

SNS広告を作る5ステップ



SNS広告を作る5ステップ

1. どんな人を集めたいのか？

2. その人のアタマの中はどうなっているのか？

3. その人はどんな表現に反応するのか？

4. 他の表現にできないか？

5. その表現で合っているか？

SNS広告を作る5ステップ

1. どんな人を集めたいのか？

- どんな人を集めたいのか？
- どんな人を集めたくないのか？
- あるいは、このLPにはどんな人が反応するのか？
- このLPにはどんな人が反応しないのか？

SNS広告を作る5ステップ

2. その人のアタマの中はどうなっているのか？

- 集めたい人のアタマの中を探ってみる
- BDFを考えるとよい
 - **Belief (ビリーフ)** : 価値観、常識、思い込み、勘違い
 - 特に「成果が出るのを妨げている、誤った思い込み」を挙げるとよい
 - 例：「やりたいビジネスをやれば稼げる」「食事量を減らさないと、痩せられない」
 - **Desire (デザイア)** : 欲求、悩み、ニーズ、何に困っているのか？
 - 「お金を出してでも解決したいか？」が重要。お金を出すほどではないことなら、ビジネスにはなりにくい。
 - **Feeling (フィーリング)** : 感情（特に、不満やイライラなど負の感情）

SNS広告を作る5ステップ

3. その人はどんな表現に反応するのか？

次の切り口でキャッチコピーを考えてみる。

- 得られるもの、解決できること
 - 避けられること、防げること
 - やったらどうなるのか？
 - やらなかったらどうなるのか？
 - 何が正解なのか？ まず何をすればよいのか？
 - 「〇〇したいなら、△△してください（△△しなさい）」
 - 「もしかしてまだ〇〇をやってないの？」
 - 何が不正解なのか？ 何をやったらいけないのか？
 - 「〇〇したいなら、△△しないでください（△△してはいけません）」
 - 「こんな間違い（思い込み、勘違い）していませんか？」
-
- **Amazon**で人気の書籍タイトルを参考にしてみるのもオススメ。
⇒売れる本を作ってきた人たちが考え抜いた結果なので、参考になる

SNS広告を作る5ステップ

4. 他の表現にできないか？

次の観点でチェックしてみる。

- もっと短くできないか？
⇒暇つぶしでSNSを見ているだけなので、長いと読まれない
- もっとやさしい表現にできないか？専門用語を使わずに言えないか？
⇒頭を使わせないこと
- 見込み客が好きな言葉を使えないか？
例：「引き寄せ」「戦略」
- 見込み客が安心する言葉を使えないか？
例：「一流ホテルのシェフが推薦」「〇〇〇人が利用」「返金保証付き」「初月無料」
- 講師はなぜそれを言う資格があるのか？
例：「〇〇のプロが教える△△の方法」
- 商品そのものに興味がない人（ただし問題解決には興味がある人）にも伝わるか？
⇒問題解決に興味がない人はお客様にはならないので、追いかけないこと
- なぜそれを登録する（買う）と悩みを解決できるのか、
（専門家ではない）見込み客は分かるか？
- 分かりにくいのなら、「経営者は話し方を学びなさい」のような表現も有効

SNS広告を作る5ステップ

5. その表現で合っているか？

最後に必ずチェックすること。

- ✓ その表現で、そもそも目に留まるか？
- ✓ その表現で、見込み客は本当に理解できるか？
誤解しないか？
- ✓ その表現で、集めたい人が本当に来るか？
- ✓ その表現で、集めたくない人が本当に来ないか？
- ✓ その表現で、すぐにでもお金を出したいと思うか？
- ✓ その表現で、審査に確実に通るか？
(ギリギリを攻めてはいけない)