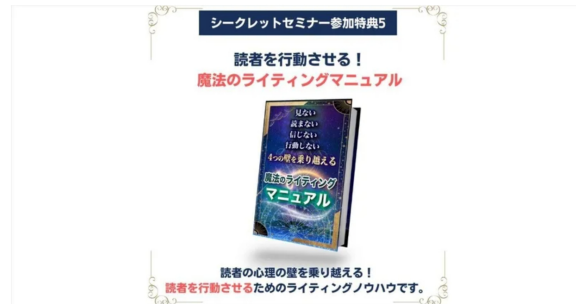


これは公開前記事の共有用画面です。

🔗 公開リンクをコピー

🔗 共有用リンクをコピー



読者を行動させる魔法のライティングテクニック

 じゅん@ライティング×7550時間
2023年11月12日 15:14

...

はじめに

本コンテンツをご覧になってくださってありがとうございます！

こちらのコンテンツは、僕が、

- ✅ 7,600時間以上ライティングを学習
- ✅ ライティングの本を100以上読破
- ✅ 日本トップアフィリエイターからガッツリ学んだ
- ✅ ライティング、ブログの自己投資で300万円以上投資

その知識を使って、文章が10倍読まれるようになる文章の書き方を初心者でも簡単に取り入れられるようにまとめました。

最後まで読んでもらおうと、文章の書き方のポイントが分かって、

- ✅ ブログの文章が10倍読まれるようになる
- ✅ 伝えたいことが明確に伝わる
- ✅ ブログを収益化できる

このようになります。

じゅんの紹介

まず、簡単に作者のじゅんの紹介をします。

こんな人間がこのコンテンツを発信しているんだってことを知ってほしいです。

じゅんの実績



じゅんの紹介

- ・会社員兼ブロガー
- ・ブログ開始3ヶ月で収益化
- ・アフィリエイト月35万円
- ・アドアフィリエイト月170万円
- ・ライティング7,500時間学習

- ・本業：会社員・サイトアフィリエイト：月45万円
- ・アドアフィリエイト：開始半年で月170万円
- ・ブログ：開設半年で：月10万円
- ・Kindle本出版
- ・企業サイトコンサル
- ・コンサル生も企業案件を受注

文章を書くということで基本的には収入を得ています。

ブログで稼ぐということを選択して人生が好転したと思っていますが、それまでは割と波乱万丈の人生でした。

- ✔ 転職に失敗して収入が激減
- ✔ 100円のパンも買えないくらいの状況
- ✔ なんとかしようと本業以外にバイトをする
- ✔ 無理がたたって体を壊す
- ✔ アフィリエイトに出会う
- ✔ トップレベルのアフィリエイト2人からライティングを学ぶ
- ✔ WEBマーケティングを学ぶ
- ✔ 副業の収入で生活が楽になる
- ✔ 本業でもWEBマーケティングの責任者に

僕は文章を使ってネットで稼ぐという方法を選択して必死で試行錯誤して稼げるようになりました。

その必死で身につけた文章の書き方のノウハウを紹介します。

コンテンツの内容

ぼくが熱量を込めて作った、初心者でもたった半年で月5万円達成するブログを作るための文章術！

まずは内容を紹介します。

コンテンツを読んで欲しい人

こちらのコンテンツは、

- ✔読まれる文章を書きたい人
- ✔ブログで質の高い記事を書いた人
- ✔ブログで収益を上げたい人
- ✔ライティング力を身につけたい人

こんな人に読んでもらいたいと思っています。

コンテンツの内容

コンテンツの内容は以下の通りです。

- 1、ライティングはセンスではなく技術
- 2、ライティングの大原則
- 3、ライティングのために読者の心理状態を知る
- 4、具体的なライティングテクニック

このような内容を解説していきます

コンテンツを読んだ後の姿

こちらのコンテンツを読んでもらうと、

- ・ブログで質の高い文章がスラスラ書ける
- ・少ないPVでも報酬が発生する
- ・ライティングの方法に迷わないで短時間で記事が書ける

なんて姿になれるです！

ブログの文章の本質

まず理解して欲しいのは、ブログは本質を理解しないと稼げません。

ブログの本質とは、読者の悩みを解消すること。

読者の悩みや潜在的なニーズを把握して文章で読者の悩みを解消する。

そのために、ブログで大切になるのは、読者に読んでもらう文章です。
この文章で読者の心を動かすのが重要。

そして、読者の心を動かす文章も決まった技術があります。

つまり、ライティングの技術を知っていれば、読んだ読者の心を動かして成果につながるブログが作れます。

ライティングはセンスではなく技術

ライティングはセンスではありません。

ライティングは技術です。

- 「自分にはセンスがないから読まれる文章なんて書けない」
- 「どうすれば文章力が上がるのかわからない」

なんて思っている人は、ライティングは技術ということをしっかりと理解してください。

◆この結論に行き着いた理由

ライティングは技術という結論に行き着いた理由は、

- ✔ライティングを7600時間学び
- ✔通算100冊以上のライティング本を読破
- ✔日本トップレベルのアフィリエイトから学んだ
- ✔月間1000万PVのサイトおマーケティングを通して

再現性のあるノウハウを見つけたからです。

そもそもライティング、特にセールスコピーライティングは50年以上も前からアメリカで使われてきたマーケティングの技術です。

学術的に体系立って説明ができるのです。代表的なものは、「ピアノコピー」

大きく分けるとこの2つになります。

そしてブログではセールスライティングが重要になります！

◆イメージライティング

TVのCMや、雑誌広告、映画のキャッチコピーなどでしようされるライティングテクニックです。

商品のイメージつけやブランドのイメージを植え付けるために使用します。

◆セールスライティング

ダイレクトメールやネットのLP（ランディングページ）などで使われるテクニックです。

つまり、商品を購入したくなるようにします

◆商品を売り込まないセールスライティング

セールスライティングでは商品の売り込みはNGです。

そもそも読者は、あなたが紹介している商品が売れようと売れまいとどうでもいいんです。

それどころか、売り込みを感じると、「胡散臭い」とまで思ってしまう。

でも、文書を読んで「これは今の自分に必要だ！」って思ってもらえることができると商品を購入してもらえます。

つまり、商品を販売するための文章ではなく、商品を必要だと思ってもらうための文章が大切なんです。

知っておきたい読者の心理

ブログの文章で読者の気持ちを動かすには、読者の心理を知る必要があります。

読者の心理とは、

- ・読者の行動を決める潜在意識
- ・潜在意識は一瞬で変えられる

この2つのポイントが重要になります。

読者の潜在意識

人気の行動は潜在意識によって無意識で決定されています。

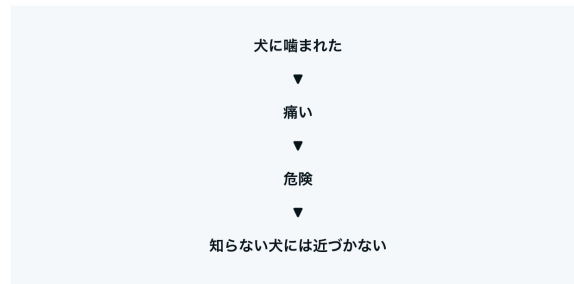
◆人間の行動を決める潜在意識

人間の行動は潜在意識によって変わる人の行動は潜在意識によって決まって

います。

でもそれを自分で自覚している人はいない。

つまり、

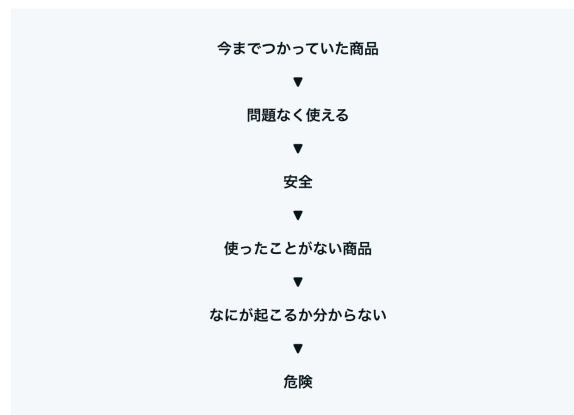


このように、過去の経験から自分では自覚してなくてもその時の行動を一瞬で判断します。

◆潜在意識は変化を嫌う

危険を嫌う潜在意識は変化を極端に嫌います。

どういうことかと言うと、



このように変化を嫌います。

あなたも買い物で、新しい商品を使おうと思っていても、
なんとか「**今までと同じままでいいか**」ってっていつもと同じ商品を買ったことがありますか？

それは潜在意識が働いた結果です。

◆潜在意識は、より安全な選択をする

そして潜在意識は危険を嫌います。

当然人間の生存本能なので、危険を遠ざけようとします。

◆変化よりも現状維持が安全

新しい商品を購入したり、新しいことを始めるってことは変化することなので、潜在意識は好みません。

何より現状維持が安全って思っているのです。

あなたも、新しことにチャレンジしようと思ってもなかなか始められることができないって経験ありませんか？

それは潜在意識が何もしない現状維持を好んでいるからなんです。

◆潜在意識は一瞬で変えられる

変化を嫌う潜在意識は実は一瞬で変えることができます。

それは、**現状のままでいる方が危険**って認識させることです。

- ✔本当に今のままでいいんですか？
- ✔このまま何もしないと1年後は悲惨です
- ✔今ならまだ間に合います

このように、行動しないでいることの方が危険ってということが認識させることができると、危険を回避しようとする潜在意識が働いて、行動をしたくてたまらない状態になります。

潜在意識の次に重要なのが、読者の心理状態です。

読者の心理は、「**4つのnot**」という状態にあります。

4つのnotとは、

- 1、not click（クリックしない）
- 2、not Read（読まない）
- 3、not believe（信じてない）
- 4、not act（行動しない）

このような4つの心理的な壁が存在します。

◆クリックしない

読者は基本、アクセスしません。

たくさんのサイトがある中であなたのブログの記事がクリックされることってなかなかありません。

例えば検索結果で1位表示されていてもクリックして開かれることがないのが現実です。

最近では、たとえ検索1位をとったとしても、1位より上位表示されている広告が上位表示され、1位のブログ記事よりも多くアクセスされています。

皆や再検索ソートなどの影響でクリック率が減少しているのです。

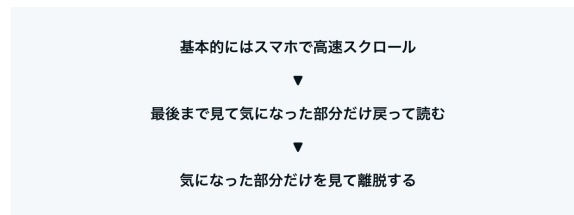
ですので、読者があなたのサイト（ブログ）を開くことは少ないってことを認識してください。

◆読まない

読者は真剣にあなたの文章を読んでいません。

基本的には流し読み、ほとんどの場合が離脱すると覚えておいてください。

あなたも、人のブログを読む時には、こんな感じありませんか？



実際にヒートマップを確認するとわかるのですが、ほとんどがこんな感じです。

つまり、読者は真剣にあなたの文章を読むことをしません。

◆信じない

ブログに書いてることは基本信じないって思われています。

基本的にどこの誰が書いた文章かわからないのに、完全に信じる人なんていませんよね。

多くの読者が、あなたのブログの記事を読んでも、「本当にそうなの？」
「なんだか信じられないな？」なんて思っています。

◆行動しない

読者は文章を読んでも基本的に行動を起こしません。

つまり商品を購入しようとはおもいません。

潜在意識の章でも解説しましたが、人間は基本的に変化を嫌います。

そのため、新しいことを取り入れるって行動を起こさないのです。

男性脳と女性脳の違い

読者の心理状態と同じくらい重要な「男性脳」と「女性脳」についても理解してください。

男性脳と女性脳の違いとは、商品を購入する際や物事を考える時の違いがあることです。

100%男性は男性脳、女性は女性脳というわけではありませんが、このような傾向が強いということです。

男性脳と女性脳の違いを知ること、アフィリエイトで紹介する商品が売れやすくなります。

ここでは商品の購入の際の考え方の違いを解説します。

◆男性脳とは

男性脳とは、論理的に考え商品の購入の時には、自分がその商品を使いこなせるかなどを考える傾向にあります。いざと言う時に自分の能力が発揮できる状況を好む。

男性脳の考え方の特徴とは、

- ✔ スペックにこだわって自分で徹底的に調べてから購入する
- ✔ そのアイテムを自分が使いこなしている姿をイメージする
- ✔ そのアイテムを自分が使って自分にメリットがあるかをイメージする

このような特徴があります。

つまり、購入することはある程度決めているけど、その判断があっているかの確認をしたいということ。

自分の考えが合っていると即購入するということになります。

◆女性脳とは

女性脳とは、その商品が生活の一部になっていることをイメージして商品購入を決定する傾向にあります。生活感を求めるのではなく、いつでも自分がキラキラした物語の主役を好む

女性脳の考え方の特徴とは、

- ✔ そのアイテムを使っている自分が主役
- ✔ アイテムを使ってどれだけ自分がキラキラできるかが重要
- ✔ 自分の生活の一部になるかをイメージする

このような特徴があります。

つまり、自分がどれだけキラキラできるか、そのアイテムを使ったことでどんな輝かしい未来が待っているかをイメージできるかということが購入のきっかけになります。

ここまで、読者の心理状態を解説しました。

ここから、10倍読まれる文章の書き方について紹介します。

10倍読まれる文章の書き方

10倍読まれる文章を書くには、まずは読者の心理の壁を超えないといけません。

そこで、読者の4つの壁を越える方法を解説します。

「4つのnot」を超える方法

4つのNOTの壁を超える方法について解説します。

通常ブログから報酬が発生するのは、

- 1、検索結果でクリックする
- 2、記事の内容を読む
- 3、記事の内容に興味を持つ（信じる）
- 4、紹介されている商品を購入する（行動する）

このような流れになります。

そのステージごとに心理の壁を乗り越えないとブログから報酬が発生しません。

それぞれのNOTの壁を超える方法を解説します。

◆【クリックしない】の壁を超える方法

クリックしないの壁を超える方法は「タイトル」が重要です。

記事のタイトルによって開かないの壁を超えることができます。

あなたが情報が知りたくて検索した時にはどのように見るサイトを選んでいきますか？

- ✔検索順位？
- ✔大企業のサイト？
- ✔なんとなく気になった記事？

きっと「なんとなく気になった記事」ではありませんか？

そのなんとなくとは「タイトルを見て気になったから」ではありませんか？

そのくらいタイトルの付け方が重要なんです。

タイトルの付け方の鉄板の型タイトルとつける時には、鉄板の方があることを知しましょう。

その上で、

- ✔型を知る
- ✔型にはめる
- ✔インパクトを強くする

この手順でタイトルを決めると、興味を持ってもらえるタイトルをつけることができます。

◆タイトルの鉄板の型を15個紹介

このようなタイトルの付け方がおすすめです。

- 1、方法の開示（〇〇する方法）
- 2、質問（〇〇できますか？、〇〇を知っていますか？）
- 3、問題の提起（〇〇によくある△△の理由）
- 4、秘密を公開する（〇〇の5つの秘密）
- 5、ターゲットの絞り込み（もっと〇〇したいけど上手くいかない人へ）
- 6、仮定をする（もし〇〇になったらどうしますか？）
- 7、勧誘をする（〇〇したい人は他にいませんか？）
- 8、新情報の提供をする（新情報、2022年最新）
- 9、比較をする（〇〇できる人と〇〇できない人の違いとは）
- 10、販売条件を提示する
- 11、こそあどでぼかす
- 12、ストーリー調にする
- 13、支持する
- 14、独自性、優位性を出す
- 15、ユニークなものにする

◆【読まない】の壁を越える方法

読まないの壁を越えるには、視覚情報を増やすことです。

視覚情報とは、

- ✔見出し
- ✔画像
- ✔箇条書き
- ✔表
- ✔テキスト装飾

このようなものです。

では、順番に解説します。

◆見出しで内容を伝える

見出し文章を読んでほしいなら、見出しだけでも意味がある程度わかるようにするのがポイント。

読者は文章を読みません。

見出しを流し読みして気になった部分だけをちょっと読むくらいの感覚です。

見出しだけをつなげてもなんとなく何が書いてあるかわかる文章にすると読まれる率（精読率）が上がります。

◆画像を有効利用する

画像テキストのみの場合と画像の場合の情報量の差を比べると、テキストを1とすると、画像は7倍、動画は5000倍の情報量の差があります。



実際に画像で見る方が圧倒的に短時間で濃い情報を伝えることができます。

ブログなどで使うなら、GIF画像なんて方法もあります。

◆画像の使い方のテクニック

画像を選ぶ時には下記の点に注意

- ✔画像にはテキストを入れる
- ✔文章の内容のイメージに近い画像を選ぶ
- ✔人物の入っている画像を使う
- ✔画像の人物の目線があっている画像を使う
- ✔画像の人物の先に読ませたい文字をいれる
- ✔なんだかんだいって最強は赤ちゃんと動物

では順番に解説します。

◆画像にはテキストを入れる

画像に文字を入れるアイキャッチの画像にも文字を入れると効果的です。

画像で目を止めてもらい、ポイントとなる文章を入れる。



こんな感じです。

この時文字の場所は画像の真ん中より上の部分に入れる。

理由はスクロールは上から下に行くので、画像の上部にテキストがあった方が読まれる確率が上がるから！

◆文章と画像のイメージを合わせる

文章の内容に近いイメージを選ぶ文章のイメージと近い画像を挿入するのがポイントです。

例えば、美容の記事の場合は綺麗な女性の画像を挿入する（もしくは逆にしわの多い高齢の女性の画像）



仮に動物の写真などを載せておくのは一貫性がなくなりNG

◆人物の入っている画像を選ぶ

画像を選ぶ時には人物の入っている画像を選ぶのが大切。

人間の心理では、無機質なものの写真より、人物の写真に目が止まりやすい傾向にあります。

アイキャッチ画像の目的は、目を止めてもらい、その周辺の文章を読んでもらうこと。

ですので、目を止めてもらいやすい画像を挿入の方が効果が高くなります。

◆画像の人物の目線があってる画像を使う

人物の画像を使う時には目線を注意する。

画像の人物の目線があっている写真を選ぶようにしてください。

人間は目線があっていると、無意識に意識を引かれます。

この習性を利用することで、流れ読みの状態から、一瞬手を止めてもらって、文章を読んでもらえる可能性が高くなります。



このように目線があっている方が、なんとなく気になるとい状況になるのです。

◆人物の目線の先に読ませたいテキストを入れる

画像の人物の先に読ませたい文字をいれる目線が合っていない写真を使う場合には、目線の先に読ませたいキーワードを入れる。

人間は人の目線の先に何があるのかって無意識の状況でも気になっています。

これは人間の生存本能で、周囲の人の目線で危険を察知するという習性があるからです。（動物と同じ）



キーワードが目立つのはどちらですか？

目線を上手に活用して読ませたい文章を目立たせるものテクニックです。

◆なんだかんだって可愛いが最強

なんだかんだって最強は赤ちゃんと動物画像に迷った時には、可愛い赤ちゃんか幼い動物の写真が最強です。

イメージ通りの画像がない場合は、赤ちゃんか動物の写真を掲載しておく
と、精読率が上がります。



人間は可愛いと感じた時には、近くで注意深く観察したいという感情になり
集中力が増すという研究データがあります。

成績増加率	幼い動物の写真	成長した動物の写真
実験1	+44%	+12%
実験2	+16%	+1%

つまり可愛い最強なのです。

◆テキストの代わりに箇条書きや表を使う

箇条書き・表箇条書きと表も基本的には画像と同じ効果があります。

例えば、テキストに比べて画像や箇条書きには伝える情報量を大きくする効果があります。

その効果の大きさや約7倍以上。

テキストに比べると、画像や箇条書きは約7倍、動画は約5000倍の情報量を含んでいます。

よりも、

【情報を伝える量】

- ✔テキスト：1
- ✔画像・箇条書き：約7倍
- ✔動画：約5000倍

この方が簡潔に伝わってわかりやすくなります。

◆テキスト装飾を上手に活用する

テキストの装飾テキストを装飾することで、文章が目立つようになり目を止めやすくなります。

重要な部分や伝えたい部分にテキスト装飾をすることで、読者の目に止まって、

「なんだか気になる、少しよく読んでみよう」

って思ってもらえます。

ただ、注意点があって、テキストの装飾は一貫性を持たせることが大切。

よく、いろいろな色を使ってカラフルになっている文書がありますが、伝えたい部分がボヤけてしまって逆効果になります。

テキスト装飾のルールは、

- テキスト装飾** ⇒ ネガティブなことを伝える
(青太字)
- テキスト装飾** ⇒ ポジティブなことを伝える
(赤太字)
- テキスト装飾** ⇒ 強調したいこと(主張)を伝える
(黒太字)
- テキスト装飾** ⇒ 特に強調したいこと(主張)を伝える
(太字マーカー)

こんな感じで統一性を持たせると直感的にどのようなことが書いてあるのかわかって読んでもらいやすくなります。

つまり、文章では、

- ✔見出し
- ✔画像(箇条書き・表)
- ✔テキスト装飾

の部分を読み流し読みで読んでも、内容がわかるようにしておくのが大切になります。

◆【信じない】の壁を越える方法

信じないの壁を越えるには、

は、その効果を高めるには、

- ✔権威性の法則
- ✔ウェインザー効果
- ✔ハロー効果

これらの心理学のテクニックを使うのがおすすめ。

◆権威性の法則とは

権威性の法則人は専門家の意見を無条件で信じてしまう、従いやすくなるという心理的法則。

「〇〇専門家」の肩書きを使ったり、「医師監修のスキンケア」なんて宣伝をするのはこのためです。

アメリカの研究データで、資格がない一般の男性に白衣を着てもらい風邪薬を渡してもらった場合と、内科の権威の医師に、普段着で風邪薬を渡してもらった場合に、白衣をきている人から渡してもらった方が、薬がよく効いたなんて回答が多かったと言うデータがあります。

これも権威性の法則の効果です。



裏技的な方法ですが、専門的な文書の前に、医師などのイメージ画像を挿入するだけで、効果が上がったりします。

◆ウィンザー効果

ウィンザー効果とは、本人や筆者からの情報よりも、第三者からの間接的な情報の方が信頼性が高まるという心理状態のこと。

スキンケア商品などで積極的に口コミを載せているのは、このウェインザー効果を狙っているのです。

自分でアフィリエイトをする場合には、

- ✔SNSの口コミを掲載する（スクショ付きで）
- ✔口コミサイトの口コミを掲載する（スクショ付きで）

などの方法が簡単にウィンザー効果を取り入れる方法になります。

◆ハロー効果

ハロー効果とは、人物や物などを評価する時に、分かりやすく目立つ特徴に引きずられてそれ以外の特徴について評価が歪められる心理状態のことです。おすすめの 방법은、

記事の導入部分で自分の実績をアピールする

- ✔〇〇賞受賞
- ✔ランキング1位
- ✔〇週連続第一位

などの人気を訴求する

などの方法が簡単にハロー効果を取り入れる方法になります。

つまり、信じないの壁を越えるには、第三者の力を徹底的に借りると言うのが大切になります。（自分に権威や実績がある場合は自分の力を使いましょう）

◆【行動しない】の壁を越える方法

行動しないって心理状態の読者に行動してもらうためには、

- ✔ストーリーのある文章で共感してもらう
- ✔ベネフィットを提示する

▼

こんな方法がおすすめです。

◆ストーリーで共感してもらう

ストーリーで共感してもらうには、

- 1、読者の悩みをズバッと指摘する
- 2、自分も同じことで悩んでいたことを伝える
- 3、色々やったけどダメだった経験を伝える
- 4、一度は諦めかけた経験を伝える
- 5、そんな自分でも解消することができた方法を伝える
- 6、解消したことでどんないいことがあったのかを伝える

このようなことを読者に伝えます。

つまり、読者に疑似体験をしてもらう感じで文章を書きます。

◆ベネフィットを提示する

ベネフィットとは、商品を使った後の素晴らしいでき事です。

例えば、スキンケアのシミ対策商品の場合には

- ✔シミが消える⇒NG
- ✔10歳若く見られて、娘と姉妹に間違われる⇒OK

こんな感じです。

シミ対策の商品でシミの悩みが解消するのは「当たり前」でその先にどんな素晴らしい未来があるのかを提示することが大切。

潜在意識が「現状の状態では危険」と判断して素晴らしい未来の安全を手に入れようとして行動します。

まずは読者の心理の壁を越えることが、読まれるための絶対条件になります。

次に文章の構成について解説します。

おすすめのライティングの法則

たくさんさんのライティングの法則がありますが、おすすめの法則は、

- ✔集客ページ⇒PREP法（ちょっとコツがあり）
- ✔収益ページ⇒PASBECONAの法則

では順番に解説していきます。

集客ページにおすすめのPREP法

集客用のページにはPREP法にちょい足した文章の構成がおすすめ。

通常のPREP法は、

- 1、結論（主張）
- 2、理由
- 3、具体例
- 4、再度結論（主張）

ですが、集客用に使用する文章の構成では、

- 1、結論（主張）
- 2、理由
- 3、具体例
- 4、反論への理解
- 5、再度結論（主張）

このような構成がおすすめです。

いくらあなたが正しい主張をしても、

「そんなこと言っても、本当は〇〇なんじゃないの？」

なんて思っている人が多いので、想定できる反論への理解を示して、

「実は、ばくも〇〇なんじゃないの？なんて思っていました。」

「でも、〇〇が〇〇ってことに気がついて〇〇になったんです。」

のように反論を覆すデータの開示や証拠をバーンって出すことで、信じてもらいやすくなります。

収益ページにおすすめのPASBECONAの法則

収益ページにおすすめなのは、読者に徹底的に共感して潜在ニーズを喚起させる「PASBECONAの法則」がおすすめです。

PASBECONAの法則の文章構成は、

- 1、Problem（問題提起）
⇒読者が抱えている悩み（痛み）を明確に言葉にする
- 2、Affinity（共感）
⇒悩みに共感して、解決策を知っていることを感じてもらう
- 3、Solution（解決策）
⇒問題の原因を提示して解決策を示す
- 4、Benefit(利得)
⇒解決策でどんな良い未来が待っているのかを提示する
- 5、Evidence（証拠）
⇒ベネフィットになる証拠や根拠、自分の体験談を紹介する
- 6、Contents（内容）
⇒商品やサービスがどんなものかを紹介する
- 7、Offer（提案）
⇒商品を手に入れるための方法を提示する
- 8、Narrow down（絞り込み）
⇒商品の価値観に合っている顧客を絞り込む
- 9、Action（行動）
⇒悩みを解消するための具体的な行動を呼びかける

読者の潜在ニーズを喚起して行動を訴求するので、収益ページにおすすめの文章構成です。

その他にもおすすめの文章構成の法則がありますので、ブログに使えるライティングの法則でおすすめのものを紹介しておきます。

この法則を知っておくとブログのライティングが劇的に楽になります。

知っておくと使えるライティングの法則

◆神話の法則

神話の法則とは、感想や共感を得ることができるストーリーの法則です。

ハリウッド映画などでも使われてるストーリーの構成方法です。

- 1、日常生活
- 2、冒険への誘い
- 3、冒険の拒否
- 4、賢者との出会い
- 5、戸口の通過
- 6、試練、仲間、敵

このような構成で構築されて、共感を得やすいので、プロフィールなどでおすすめの文章の構成です。

◆QUESTの法則

QUESTの法則とは問題に対しての解決策を訴求する文章に適している文章の構成方法です。

- 1、ターゲットの絞り込み
 - 2、共感
 - 3、問題の解決策
 - 4、購入意欲を高める
 - 5、行動の訴求

購入の意欲を高めるための文章構成なので、LP（ランディングページ）などにおすすめの文章構成です。

◆SDS法

SDS法とは、PREP法よりも短い文章で要点を伝えることができる文章構成のSDS法もおすすめです。

- 1、要点
 - 2、詳細
 - 3、要点

短い文章で要点を伝えることができるので、メルマガなどの文章におすすめの文章の構成です。

◆PASBECONAの法則

PASBECONAの法則とは、神田昌典さんが提唱する最新のセールスライティングの法則で、ネットのセールレターで読者の心を動かして商品を購入してもらうための文章の構成方法です。

- 1、問題
 - 2、親近感
 - 3、解決策
 - 4、ベネフィット
 - 5、証拠や根拠
 - 6、商品の内容
 - 7、提案（オファー）
 - 8、適合（どんな人におすすめか）
 - 9、行動

読者の潜在的なニーズを訴求して商品を購入する気持ちを高くするので、LP（ランディングページ）におすすめの文章の構成です。

◆この他にもたくさんの法則がある

この他にもライティングにはたくさんの法則がありますが、いっぺんにたくさん

さんの法則を覚えても使えないので、代表的なものを紹介しました。

他のライティングの法則については、また次回の企画で紹介します。

読者の心理の壁を超えて、読まれやすい文章の構成の型を取り入れるだけでも、ブログの文章は格段に読まれやすくなります。

また、本質と文章構成の型を知っていると、ブログの文章を書く時間も短縮できるようになるので、しっかりと理解して下さい！

終わりに『読んでくれてありがとうございます!』

最後まで読んでくださって、本当にありがとうございます。

僕はアフィリエイトに出会って人生が180度変わりました。

もちろんいい方向にです。

でも、数年前は本当に人生どん底で毎日生きるのが辛いくらいでした。

もし数年前の僕と同じように悩んでいる人や、そこまで悩んでいなくてもアフィリエイトで報酬をどんどん稼ぎたい、なんて思っている人の役に立てればこれ以上嬉しいことはありません。

最後までお付き合いいただいてありがとうございます！

この記事が気に入ったら、サポートをしてみませんか？
気軽にクリエイターの支援と、記事のオススメができます！

 気に入ったらサポート



じゅん@ライティング×7550時間

40代は楽しい／見えないところで、こっそり鬼努力／サラリーマン兼ブロガー／家族と自分の幸せのために邁進中／ブログ開始3ヶ月で月5万円のマネタイズに成功／40代の悩みを解消する [junblog⇒40junblog.com/](https://junblog.com/) 記事を2〜3個見ていいなと思ったらフォローお願いします。

