

第16章
小スペース広告で利益を上げる方法
ザ・コピーライティング

- 小スペース広告の10の制約
- 1: 小スペース広告は大スペース広告ほど販売店が凄いとってこない。
 - 2: 販売店の名前と住所をたくさん入れられない。
 - 3: 色刷りが出来ない。費用が掛かり過ぎる。
 - 4: レモンパイやチョコレートケーキなどの美味しそうな写真が入れられない。
 - 5: 殆どの場合、すぐに大きい売上にはつながらない。
 - 6: 大スペース広告ほどの重量感や大手企業らしいイメージが出せない。
 - 7: 風景写真や、リビングルームで新しい家具にうっとりしている家族全員の写真など、大きいビジュアルは入れられない。
 - 8: 新型車や新型冷蔵庫の印象的な写真が見せられない。
 - 9: 効果的な記事編集テクニックが使えない。
 - 10: 小スペース広告は新聞・雑誌で1番効果的な位置に掲載してもらえない。

- 小スペース広告の10のメリット
- 1: 全面広告1回分の料金で、小スペースのシリーズ広告が全部掲載できる。
 - 2: 取扱商品の種類が多い場合、小スペースのシリーズ広告で1点ずつの別の商品をとりあげる事ができる。
 - 3: 商品に様々な使い方があがる場合、広告ごとに別の使い方を取り上げられる。
 - 4: 1種類の新聞・雑誌だけに広告を連載する代わりに、小スペース広告を6紙/誌以上に出稿できる。
 - 5: 広告予算を大スペース広告と小スペース広告に割り振ることで融通がきく。
 - 6: 無料パンフレット、資料、サンプル、カタログが提供できる。通販ができる。
 - 7: 販売スタッフが利用できるリード(新規見込み客データ)を集められる。
 - 8: 新聞なら割増料金で特別な位置に掲載できる。
例) 婚約発表の記事と並べて結婚指輪の広告など
 - 9: 記事編集のテクニックを使って注目を高められる。
小さな漫画、記事風、写真見出し等
 - 10: 市場が限られた、いわゆるニッチ商品やニッチサービスでも利益の上がる広告ができる。

- 小スペース広告で利益を上げるヒント
- 簡単な言葉を使うこと。
 - 1ワードあたり5ドルの電報を送るつもりで考える。
 - 大スペース広告のコピーを凝縮して使うこと
 - ・導入部をカット
 - ・説得力の弱い文章もカット
 - ・不要な言葉はすべて削る。
 - ・長くて難しい言葉の代わりに短く簡単な言葉を使う。
- 効果的な小スペース広告を作る方法

- 小スペース広告向きの見出し
- 適切な見込み客を引きつける1ワードが1番効果的な見出しになる
- 「経理」「雑聴」「ローン」等 **重要なのは見出しで中身のある内容を伝えること!**
- 担当商品が1ワードで印象づける見出しに向いてない場合は、2ワードでも3ワードでももっと言葉を使った見出しを書いてみる。
- ・週250ドル
 - ・誰でも身につく
 - ・6週間で学ぶ
 - ・友達もびっくり
 - ・36日目
 - ・ご満足いただければご返金
 - ・1893年創業
 - ・一式込み
 - ・新作
 - ・10万人がご利用
 - ・素晴らしい
 - ・お試しプラン
 - ・いまならできる
 - ・自分を試すチャンス
 - ・1日15分
 - ・48ページの無料のパンフレット
 - ・〇〇さんは65ドル儲けました
 - ・購入義務なし
 - ・特別な才能は不要
 - ・送金不要
 - ・年齢は関係ありません
 - ・今すぐお申し込みを
 - などなど

小スペース広告向きのビジュアル

商品を見せたり使い方をはっきり伝えるために必要なら入れたらいい。

- 「いかにも広告」と記事広告
- 小スペース広告を作るのに、2つの正反対のテクニックが使える。
- 1: いかにも広告という広告を作る方法
 - ・目を引く見出し
 - ・長いコピー
 - ・小さめの文字
 - ・ざっくり詰まったレイアウト
 - など
 - 2: 編集記事に似せて広告を作る方法
 - ・漫画、写真入り記事、報道記事に似せて作る

小スペース広告の成果確認

広告にカギ(識別記号)をつけること。 → 1年のどのシーズンがより効果的かわかるようになる

小スペース広告をテストする

広告を数種類用意して、カギつきのオファーを入れ、掲載紙リストの中の1紙に出す。 → 反応が1番多い広告を知るため。

もっといいのは、スプリットランテストを行って、2種類の広告を同じ日に全く同じ条件でテストすること。

小スペース広告の威力を甘く見ないこと!

案内広告で成果を挙げる方法

案内広告の利点は、低コスト、柔軟性、選択性

見込み客がいる町で広告が打てるだけでなく、案内広告の適切な項目欄に出すことで、自社商品やサービスの購入者の絞り込みができる。