コピーライティングクロージング

最後の最後に購入に踏み切ってもらうためのテクニック

クロージングとは

- 契約締結
- 商品を買う決断をしてもらうこと
- Not act⇒actにすること
- クロージングが弱いと収入は上がらない

テクニック

1. 希少性(レア感)の演出
2. オレンジとみかんの法則の使用
3. プレミアムの演出
4. 保証の提示

1.希少性

- 明日やろうは一生やらない
- 今度買おうはおそらく買わない
- 希少性を演出することで「いま、買おう！」と思わせる

希少性の例

- 商品に販売期限を設ける
- 販売数を限定する
- 商品の残りが少ないことを示唆する
- 先行予約販売する

2.オレンジとみかんの法則

- 違うもの同士を比べる
- ロジカルに考えると矛盾しているが有効
- 人間は9割感情で商品を購入するか決めている

3.プレミアの演出

- 得をしたいという感情を刺激する
- 初回無料
- 特典付き
- 割引

4.保証の提示

- 商品を使って効果、成果がなければ全額返金します。
- 商品の効果的な使い方がわからなければサポートします。

クロージングで重要なこと

- タイミング
- 見込み客が「欲しいな」と思ったタイミングでクロージングする必要がある

お疲れ様でした

- 感想や質問、相談は常に受け付けております。気軽にご相談ください
- Mail:keishidb@gmail.com
- Skype:keishi975
- サイトURL：http://keishixx.com/

To maintain an ordinary approach to everyday ordinary things is itself extraordinary.

～平凡なことを毎日平凡な気持ちで実行することが、すなわち非凡なのである～