

集客を成功させるもう一つの秘密

行動喚起コンテンツ作成 6 ステップ

松村です。

もし、あなたが作ったコンテンツを手に入れた人が、ただ内容を読んだだけで何も行動しなかったらどうでしょうか？

恐らく、1日、2日で学んだ内容を忘れてしまい、せっかく学んだ時間が意味のないものになります。

これは「学び」とは言いません。

あなたのコンテンツは、学んだ人を成長させ人生を変えるものかもしれません。

でも、それは「行動したら」の話です。

なので、コンテンツには絶対に「相手を行動させる」要素が入っている必要があります。

この「行動喚起メソッド」は、人間の4つの「学習タイプ」の特徴を活かしてコンテンツを作り

『相手を行動させてしまう』事を可能にします。

行動させることで、あなたのコンテンツは最大限の効果を発揮します。

コンテンツを読んで（見て・聞いて）くれた人の人生を変えてしまうことだってあり得ます。

つまり、価値がものすごく高いコンテンツになるということです。

逆に、悪用すると大変なことになるぐらい強力なものですので、必ず見る人を良い方向に導くためだけにお使いください。**悪用厳禁**です。

では、本題に入っていきます。

「行動喚起コンテンツ作成」は6ステップで行います。

最初は基本通りにやってもらった方が良いですが、慣れてくると自分流に応用して、色々なバリエーションで作れるようになります。

[ステップ1]

まずは、「つかみ」です。

最初に「つかみ」を使って、読む人を惹き付けると、最後まで集中して読み続けられることができます。

必要な要素は「相手が興味を持っていること」です。

興味を持っていないことでも注意を引くことは出来ませんが、ちょっと高度になります。

まずは、一番効果の高い「相手の興味に合わせたつかみ」をしましょう。

ニュースやトレンドを入れたり、ドキッとさせる質問で始めたり、逆説的なことを言うのが効果的です。

例えば、

「知ってますか？コンテンツ作りに正しさは逆効果ですよ!？」

といった始め方です。

[ステップ2]

次に、人間の「学習タイプ」の1つ目「なぜタイプ」に合わせた文章を書きます。

なぜ「なぜタイプ」からかというと、日本人にはこの「なぜタイプ」の特徴を持った人が多いからです。

コンテンツは、後ろになればなるほど離脱して読まれなくなります。

なので、最初に人数が多い「なぜタイプ」に響く文章を書くわけです。

具体的に言うと、「なぜこのコンテンツを見る必要があるのか?」「このコンテンツはなぜ自分にとって良いものなのか?」に答える文章を書きます。

コンテンツを実施した際のビフォーアフター、つまり「もたらず変化、効果・効能」を表現するのです。

ここで、「すごいな!」と思わせれば続きを全部読みたくなります。

例えば、

「あなたの今の月収が0だとしても、このコンテンツの方法を一部取り入れて実行しただけで、来月からは月収40万円を安定的に得られるようになります」

といった感じです。

[ステップ3]

そして次に、人間の「学習タイプ」の2つ目「なにタイプ」に合わせた文章を書きます。

「なにタイプ」も日本人には結構多いタイプです。

ステップ2で提示された「効果・効能」を見て、「すごいな～、でもそれって本当か？」という疑惑の念が生まれます。

効果がスゴければスゴいほど胡散臭くなります。これを払拭しなければなりません。

その方法論が「本当だ」と思ってもらえるような証拠を提示します。

証拠が提示できればあなたのコンテンツの信憑性が増すので、そのあと話していくことを安心して読み続けてもらえます。

ここで提示する証拠が公的なものであれば、興味性に安心がプラスされ、コンテンツの信頼性が一気に向上します。

また、「あなたがそのコンテンツの話を出来る理由」を示すため、実際の経験・実績を出来るだけ多く乗せられると、さらに信頼性はアップします。

多くの日本人は、スゴいだけでは動かず、信じられる人が言っていることで動くからです。

[ステップ4]

そして、ここまで来てやっと、本題である方法論の具体的なステップを話します。

日本の学校教育では、いきなりここから話す先生が多いです。

授業が始まると「はい、今日は××について学びます。教科書XXページ開いて～、はい読みましょう～」といった感じで、

これでは何の興味も抱かけ、「あ～面倒くさいなあ」となります。

もったいないですよ？

モノゴトには準備が必要で、それはコンテンツを伝えるときも一緒です。

脳にインプットさせ、行動を促すまでの頭と五感の準備が必要なのです。

ということで、準備がしっかりと出来たら、「どうするタイプ」の話をします。

この段階で、行動する方法のイメージが明確に読み手（聞き手）に生まれます。

[ステップ5]

そして、4つのタイプの最後「今すぐタイプ」の話をします。

日本人にはこの「今すぐタイプ」は少数派ですが、直感で動くタイプの人はこの傾向があります。

また、ここまでキチンと読んできた人は、「やりたい」という気持ちが高まっているので、背中を押してあげます。

人は、いつでもOKな事に関しては優先度を下げてしまいます。

なので、「今すぐやりましょう！」「今が一番良いタイミングです！」と行動を促す必要があります。

やる理由、言っていることの確かさ、具体的なステップが明確になっていれば、あとは「さあ、一緒に始めましょう！」と背中をポンッと押してあげるだけで、人は行動し始めます。

[ステップ6]

最後の仕上げです。

ステップ5までで、対象のほとんどの人は行動へと向かいますが、人によっては恐怖が出る場合があります。

人は、「変わりたい、けど変わりたくない」生き物なのです。

行動喚起により、この「変わりたくない」を弱めることができますが、もう一押しする方法があります。

それは、「感動のエンディング」です。

ステップ5で、割と強めに「今すぐやりましょう！」と言われて、行動するのに躊躇してしまう人には、かなり効果的です。

最後は、短期的なものではなく、もっと長期的で大きめのビジョンを語ります。

ここでも、ビフォーアフターが有効ですが、最初とは違い自分のビフォーアフターを語ります。

昔が酷ければ酷いほど、コンテンツで説明した方法で上手くいった今が引き立ちます。

そして、その成功を自分だけのものにするのではなく、家族や周りの人、そして地域、日本、世界と広げていきます。

最初から「世界平和」とか言ってはいけません。嘘くさいですから。

まずは自分が成功し幸せになり、それを周りに少しずつ広め、最後には世界を平和にしたいというビジョン、コレが響きます。

人を感動させるプレゼンの構成も、大体こんな感じになっていますので、YouTubeなどを検索して探してみてください。

以上、6ステップで相手を動かす「行動喚起コンテンツ」の作り方でした。

これを知って作っている人は、文章だけでかなり稼いでいる人です。

私も、この方法を、次から次へと億を稼ぐコピーライターに教わりました。

それまでの私は、数百万円を色々な教材に注ぎ込んで、ほとんど成果を上げられずまた次の教材を買うといったノウハウコレクターから、

自分に必要な情報をピンポイントで活用して、得たい成果に繋がられるようになったのは、
こういった「基本なのに誰も教えてくれないこと」を教わり、シンプルに実行したからです。

ぜひ、あなたもこの「行動喚起コンテンツ作り」を活用して、どんどん成果を上げられる人になってください。

そして、その経験を周りに伝え、多くの人を救ってあげてください。

もし、ビジネス構築上のコンテンツ作成や、集客&売上アップについてのご質問などありましたら、コチラまでお問い合わせください。

→contact@enjoy-professional.net

しくみ化の専門家
WEB集客アドバイザー
松村やすひさ

contact@enjoy-professional.net