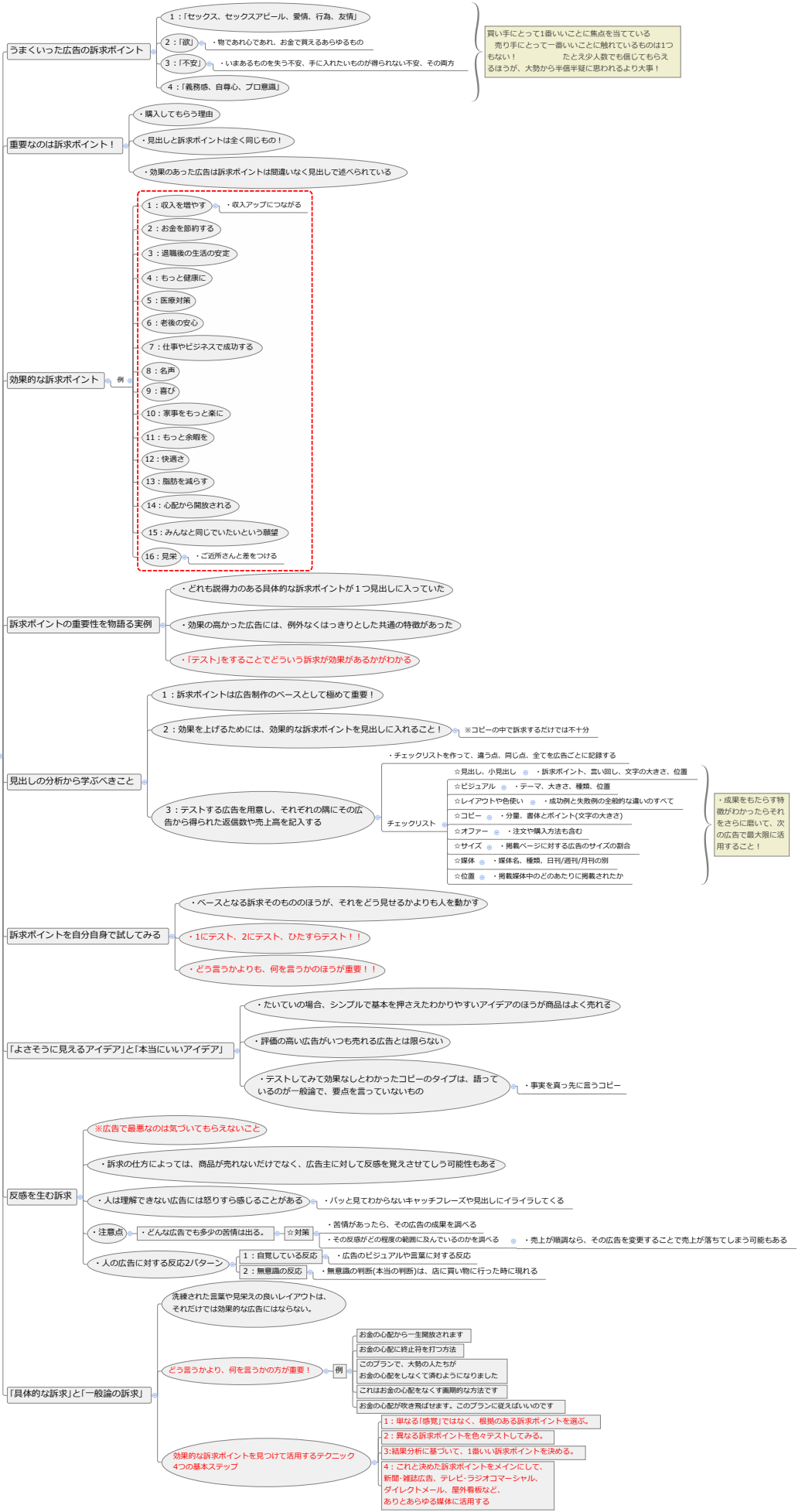


ザ・コピーライティング

第六章：どんぴしゃりの訴求ポイントを見つけるには？



新しい手にとって1番いいことに焦点を当てている
売り手にとって一番いいことに熱れているものは1つ
もない！
たとえ少数人数でも信じてもらえる
ほうが、大勢から半信半疑に思われるより大事！

- チェックリスト
- ※見出し、小見出し → 訴求ポイント、言い回し、文字の大きさ、位置
 - ※ビジュアル → テーマ、大きさ、種類、位置
 - ※レイアウトや色使い → 成功例と失敗例の全般的な違いのすべて
 - ※コピー → 分量、書体とポイント(文字の大きさ)
 - ※オファー → 注文や購入方法も含む
 - ※サイズ → 掲載ページに対する広告のサイズの割合
 - ※媒体 → 媒体名、種類、日刊/週刊/月刊の別
 - ※位置 → 掲載媒体中のどこあたりに掲載されたか

・成果をもたらす特徴がわかったらそれをさらに磨いて、次の広告で最大限に活用すること！