

#18 ストーリー

人を引き込むのは…

セッション#18、「ストーリー」です。これは無料ビデオのほうでも出したものと全く一緒なので、中身の途中までは飛ばしてもらってもいいかなと思います。

ストーリー。公衆の前でスピーチする人、セミナーのスピーカーはみんなストーリーを語ることの重要性を知っている。聴衆はストーリーが始まると元気を取り戻す。普通のプレゼンというのは聞いていて退屈なのですけれども、やはり人の物語を聞くとものすごく面白いわけです。セミナーに参加したことがある人は分かると思うのですが、やはりうまいスピーカーというのはたくさんストーリーとか例え話を持っているわけです。

ですから、セールスの大家、ジグジグラは9分ごとにストーリーを入れるべきだと言っています。つまり、人を飽きさせないために、人の注意をずっと引き続けておくために9分ごとにストーリーを入れたほうがいい、適度なペースでストーリーを入れたほうがいいということです。もちろんこれはセールスコピーの話ではありません。セミナーでスピーチをする場合の話です。

僕たちはみんなストーリーが好きというか、好きというレベルを超えてもう洗脳されているぐらいの勢いです。例えば、すべての宗教の教えというのはみんなストーリー形式で伝えられているわけです。キリスト教にしても、イスラム教にしても、仏教にしても、何にしてもストーリーなのです。何千年も前からあるような物語、例えば『論語』であるとか、『三国志』であるとか、『項羽と劉邦』とか、歴史物でも宗教物でもそうですけれども、みんなストーリーなのです。

僕たちは本当に子供の頃からストーリーを読んで聞かせてほしいという話を親にっていて、親は日本昔話とかそういった物語を読んで聞かせてくれているわけです。それで、大人になってもストーリーを読むわけです。大人になったら小説を買ったり、映画を観に行ったりし

て、ストーリーを読んだり、映画だったらストーリーを観るわけです。全部これは本当にストーリーなのです。

出版ビジネスではフィクションはノンフィクションより100倍近く売れます。実際、そうです。小説のミリオンセラーというのはたくさんあって何十万部売れたというのはよく聞く話で

すが、ビジネス書とかではなかなかないはずです。5万部売れたら大ヒットと言われる世界です。

セミナーのスピーカーなどそういったセールスのプロは、満足した顧客のストーリーやドラマチックな商品の使い方のストーリーというのが事実とか特徴を単純に並べ立てるだけよりもはるかに効果的なことを知っています。これらのことをよくよく考えると、あなたはセールスコピーでストーリーをどうやって使うかということが分かるということです。満足したお客のストーリーとか、ドラマチックな商品の使い方とか、そういうものをどうやってビビッドに伝えるかというのを考えると、どういったストーリーがいいかというのが分かるわけです。

ストーリーにも色々

では、売れるストーリーの八つのタイプというのがありまして、いくつか紹介していきます。ここが無料ビデオでは紹介していなかったことです。

1、ブラッキー・ストーリー。ブラッキー・ストーリーというのは何かというと、確か競馬の必勝法を編み出したブラッキーじいさんという人がいるのですけれども、ブラッキーじいさんは今もう寿命で死にかけているわけです。自分が死ぬ前に、この秘密を誰かに託したいと思うわけです。それで、ある若者にその秘密を託すわけです。そのブラッキーおじさんから教わった秘密を広げるわけです。秘密を売るわけです。

これはどこかで聞いたことがあるなと思うのですが、ナポレオンヒルの『思考は現実化する』という本を読んだことがあると思いますが、読んだことがないなら、ぜひ

すぐに読んでください。この本のストーリーと全く同じです。

ナポレオンヒルが大富豪のアンドリューカーネギーに出会って、アンドリューカーネギーは自分が発見した成功する秘訣を後世に残したいということでナポレオンヒルを選ぶわけです。それで、ナポレオンヒルはその仕事を請け負って、いろいろな成功者にインタビューして『思考は現実化する』という1冊の著書にまとめ上げるわけです。そういったストーリーです。僕が死ぬ前に、駄目になってしまう前に、この秘密を誰かに渡したい。これがブラッキー・ストーリーです。

発見のストーリー。これは先ほどのセッションでもちょっと出てきたかもしれませんが、サイコ・サイバネティクスとかはそうです。サイコ・サイバネティクスはドクターモルツがアンナという患者と出会って、そのアンナが顔を手術したのに全然治った気がしない。なぜだろう。それは心の顔が、心の傷が治っていなかったからだ。心の顔に傷がついていたからだ。心の顔、それはセルフイメージだという話からセルフイメージを発見したというストーリー

Dan Kennedy Copywriting & Sales-mind Training

一です。こういったビフォーアフターのストーリーです。これは本当に読んで字のごとく、これを使う前と使った後でどんなふうに人生が変わったかというストーリーです。

困っている見込み客のストーリーというのは、ニッチマーケットで使えるレターのテンプレートなのですが、例えば、あなたがレストランのビジネスオーナー向けに、そのお店が繁盛するための **how to** のようなインフォメーションを売っていたとします。

そうすると、そのタイプに使えるストーリーは必ずこのパターンで、自分の友達のレストランのオーナーが困っていた。どうしよう、どうしようと悩んでいるところに自分がそのレストランをはやらせる方法を教えてあげた。そうしたら、彼もすごくうまくいった。こういった困っているレストランオーナーがたくさんいるのではないだろうか。自分はこれを伝えなければいけないというようなストーリーです。もちろん他のマーケットでも使えます。

第三者の証言。自分ではなくて他の人が証言してくれるようなストーリーとか、お客さんの声もそうです。お客さんが話してくれるようなストーリーです。お客の声というのはスポ

ット、スポットでポンポンと出すだけではなくて、1人のお客をズーンと深堀りしてその人のストーリーを仕立て上げていく。その人のストーリーを語って、あなたの商品に結びつけるという方法もあります。すごく使える方法です。

昔は疑っていたけれども、今はもう熱心なファンになっている。疑っている人が信者になるストーリーです。これは疑い深いお客さんを落とすにはバッチリのストーリーです。なぜなら、昔、自分と同じように疑っていた人が信者になっていくというストーリーだからです。

ドラマチックなニュースストーリーであるとか、セレブが関係しているストーリーというものもあります。セレブが関係しているストーリーはとても使えるストーリーです。セレブ、有名人がいるということで常に注意が引けるので、お金を払ってでも有名人をプロモーションに使うというのは非常に費用対効果のいい方法です。費用は高いにしても絶対にペイするのです。有名人のストーリーというのは誰もが知りたいわけです。

こういったタイプのストーリーがあります。だから、自分の中で自分のプロモーションに使えるようなストーリーは何かないのを探してみたり、あるいは作り出してみたりすると非常にいいと思います。

ストーリーは特定の目的にも使えます。例えば、価格を安く感じさせるという目的のためだけにちょっとしたショートストーリーを入れるということでも使えます。昔、ヤニクがこの方法を使っていました。

Dan Kennedy Copywriting & Sales-mind Training

自分がセミナーに行くと言った時に自分のお父さんが、おまえはそういう教材とかをいっぱい買っているのに何でまたセミナーに行くのだと、もう必要ないではないかと止められた。だけれども、自分は何かを学び続けることが大事だと思ったから行ったのだ。あの日のジャッジがなかったら、今の自分はなかっただろうというようなストーリーがあります。よく彼は使っていました。

平凡なコピーライターとプロのコピーライターを分ける要素の一つはストーリーを書くス

キルである。優れたセールスマンは優れたストーリーテラーであるということです。ケネディ自身、長い間フィクションを研究してきたわけです。それもストーリーテリング、セールスマンシップをアップさせるためです。だから、彼のセールスレターのほぼすべてにはストーリーが入っています。

もし、あなたが本気でコピーライティングを究めたいのだったら、フィクションを読んだほうがいい。いつもとは違った観点から読む。そして研究していけば、素晴らしいストーリーテラーになることができます。

要は普通に読み物として楽しむために読むのではなく研究する。ちょっと違う観点から、なぜこのストーリーは引き込まれるのかとか、なぜ次が気になるのかとか、そういった観点から読んでいくと非常にいいです。だから、売れている小説とか売れている映画とか、そういったものを見ると、どういう場面展開、どういう展開でストーリーが構成されているのかというのがよく分かるようになります。

それでは、サンプルを見ていきたいと思います。今回、サンプルが一つなのですが、これは非常に良くできたセールスレターなので、ぜひきちんと全部読んでみてください。

市場予測が投資家の世界に旋風を巻き起こしたパメラ姉妹の驚くべきストーリー。ストーリーになっています。この2人の姉妹のストーリーがメインのテーマなのです。

はじめまして。ジューンブランチャートです。今日は一番らしくない投資の権威、2人を紹介します。その2人とはパメラ、メリーアン・アデン姉妹です。2人とも今30代で、この2人のストーリーはまるでベストセラー小説のようですが、すべて事実です。私自身ストーリーに登場するので、この点は本当です。

アデン姉妹の過去の予測は歴史的な偉業となっていますが、このレターを書いている今も、この過去の予想以上に驚きの新しい予測が新聞の見出しを飾ろうとしているところです。後でこの新しい予測の一部をご紹介します。でも、最初に姉妹の魅力的なストーリーから始めましょう。

Dan Kennedy Copywriting & Sales-mind Training

11年前までアデン姉妹はごくごく普通の人生を歩んでいました。ここがポイントです。ごくごく普通の人生を歩んでいました。ロスの不動産金融会社に勤めて、投資についてはほとんど知りませんでした。1974年、姉妹はカリフォルニアからコスタリカのサンホセに住んでいる母親を訪ねていきました。姉妹のお母さんはコスタリカ生まれです……。

ここでサンホセに滞在した姉妹は超金持ちで投資の天才のアメリカ人に会いました。今日までアデン姉妹は、この男性の名前を明かしていません。彼はリサーチを手伝ってくれるバイリンガルのスタッフを探していたのですが、英語とスペイン語が流ちょうで金融会社に勤めた姉妹はこの仕事にうってつけでした。この男性は姉妹を雇い、そばに置いて、最後には投資傾向を予測する彼のユニークなシステムを姉妹に教えました。アデン姉妹は彼の教えてくれたことをよく覚えて数年後には氏の元を離れ、独立して活動を始めました……。

これはブラッキー・ストーリーです。超金持ちの天才投資家がこの姉妹に教えてくれたという話です。ずっとストーリーでつぶられているのですが、とにかくこのセールスレターを一度読んでみてください。すごくいいレターなので、ぜひ参考にしてもらえたらいいのではないかなと思います。

もし、サンプルがたくさんあってどれを学んでいいか分からないとか、例えば、手書きで写すとすごくいいという話をしたと思うのですが、手書きで写すのにどれがいいかなと迷うのだったら、これはお勧めです。結構、セールスレターの全文もそろっていますし、クオリティーも非常に高いので、写すのだったらこれを最初に写してもらうのがいいかなと思います。写すことで結構、ストーリーテリングの力もついたりするので、ぜひやってみてください。