

引き算アフィリエイト

**誘導率と成約率を極限まで高める
PPCアフィリエイトライティング講座**

目次

■ライティング技術の必要性	3
■ライティング 1 : 一人に向かって書く	5
■ライティング 2 : 限定性	7
■ライティング 3 : お得感	9
■ライティング 4 : 今すぐ	10
■ライティング 5 : 簡単さ	11
■ライティング 6 : 保証	12
■ライティング 7 : 損しません	13
■ライティング 8 : 具体性	15
■ライティング 9 : 中断効果	16
■ライティング 10 : 未来を想像させる	17
■まとめ	18

■ライティング技術の必要性

PPCアフィリエイトでは、あまり重要視されていないライティングについて説明します。

王道編PPCアフィリエイトではライティング技術がなくても、キーワード選定が正しければ、成約させる事ができます。

しかし、「独自コンテンツ」を考えると、ライティング技術がないと、上手く誘導できない場合もあります。

長期的に稼ぎたい場合は、ライティング技術は必ず必要になってきます。

と言っても、PPCで必要なライティング技術なんてたかが知れているので難しく考える必要はありません。

- ・セールスレターのような長文
- ・誰もがオモシロイと感じるようなブログ記事
- ・普通じゃ思いつかないような奇抜なキャッチコピー
- ・高度なライティング技術

このような、世間一般的に言う「ライティング技術」と呼ばれるものは不要だと言うことです。

ここで紹介するPPCアフィリエイトに特化したライティング技術を身に付けて頂ければOKです。

そのライティング技術がこちらの10種類です。

ライティング1：一人に向かって書く

ライティング2：限定性

ライティング3：お得感

ライティング4：今すぐ

ライティング5：簡単さ

ライティング6：保証

ライティング7：損しません

ライティング8：具体性

ライティング9：中断効果

ライティング10：未来を想像させる

この10種類のライティング技術を組み合わせることによって、誘導率や成約率を高めることができます。

それでは、ライティング技術を説明していきます。

■ライティング1:一人に向かって書く

ネット上で文章を書こうとすると、
不特定多数の人に当てはまるように書いてしまいがちです。

しかし、それでは、誰の心にも刺さりません。

八方美人ではいけないということです。

あなたが大好きな人にラブレターを書くときを想像してください。

- ・なんて書いたら喜ぶだろうか？
- ・最近仕事で疲れているからそのことを書こう
- ・旅行に行きたがっていたな～

と大好きな人を想像しながら、
その人にだけ向けた文章を書きますよね。

サイトを作成するときも、ラブレターを書くときと一緒に、
ターゲットとなる人物を想像して、
その人に手紙を書くつもりで書きましょう。

どれくらい想像するかというと・・・僕の場合、

- ・年齢は？
- ・性別は？
- ・職業は？
- ・収入は？
- ・趣味は？
- ・体型は？
- ・既婚者か？
- ・どんなことで悩んでいる？
- ・彼氏彼女の存在は？
- ・住んでいるところは？
- ・友人知人に例えると？

を商品ごとにそれぞれ考えてターゲットとなる人物像を明確化します。

そして、想像した人物に向けて文章を書きます。

身近にターゲットと同じような人がいれば、
その人に向けて手紙を書くようにすると、
よりリアリティがでてきますね。

独自コンテンツの記事を考えているときに、
ターゲットの顔が想像できると、より一層ターゲットに響く記事が書けます。

■ライティング2:限定性

人の行動を駆り立てるのに、限定性はもっとも強力です。

人はそのモノが稀少であればあるほど価値を感じます。

たとえば、月見バーガーは秋限定でしか発売されませんが、発売が開始すると好きな人は毎日のように買いますよね。

なぜ、こんなに人気なのかと言うと期間が限定されており、期間を過ぎてしまうと手に入らなくなる。

ということから価値を感じてしまうのです。

そんな限定性をサイトに入れることで、誘導率、成約率がアップします。

そんな限定性には下記3つがあります。

- (1) 期間の限定性
- (2) 人数の限定性
- (3) デバイスの限定性

(1) 期間の限定性

- ・初回限定で1万円キャッシュバック。
- ・〇月〇日で無料登録は終了します。

(2) 人数の限定性

- ・残り30名限定なので早めに登録しておいた方がいいです。
- ・100名限定でモニター募集中です。

(3) デバイスの限定性

- ・スマホ限定で安くなります。
- ・スマホユーザー限定でプレゼントがあるそうです。

商品ページに、上記のような限定性が書かれていたら、
並び替え項目に入れてみましょう。

「並べ替え項目」に関しては下記マニュアルで解説しています

「並べ替え項目」に関しては下記マニュアルで解説しています。

⇒ K1-206:ASPで類似商品がある商品を探し商品選定シートに記入しよう.pdf

■ライティング3:お得感

人はお得に感じたり、安く感じたりするものには興味を持ちます。

「無料」「送料無料」「初回限定価格」「〇〇円OFF」などです。

ただ、デジタルコンテンツなどの月額課金の商品だと
なかなかお得感を出しにくいです。

そんなときに、お得感を演出するために、良く使うテクニックが、
分割変換法です

例えば、月額315円の商品がある場合、
315円を30で割って1日あたりのコストに変換します。

すると、1日10円で利用できる計算になります。

これを上手く使うことで、お得感を演出することができます。

これは良く情報商材のレターでも使われていますよね。

「1日たった300円で・・・」

「1日一杯のコーヒーを我慢するだけで・・・」

などです。

例

「無料でダウンロード」

「〇〇円OFF」

「限定90%OFF」

「送料無料」

「1日たった10円」

■ライティング4:今すぐ

これは、スマホユーザーに対して特に効果的です。

スマホユーザーは” 今すぐ ” したいから検索している傾向があるからです。

- ・今すぐこの商品が欲しい
- ・今すぐ入れる居酒屋を知りたい
- ・今すぐ●●●をしたい！

そのため「今すぐ〇〇出来ます」と入れてあげるだけで、誘導率が上がります。

例

「今すぐ買えます」

「今すぐDL出来ます」

「今すぐ予約出来ます」

「今すぐ査定が出来ます」

■ライティング5:簡単さ

あなたもめんどくさいことはしたくありませんよね。

人間はちょっとでもめんどくさいと思うと行動を起こしません。

なので、簡単さを演出してあげる必要があります。

ポイントは、ただ「簡単です」と言うだけではなく、
「〇〇秒で」など 具体的な数値を出す ってことですね。

例

「簡単1分でダウンロードできます。」

「30秒で登録完了します。」

「簡単3分で購入できます。」

■ライティング6:保証

人は失敗することを怖がります。

特に日本人は「大の保険好き」と言われるほど保守的ですよね。

そこで、「保証」に関する文言をサイトの中に加えてあげると成約率が格段に上がります。

例えば、「車の一括査定」などで、

「査定をしたからと言って必ず売る必要はありません。

もし、思ったような査定結果にならなければ断ることもできます。」

といった感じですね。

■ライティング7: 損します

専門用語で プロスペクト理論 といいます、
人は損失を回避するために行動を取る傾向があります。

ある有名な実験を用いたクイズをしますので、
あなたも一緒に考えてみましょう。

- (1) 絶対に1万円もらえるくじ
- (2) 50%の確率で2万円当たり、50%の確率で0円のくじ

さあー、あなたは、(1) と (2) どちらを選びますか？

実験の結果では、60%が(1)のくじを選びました。

では次の問題です

- (3) 絶対に1万円没収されるくじ
- (4) 50%の確率で2万円当没収され、50%の確率で免除されるくじ

こちらの場合、あなたは(3) と (4) どちらを選びますか？

実験では、(3)を選んだ人が30%にまで下がり、
(4)を選んだ人が70%にまで上がりました。

- (1) と (2) のくじの期待値
- (3) と (4) のくじの期待値

それぞれ期待値としては同じなのに投票が偏るのは、
【人間が利益を得るとき】と【損失を逃れようとする】ときで、
価値観が変わるからです。

利益を得るときは、より確実な方を取り、
損失を回避するときは、リスクが高くても損失が少ない方を選びます。

つまり、人は利益よりも損失の方が印象に強く残り、
損失を回避するための行動を取るということです。

これをプロスペクト理論といいます。

このプロスペクト理論をサイトに盛り込むことで、
誘導率、成約率を上げることができます。

実際にどのように盛り込むかというと、
「損します」と書くだけです。

僕が良く使うのが、

「〇〇名限定！今登録しないと損ですよ」

「こちらで買うと送料無料です！他で買うと損しますよ」

「●●●を損せず利用する方法」

みたいな感じで限定性と合わせて使うことが多いですね。

■ライティング8:具体性

さて質問です！

「私は痩せました！」

「私は 78.4kg から 19 日で 13kg 痩せました！」

どちらが魅力的でしょうか？

おそらく、ほとんどの方が後者を選んだのではないのでしょうか？

上記の例のように数字などを使って具体性を出すことによって、リアリティを出しながら相手に想像させることができます。

他の例ですと

「沢山の色から選ぶことができます。」より

「全 11 色から選ぶことができます。」

とした方がより具体的に魅力的になりますよね。

例

「全 11 色からお好みに選ぶことができます。」

「全 17 種類 136 通りの組み合わせがあります。」

■ライティング9:中断効果

友達と話しているときに

「ちょっと話があるのだけど…」

と言われたのに

「やっぱ、今度にするわ・・・。」

と言われると、すごく気になりませんか？

人間は、未完結なものや途中で中断されたものは、
記憶に残りやすく、気になってしまいます。

これは日常の様々なところで、使われています。
例えば、マンガやドラマです。

話の最後に急展開を起こすことで、次の回を読ませようとする。
次回予告もそうですよね。

これをサイトに応用することで、
続きが気になり、誘導率を高くすることができます。

例

「コチラに開発者の女性が載っているのですが、何歳に見えますか？」

「実際に一括査定した“利用者の声”が公式サイトで見れますよ。」

■ライティング10:未来を想像させる

ユーザーが既に商品を使った前提で、話を進めるという方法があります。

そうすることで、ユーザーの頭の中で、商品を買った自分を思い浮かべます。

想像している内に、その商品が欲しくなってくるのです。

通販番組なんかでも良く使われているので、参考に見てみましょう。

例

「〇〇を使うときは、〇〇に気をつけるといいですよ。」

「〇〇のホテルに行ったら、まずプールに行きましょう。」

「車が最高価格で売れたら、最新のカーナビをつけちゃいましょう。」

■まとめ

10個ものライティング技術をお伝えしましたが、
1つのサイトに全ての要素を取り込む必要はありません。

ですが、なるべく多くの要素を取り込むことで誘導率・成約率が上がります。
最初は1つでもいいので意識して取り入れてみましょう。

販売ページを見るときも適当に読むのではなく、

- ・どのライティング技術が使えるかな？
- ・限定性が使いそうだな
- ・この商品は中断効果を使ってみるといいかも！

と、ライティング技術を意識してみましょう。

既存のPPC教材で、このライティング技術を教えている教材は、
ほぼ無いと思います。

しかし、ライティング技術を身に付けないと、
「独自コンテンツの作成」でいつまでも手が止まってしまう、
広告主の規定やYahoo!の審査基準変更などの影響を常に受けてしまいます。

あなたが長期的に安定して稼ぎたいのであれば、
是非、このライティング技術を身に付けましょう！