

【とみや あつろう 特典】

☆**アフィリエイトの文章最後の締めで、読者を買う気にさせる必殺技！**

ド素人だからこそできる 「締めの文章」究極の作成法

～読めば読者の購入意志が飛躍的に上昇します。

発行者

現役の小売販売アドバイザー とみや あつろう

— ご挨拶 —

こんにちは。当特典レポート著者の とみや あつろう と申します。

この度は、とみやあつろうのメディアリンクから、商材を購入していただき、誠にありがとうございます。

この特典レポートは、一所懸命アフィリエイトしてもなかなか成果がでなくて困っているという方のお悩みに、少しでもお役に立てることができないか という思いで作りました。

最後までお付き合いのほど、よろしくお願い致します。

— 著作権について —

「ド素人だからこそできる「締めの文章」究極の作成法」（以下、本書といいます。）は著作権法で保護されている著作物にあたります。

本書は著者 とみや あつろう が特典レポートとして、購入者のみに配布しているものです。引用・複製・再配布・転売・販売をすることは禁止します。

— 免責事項 —

本レポートはすべての読者様に結果または成果を保証するものではありません。

本レポートを実践したことにより、損害が発生いたしましても、当方は一切の責任をおいしません。すべて読者様の自己責任で行うこととします。

それでは、始めさせていただきます。

◆ 締め文章って、どんなことを書けばいいの？

「締め文章」とは、アフィリエイトの紹介文章において、最後の締めくくりになる部分に来る文章のことを言います。

おおよそセールスレターの最初の文章は
商材を手に入れたときの成功イメージや、
マニュアルの具体的な内容を説明します。

中盤辺りから、使いやすさや効果、実際に出した成果などを、
自分の言葉を折り混ぜながら、読者に商材の良さをアピール。

ここまで読んだ人は、少なからず、商材に大きな興味を
抱いていることに間違いありません。

ただ、読者は、購入意志を決定している訳ではありません。

では、何が読者にとって、引っかかるのでしょうか？

それは、ひとつしかありません。

何だと思います？

よ〜く考えてみて下さい。

～あなたが情報商材を買う直前で一番迷ったこと ですよ。

はい！ これは、人それぞれの答えがあると思いますが、

大多数の方は

～ 商材の値段！

で迷っているはずなんですよ。

ちなみに、私もそうでした。^^；

そして、それはあなたのアフィリエイト文章にも言えることです。

アナタが紹介したい商材の紹介文の終盤において、
アナタが紹介する商材は

～ 値段相当の価値が本当にあるのか？

ということを重点的におさえた文章にする必要があります。

価値が本当にあるのかどうか、
実際に購入して、「良かった！」と思えるアナタには、価値があったと思います。

しかし、この価値は、**購入していない読者にわかるはずありません。**

そして、読者の価値観は、それぞれ違います。

日給8万円の作者「おずさん」のように文章のウマイ人なら問題ありませんが、
文章に自信のない方にとっては、いったい何を書いていいものやら検討もつきません。

そこで、ちょっと考えてみてください。

あなたが、例えば「電気屋さん」で、大型家電…
そうですねえ、ハイビジョン大型テレビにでもしましょうか。^^
価格は20万以上するものですよ。

これを、お店に行って、速攻で購入しますか？

おそらく、それはないと思います。^^

商品が良いことはわかっている…。

でも、購入するのを迷っている…。

～本当にこれでいいのだろうか？

～あっちのテレビと、こっちのテレビとの違いは何なのだろう？

～録画とかできるのかな？ 受信場所によっては、画像に影響出るのかなあ？

などなど、電気屋さんにはいっぱい聞きたいことが次々と浮かんでくるはずですよ。

それなんです！

要は、読者は商材について

「いっぱい聞きたいこと」があるんです！

お客様の悩みに直接答えることができないメルマガやブログの文章は、
終盤戦、予測できる質問や疑問点などに、できる限り答えていく必要があります。

いわば、質問コーナーです。

この時の文章表現は、こちらである程度予測した質問に対する答えを
載せるのではなく、問答形式で答えていく方が、実は

～ 読者の共感を得る効果

を生み出すことができるんですよ。

例えば、あなたは、何かしらのセミナーに参加したことがありますか？

セミナーを受けると、最後の質問コーナーがあると思います。

この、質問って、結構「勇気」がいるんですよ。 ^^ ；

大体は聞きたいことがあるにもかかわらず、手を挙げることができなくて

「あ～、やっぱり聞いときゃよかったなあ」

とか苦い経験があると思います。

その逆で、誰かの質問が自分の聞きたいことと同じで、

「おっ、そうそう、それ聞きたかったんだよねえ～」

ということもあったはずですよ。

これなんです！

非常にうまいセミナー講師なんかは、
質問タイムに質問が上がってこなかったら、

「じゃあ、質問がないみたいなので、今まででよく聞かれたことを
お話しますね。」

とかいう風に、自分で質問して、自分で答えています。

私も、会社のセミナー研修とかで、よく使う技です。^^

そうすると、聞き手も、なんか緊張感が解けてくるというか、
頭の中にある質問したいこととリンクしてくるというか、
続けるうちに、向こうから質問が上がってくることがあるんです。

同じようにセールスレターでも、最後の辺の文章には、質問への対応文章があります。

>29,800 円の価値はあるのか？

「そうそう、そこなんだよね。本当に価値あるの？」
と、思わず画面に向かって、しゃべりそうです。^^；

要は、アフィリエイトにおける紹介文章にも、自分が聞きたいことを「しゃべり口調」で
そのまんま載せてやればすむことです。

そして、Q&A形式で書けばいいのです。

これが「締めの文章」にあるのとないのとでは、
読者の購買意欲に歴然の差がでてきます。

◆ 説得力ある文章をつくるのは、意外と難しい

私もよく、商材アフィリエイトをしているメルマガを読みます。

みんな、スゴイです。

本当によく考えて、練りに練った文章を書いています。

でも、そのメルマガを見て欲しくなるのは、本当にわずか…。

商材の特徴やポイントをわかりやすく解説しているメルマガがほとんどなんですよ。

それは、それでいいんですが、

結局、セールスレターを読むと、メルマガと同じことしか書いていません。

で、疑っちゃう。

「この人、本当に商材を買ったの？」って。^^；

商材を買って、実行して、何らかの実績が出ている人のメルマガは説得力があります。

これは、アフィリエイトの基本で、

～ 購入した商材が本当に良ければ、自分のコトバでその価値を伝える

ということです。

でも、結局は、それでも、

「あ～、でも、アンタだからできたんだろ。」

って、思っちゃうんです。

アナタがいくら初心者からスタートしていたとしても です。

そのくらい、この世界の何を何にも知らない初心者っていうのは

不安 不安 不安 不安 不安

自信ない 自信ない 自信ない 自信ない 自信ない

のです。^^；

ですから、自分でもできた！ という表現を文章にしていくなのって、結構難しいんです…。

だったら、どうすれば一番伝わりやすい文章ができるのか？

実は、それは、誰でも簡単に出来てしまうんです。^^

あなたも、始める時は「初心者」だったんですよね。
商材を買う前なら、その商材については、初心者ですよね。
それ、思いっきり前面に出しましょう。

何をやるかって？

商材作者にありったけの「初心者質問」を浴びせまくるのです！！

◆ 商材作者に質問することで、読者の共感を得ることができる

「究極の文章／ウハウ」

お待たせしました。

では、ノウハウを順番に説明します！

1) 購入前に、商材作者へ質問メールを送る

あなたが、例えば何かの商材を買いたいと悩んでいる時に、
何に悩んでいるのかをすべて書き出します。

注意する点は、商材のセールスレターのどこにも書いていないコトです。

箇条書きにして、作者にメールを送ります。

返信されれば、そのメールをすべて残しておきます。

返信のないような作者の商材は、購入をやめた方が無難です。

2) 返信されたメールを見て、納得できれば購入する

返信されたメールを見て、素直に納得でき、購入を決意できれば
商材を買いましょう。

そこで、考えてみてください。

あなたは、そのメールを見て納得されたんですね。

納得されたから、購入を決意されたんですよね。

ということは、アナタと同じ境遇の方は、それと同じものを見せるだけで、共感を得てくれると思いませんか？

これを、使うんです！

で、実際に買って本当に良い商材であれば、アフィリエイトをしますよね。

そこで、もう一度、商材作者にメールを打ちます。

今度は、感謝の手紙を書くんです。

3) 感謝の手紙と同時に、購入前にもらった返信メールの使用許可をもらう

感謝の手紙の書き方です。

まず、何でもいいので実際に商材を実践してみて、良かったことを書きます。

成果はなかなか出ませんので、急ぎの場合はマニュアルの良い点を見つけ出します。

「読みやすかったです」とか、「画像が入っててわかりやすかったです」とか

成果ではなくとも、マニュアルの文章だとか説明などの良い点をピックアップしてメールを送れば充分です。

で、その時に、

「実はこの商材をアフィリエイトしようと思うのですが、以前購入前にやりとりしたメールの内容を、アフィリエイト時に載せてもいいですか？」

という内容で、残っていた返信メールをすべてコピーし、作者の了解を得て下さい。

なぜ了解が必要かというと、作者の返信文章は、あなたに購入してもらう為の立派なセールスレターだからです。

当然、著作権とまではいかなくても、作者の言葉を使用するなら、使用許可を得ることは最低限のマナーです。

大抵は、了解してくれると思いますよ。^^

4) アフィリエイト文章を書く

そして、セールスレターと同じ要領で紹介文を自分の言葉で書き、最後の最後に、この「やりとりメール」を載せれば終了。

ここでの注意点は、**紹介文を一気に全部公表しない！**ということです。

あ、でも、書くときは一気に全部書きましょう。

途中やめすると、文章につながりがなくなる可能性があるので…。

見せる時は、分けて見せてくださいね。

最低でも、3回に分けて公表しましょう。

ブログなら3日に分けるのも、ひとつの手です。

コマーシャルのように、商材のセールスレターを何回か読者に見せることで、読者も気になってくるはずですから。

言い換えれば、**最初アフィリエイトする商材の文章は、できる限りセールスレターに飛ばすことを意識した文章**が効果的です。

たとえば、

ありえません！ こんな方法があったなんて…。
→ あなたのアフィリエイトリンク

みたいな文章です。^^

まずは商材のセールスレターを読んでもらう必要があるのです。

そして何回か、セールスレターを読んで、読者もいろいろ気になりかけてきます。

そこに、うまいタイミングで、あなたが購入前に質問して返信された

「質問のやりとりメール」を載せる んです。

あなたの聞きたいことは、当然読者の聞きたいことでもあるはずです。

そして、なぜあなたがこの商材を購入したのか、その経緯も書いておけばバッチリです。

それは、セールスレターには載ってなく、あなたのアフィリエイトにしかない完全オリジナル文章です。

そのやりとりメールで不安を取り除くことができた読者は購入意思が飛躍的に上がっているはずです。

しかも、そのやりとりが、丁寧な文章ならなおさらです。

作者の人間性まで、アピールできる のですから。 ^ ^

読者は、

「へ～、こんな質問にまで、こんなに丁寧に答えてくれる人なんだあ。」

と思ってくれるはずですから、下手な文章考えるより、よっぽど説得力があります。

それともうひとつ、あなたの質問メールをみることで、

「へ～、この人、本当に初心者だったんだあ。
こんな質問なら、私でも知っているのに。」

と、自分がどれだけ初心者だったかイチイチ説明しなくても、このやりとりメールを読むだけで、読者はわかってくれます。

◆ 質問する前に、もう商材買っちゃったんだけど…。

えっ？ もうすでに購入した商材についてどうするかって？

大丈夫ですよ。^^

商材作者の方に、

「実は私のアフィリエイト紹介文に読者がこんな質問をしてきて、答えるのに手こづっています。何かいいアドバイスがあれば教えてください。」

という内容で、質問を箇条書きにして送ればいいことです。

自分の商材を紹介してくれている方に、対応しない作者はいないと思いますよ。

対応していただけないのであれば、あきらめましょう。

あなたは、残念ですが運が悪かったです。

少なくとも、良い作者ではなさそうです。

だから、そんな作者の商材は絶対に誰にも勧めちゃダメですよ！

この世界、信用を失ったら終わりですからね！ ^^；

ということで、いかがでしたでしょうか？

要は、文章のウマイ下手ではなくて、
いかに読者の知りたいことを文章にするかがポイントなんです。

それは、わかりやすさであったり、不安であったり、悩みであったり…。

ですから、それを読者に代わって、
あなたが動いて解決してあげればいいのです。

その動きは、完全にあなたのオリジナルです。

あなたの行動から生まれた文章は、あなた以外には書けないのです。

そして、何よりもの「説得力」がある文章に仕上がるはずですよ！ ^^

あなたがもし「ド素人」ならば、

- ～ド素人だからこそ発想できる **質問のネタ** を持っています。
- ～ド素人だからこそ読者に **初心者でも成果が出る** 説得力をもっています。
- ～ド素人だからこそ商材作者の **人間性** を目一杯引き出すことができます。

しかも、「締め文章」の半分以上は、**商材作者** が勝手に作ってくれます。

ぜひ、試してみてくださいね。 ^^

以上、最後までお読み頂き、誠にありがとうございました。

著者 とみや あつろう

ブログ：『ネットで商品がバカ売れする文章の秘密』 <http://writing.livedoor.biz/>

● まぐまぐメルマガ

「読むだけで商品がバカ売れする脅威のライティング術」

登録はコチラ→ <http://www.mag2.com/m/0000217394.htm>

文章を書くのが得意な人はなかなかいません。

でも稼いでいる情報起業家の方はバカ売れする文章が書けます。その秘密とは何か？
現役の小売販売アドバイザーがネットで稼ぐ情報起業家の文章を解剖し、独自の視点と分析でわかりやすくお伝えします。

● 無料レポート

「完全暴露！おずさんの【日給8万円】はなぜあんなに売れたのか？
～セールスレターに隠された「バカ売れする文章」のカラクリ

無料購読はコチラ→ <http://mailzou.com/get.php?R=5324>

おずさんの「日給8万円」はなぜあんなに売れたのか？

その秘密は、芸術の域までに高められたあのセールスレターにあったのです！

セールスレターに隠された「バカ売れする文章」のカラクリを
現役の小売販売アドバイザーである私が独自の視点と見解や分析で
徹底的に暴露します！

誰もが持ち、しかし経験が長くなるほど忘れ去られていくこととは
いったい何か？

この無料レポートを読むだけでも、
あなたは「何を大事にし、何を伝えればよいのか」がわかるはず。
文章を書くのが苦手な人、必見です！

● 無料レポート

稼げるルールから無意識のうちに脱線してしまう
思い込みアフィリエイトの危険なワナ！
～稼ぐことができない「負のスパイラル」のメカニズムとは？

無料購読はコチラ→ <http://mailzou.com/get.php?R=5334>

あなたの今までの行動を思い返してみてください。

あなたがアフィリエイトをする時に

- 1) 世間で評判の良い商品を探し出して宣伝している
- 2) できる限り商品の良さがわかるように文章を考えている
- 3) 商品を売る為にコメントやトラックバックを必死に打っている

のであれば、要注意です！

それは、「稼ぐことができる」王道のノウハウかのように見えますが、
実は、「稼ぐことができない」危険なワナなのです！

もし、1)～3)を必死になってやっているにも関わらず、
思うように成果が出ないのであれば、絶対に読んで下さい。

あなたは、本当なら稼ぐことができるはずのルールから、
無意識のうちに外れていたことに気づくでしょう。

これが正しいんだという思い込みほど、アフィリエイトの世界において
恐ろしいものはありませんから…。