



Success! Weekly Letter

費用を増やさずに広告の反応を高める7つの質問



「競争が増えたため、広告を出しても以前のような反応が得られない・・・」。そんなお悩みはありませんか？ 当てはまるなら今号は必読です。これからご紹介する「7つの質問」に答えることで、広告の反応を一気に高められるかもしれません。

問1. 顧客は誰か？

まず、広告は「誰に売するのか」「誰に見てもらおうのか」を常に意識することが基本です。この問いに明確に答えられますか？ これが第一関門です。

問2. 問題は何か？

対象者が決まったら、次は顧客の「問題や悩み」について考えます。医者になったつもりで、相手の本当の問題を診断してください。多くの広告は、問題を明確にしないまま解決策を押しつけていますが、それでは反応は得られません。

問3. なぜその問題は解決されないのか？

広告に反応しやすいのは、過去にも同じような商品やサービスを購入した人たちです。ただ、普

通にアピールしても響きません。対象顧客が試してきたものとは違う「新しい解決策」を提示しましょう。「これまでとは違う方法なら解決できます」と伝えるのです。あるいは、「あなたがこういうタイプの方でしたら、実はその解決策よりもこちらのほうが合っています」と伝えるのも良い方法です。

問4. 何が可能になるのか？

新しい解決策を使うと、相手の未来はどう変わるのかを描きます。たとえば、「痩せます」ではなく「痩せたら何ができるか」という未来像を伝えましょう。

問5. 他社との違いは何か？

自社ならではの「独自の強みや売り」(USP)を明確にし、他社では得られない価値を伝えましょう。

問6. 具体的に何をすればいいか？

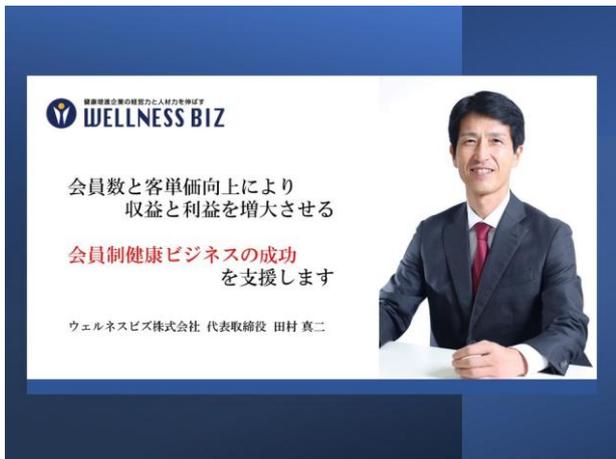
「今すぐこちらをクリックする」「今すぐお電話ください」など、具体的な行動を促してください。意外と多くの広告がこれを忘れ、せっかくの購買意欲を止めてしまっています。

問7. 適切な広告媒体に出す

問1で特定した顧客が普段接している媒体を調べ、そこに広告を掲載しましょう。

さあ、今すぐ7つの質問に答えて、広告の反応を高めましょう！

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。それでは次号をお楽しみに！



会員制健康ビジネスコンサルタント。ウェルネスビズ株式会社代表取締役。東京都出身。イオンで22年間、フィットネスと小売事業の現場および本社で様々な職種に従事した後、2007年に同社を退社。同年、会員制健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業の経営不安を丸ごとサポートするコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増を掛け合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入により、全国各地に高収益企業を多数生み出している。現在は、コンサルティング、講演、セミナー、執筆活動等を行っている。

お問い合わせ先

ウェルネスビズ株式会社

お問い合わせ先: <https://www.wellness-biz.jp/contact>

会社URL : <https://www.wellness-biz.jp>

TEL: 03-4530-6263

FAX: 03-3562-7822

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。