©米丸剛 ＠県職員34年・起業コーチ、Web安定集客仕組み化コンサル

LPのテンプレ

■　**お客様の感情を揺り動かすこと。**

・　これがホームページとは全く異なる点。

・　脳科学に基づき、**「今行動しないと、一生後悔するかも」という不安を想起させる**こと。

・　スペックばかり書いても心が動かないので、行動（メルマガ登録）を起こさせない。

・　まず、「悩み」をお客様目線で（お客様が、今、目の前で悩みの言葉を発している。その言葉で）書いて、「あっ、　私のことを言ってくれてる」と思わせる。

スマホで、SNSなどの投稿を楽しむために見てるのだから、公告はそのそもウザい存在。

よって、相当強くフックをかけないと、スクロールされてしまう。

テレビCMもこの点は同じ。

・　自分のプロフィールを使って、物語を書き、心を揺り動かすのも非常に有効。

■　留意点

短い文章で書くこと。

（理由）

・　長いと、まず抵抗があり、読まれないから。

・　仮に読まれたとしても、何を言っているか理解しづらいから。

・　長い場合、ロジックが整理されていないことが多いから。

■　LPの構成

○　冒頭　　LP全体の要約部分（カード）　（写真等に文字を入れる）

　・　〇〇だけど〇〇だな～　（悩み　箇条書き　２つ）

　・　一人で悩まなくても大丈夫です。（開放してあげる）

　　　or 専門家に相談しないと、そのままでは改善しないことが多いです。

　・　〇〇を経験してきた私が、〇〇（解決策）によりサポートします。

　・　〇〇の専門家　〇〇　（元　〇〇　○年）

　・　〇〇になれる　（ベネフィット　箇条書き　３つ）

　・　（解決策）が無料で学べる、〇〇講座（公式LINE・メルマガ）

　・　公式LINE・メルマガのリンク

○　こんな悩みはありませんか？

　・　悩み

　・　不安（解決策をするとすれば不安、バリアになること）

・　15個ぐらい、箇条書きで

※　相手から発するベクトル（方向性）で

できるだけ手垢のついてない、生きた文言で

○　解決策

公式LINE・メルマガで学べること（個別サービスで解決できることを盛り込む）

　・　具体的に

　・　箇条書きで

　・　胡散臭いなどと思われる恐れがあることは、書かない、又はなぜそうなるのかをきちんと書く（Facebook広告の審査に落ちやすい、広告をスルーされやすいため）

　　　例えば、

なぜ、コーチングは効果があるのか、その根拠を、論理的に、科学的根拠とともに書く。

強みサービスの内容、悩み解決に至るメカニズムも書く

○　プロフィール

私が理想的な状況（人生全体に関するベネフィット）を得た秘訣を公開！

（プロフィールにのっけて、解決策（コーチングなど）の威力も語る。また、ベネフィットで魅力を感じさせる。）

　・　神話の法則に沿って私の経験・プロセスを記載

　・　不安→共感→不安の払拭→解決策の有効性の根拠　と書いていく

　・　冒頭に書く「不安」は、解決策（自分のサービス内容である手法）を行うに当たって、相手が危惧するであろうことを、まず共感した上（私もそうでした、と。）で、それを払拭することを目的とする

　（ポイント）

　　※　自分の実際の経験・ストーリーを使って興味引く、説得力を持たせる、

共感を得る

※　神話の法則

　苦労した　　〇〇を頑張ってもだめだった

　　　辛かった　　全く稼げなかった　　悶々としていた

　　　ところがある時、〇〇　が起きた　　　〇〇を知った　　〇〇をした

　　　すると、こんなに良い人生・生活・収入・感情などを手に入れた

○　私が提供するサービスの流れ

　・　箇条書きでわかりやすく

○　プレゼントの説明

　・　概略を記載

○　クライアントさんたちの実際の状況

　・　自分のサービスで実際に成果が出ていることを示す

○　ベネフィット

解決策（自分のサービス）を実施することで相手方が得る利益

　・　相手の悩みが解決されること、手に入れたい未来が手に入る（可能性が高くなる）ことを記載

　・　１０個ぐらい　箇条書き

©米丸剛＠県職員34年・起業コーチ、集客コンサル