

# 『素晴らしいコピーがあれば何でも売れるのか？』

- NO

- とても少ないがいくつかの例外がある。印刷された文章ではなく実際のセールスマンにしか売れないものもある。
- しかしこれらは非常にレアケースなので、話し合う価値はない。
- そして、この場合も、“売る”という観点からすれば答えは売れるが利益を出して売る事ができないだけの事。



# 『素晴らしいコピーがあれば 何でも売れるのか？』

- ボブスチューパックは、ラスベガスのホテルでさえ、①ステップのダイレクトレスポンス  
広告で売れる事を証明した。(驚くべき事にホテルビジネスに携わる誰もこの方法をコ  
ピーしていない。全く)しかし、インターネットは旅行パッケージやクルーズがコピーで売  
っている。



#1 実際に書く前に  
何をすべきか？  
ビッグアイデアを探す



# 素材集め

- 商品

- ビジネスの歴史
- 業界の歴史
- 営業マンが使っている営業トーク(重要)
- 素材や原料の製作者
- 販売者とインタビューをする(録音、スクリプト)
- セールストーク、セミナー、スピーチ(録音、スクリプト)
- メディア: 記事、商品のカテゴリーに対する
- 商品の詳細な分析
- 競合    競争優位 & 競争上不利



# 素材集め

- 商品
  - 間接的競合
  - プロセス（ストーリーを探す）
  - 人（ストーリーを探す）
  - リサーチの立証、科学、証拠となる文書
  - デモンストレーション



# 素材集め

- 顧客

- 既存客から得られるプロフィール
  - アンケート調査
- デモグラフィック 地域
- サイコグラフィック（消費者の価値観）
- ライフスタイルのトレンド
- 購買パターン
- リストの情報
- 成功したセールスコピー
- お客が読んでいる読み物を読む



# 素材集め

- 顧客

- お客が行く場所に行ってみる
- フォーカスグループ
- 市販のリサーチ
- 言葉遣い
- 必ず知っておくべき事
  - 恐怖(何を怖がっている?)
  - 嫌い(何を嫌っている?)
  - 激しい欲求
  - 熱心に信じている事



# 素材集めにおける注意

- 意見や予想と事実を切り離す事
- 過去の結果は、状況によって変わると言う事に対する理解
- 盲点
- 全部集める vs 自分が大事だと思うものだけ集める
- 十分な量
- 怠け心
- 緊急性