

小雪の一通入魂アフィリエイト

序章

～書く事への想い・・・～



【著作権について】

本マニュアルは日本国の著作権法で保護されている著作物です。

本マニュアルの取り扱いには以下の点にご注意ください。

- 本書の著作権は、著者小雪にあります。
 - 著作権所有者の書面による許可なく、本書の一部または全部をあらゆるデータ著 積 手段、（印刷物、電子ファイル、ビデオ、レコーダなど）を使用し、複製、 流用転用および記載、転売（オークション含む）する事を禁じます。
 - 著作権等違反の行為を行った場合は、関係法規に基づき、損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。
- 本マニュアルを著作権所有者以外から入手された方はご連絡下さい。
- 情報流出経路を確認後、御礼をさせていただきます。

【免責事項】

本書の著者は、これまでの経験をもとにノウハウをまとめたものであり、全ての読者の利益を保証するものではありません。

本冊子により、いかなる損害が発生しましても一切の責任を負うものではありません。
全ては自己責任で行なうこととします。

【 再配布権について 】

このレポートには**一次再配布権**があります。

小雪から直接受け取られた方は、当レポートを
「あなたからのご購入者様への特典」として再配布していただけます。

小雪以外から特典として受け取られた方には
再配布権はありませんのでお気をつけください (*_ _)

小雪が書く事を意識しはじめた事の発端は 2007/3/19

とある『R』という Mr N の
商材を購入して、サポートを受け始めた時です。

N です。

この度は『R』を購入頂き有難うございました。
メールサポートの件ですが、まず、小雪さんの文章の癖や
特徴を把握したいので、5つくらいメルマガをワードファイルで
送って頂けますか？

宜しくお願い致します。

Mr N
2007/03/19

この頃の小雪の状況をまず先にお見せしますね。
メルマガの発行を 2007/02/15 に「まぐまぐ」さんの
承認を受けて、代理登録を 03/01 からスタートし始めた時でした。

2007年2月配送履歴

件名	配送完了日時	配送部数
★小雪★峰不二子になります。	2007.02.28 04:31	34
★小雪★浮かれています♪	2007.02.27 14:03	34
★小雪★緊急★	2007.02.26 21:02	32
★小雪★臨時寝台列車	2007.02.26 06:31	29
★小雪★アフィリの車窓から♪	2007.02.24 08:46	23
★小雪★ 暴走特急「先行者様利益」	2007.02.23 05:40	20
★小雪★ありがとうございますm(_ _)m	2007.02.22 07:32	16
★小雪★TOPアフィリエイターへの挑戦切符【創刊号】	2007.02.15 17:10	0

件名	配送完了日時	配送部数
★小雪★KISSしてください(*ノ-;*)	2007.03.31 23:51	1,967
★小雪★●●ルー●●	2007.03.30 18:22	1,738
★小雪★【続82】	2007.03.29 22:11	1,709
★小雪★SEO無しでYAHOOからアクセス殺到	2007.03.28 20:04	1,610
★小雪★(´ロ`)o=3=3=3 ゴホゴホ	2007.03.24 09:02	1,531
★小雪★あなたの知らない世界……	2007.03.22 20:11	1,477
★小雪★泣きたい位残念です(*ノ-;*)	2007.03.21 09:02	1,425
★小雪★ワクワクが止まらない3000DL 	2007.03.19 17:51	1,349
★小雪★小雪だらけ	2007.03.18 21:12	1,301
★小雪★蛍の光♪	2007.03.17 19:02	1,301
★小雪★9148600円	2007.03.16 20:24	1,275
★小雪★【購読解除推奨号】★★	2007.03.16 13:02	1,283
★小雪★☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆	2007.03.16 06:03	1,290
★小雪★五千元と今日スタート	2007.03.15 20:01	1,252
★小雪★★★★特典作ります★★★	2007.03.14 20:21	1,201
★小雪★浮気幽霊の誕生日にツチノコ	2007.03.13 17:21	1,169
★小雪★ブログ削除o(△)o + 800円	2007.03.12 19:31	1,131
★小雪★日曜日はあなたと(#^_^#)	2007.03.11 14:41	1,094
★小雪★誤報確認(￣▽￣)	2007.03.10 15:30	1,067
★小雪★ハオロンさんが長島茂雄★	2007.03.08 15:03	1,035
★小雪★347.210円	2007.03.07 19:20	971
★小雪★あ。失敗(￣▽￣)!!	2007.03.05 18:11	947
★小雪★先行者様利速報	2007.03.04 03:30	370
★小雪★恥ずかしいです(*ノ▽*)	2007.03.02 23:21	318
★小雪★重要(￣▽￣+) キラキラキラ～♪	2007.03.01 06:03	38

『メルマガ』の発行を始めて、『書く事』について考え始めた時期です。メルマガからの『売り上げ』もそんなにパツとした感じではなく、クリック測定も曖昧にしかしていませんでした。

言われたとおりにバックナンバーを送付して、
添削していただきました。

その時の返信の**一部**です。↓

N です。

メルマガバックナンバーを拝見させていただきました。
非常に可愛い文章で愛着がもてますね。

ただ、顔文字を使いすぎです…（苦笑）

これはこれで個性なのでいいのですが、キャピキャピ感が
非常に強く「この人を頼りに！」ではなく「守ってあげたい！応援
してあげたい！」という気がしてしまう文章ですね。

そして、読者との関係がイーブンになっており、
同じ目線で会話をしていますね。

この頃の小雪のメルマガは
バックナンバーから読むことも出来ます。

小雪のメルマガ

そこからなんですね、小雪と MR N との『戦いの火蓋』
がきって落とされたのは・・・（笑）

文章について。

自分では一生懸命書いていても、

『どう伝わっているのか』

『どうやって伝えたらいいのか』

って、自分で自分の文章を理解するのって、
難しいんですよ。

無料レポートを紹介しても、
DI 数は伸びない . . .

毎日メルマガを発行はしたいけど、
何を書いたらいいのかわからない . . .

発行した所でどの位『開封』して
読んでくれているのかわからない . . .

どうやったら『売り上げ』が上がるのかわからない . .

『配信方法』や『読者様増』の方法は
色々な商材を読んだり、無料レポートで調べたりで
『作業の方法』はわかるんですよ。

じゃあ、実際にその『作業』で『増えた読者様』
に対して、

『何をどう書いたらいいのかわ
からない・・・』

これがその時の状況です。

そして、その時、Mr N から

『悪魔のような一言』
がありました

メルマガの発行を始めてやっと読者様も千名を超えだして、
こんなもんかな～って呑気に構えていた小雪に・・・

小雪さん。

読者様が千名いれば、

一回レポート紹介して

100 本は DL されないと！

今、このPDFを読んでいただけている方・・・

『読者様数、千名でレポート100本DL』

この数字、どう思われますか？

正直に言いますね。
小雪はこの言葉を聞いて、

『何言っているんだろうこのNとやら・・・』

って感じだったんですよ。

今の時代。
レポートは捨てアドでの登録が多いんだし、
開封すらされているかわからないし、
クリック率も1%あればいい方だって言われているのに。

千部で100なら10%って事です。

じゃあ、その為にレポートスタンド以外からの読者様増や、
『濃いアドレス』を入手しろって事ですか？

そんな方法を知りたくて『書く事』を勉強したい訳じゃないんですよ。

中学生並みの反抗期に突入です。

もちろん、心でどう思っていたとしても、
口に出せるのは『それは・・・』って言うのが精一杯なんですけどね（笑）

そこで、このお話の後、
小雪は小雪で考えたんですよ。

- ・ 読者様千名でレポートDLが100ってどういう事だろう・・・？
- ・ それは可能なのかな・・・？
- ・ 出来た場合どうなるんだろう・・・？
- ・ って言うか出来ない場合は何でなんだろう・・・？
- ・ 同じ発行部数でも結果が違うのは何でなんだろう・・・？
- ・ そもそも誰がなんの目的でDLするんだろう・・・？
- ・ 今よりせめて『倍』のクリック率になったらどうなるんだろう・・・？

そして、その『考えた事』を一つずつ書いていきますね。

読者様千名でレポート DL が 100 ってどういう事だろう・・・？



同じ『人数』のリストを手にした場合、
誰もが『同じように』結果が出るでしょうか？

答えは **NO** です。

発行部数が『1万部』あるメルマガでも、『結果』が出ない方もいるし、

発行部数が『100部』でも、『結果』の出る方がいます。

そこで思うのは『濃いリスト』と言われるものですね。

『懸賞』や『レポートスタンド』などの『捨てアド』の多い
アドレスではなく、『プロバイダアドレス』の方がいいとか・・・

じゃあ、そう考えた場合、本当にその『濃いアドレス』を手にしたとします。

でも、その『元々は濃いアドレス』っていうものになら、
『千部のメルマガで無料レポート100DL』は可能なのか・・・

どんな書き方をして、どんな紹介をしたら・・・

実際、小雪のメールBOXの、プロバイダアドレスにも、
数通のメルマガが届いています。

でも、全部『開封』してじっくり読むわけではないです。

『手にした瞬間』は『濃いリスト』だったとしても、
そこから『さらに濃く』するのと、

『濃いリスト』 **だったのに**、『読まなくしてしまう』

のは、リストだけの問題でしょうか？

じゃあ、逆に、『濃くない』と言われるリストから
『読まれる』リストに変えて行くことは不可能なのでしょうか？

もちろん、『不達』の場合はどうにもならないですね？

でも、『一回』でも開封してもらえたなら、

そこから『次回も読もう』

と思ってもらえるように『変えて』行くこと。

そこを考える事で、

『千名の読者様』で 『無料レポート100DL』

は『100』までは行かなかったとしても、変わるんじゃないかな。

逆に言ったら、

『とにかくガンガン読者様増！！』

と増やしたとして・・・

それでそのリストはどうやって『濃く』していくのでしょうか。

『数』と『確率』ってよく言われます。

それなら、『数』は『作業方法』で増える事はわかっているので、
『確率』をあげるにはどうしたらいいのでしょうか？

**読者様千名でレポートDL
が100ってどういう事だろ
う・・・？**

この疑問を持つ事で、今後の『方針』は180度変わる事になりました。

それは可能なのかな・・・？



これに関する小雪の答えは『NO』です。

もちろん、元々『濃い』リストを入手できて、
さらに『濃くする』技があって、

そして、自分自身がとてつもなく『ブランディング』
されていれば可能かとも思います。

ただ、『無理』と思ってしまったらそこで『終わり』です。

今の現状。

小雪は作業に『得意・不得意』がかなり分かれてあります。

その作業で『不得意』に入るのはSNSや、SEOや・・・

まあ、ほとんどが『苦手』なんですけど・・・

今の今でも、メルマガ読者様を集めるのは、

『ブログからの誘導』と

『無料レポートスタンド』

からの2つしか行なっていません。

『無料レポートスタンド』の協賛登録。

これが一番『数』は増えやすいですけど、その分『捨てアド率』も高いです。

はい。発想の転換。

じゃあ、『何万部』だったとしてもいいとして、
その中に捨てアドがたくさんあったとして。

『何万部』でもいいけど、その中から『千名』様が
本当に『読んで』くれていた場合。

『本当に読んでくれている方』が『千名』
だったとしたなら。

無料レポートを紹介して『100DL』

は可能か否か。

それは『可能』だと思います。

『しっかり読んでくれている読者様』が『千名』

その上での『100DL』 これは『書き方』次第で『可能』だなと。

出来た場合どうなるんだろう・・・？



これはわかりやすいですね。

伝えたい事を伝えたいように書けて、
それを『読んでくれる方』がいた場合。

単純に読者様を倍にするのと、クリック率を倍にするのなら、

『クリック率』を上げたほうが『楽』です。

メルマガの読者様増を頑張って作業して、倍
にするには『労力』が必要です。

でも、同じ読者様数で、反応を倍いただくには
『書き方』だけで変えられます。

『同じ発行部数』なら、『結果』が倍違ってきます。

全く同じように『1日一通』のメルマガを書く作業で

『反応』が2倍3倍と変われば、

『結果』も『2倍』『3倍』と変わります。

ドカドカ大量に配信する必要もない訳です。

『数打てば当たる』っていう、これもアリだとは思いますが。

でも、その『数』を打つのが面倒だったりもします。

なら、『確率』をあげたほうが『楽なんじゃないかな?』

その為には『**どうやったら確率が上がるのか**』

を考える価値は充分にあると思います。

って言うか出来ない場合は何でなんだろう・・・？



そこで考えたのは『メルマガの流れ』です。

何で今は、こんな風に考えなきゃなんだろう・・・

元々『メールマガジン』ってどんな物だったのか。

『メルマガアフィリエイト』ってどういう事だったのか。

『福田式』と呼ばれる方法があります。

DM的にどんどん『情報』を流して『数』で売っていく方法です。

まだ、『情報商材』のアフィリエイトがここまで浸透していない時。

そのメルマガを受信された人はどう思って読んだんでしょうか？

『素人がネットで簡単に稼げる方法？』
『ネットで副業？？』

など、知らない人の元へ、その商材の DM 的なメルマガが届くわけです。

『何だろうコレ？？』

『興味』を持たれたんでしょう。

『興味』を持てば『読みたい』なります。

そして、『読む』事で『欲しく』なります。

『こんな商材があるのか・・・』

って思って購入してくれます。

ただ、そういうメルマガが増えすぎた時、どうなるのか・・・

興味も薄れ、クリックもされにくくなっていくと思います。

そこへ『岡田式』

と呼ばれる手法が登場です。

これは『ザクザク』DM 的な配信のメルマガの中で
『特典』をつけた方法です。

『同じ物』を買うなら『特典』があったほうがお得です。

メルマガの読者様側から見たら、

『なんか特典がいっぱいあってこっちで買ったほうがいいな・・・』

と『興味』を惹きます。

『興味』を持てば『読みたい』になります。

そして、『読む』事で『欲しく』なります。

『こんな商材があるのか・・・』

って思って購入してくれます。

次に、『特典』をつけたメルマガが増えます。

色々な特典合戦です。

『どの特典がお得なのかな・・・』

さらに『おず式』

と呼ばれる手法が加速します。

『特典』もあるけど、その『メルマガ発行者』
のレビューや、紹介の方法で『ブランディング』です。

色々な『特典』があるけど、『あの人から買ってみよう』
と思われる方法です。

『繰り返し』紹介するって言う形になりました。

でも、これは、『何回でもわかるまで紹介する』
っていう事がメインだったのに、何故かそこから枝分かれのように

『何回も煽って紹介する』

という流れに行く方が増えました。

『あと何日で値上げです!』

『これで最後です!』

『もう手に入りません!』

この辺を間違った解釈も見受けます。

『おず式』と呼ばれるのは、『何回も煽る方法』ではなくて、
『一つの商材を繰り返しわかるように丁寧に紹介していく』

方法です。

そこから『枝分かれ』したのが『何回も煽る』方法です。

何回も『これで最後です！』『値上げです!』

などと聞くと、人間焦りますよね。
焦ると『喪失感』が怖くて『興味』を惹きます。

『興味』を持てば『読みたい』なります。

そして、『読む』事で『欲しく』なります。

『こんな商材があるのか・・・』

って思って購入してくれます。

その後、また、色々なメルマガ手法が出ました。

これは、今度は『大量に届くメルマガのせいで開封率』
が下がった事に対する対処法の『手法』が多いです。

『配信回数を増やす』

『とにかく読者を増やす』

『メルマガを複数使い分ける』

『件名や配信時間に凝る』

などですね。

とにかく『目に付く方法』です。

目に付けば興味を惹きます

『興味』を持てば『読みたい』なります。

そして、『読む』事で『欲しく』なります。

『こんな商材があるのか・・・』

って思って購入してくれます。

と、これは小雪がその時思った『見解』です。

細かい流れなどは違う部分もあるでしょうけど、
とにかく

『興味』を持てば『読みたい』なります。

そして、『読む』事で『欲しく』なります。

『こんな商材があるのか・・・』

って思って購入してくれます。

その『興味』。

ここを考える事で、『読まれるか』『読まれないか』

が変わってきます。

そして、その『興味』を惹けなかった場合・・・

- ・ どんなに発行部数を増やしても、
- ・ どんなに配信回数を増やしても、
- ・ どんなに複数のメルマガを発行しても・・・

思うように『結果』はでないんじゃないでしょうか。

『今大切なのは今の読者様に『興味』を惹く事のできるメルマガ』

ではないでしょうか。

そしてそれはメルマガだではなく、普通のサイトアフィリや物販

PPC など、どんな方法であったとしても

「興味を惹けるかどうか」 が

一番大事になってきているのは

周知の事実だと思います。

同じ発行部数でも結果が違うのは何でなんだろう・・・？



同じ質で集めた同じ数のリスト。

これを手にした2人が同じようにメルマガを配信した場合、

『同じ結果』にはならないですね？

何故か。

それは『書き方』『伝え方』以外ないと思います。

すごく極端な話をします。

全く同じリスト1万部をAさんとBさんが手にします。

どちらも『ブランディング』は出来ていない状態で、

同じ時期にアフィリエイトをスタートして、同じような知識の

2人。

同じ『無料レポート』を紹介して、

AさんBさんが同じDL数になるか。

あ、受信時間とかも同じとしてくださいね。

まあ、これは極端すぎる例え話ですけどね。

でも、このAさんBさん。

3月の小雪の文章がAさん、今の小雪の書く『文章』と同じBさん
だったとしたら、

少なくとも『3倍』は違うDL数が出ると思います。

今はこれ、『小雪』は2007年の3月よりは今知識ありますからね。

そして、ブログから登録してくれた方などの捨てアド率も違うから
まぐまぐのメルマガからだ正確なクリック数が出せないんですけど、

マガジンID	
メールマガジン名	
発行日時	
発行時の件名	
発行部数	2,293部
クリック率 (クリック数合計)	8.63 % (198クリック)

コンビーズで発行しているメルマガさんをちょっと借りて
小雪が『文章』を書いて代筆発行させていただきました。

リストは普通にレポートスタンドのみのリストです。

10%には届かないですけどね。（笑）

『小雪』って言う名前も出していません。

ちなみにこのリンクは『無料レポートの紹介』
記事です。

『証拠』ってほどのものでもないんですけど、
要は『書き方』で数字は変わるって事です。

そして、その『書き方』『伝え方』は、難しい事でもないし、
『文章が上手い下手』って事でもないんですよ。

同じ質で同じ発行部数だったとしても、結果が違うのは
『書き方』『使い方』以外思いつきません。

そもそも誰がなんの目的で DL するんだろう・・・？



今、この PDF では、『無料レポート DL』の事でお話しているので、『無料レポート』の事を書きますね。

無料レポートを紹介するのは『協賛ポイント』で読者様増をしたいから紹介するんですよね？

そして、DL される方は『無料でいい情報を知れたらいいな』って事で DL されます。

それで、今度は『**与える**』っていう言葉がありますよね？

読者様に有益な情報を『与える』事によって信頼関係がどうこうっていう話です。

それで、その『与える』っていう部分。

こちら側が『与える』と思っけていても、受け取る側の方が

『与えられている』と思うかどうかは別です。

『信頼関係を築きたい』って思っているのは

メルマガ発行者側だけであって、

そもそも『このメルマガ発行者さんと信頼関係を築きたいな』

と思っけて読み始める読者さまはいないですよ？

メルマガ発行者は

- ・ 与えて
- ・ 信頼関係を築ければ
- ・ 購入してもらいやすくなる

って思っけて『信頼関係』どうこうに拘ります。

でも、読者様側からしたら

『自分にとって有益か有益じゃないか』

しかないんですよ。

そこを忘れて

『無料』のレポートだから『無料なんだからどうぞ』

って言われても、『 DL 』する価値がありますか？

無料レポートを購読するには、クリックして、サイトに飛んで、

アドレスを入力して、さらに PDF を開いて、更に更に

『協賛登録』されるメルマガまで受信しなくっちゃなんです。

それなのに、『無料ですからどうぞ』って・・・

『与える』どころかちょっと**迷惑**です。

そして、今はメルマガを発行している方も多いですからね。

わざわざ DL しなくても、自分の ID でログインして、

『無料レポートスタンド』で直接読むことも出来ます。

『●●の方法です。無料レポート DL はこちら』

とかでわざわざ今すぐ DL する価値はないんですよ。

で、『そもそも何でDLするのか』

って考えると、『読みたいから』っていう理由以外ないんですね。

『とにかく今すぐ読みたい』

って思えばDLしたくてします。

『今すぐ読みたい』ものを『DLして』読んでみて、

『あ、役に立ったな。読んでよかったな』

ってなった時点ではじめて

『いいレポート紹介してくれてありがとう』

ってなります。

じゃあ、どうやったら

『今すぐ読みたい』

って思ってもらえるのか。

それも、『書き方』『伝え方』なんだけど、

『どんな人にどんな情報を』

って言うのも大切です。

一通メルマガを発行して、同じ部数で

同じ無料レポートを紹介して。

10本DLされるのと、100本DLされるのと。

同じ労力なのに、結果は10倍違います。

そもそも誰がなんの目的でDLするんだろう・・・？

これを考えるかどうかだけで、軽く10倍の結果の差も出るんです。

あ、10本と100本の数値は、小雪が現時点で

レポートを紹介した場合、

失敗して少ないと10本ほどのDLなんですよ（笑）

で、多いと180本ほどのDLいただけます。

18倍ですね。

同じ『一通』で書き方でこのくらい差がでるんですね。

そして、その差が出た時の原因は

『そもそも誰がなんの目的でDLするんだろ
う・・・？』

が、小雪の考えと、書き方と、読者様のニーズの

『合い具合』だと思います。

今よりせめて『倍』のクリック率になったらどうなるんだろう・・・？



クリック率ってそもそもなんなんですか。

『クリック率』を上げるだけなら簡単なんですよ。

『なんとあの有名女優さんが丸裸です↓
<http://>

とかって書けば、『クリック率』は上がります（笑）

テクニックとして

『見ないで下さい！』

『クリック禁止』

『今すぐクリック』

とかありますけど、『クリック課金』でもないのに、

クリックだけされても意味無くないですか？

あ。クッキー踏んでもらうにはいいんですけどね。

でも、『お仕事』としてメルマガを発行して、
その中でできるだけ作業効率を少なく発行して
『効率よく』結果にしたい場合。

『クリック率』の『率』
にそんなに意味はないと思います。

100 クリックされて購入者様が『 0 』より、
1 クリックで購入者様が『 1 』
の方がいいと思うんですけど。

さっきの無料レポートを DL どころって言う場合のクリックと、
『購入』 どころに関係するクリックだと違いますよね？

何をどの目的で『クリック』してもらうのか。

そこをごちゃ混ぜにして『**クリック率**』
ってしちゃうのはどうかと思います。

そして、その結果出る答えは

『クリックして欲しい場所を望んだようにクリックしてもらえるか』

です。

商材購入の場合は

『良かったら買ってみよう』と思ってクリックされるのと、

『見ないで下さい』って書かれているからなんかクリックしてみよう

とかでクリックされるのでは『結果』違いますよね。

そして、『とにかくセールスレターに流せばなんとかなる』

って思っている方も多いんですけど、

確かになる場合もあるんですけど、

『よかったら買ってみよう』って思って

クリックしてもらえた場合と比べたら、

同じ『1クリック』でも結果は全く変わります。

そして、無料レポートDLも。

レポートタイトルも書かずに

『とにかくすごいです』

とか書けばクリックされるかもです。

でも、そこから更に次のDLボタンを押すかどうか・・・

もう少し読者様を信頼してもいいんじゃないでしょうか？

『読みたいな』って思えばDLされるでしょうし、

『読みたいな』って思わなければDLしないです。

なら、無理無理クリックさせる事を考えるより

『読みたいな』って思われるようにはどうしたらいいのか

そっちを考えた方が効率的です。

そこを考えずに『クリック率』だけに拘って考えたら

結局

『頑張ってるのになんで結果がでないんだろう・・
メルマガアフィリって大変だな・・難しい
な・・』

ってなって終わりです。

そして、そこをきちんと考えて誘導できれば

『クリック数』にきちんと比例して『結果』を実感できます。

そして、それは
『ヤヤコシイ作業』や
『時間を惜しんで』
コツコツやる作業に比べたら、
本当に『ちょっとしたコツ』
だけなんですよね。

小雪さん。

読者様が千名いれば、

一回レポート紹介して

100本はDLされないと！

この一言を言われた2007年3月から、
今の今までに小雪が思ったこと、考えた事

そして、そこを意識して実践してきた事。

- ・ 読者様千名でレポートDLが100ってどういう事だろう・・・？
- ・ それは可能なのかな・・・？
- ・ 出来た場合どうなるんだろう・・・？
- ・ って言うか出来ない場合は何でなんだろう・・・？
- ・ 同じ発行部数でも結果が違うのは何でなんだろう・・・？
- ・ そもそも誰がなんの目的でDLするんだろう・・・？
- ・ 今よりせめて『倍』のクリック率になったらどうなるんだろう・・・？

どう考えても答えは

『書き方』『使い方』に答えがあるとは思えません。

だから、そこを集中的に考えました。

多くの方が『配信方法』や『発行部数』
の方を優先して考えているもの良く知っています。

そして、そこで挫折しまう方が更に多い事も。

でもね、本当に簡単なのは

『上手い文章』を書く事でも、『配信方法』でもなく

『売れる文章のコツ』

を覚える事です。

それさえ押さえれば、発行部数が少なくても、
今後どんなメルマガのスタイルが流行っても・・・

『書く事』は一度覚えたら失わないですからね。

あ〜わかった！

いい加減しつこい！！！！

『書き』 『使い方』

が大切だって事はわかった！

でも、だからどうしろって！？

『書く事』『伝える事』を難しいと思っている方も多いです。

でもね、本当にちょっとしたコツだけでガラリと変わったりするんですよ。

『私・・・作文苦手だったし・・・』

って方も。

このレポートではそのコツのさわりを一つだけ書きますね。

アフィリエイトリンクであれ、無料レポートであれ。

読者の方に『行動』してもらうには
『興味』を惹く必要があります。

じゃあ、例題です。

この無料レポートをあなたのメルマガなりブログなりで
『DL』して貰う用の記事を書いてみるとしたら・・・

どんな紹介記事を書きますか？

メモ帳を開いて、一回書いてみてください。

他にもどんなものでもいいんですけどね。

今、例として、このレポートを紹介するとした時、

どんな風に記事を書くのか。

想像しながら練習がてら書いてみてください。

書いてみてくださいね～

どうですか～

書けましたか～

ちょっと待ちますね(*´▽`*)

はい終了！！！！

どんな記事が書けましたか？

あ、こういう記事を書くときに1時間とかかかちゃ駄目ですよ。

長くても『20分』以内くらいで書いてくださいね。

『最低でも20分以内』で書けるようにならないと、
継続するの大変ですから。

長くかかっちゃう方。

大丈夫です。

コツさえ覚えれば早く書けるようになります。

悩んでいたのが嘘みたいに♪

どうですか??

あなたの書いた文章の中の、一番強く伝えたい事は何でしょうか？

それをまず決めてくださいね。

それを決めなかった方はマイナス5点です（笑）

コツは

- 1 最初は惹きつけ
- 2 悩みの理由
- 3 その原因
- 4 知ることでのメリット
- 5 どうやったら原因解決の方法を得られるのか

流れ的にこの5つを押さえて順番に書けば

なんとなく出来上がります。

例文を・・書いてもいいんですけど、

自分のレポートを自分で賛美しながら書くのは・・

ちょっと照れますからね（笑）

ただ、その記事の中に

『ライティング』

『PDF〇ページのボリューム』

『無料ですから』

『小雪』

などを強調して書いた方は、かなり重症です。

読者様は『**ライティング**』って言葉の意味を知らない場合があります。

PDF〇ページのボリュームって書く事で『そんなに読めない・・』

って思う方も多いです。

『**無料**』って強調されればされるほど、価値が無く感じる方もいます。

『**小雪**』も知らない方には書いても意味が無いですから強調する事ないです。

アフィリエイトを始めて・・・

毎日『書く事』に悩んだり・・・

『コピペ』でザクザク流しても反応が薄かったり・・・

それこそ『書く事』が苦痛にすらなっている方も多いかと思います。

でも、どんな手法を探しても、どんな配信方法を選んでも、

『書き方・伝え方』のコツを覚えるだけで

ガラリと反応は変わります。

最後にちょっと、小雪が今までで一番反応のよかった

無料レポート紹介記事を書きますね。

これはもう、本当に『コツ』をそのまま活かした書き方です。

DIしてもらいたいターゲットは

『メルマガでイマイチ結果に伸び悩んでいる方』です。

その属性の方がスムーズにDLしていただけるように・・・

と思いながら書いた記事です。

以下転載↓

★ 結果の出る方の特徴

不思議なもので。

有名・無名に関わらず、
たまに代理登録用のアドレスに
ザクザク届いているメルマガを

ザー——ッと目を通す日が
あります。

開封して、そのまま
誰のかわからないメルマガを
バーッと見ていくんですね。

その中で、開封『2秒』で閉じる物と、
なんとなく最後まで読むものがあります。

そしてそして、更に気になると
名前を見て、検索したり、
インフォトップのアフィリエイターランキングで
検索して見たりもします。

『あ、あの人のメルマガだ!』

って知らずに読んでいくんですけどね。

大概、そのメルマガ発行者さんは
『結果』が出ている方が多いです。

もしくは、その時は結果が無くても、
数週間後には『結果』が出始めています。

もうね、初心者だとか、経験者とか
関係ないんですよ。これで見つける
『当たりメルマガ』って。

これって結構面白いんですよ。

ブランディングができていて、
『とりあえずあの人のだし読んでおこうかな』

ってものじゃないんですよ。

『何か気になるな・・・読んでみよう』

こう思わせるか思わせないか。

そして、発行部数がやたら多いのに
全く結果の出ていないメルマガ。

見た瞬間わかります。

何が違うと思いますか？

小雪、上手く言えないんですけどね。
でも、このレポート読んで

『あ〜コレコレ！これだよ！！』

って思いました。

『売れている人の特徴』

無料レポートDLアドレス

しっかり読んで欲しいし、出来たら保存してください。

ここまで・・・・・・・・・・・・・・・・

15分くらいで書いた記事です。

この記事一つで300クリック以上のクリックをいただきました。

『そんな長い文書けない・・・』

って思った方。

コツさえ覚えれば、コピペ選ぶより早いですよ。

そして・・・

『書き方』って、よくある『ライティング』のノウハウ。

セールスレターの書き方・ブログでの書き方。

それぞれ違うんです。

学校での『作文』が上手かった人の方がクセが強くて大変な事もあります。

『書くコツ』を覚える事は一生役立つ力です♪

ネットのお仕事で「書く事」は絶対必要になる力ですしね。

何よりも一度、「書く事」について考えたり、お勉強したりというのは

避けずに、逃げずに向かっていく時間を作られてみてください。

そんな中、

このレポートが少しでもお役に立てる部分があれば幸いです。

最後まで読んでくれてありがとうございました。

→ [小雪ブログ](#)

→ [小雪メルマガ](#)

→ [小雪へメール](#)

小雪

