

プロが書くキャッチコピー 23のテンプレート（型）

お伝えするテンプレートを手本にしながらキャッチコピー（見出し）を書けば、比較的簡単に反応率の高いキャッチコピーを作成することができます。全部で23個ありますので、1つ1つ具体例を入れながらお伝えします。

①どストレート

まず一発目はどストレートなキャッチコピー。一言でバシッと伝えるシンプルながらインパクトを与えることができるテンプレートになります。

インターネットでのオンラインページでもDMやチラシなどのオフライン媒体でも文字はあるていど制限されています。例えばチラシならA4（両面）のスペースしかないので、その限られたスペースの中でセールスコピーを書かなければいけません。

オンラインのページなども開いた瞬間に見れるページ（※これを第一画面などという）はパソコンやスマホなどによって表示されるスペースは限られています。最初に目に飛び込んでくるページ（文字）をみて読み進めるか？を決めるのです。

どストレートで文字数が少ないシンプルでインパクトのあるキャッチコピーは目を引くことができます。文字サイズを大きくできるのも利点の一つです。

週刊誌などの表紙では限られたスペース（表紙）でバシッと目を引く言葉を並べているのでとても参考になるので、確認してみてください。

例)

- 一流の「ライティング術」
- 2017年 「お金のいい話」
- 金持ち夫婦の^秘裏技

②逆ストレート

次はどストレートとは真逆の伝え方である逆ストレートです。

メリットや得られることを、主張するどストレートではなく、読み手の共感を得ることができ、好奇心を高められ、なおかつ信憑性も高められるテンプレートになります。

読み手や見込み客目線から伝えているのが特徴です。

例)

もう人の為働くことは飽き飽きです。
だから僕は自分の為になることをスタートしました。

③告白

まず、告白という単語自体にビクンとなる人は多いです。自分が知らない秘密を知ることができるという好奇心を存分に高めることができるテンプレートです。

僕はサッカーが好きなのですが、有名なサッカー選手の自伝本は大好きです。あの場面での裏話や真相を知ることができるからです。

告白という一つの単語で（裏話・暴露・真相・実態）など複数の単語の意味を伝えられます。

権威者や有名人の告白本はヒットするのと同じ原理です。ある業界や分野で秘密をもっていそうな人でなければ効果はないに等しいので注意してください。

例)

- ・ 成功者の告白
- ・ あるセールスコピーライターの告白
- ・ 殺人者の告白

④約束

これをしてくれたら〇〇を手に入れることができますという約束をキャッチコピー（見出し）で示してあげるテンプレートになります。

ポイントは見込み客がもっとも欲しいと思っている結果をいれること。約束できることが現実的であること、プラス、実際に結果がでていう証拠を提示してあげるようになります。

結局なにをすれば（どれぐらいの期間で）私はどんな結果が手に入るのか？そしてその保証は？ということキャッチコピー（見出し）で伝えてあげるのです。

何もしなくともという簡単・最短・すぐになどの軽い言葉ではなく、〇〇をしてくれたらという条件があるので、信憑性も高めることができます。

絶対に損をすることがないと読み手に感じて貰えるもの反応率をあげるすることができます。

例)

私に2時間だけください。あなたをハリウッドスターのような外見に変えてみせます。もちろん納得できなければ全額返金し、迷惑料として1万円をお渡しします。

⑤ダイレクトな呼びかけ

こんな人いませんか？というターゲットを絞り、ダイレクトに呼びかけるテンプレートになります。**私には関係ない話だと思われるかもしれませんが、何が知れるのか？ということが明確に分かるキャッチコピー（見出し）なので見込み客への反応は良いです。**

誰に書いたか分からないキャッチコピーではなく、こんな人に向けて書きましたということで、その答え（解決策）を知ることができると読み手は無意識に思うのです。

例)

- ・自分で稼ぎたいと思っても何から始めていいか分からない人へ
- ・反応率がとれるコピーを書きたいと思っても、なかなか書けない人へ
- ・ベットで彼女を絶頂に導きたいのだが、上手くいかない人へ

⑥無料＋実績を主張

実績を伝えるテンプレートになります。そしてそれが無料。ポイントは多くの人が問題・悩みを解決しているというような、他の人が満足しているということを伝えることです。

「本当に実績・成果を得ることができの？」という疑問をキャッチコピー（見出し）で解決してあげるのです。

例)

- ・この無料お試しコンサルで、128名の方の売上アップに貢献しました。
- ・無料診断を受けた、100人中96名の方が腰痛の“もと”を発見できました。
- ・無料ですが、このテストで現在1078社の税金を削減できました。

⑦いつか、、、

いつの日か、、、フランスに行きたい、会社を退職したい、可愛い彼女を作りたいというような根源的欲求は誰もがもっています。

そのことを十分に理解した上で直接伝えることが、売り込み臭を消し、語りかけることができるのがこのテンプレートです。

例)

- ・いつかは独立し会社を興したいと思っている人へ
- ・いつか、仕事をやめ自由な生活をしたいと考えているあなたへ
- ・いつかは田舎でのんびり暮らしたいと思っている人へ

⑧挑発的な質問

読み手を試すかのような挑発的な質問をするテンプレートです。キャッチコピーの役目は次の文を読んでもらうこと。挑発的な質問で読み手の感情を揺さぶり、本文に引き込みことができます。

もしあなたが、新車を買おうと思っている時に、「あなたは新車購入でこのように騙されていませんか？」などと言われたら、、、気になるでしょう。

そして、何が騙されているのか？という真相を見つけ出し一刻も早く解決したいと思うはずです。

ただし、誰もがそう思っている質問をしてはいけません。例えば、「あなたは1000万稼ぐ勇気がありますか？」など。**簡単に「はい。もちろん。YES」と答えられる質問はしないようにしてください。**

例)

- ・あなたは新車購入でこのように騙されていませんか？
- ・あなたはこんなAGA初期症状がでていませんか？
- ・あなたの子供はこんな言葉使いの間違いをしていませんか？

⑨フラグをたてる

ビジネスをしている人は誰でも理想とするお客さんがいると思います。**フラグをたてるというのは理想とするお客さんを明確し、前に出てきてもらうこと。**

⑤のダイレクトな呼びかけのターゲットを特定すると少し似ているのですが、ここでは理想とするお客さんを特定するので、やや自分目線です。

例)

- ・もしあなたが年収1000万円以上の社長なら税金を大幅に節約できます。

⑩〇〇方法 (2ベネフィット)

「方法」はよく見かける言葉であり、単純明快です。多くの方が使っているので効果がないと思われるかもしれませんが、そんなことはありません。

キャッチコピーの型の中でも1番説得力があり、効果を発揮するものです。

このテンプレートの特徴はベネフィットが2つあること。ベネフィットとは得られるメリットのことです。「ベネフィット」を手に入れて「ベネフィット」になる方法という公式に穴埋め式で書けば、簡単にキャッチコピーを作成することができます。

Copyright©2022ゼロイチ株式会社 複製禁止・無断掲載禁止

1つ目のベネフィットを手に入れなければ2つ目のベネフィットを手に入れることはできないということを少なからず暗示させてください。

例)

- ・ コミュニケーション力を上げて女性にモテる方法
- ・ 考え方を換え人生を180度好転させる方法
- ・ セールスコピーライティングのスキルを磨き会社の売上・集客アップに貢献する方法

⑪矛盾

一般的に多くの人々が常識だと信じ込んでいることとは逆のことをいうと、好奇心をかき立てることができます。

多くの人々はできるなら楽をして、何かを手に入れたいと思っていますが、それと同時にそんなことは不可能だとも理解しています。

「バカでも年収1000万」と書いてあると、読み手の潜在的な願望である、つまり「楽しんでお金だけ欲しい」という欲求を刺激することができます。

一般常識と逆の考えである「矛盾」をスルーすることは難しいのです。

例)

- ・ バカでも年収1000万
- ・ 勉強しないで東大受験に合格するには？
- ・ 薬をまったく使わないガン治療

⑫〇つ（数字）の悩み・疑問の解決

「よくある3つのビジネスでの悩み・・・あなたはどれを解決したいですか？」と言われたら、まずどんな悩みがあるのか？が気になり、その解決法が書かれていると暗示されることになります。

読み手は問題・悩みの明確化（発見）とその解決法を知れるので、一石二鳥得られることになるので、本文を読んで貰える確率が高くなるのです。

例)

- ・よくある3つのビジネスでの悩み・・・あなたはどれを解決したいですか？
- ・痩せれない3つの生活習慣・・・あなたはどれを改善したいですか？
- ・3つの不労収入・・・あなたはどれを選択し成功しますか？（変則型）

⑬警告

見込み客がしようとしていることをしてはいけないと警告するテンプレートになります。

「え？みんなやってるけど、、、なぜダメなんだ？」と注意を引くことができます。

市場（マーケット）や分野にもよりますが、見込み客が抱えている問題を解決するような商品・サービスのキャッチコピーに効果を発揮します。

例)

- ・警告！これを読む前に、副業をしようと考えてはいけません。ほとんどのインターネットビジネスは怪しいと飽き飽きしている方へ

⑭外国

日本ではない外国で秘密にされたてきた方法や流行りや情報は知りたくなるものです。日本人は特に、、、アメリカやヨーロッパのものに異常なほど反応する。NY発ファッションブランドやハリウッドセレブの間で流行っているドリンクやパリジャンヌに人気のお菓子など。

商品・サービスに少しでも外国の要素を取り入れられるならキャッチコピー（見出し）に付け加えてみてください。

例)

- ・米国マーケッターが教える最新SNS集客法

- ・ヨガの聖地インド人が教える正しいポーズ
- ・韓国式腰痛が和らぐ秘密

⑮知っておくべき事

このテンプレートの1番の特徴は何かのコラムと思われることになります。つまり何か売り込みが始まるようなセールスメッセージだと思われたいということ。

広告などの売り込む気マンマンのメッセージはうんざりしている方もいますが、コラムや記事などのコンテンツは読んでくれる確率が高くなります。

自分にとって有益な情報はお金を払ってでも知りたくなるのです。何かの分野で知っておくべき事と言われたら無視できないのが人間です。

例)

- ・セールスコピーライティングについて誰もが知っておくべき事
- ・マーケティングについて誰もが知っておくべき事
- ・結婚について誰もが知っておくべき事

⑯挑戦的な質問

⑧挑発的な質問ではなく、「挑戦に」なります。このテンプレートでは、胡散臭さがなくなったり、「俺だってやってやる！」という読み手の感情を揺さぶることができます。

例えば、「不動産オーナーで不労所得を得る方法」とストレートに得られることを伝えた場合よりも「あなたは仕事をしないで不労所得をもらう勇氣はありますか？」と言われたらどうですか？

例)

- ・あなたはセールスコピーライターになる勇氣はありますか？
- ・あなたは転職する勇氣はありますか？

- ・あなたは望む未来を手に入れる勇氣はありますか？

⑰気付かせる

昔の僕は、「俺は絶対に成功する！絶対に成功できる！」とどこかで思っていました。ただ何をしたら良いのか？自分にできることは何なのか？ということが分からず、周りからは虚勢を張っている残念なヤツでしかありませんでした。

昔の僕のような人だけでなく、**自分の能力を最大限伸ばしたいという欲求をもっている人は多いです。**それを見つけたくてウズウズしている人も多くいます。それに気付かせてあげるテンプレートがこれです。

例)

- ・何千人もの人がこのスキルを持っています。その事実を知らないまま・・・

⑱権威者の問題解決法

弁護士や医者、先生などの世の中で「凄い」と言われる人が密かにやっていることを知りたいと思いませんか？それが自分が抱えている問題とリンクすれば尚更です。

多くの人の尊敬を集める人格者の秘密はなんでも良いから知りたくなるんです。

それがこのテンプレートになります。権威者のちからを存分に引き出してあげてください。権威者が困った時にすることは間違いないと思うので好奇心が刺激されるのです。

例)

- ・医者が風邪を引いた時、まずするのがこれです。
- ・イチローがスランプに陥った時、するのがこれです。
- ・トップモデルが食べすぎた時に、するのがこれです。

⑱ 疑う

読み手は疑いの目から入ることは何度もお伝えしました。このテンプレートは書き手側が読み手の気持ちになり、それを代弁してあげるものになります。

読み手が思っているであろうことを先に伝えることで信憑性を高めることができます。

例)

- ・信じられないかもしれませんが、資金がなくてもビジネスをスタートできるのです！
- ・ありえないのは、パソコン音痴でもネットで安定的に毎月10万円を稼ぐことができます。
- ・嘘だと思うのも当然です。運動なしで3ヶ月でマイナス15キロ減なんて、

⑳ 本文に答えがあることを伝える

読み手が知りたいことが本文にあるということをキャッチコピー（見出し）で伝えるテンプレートになります。

暗示させるのではなく、ストレートにこれを読めば答えが載っていますよ。というやつ。何度かお伝えしていますが、キャッチコピー（見出し）は本文を読まずことが目的なのです。

例)

- ・2017年不動産投資で最大のチャンスとは？この下にある答えにあなたはきっと驚くことでしょう・・・

㉑ あなたも手に入ませんか？

読み手目線からすると、他の大勢の人は知っているが、自分だけ知らないことになります。ブレイクしだした芸能人やお笑い芸人のギャグを知らなかったりすると、情けない気持ちになる心理に似ています。

他の人は知っているが自分だけ知らないことは知りたくなるのです。

例)

- ・あなたも赤ちゃんみたいなプルプル肌を手に入れたくありませんか？
- ・あなたもプラス3万円給料が多ければいいのと思いませんか？
- ・あなたもモデルのようなスレンダー美女を連れて歩きたいと思いませんか？

②2倍、3倍保証

保証が強ければ、試してみようという気になります。それだけ自信があるのであれば大丈夫だろう。こんなこと言っている会社は無いから間違いない。このように信頼が上昇されるのです。

そもそも商品・サービスは自信がなければ販売できません。その自信をキャッチコピー（見出し）で伝えます。

例)

- ・私が作るハンバーグがあなたの人生最高の味じゃなければ代金の2倍、いや・・・3倍のお金を返します。

③理由

こんな風になんか言われたことありませんか？「なんで？」「その理由は？」とか。言われる方は少しムカッとくるのですが、人は理由が大好きです。

なぜそれをするのか？ということ正当化したいのです。最近太ってきたからダイエットしているなんて、どこかしらで言われています。

そして理由を言われると、納得してしまいます。

例)

- ・これが、今すぐあなたがジョギングをやめるべき3つの大きな理由です。

まとめ

僕のSwipeファイルから23個のキャッチコピー（見出し）テンプレートをシェアしました。いかがでしたでしょうか？

これを参考にすれば、書けない、、反応がいまいち、、どうすれば良いか分からない、、というような不安を払拭できるはずです。

この23個のテンプレートを見ながら自分の商品・サービスのキャッチコピー（見出し）を書いてみてください。

1個ではなく、何個も書くことが大切です。そうすることで自分オリジナルのキャッチコピー（見出し）を見つけられるでしょう。

甘く見ることはしないでください。

キャッチコピー（見出し）を変更しただけで反応率を数倍にすることも夢物語ではなくなりますから。