新・PASONAの法則

- ヘッダー（魅力的なキャッチコピー）
  - パソコン苦手な主婦がお家でブログアフィリエイトで月収40万円、初年度100万以上を達成した方法を大公開！
  - ヘッダー作成のコツ
    - 明確にすべきつの要素
      - ペルソナ → 誰に？
      - 手段 → どんな方法で？何を使って？
      - ベネフィット → どんな明るい未来を手に入れられるのか？
    - 意識すべきつのポイント
      - 数字
      - キャッチーさ
      - わかりやすさ
      - 目新しさ
      - 好奇心を誘う
      - お得感
      - 時代性
      - No.1ではなくオンリー1
      - ブランディング
  - 一緒に理想の未来を手に入れに行きませんか？ → ～～～～しませんか？
- Problem（問題）
  - 悩み、不安、不平、不満を示して問題提起をする
    - こんな悩み（問題）ありませんか？ → 5つ以上
      - 家計が崩して毎月赤字…
      - 子供の習い事も金銭的理由から通わせることもできない…
      - もう1人子供が欲しいけど、お金を考えると一歩踏み出せない…
      - 贅沢したいけど、いつできるようになるのかも分からない…
      - 節約、節約、節約で自分に使うお金がない…
    - この案内状は → 5つ以上
      - もっとたくさん家族で気兼ねなく旅行に行きたい！
      - 子供が欲しいものはお金を気にすることなく買ってあげたい！
      - もっと私もパが赤字に買いたいものを買いたい！
      - 子供に「おかえり」と言えるようなライフスタイルを実現したい！
      - もう1人子供産むために収入を増やしたい！
    - 今の生活を変えたいと思う方はぜひこのお手紙を読み進めてください！
- Affinity（親近感）
  - 同じ境遇を共感しながら語りかける
    - 実は、毎月家計は赤字続きだった私…
    - 私もそうだったんです。
    - 私も以前までは～～～～（ストーリー）
      - 金銭的事情
      - 精神的事情
      - 時間的事情
- Solution（解決策）
  - 問題解決策として商品とその機能などを紹介する
    - その時に出会ったのが～～～～。
    - そこから～～～～ → 実績 → 写真
    - 現在はこうなっています！
      - ライフスタイル → 写真
      - 精神的
        - 具体的に → 月に数回しか外食に行けなかった私も、月に3回焼肉屋に行けるように
        - 写真
      - 金銭的
        - 具体的に → 子供の習い事はやり放題、私立進学も視野に入れられるように
        - 写真
      - 時間的
        - 具体的に → 最近ではジムにエステに通った方でできるように。脱毛まで始められました。
        - 写真
- Offer（提案）
  - 具体的な提案をする
    - What：そんなおすすめなの？ → ～～～～をおすすめする理由
    - What：本当に結果を出せるの？ → 結果を出すための秘訣
    - How：どのようにやっていくの？私でもできるかな… → 具体的な進め方
    - why：なぜこの企画をやるのか？大義名分
      - メールだけだと限界…
      - たくさん問い合わせを頂いていた…
      - やってほしの声が多かった…
    - コースの紹介
      - そこで～～～という企画を作りました！
      - コースの紹介
        - 松
          -

        - 竹
          - ⚠ ここから先は閲覧注意！ 前代未聞の圧倒的パワーUPした 激ヤバコースになります！
          -

          - リスク・リバーサル
            - 保証
            - 商品に対して期待している成果を保証し、購入に対する不安要素を取り除く
        - 梅
          -

          - リスク・リバーサル
            - 保証
            - 商品に対して期待している成果を保証し、購入に対する不安要素を取り除く
      - 松竹梅
        - why：なぜつのコースがあるの？
          - ペルソナを明確にする
          - 商品の魅力を知ってもらう
            - 質
            - 量
            - キャッチー
          - 自分本位でない、あなたのために
        - 購入したい、欲しい、買いたいと思わせる
          - みんな欲しいものは買う
          - みんな良いものは買う
          - 買いたいと思ってから値段を見る→内容を知る前に初めから値段を見る → 内容を見て判断してもらう
      - コース紹介まとめ → 表を使う
    - 推薦者の声
    - 価格の提示
      - この内容や期間での通常価格を提示（高い数字を見せる） → アンカリング
        - 商品・サービスの販売価格より大きな桁の数字を、価格を提示する前に見せておく方法
        - 無意識のうちにお客さんの頭の中に基準となる数字が刷り込まれる
      - 割引をする（3割以上） → 今回は特別に
        - お得感を演出
        - 自分本位でない、あなたのために
      - When：いつ導入するのか
        - 期間 → 1年間
        - 開始時期 → 2021年2月1日～2022年1月31日
        - why：なぜ1年間なの？ → 自分本位でない、あなたのために
      - 1日当たりの金額に換算する
        -
      - 払える金額を安いという判断基準を提示
        - 判断を委ねない
        - りんごとみかん
      - 分割可能にする
        - 24分割払い
        - 自分本位でない、あなたのために
        -

      - 付加価値をつける → 特典
        - お得感を演出
        - 自分本位でない、あなたのために
        -

- Narrowing Down（絞込）
  - ターゲットや期間を限定する
    - 儲ク・緊急性
    - 条件を提示 → フィルターを掛ける
- Action（行動）
  - 行動を促す
    - 申し込みを促す
    - 最後の一押し（ラストメッセージ） → 追記