑦ FT法：フューチャーテリング

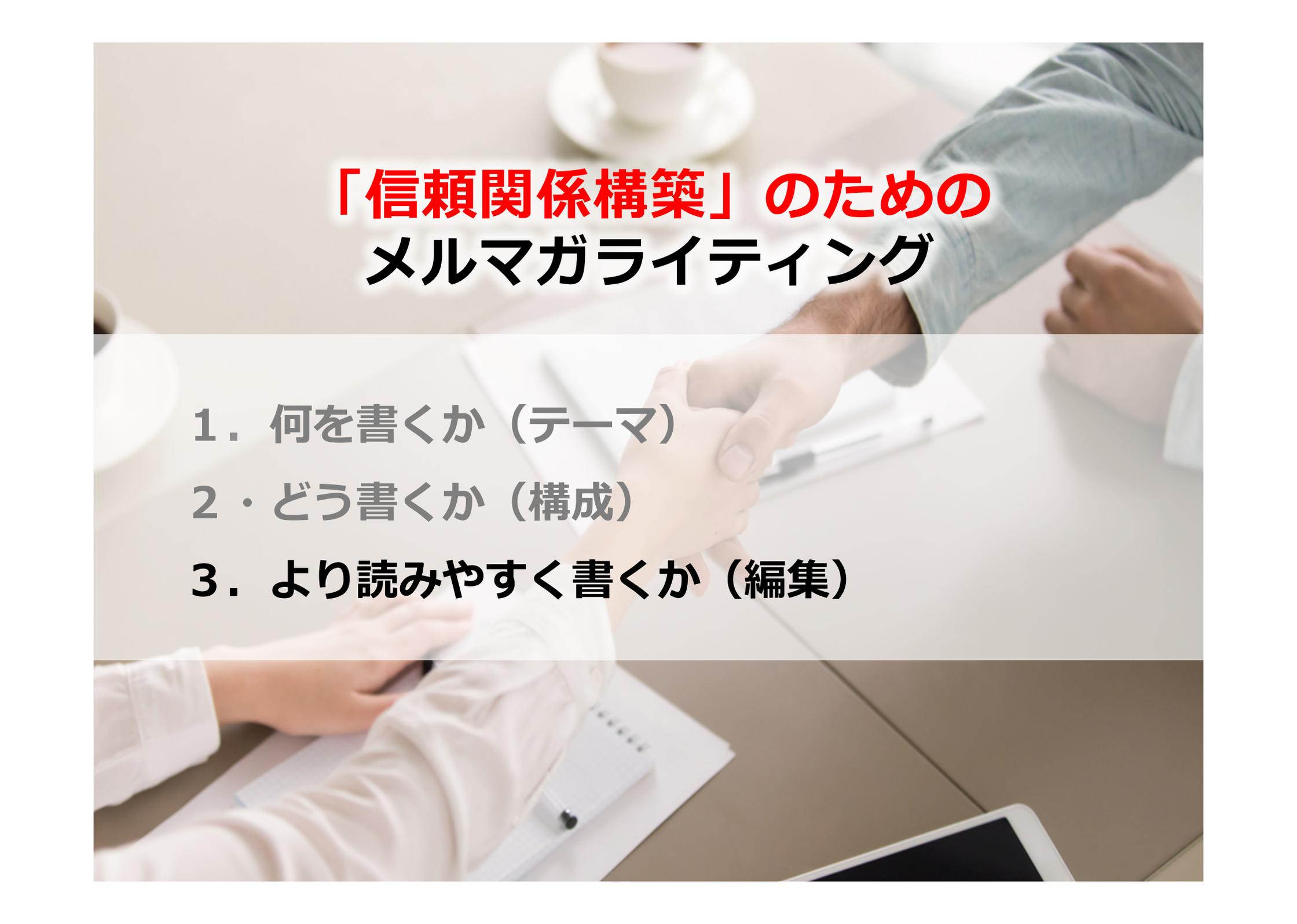
例) コピーライト今はうまくないですが、
3年後には、〇〇になっていたいと思います。

⑧ RW法：なぜ？その理由は・・・

例) コピーライトは非常に重要です。なぜなら、

⑨ SBS法：ステップバイ ステップで順番に説明

例) コピーライトの作り方を、5段階で説明していきます。

A background image showing a business meeting. In the foreground, two hands are shaking in a firm grip, symbolizing agreement or trust. The hands are wearing light-colored shirts. In the background, there are blurred elements of a meeting table, including a white coffee cup on a saucer, a pen, and some papers. The overall tone is professional and positive.

「信頼関係構築」のための メルマガライティング

1. 何を書くか（テーマ）
2. どう書くか（構成）
3. より読みやすく書くか（編集）

①件名—他のメールとの競争に勝つ

「件名」の役割は？ 最も重要なことは？

クリックしてもらうことが「件名」の最大目的！

読んでもらえる「件名」の作り方

- ・ベネフィットを伝える
- ・ターゲットに呼びかける
- ・ニュースを提供する
- ・簡単で即効性のある オファーの提案
- ・質問（挑戦的、オープンクエスチョン）
- ・記号

【重要】 【あと2日】 【本日公開】 【値上げになります】 【割引】
【プレゼント】 ! ⇒ ※

①件名ー興味深いかどうか

- ・ **ニュース性**

新・新着・ニュース・お知らせ・速報

- ・ **緊急性・希少性**

「ここ一番！」で使う：時間、人数、数字

- ・ **固有名詞**

人名・企業名・商品名・地名etc

- ・ **価格**

1億円、100万円、無料、値下げ、早期割引、○%OFF etc

- ・ **BadNews**

禁止・注意系、脅し、間違い

但し、やり過ぎに注意！ 劇薬は使いすぎない！

②オープニング

オープニングでその後の本文を読むかどうかが決める

- YESセットで、
- 短く、
- テンポよく、
- 「会話」で入る
- 「質問」で入る
- 「パワーワード」で入る
固有名詞・数字・句 流行語・強い言葉
No.1、3つの・7つの・11の、全くのゼロ、0円、ノーリスク、超速、中国吉林省大富豪、英国人大富豪、新型、完全、死、破産、破滅、借金、運命、戦争、テロetc・・・
- 「いつ・どこで」で入る
- 「ストレートな投げかけ」で入る（ちょっと聞いてもらえますか？）

③本文ー読みやすく

今、読み手は、何を思い、何を感じているのか？

- ・ 読みやすさを最優先
- ・ 読み手が使う言葉を使う
- ・ 1行14文字以内（スマホを意識）
- ・ 1ブロック5行以内
- ・ 話しているテンポで
- ・ リズムを作るイメージ
- ・ 装飾の利用
強調、読みやすさ、変化
- ・ 接続語
それで、、、でね、、、とはいえ、で、、、
さて、、、まず、、、…ということ
- ・ フレーミング
3つの・7つの・7つの…
- ・ 大事なことは何度も言う
リサイクルOK！
- ・ テキストと動画
動画を書き起こしてテキスト化
(ブログ、Facebook、youtube等へ誘導)
- ・ 信頼関係構築
(面展開マーケティング)
- ・ クリック習慣

③本文一分かりやすく

分かりやすさの7つの秘訣

1. 読み手の心理（超客観視）
2. 言葉の定義を明確にする（WHATの部分）
3. 具体的（事例・比喻・ストーリー）
4. ステップバイステップ（細分化）
5. セットアップ（前振り・今から何を書くか？の示唆）
6. 曖昧さの排除（明確化・Not Think）
7. シンプル（1メール1メッセージ）

③本文ーひと手間かける

ひと手間かける

- ・ **主語-述語**（主語を省かない）
- ・ 説明しすぎで丁度いい
- ・ 心遣い
- ・ おもてなし
- ・ 繰り返す

マインドセット

- ・ だから？
- ・ それってどういうこと？
- ・ 要約すると？
- ・ 一言でいうと？
- ・ ということは？
- ・ で、結論は？

視点を、複数組み合わせる

事実、解釈、感想、評価、感情、客観、理由

同じことをいろんな角度から表現すると分かりやすくなる！

例) 事実：コピーライティングで売上げが上がる

解釈：だから、コピーライトを学ばないといけない

「信頼関係構築」のためのメルマガライティング～3.より読みやすく書くか～

④エンディング ⑤編集後記・追伸



エンディング

- ・お約束、パターンをつくる

例「では、またメールします。」 「では、〇〇にて」

編集後記・追伸

- ・メルマガが2つ書けるイメージ

例 セールスのコンテンツが続いたら、編集後記でプライベートの話

まとめ

1. 信頼関係構築の5種類のコンテンツ
2. 自分のコンテンツの棚卸しをする
3. 読みやすく・分かりやすく・ひと手間掛ける
4. やっぱり、読み手の心理！
5. とにかくメルマガを書く！