

# WEBデザイナーのためのライティングチートシート

プロセス	エンドユーザーの心理		LPの構成要素	ライティングテクニック	このテクニックを 使える媒体
集客 (Not Read)	認知	商品を知らない	キャッチコピー	新規性 (聞いたことのない表現) 意外性 (常識の逆) 反社会性 (悪魔的な・非常識な) 簡易性 (たった○日で・小学生でも) ありえない・大げさすぎるメリット 数字を使う (○日で・○人が・○円) 悩みを言い当てる	SNS バナー チラシ
	興味	知ったが興味がない	ヘッドコピー タイトル	あなたの悩みが解決するという「理想の未来」を見せる ターゲットの絞り込み 問題提起 (抱えている問題をはっきりさせる) 解決策の提示 (それを解決できると伝える) 具体的・リアルなストーリー 「続きを読みたい」と思わせる	SNS バナー チラシ
教育 (Not Believe)	信頼	ほしいと思ったが 信じられない	ボディー ブレード (箇条書き)	再現性 (○人中○人が、具体的なペルソナストーリー) 証拠・エビデンス (画像・ビフォーアフター) 社会的証明 (口コミ・アンケート) 権威性 (医師、教授、弁護士などの推薦) 共感 (同じ悩み・同じ問題を抱えていた) 機能的価値 (サービスの機能・メニューの解説) 仮想敵 (私達がだめなのは○○のせい→共感につながる) ライバル商品との比較 (他の選択肢を潰す) ターゲットの絞り込み (あなたのために作っている) 「必ずあなたを救う」という自信 断言する	SNS バナー チラシ メルマガ ステップメール
販売 (Not Act)	行動	信じたが 行動できない	オファー クロージング	限定性 希少性 緊急性 不安の払拭 投資の重要性 買わない未来 (買わない場合を想像させて恐怖させる) 返金保証 FAQ 金額のディスカウント アフターフォロー 付加価値 (今だけ○○がもらえる)	SNS バナー チラシ メルマガ ステップメール

文章は基本PREP法

