



【著作権について】

本レポート及びソフトウェアは著作権法で保護されている著作物です。下記の点にご注意戴きご利用下さい。

▼本レポートの著作権は三矢悠人に属します。

著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

このレポートの開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。このレポートは秘匿性が高いものであるため、著作権者の許可なく、この商材の全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、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。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

▼著作権者のクエスティブの許可を得ずに、本レポートの全部や一部を、印刷物、PDF、電子データ、ビデオ、インターネットなど、どの場合の伝達手段によっても複製、転載する事を禁じます。

▼本レポート(PDF ファイル、またはPDF ファイルを印刷したもの)を開封、または印刷する事により、あなたは、私、クエスティブと、以下の契約に同意したとみなします。契約に同意できない場合は、クエスティブにその旨を通知し、本レポートの返却と削除を求めます。

■一般公開の禁止

本レポートを、あらゆる出版、メディア、インターネットで配信、複製、一般公開、販売をする事を禁じます

ブログからモノが売れる心理学

はじめまして、三矢と申します。

私は、一昨年「[アメあふい☆パーフェクトエディション](#)」というアメーバブログを利用したブランディングアフィリエイトノウハウを販売させていただきました。

アフィリエイトの皆さまにも、良い評価をしていただきまして、たくさんのお客様さんにご紹介いただき、おかげさまでインフォトップアフィリエイト部門 24 時間売り上げランキングにおいても 1 位にさせていただきました。そして、トータルで 1,000 名を越す方に手にしていただいております。

なにより、嬉しいのは、たくさんのお客様から、実績報告や、その他、感謝のメールをいただけたことです。

嬉しさいっぱい感謝感激です。
本当に、ありがとうございます m(_ _)m

と言いましても、すべてにおいて満足しているわけではありません。

アメあふいで、たくさんのお客様診断をさせていただき、実践者のみなさんのリアルな悩みも聞く事ができました。

アメあふい実践者さまが、もっとも悩んでみえたのが、『どのように商品を薦めたらよいか、分らない・・・』ということでした。

見込み客が、どのような心理になった時に、あなたに共感し、あなたから商品を購入したくなるのか、ということは理解できても、いざ商品を薦めるといふ段階になると、切り出し方が分らないということでした。

アメあふいのマニュアルどおり進めていけば、記事作成もアクセスアップも簡単にできるのですが、肝心のアフィリエイトする段階になると、どうしても悩んで、手が止まってしまうようでした。

ブログでずっと稼ぐ方法

(c)copyright 2011 [シナリオアフィリエイト](#) All Rights reserved.

そして私は、その方たちのブログ診断をさせていただき、ほとんど方が同じ間違いをしていることが分りました。

それは、**一生懸命に売ろうとしていることでした。**

「この商品いいから、ぜひ買ってください」と売り込みをしているのです。
売ろうとするから、売れないのです。

モノを売るには「欲しいと思わせること」です。

そうすれば、売り込まなくても商品は勝手に売れていきます。
なぜなら、売り込みされていないからです。

見込み客は、自分の判断で納得し、購入するのです。
もちろんそれまでには、信用できるあなたが、情報発信してきたからなのですが・・・。

だから、売れるのです。

このレポートは、「人がブログでモノを買う心理学」を理解してすべてのアフィリエイトに活用していただくためのものです。

もしかしたら、あなたは、すでに感じているかもしれません。

SEOとかアクセスアップとか、いわゆる表面的なテクニックだけではどうにもならないことを・・・。

人が商品を購入する基準は検索エンジン順位ではありません。(単なるいち要素に過ぎません。)
また、**商品を購入するのはあなたと同じ血の通った“人間”**なのです。

見込み客の心理を無視したような自分よがりな情報ばかりで塗り固められたコンテンツでは、立ち止まってはくれないのです。

特に、私たち個人が発信するメディアでは、既存の一般情報よりも、あなたの経験と体験というフィルターを通した“あなたの知識”を伝えるように心がけることです。

ソーシャルメディアが注目されています。

これなどは、間違いなくネットユーザーのニーズが“情報”から“価値観(個人の知識)”に変わってきている証拠なのです。

今まで情報の横流しをしてきた、いわゆる“とは?コンテンツ”の価値は下がり、あなた(個人)が発信する知識や価値観こそが、ネットユーザーにもっとも求められるコンテンツなのです。

だからこそ、**個人ブログ(ソーシャルメディア)の時代なのです!**

今まで、ブログで何を基準にして記事を書いていったらよいか、悩んできた方には間違いなく大きなヒントになることと思います。

そして、時代は変わってきています。(←ここを感じ取ってください。)

現在の検索エンジンでは、ほぼ 100%の情報を得ることができる時代です。

それでも、まだあなたはネット上に転がっている情報の横流しだけでモノを売ろうとしますか?

ネットユーザーが検索エンジンとともに進化しているのに気づかなければなりません。

そのネットユーザーが求めているコンテンツはどんなものなのか?

本当に分っていますか?

このレポートでは、次世代ソーシャルメディアアフィリエイト戦略“[シナリエイト](#)”を理解するための重要なポイントをまとめてみました。

私は、ビジネスはすべて“感情”に繋がっていると思っています。

あなたの、アフィリエイトは感情が見えますか？

シナリエイトは、“人がモノを買う行動心理”に基づき、読者に感動と勇気と希望を持ってもらえるようなシナリオでアフィリエイトしていく方法を紹介しております。

そこには、難しいテクニックなどいません。
必要なのは、“あなた”なのです。

詳しくはこちら⇒ [創造アフィリ・シナリエイト](#)

ブログからモノが売れる心理学

■人間の行動心理を知る

商品を買うという意識が強いと、どうしても記事にそれが現れてしまいます。
人は、売り込みを本能的に拒みます。
それは、「買わされる」「騙される」という心理が生まれるからです。

自分の意思で、じっくりと購入を決めたいのです。(決めたいと思いたいのです。)
ショップに入った瞬間に、まわり付いてくる店員をどう感じるでしょうか？

大抵の場合は、うざいと感じると思います。
「いちいち好みを説明したりするのが面倒だし、ひとりでじっくり時間をかけて選びたいんです・・・」
こう感じる人は多いと思います。

そして、購入するモノにもよりますが、商品を決める際には様々な思惑があつたりします。
そこには店員に言えないかなりプライベートな事情も含まれているかもしれません。

そんな気持ちをすべて酌んでくれることなど、恋人でさえあり得ないわけです(笑)
だから、買い物は時間をかけて、じっくりと選びたいからひとりで行く。という人は少なくありません。

私は、昔はよく嫁の買い物に付き合いました。(つき合わされました。)
そこで、はっきりしたのが、まったくペースが合わないことでした。

私は、もともとせっかちな性格で、まして買い物を楽しむとすることが分らない人間でしたので、
いいものが見つかった時点で、「即買い」なわけです。

しかし、嫁は違います。

いいものが見つかったら、一時保留するわけです。
そして、次の店に行って、物色するのです。

最終的に、それらすべてを比較して、一番条件の良いところで買うという、なんとも面倒な行動をとるのです。

私にしたら、とてもストレスのたまる行動なのですが、嫁はそれが楽しいのです。
理解できなくもないのですが、それがいくら得だからと言われても、私的には楽しくないわけです。

ですが、こういった自分と違った行動を楽しむ人間が存在することも知っておくべきです。
これは、ネットでモノを購入する時も全く同じことが言えると思います。

ネットであれば、この不精な私でも多少は色んなサイトをみたりして、条件を選んだりします。
嫁であれば、当然私の何倍も時間をかけると思います。

つまり、モノを買う時は、それくらい不確定な要素をいくつも持ちながら、選んでいるということです。
なので、時には衝動買いもするわけです。

嫁は、めったにしないようですが、私の衝動買いは激しいです。
この衝動買いについて、考えてみると、アフィリエイトのヒントが見えてきます。

衝動買いとは？と調べてみるとこうありました。

将来の金策、本当に必要か、実用性などを全く忘れて、**一時の欲望だけで買い物をしてしまうこと。**

では、なぜ一瞬のうちに冷静な判断力まで失わせ、高価なものを買ってしまうのでしょうか？

ブログからモノが売れる心理学

私は、23歳くらいの時にこんなものを衝動買いしてしまいました。
当時、確か198,000円くらいだったと思います。の8掛けなので、実際16万くらいです。

↓

↓

↓



名古屋の伏見の広小路通り沿いにある、ヤマハのショーウィンドウに、このギターが飾られていました。この時のことは今でも鮮明に覚えています。

当時、付き合っていた彼女が、そのヤマハ近辺で仕事をしていたので、待ち合わせをしていました。夕方の6時くらいでした。時間があつたので、ふらっとヤマハに立ち寄ってみたのです。

そこで、このギターにめぐり会ってしまったのです。
ショーウィンドウに飾られていたこのギターを見た瞬間、当時バリバリのバンドマンだった僕を、完全に釘付けになってしまったのです。

その時の衝撃は今でも忘れられません。
なぜ、そこまで僕をトリコにしてしまったのか……。

ブログでずっと稼ぐ方法

(c)copyright 2011 [シナリオアフィリエイト](#) All Rights reserved.

ブログからモノが売れる心理学

専門的な話をしますと、この Gibson のレス・ポール Jr DC Tv というギターは、実に使いにくいギターでして、決して僕が当時望んでいる音色をだしてくれるギターではありませんでした。

それは、以前より知っていました。

ただ、ひとつ、僕を衝動買いに走らせたのは、この男の存在でした。

そうです。 ローリングストーンズのキースリチャーズです。

彼が、ほんの一時期でしたが使用していたのが、この DC TV だったのです。



1990年のストーンズの東京ドーム初来日公演を、わざわざ名古屋から2日間も観に行ってしまったくらい憧れていたギタリストでした。

今思えば、こんな、マニアックなギターが、なぜヤマハのショーウィンドウに飾られていたのか、かなり謎なのですが、もちろん、その時はそんなことなど思うはずもなく、ただただ感動して、運命的な出会いだと勝手に思い込み、しばらくギターの前で見とれていましたね(笑)

もう、完全にヤラれてしまいました。

彼女と会っても、心ここにあらず状態だったと思います。(記憶にはありませんが・・・)

そして、興奮覚めやらぬ僕は、その夜布団に入りながらこう思ったのです。

『早くしないと、誰かに買われてしまう!!』(ここは、はっきり覚えています。爆)

はい、もうこの時点で買うと決めていたのです(笑)

ブログでずっと思方法

(c)copyright 2011 [シナリオアフィリエイト](#) All Rights reserved.

恥ずかしい話ですが、当時の僕は、電気やガスも普通に止められたり、家賃を何ヶ月も滞納するくらいの超ビンボーでした。

デビューを夢見て、仕事もろくせずにバンド中心の生活を送る、典型的なバンドマンスタイルを貫き通す僕には、当然、DC Tv など手の出せる代物ではありませんでした。

が。。。もう決めていたのです。
買うしかない。と・・・。

それから、2～3 日後だったと思います。
16 万円のローンを組んでしまったのです。
ローンの審査が通るかが、かなり気がかりだったことを思い出します。

もう、完全に有頂天です。
「ローン?なおもん、日雇いの仕事を、月に 2 回増やせば払っていけるじゃん。余裕だね～♪」
こんな感じですよ(笑)

若いって素晴らしいですね。

ついに手にした DC Tv を大事に抱え、地下鉄に乗り込んだ僕は、ライブでこのギターを弾いている自分の姿を想像しながらにやけていたはずです。

もう、そこには妄想しかありませんでした。

・・・。

と今、当時のことを思い返してみました。
おそらく、これが衝動買いの典型的なパターンではないかと思います。

実は、この僕の昔話には、アフィリエイトのヒントがいっぱい隠されています。
なぜ、僕が16万もする高価なギターを一瞬のうちに買うと決めたのか？

僕が、馬鹿だから？

それもあります(笑)

でも、こんな馬鹿者たちはいっぱい居るはずですよ。間違いなく。。。きっと・・・。

つまり、このギターには、このとき僕が抱えていた欲求を、満たしてくれるかもしれない要素が、いっぱい詰まっていたのだと思います。僕にはDC Tvはそう映ったのです。

そして一瞬のうちに、激しく、妄想させられたのです。

つまり、この妄想が、僕の判断力を麻痺させてしまったのです。

これが、衝動買いをさせるカラクリなわけです。

例えば、ギャンブル依存症も、この衝動的行動によって起こされるのではないのでしょうか。

一瞬のうちに大金を手にして、激しい精神的な高揚に囚われ、その時の快感が忘れられずに、負けを繰り返し借金をしても、「これが当れば、一瞬にして借金もチャラにできると！」と安易な思考で借金を繰り返したりするうちに、冷静な判断ができなくなってしまう、感覚的に同じですね。

人を行動(購入)させるには、想像(妄想)させることです。

人は、想像して心が動かされます。

つまり、心が動いたから共感したり感動したりするわけです。

そして、その結果が、購入と言う行動を起こすのです。

成果が出ずに悩んでみえる方のブログの多くは、感情が見えません(想像ができません)。

『人がどういう時に行動(購入)を起こすのか』

この部分がきちんと理解できていれば、売り方が分からないとか、薦め方に悩むことはないのです。何事にも順序があります。

いきなり、ただの売り込みサイトを見せられても、よほどドンピシャな人でない限り、そのサイトからはモノを買いません。まずは、売ることを忘れ、感情に訴えかけ、共感(感動)を与えることに集中してみることです。

いきなり初対面の人に、『あなたのことが好きです。付き合ってください!!』と言ってみたとことで、気持ち悪がられるのがオチです。

まずは、あなたを知ってもらうことからですね。

そして、『あの人、気になる・・・』⇒『あの人のこと、好きかも・・・』と、なるわけです。

魅力的な記事とは、感情の流れに沿った情景の浮かぶ(想像させる)記事です。

そして、本当にその商品が欲しくなれば、売り込みなどしなくても、勝手に理由付けして購入してしまうのです。(ギターの話だと「早く買わないと、誰かに買われてしまう・・・。」ってやつです。)

表現が適切ではないのかもしれませんが、見込み客の感情を自由にコントロールできるような記事が書けるようになれば、簡単に売れるようになると思いませんか？

では、見込み客の感情をどのようにコントロールして行けばよいのでしょうか？

感情をコントロールするのに絶対に必要なこと。

それは、感情を知り、感情を誘導することです。

つまり、どんな感情を持った人(ターゲット)に、どういう過程(シナリオ)で、どういったところ(アフィリエイト商品)に誘導するのか。

これを、意図的に記事にして作りこむわけです。

ちょっと難しくなってしまったので、先ほどのギターの話为例に、私の心理状況をフォーカスして考えてみます。

【感情を知る】

バンド(ギタリスト)で飯を食っていこうと思っていた。

⇒カッコいいギタリストになりたいという欲求を持っていた。

⇒カッコいいギタリストになるためのアンテナを、常に張っていた。



キースリチャーズ



カッコいいギタリストアンテナ

そこで、偶然に憧れていたキースリチャーズが使用していたギターがアンテナに引っかかってきた
そして、妄想のスイッチが入る。⇒衝動買い

さて、ここで考えていただきたいのは、当時の私は、キースリチャーズに憧れてはいましたが、常に彼を追っかけていたわけでも、彼みたいになりたいと強く思っていたというわけでもありません。

ただ、漠然と「キースってカッコいいなあ、あんな存在感あるギタリストになれたらいいなあ」といった、アバウトな感覚でしかありません。

私があの時、ヤマハに行かなければ、Gibsonレス・ポール Jr DC Tvの存在を、思い出すこともありませんでしたし、もちろん欲しいという欲求さえも生まれていなかったと思います。

つまり、あのギターは、「あなたは、ローリングストーンズが好きで、キースリチャーズのギタープレイも好きで、憧れていましたよね?」ということ、私に思い出(想像)させてくれたのです。

「欲求に気づかせてあげること」これはアフィリエイトに限らず、ビジネスではとても重要なことです。



カッコいいギタリストアンテナ

私はメルマガでいつも、**人間の欲求として広く関連付けること**を考えてアフィリエイトしてください。とお伝えしています。

例)ダイエット

「そもそもダイエットしたい人ってどんな人？」

「ダイエットしてきれいになりたい人」、「ダイエットして健康になりたい人」などが考えられます。

そこで「ダイエットできれいになりたい人」をターゲットにするのであれば、ネイルアートやスキンケアにも興味あると考えられるわけです。

仮に関心が無かったとしても、『きれいになるには、ネイルアートも重要だよ。』と気づかせて(想像させて)あげることができるわけです。



私たち人間は、常にすべての欲求に気づいているわけではありません。
このことは、自分のことを振り返っていただければ、納得がいくかと思えます。

つまり、“売れる文章”とは、**訪問者が気づいていない欲求や悩みに気づかせる文章なのです。**

このように、いつも見込み客の一步前をいき、感情を先導していくことで、信用やブランディングも生まれます。(あおりとか売り込みのことではありません。)

今、私がお話したことは、全部が「感情(の流れ)」の部分です。

記事の具体的な書き方ではなく、どこをポイントにおいた記事にするのか？
この部分をお伝えしております。

繰り返します。「感情を知り」、「感情を誘導」することです。

この商品をアフィリエイトしたいのだけど・・・

【感情を知る】

この商品を欲しがっている人はどんな人？(ターゲティング)
その人は、どんな感情を持っているのか？

【感情の誘導】

その人の背景を考え、アフィリエイト商品はスムーズに誘導するためのストーリーを組み立てる

このように、あらかじめあらすじ(心理誘導の経路)を考え、ブログを構成していくのです。
『その商品は私の欲求を満たすために絶対に必要だ。』と言うような道筋をつける記事を書いていくのです。

いいですか？

感情に訴える記事です。
心を動かす記事です。

感情に訴えるもっとも有効な方法は想像させることです。

では、想像させるには？

ストーリーを語ることです。

理屈ばかりの無表情な文章では、人は行動を起こしません。

ワクワク

喜び

快樂

悲しみ

怒り

憎しみ

苦しみ

笑い

など、感情を現すような表情豊かな、暖かみのある文章です。
これが、心に響く文章なのです。

アフィリエイト記事を商品をしていねいに説明をする記事だと誤解されている方がみえます。
それは、誤解です。

特に個人が発する情報(ブログなど)は、感情的だからこそ価値があるのです。
感情的だからこそ、心に響くのです。

当たり障りのない個人が発信する情報などもはや価値はないのです。

シナリオアフィリエイトの全貌

シナリオアフィリエイトとは、主人公が抱える悩みや問題を解決していく過程を、ブログでドラマティックに展開させ、同じ悩みを持った読者に勇気と感動、そして悩みの解決法を提案するシナリオを創ってアフィリエイトする方法です。

例えば、テレビドラマを思い浮かべてみてください。
通常、1クール3ヶ月12回ですよね。

そこには毎回様々なドラマ(ストーリー)が展開していきます。
その間に、私たち視聴者は、想像させられたり感動したりするわけです。

この感動や共感が多ければ多いほど、心が動かされ、「面白い」と感じ、「もっと次が観たい!」となるわけです。この感覚は漫画でも同じですよ。

そして、いつもいいところで(ある事件(展開)が起きた時に)「続きは次回…」となるわけです(笑)
これも、次回を観させるための演出なわけです。

こういった手法で読み手の心をぐっと掴むことが上手なメルマガをたまに見かけます。
想像させるだけさせておいて、肝心のリンクは次回に…と。

または、さわりの部分を少しだけ紹介して、「続きは編集後記にて」とか。
とにかく、彼らは読者の心を惹き付けることを常に意識しています。

さわりの部分に強烈に惹かれるのであれば、いくらこれが最後まで読ませるための戦略だと分っていたとしても悪い気はしないと思います。← **ここポイントです**

つまり、誘導されていると分っていながらも、ついそれに乗っかってしまう。この心理です!

【例】

『きっと、高い商品を薦められるんだろうな。。
でも、この人、信用できるし、一応最後まで聞いてみるか・・・』

ほら、きたぞ！
売り込みだ！

●●●円です。

・・・

えっ、思ったより高くないじゃん。
この値段なら、買ってもすぐにもとがとれそうだ。
彼の個別サポートも受けられるっていうし・・・』

実は、ここには更に、人間心理を使ったテクニックが隠されています。

さぞかし高いだろうな、と想像させておいて、実際には思ったほどの金額ではなかった場合、人は、買うはずではなかったものまで、買ってしまう場合がよくあります。

あなた自身のことを思い浮かべてみてください。

『また、テンプレートが発売されたよ。
まあ、俺今のところメルマガアフィリエイト主体だから、テンプレートって要らないんだよな。
でも、今回のテンプレはデザインもきれいで、SEOにも強く、なんていっても 5,000 円！
とりあえず、買っておこう。』

テンプレートって、そんなに安くはないというイメージを持っていると、想像以上に安いと今は必要なくても買っておこうかという心理が生まれます。

そこで巧者は、あえて最初に高いものを紹介しておいて、その商品価値を上げておきます。

そして、クロージングにおいて、見込み客の想像を超えるような低価格で同等の性能をもったものを紹介します。

見込み客にしたら「安い!」と思うわけです。
でも、実のところは、安いと思わされただけで、正当な価格だったりするのです。

こんなことは、日々の生活の中でもいたるところにあります。
そのことにいちいち気づいてもないくらいに普通に仕組みられていたりするのです。

しっかりと実績を残されている方は、こういった人間心理を利用することが絶妙です。
今お話したことなどは、いちテクニックに過ぎませんが、このように常に見込み客の心理を見抜くところに注力することで、色んな戦略が生まれてきます。

話がずれましたが、つまりブログで共感ストーリーを意図的に展開して、落としどころをアフィリエイト商品に持っていくシナリオを作るわけです。

共感ストーリー

先ほどから、繰り返しお伝えしておりますが、共感(感動)させるには、ブログ(記事)にストーリー性を持たせ想像させることです。

ストーリー性を持たせ想像させるために絶対に不可欠な要素があります。

それは、主人公(ターゲット)を明確化することです。
人物像の见えないストーリーには、想像もできませんし共感も呼びません。

あなたが、好きな映画や小説を思い返してみてください。
その主人公の姿かたちがはっきり見えていませんか？

ターゲティングは、アフィリエイトに限らずどんなビジネスにおいても非常に重要となります。

しかし、多くの方がこのターゲティングが不十分です。

そもそも、姿が見えないターゲット(見込み客)にどのように商品を薦めていけばよいのでしょうか？

どんな言葉使いをしたらよい？

どんな表現をしたら反応する？

どんな話題で共感を得ればよい？

どんな態度で接すれば親近感を持ってくれる？

すべては、ターゲットとなる人物像が見えていなければ、分らないことですね。

にも関わらず、ほとんどのアフィリエイトターは、このターゲットを明確にしようとしません。

なぜなら

多くの人に共感を得て商品を買ってもらうには、多くの人に響くような表現をしなければならない。と
思い込んでいるからです。

実は、売れない理由のひとつがこの間違っただけの思考にあります。

ターゲットとなる人物像を絞り込むことで、多くの人に響くのです！

では、ターゲティングの具体的な方法をお話します。

私は、今現在、情報商材のプロデュースをメインに活動させていただいております。

そこで、クライアントさんに行ってもらっているターゲティングの方法を公開します。

この方法は、決して情報商材だけに限ったことではありません。

当然、アフィリエイトにも有効な方法となります。

ぜひ、じっくり読んでいただき理解を深め、ご自分のアフィリエイトにお役立てください。

ターゲティング

ターゲットを明確化させることは、見込み客に、その商品をより鮮明にイメージさせることになります。今から説明する、この方法は、ターゲットの人物像を明確化するのに大変有効となります。

・頭の中でジグソーパズルをイメージする

まず、何もできていないフレームだけのジグソーパズルをイメージする
そこには、まだ不鮮明なターゲット像しかありません。
こんな感じですね。



この状態から、ターゲットとなる情報をジグソーパズルを作り上げるかのごとく、ひとつずつ当てはめていきます。

まず、そのテーマ(商品)についてターゲティングします。
性別、年齢、性格、職業、家族構成、趣味、悩み、夢・・・などをターゲティングします。

もちろん、これだけの情報では不十分でターゲット像が明確になりません。

そこで、行って欲しいことは・・・

・本当に悩みをもった人に話を聞く

実際に会ってお話を聞くことが出来れば理想的です。

その時に注意していただきたいのは、その悩みの事はもちろんのこと、その方の背景をみることです。つまり、どうしてそのことで悩むようになったのかを、いろんな側面から見るようにします。

後は、その方がどんなことに興味を持っているか、どんな話題に共感し、どんな口調で、どんな表情で話をするのかなど、注意深く観察するようにします。

※実際に、悩みを抱えた方にお会いしてお話を聞くことは難しいことかもしれません。

そこで、その他の方法としては、自分のサイト、メルマガ(メディア)などで、アンケートをとったり、メールでのやり取りをして、コミュニケーションをはかりながら、とにかく“生の情報”を得るようにします。

・専門家に話を聞く

その方面で著名な専門の先生に話を聞くことができればそれに越したことはありません。

ただ、現実問題難しくもあります。

そこで、ぜひ行っていただきたいのが、その悩みを解消するサービスや商品を扱っている店に出向いてリサーチをします。

例えば、美容をテーマに扱っているのであれば、エステや化粧品を扱う店舗に出向き、いち顧客として情報をリサーチします。

実は、このようなアナログ的な行動が一番モノになります。

この足で稼いだ情報で、ターゲット像が、グッと鮮明化してきます↓。



ブログでずっと稼ぐ方法

(c)copyright 2011 [シナリオアフィリエイト](#) All Rights reserved.

・ネット上での情報収集

オススメするのが、Q&A 掲示板サイトと口コミ情報サイトです。

[教えて!Goo](#)

[Yahoo!知恵袋](#)

などです。

複合関連キーワード、俯瞰キーワードなど徹底的にリサーチします。
ここで意識して欲しいのは、その悩みや欲求についての“一般常識”です。
世間では、どのように認知されているのか?ということを探んでもらいます。

ここまでできれば、ターゲット像の姿かたちが鮮明になってくると思います。



ここまでリサーチして、ターゲット像を明確にさせる理由とは?
それが、先ほどお話しした

- どんな言葉使いをしたらよい?
- どんな表現をしたら反応する?
- どんな話題で共感を得ればよい?
- どんな態度で接すれば親近感を持ってくれる?

が、鮮明にイメージできるようになるからです。

これは、セールスレターを書くときに、この特定の人物に伝えるように書くことで、よりリアルに伝わるようになります。

シナリオアフィリエイトであれば、主人公をこの女性にすれば、読者はリアルに人物像を想像できるはずです。

ターゲットが20代の女性なのに、男性が興味を持つようなテーマで展開させていては、その本命の女性のターゲットには響きませんよね。

20代女性を本命のターゲットにするのであれば、その人になりきるくらいの情報をリサーチする、ということですね。

すべては、リサーチです。

さて、話をシナリオアフィリエイトに戻しますと・・・

もっとも、簡単なシナリオの作成法は、主人公をターゲット像にすることでした。

そして、その主人公が、そのアフィリエイト商品を必要とすることに気づかせるようなストーリー展開をさせて、その商品を使った感想や体験談をストーリーとしてまとめれば、リアリティある共感性の高いシナリオが創れます。

実は、もうひとつ大事な視点があります。

それは、シナリオアフィリエイトの特性を理解すると、もっとも適したアフィリエイト法が見えてきます。この部分もかなり重要な部分となります。

ネットユーザーをターゲティング

その商品についてのリサーチとともに理解しておきたいのが、ネットユーザーの行動心理です。なぜ、そのような行動を起こしたのか？そこには、必ず何らかの理由があります。

ここを探ると、色んなヒントが見えてきます。

では、質問をします。

Q.製品の型番や商品名を入力して検索をしてくる人は、どんな状態の人だと想像できますか？

A.

購入意欲満点の、今すぐにでもその商品を買いたい人だと考えられます。つまり、情報収集をした結果、自分の理想と最も近い性能を持った製品(型番)をすでに選定して、型番を入力してきていると考えます。

すでに、その商品を購入することを決めている状態の人です。(もちろん、すべてのアクセスがそうだとは限りませんが…。)

こんな人は、単に販売ページを探しているか、またはその型番でもっともお値打ちなショップを探していると考えられます。(と言いますか、そんな人たちをターゲットとします。)

つまり、これに見合ったサイトを作ればよいだけの話です。

ちなみに、この場合ですと、その製品を最安値で販売しているショップを教えてあげ、購入するための必要な情報や、サービス、特典、申し込みに障害となりそうなところを解消したようなサイトを作ります。

そして、もう一步展開させるのであれば、同じ性能を持ったお値打ちな商品や、関連する商品の紹介もできます。

Amazon なので見かける「この商品を買った人はこんな商品も買っています」
こんな考え方ですね。

実は、ここがポイントなのですが、人間心理として、型番まで入力して、その商品を買う準備までしている人をさらに想像してみます。

この人は言うまでもなく、今すぐにでもお金を払う準備があるわけです。
一番いい条件が見つかり次第、そのサイトから購入をしようとしています。

しかし、その一方では、「絶対にこの型番の商品じゃなければ嫌だ。」という人でもなかつたりします。
「もっと、自分の理想に近い商品があれば、そっちにするよ!」って人だつたりします。

一見、矛盾しているようですが、これが人間なのです。
あなたも、こういった行動をとったことはありませんか？

Aという商品を買いに来たつもりが、店員に薦められるがままに B という商品を買ってしまった。
実は、どんな人でも、一度や二度はこんな経験をしているのです。

つまり、お金を払う(モノを購入する)ことは決まっているわけです。
なので、先ほどの、Amazon の「この商品を買った人はこんな商品も買っています」というフレーズ
についつい乗ってしまい、ついで買いしてしまいます。

型番を入力して検索をかけてくる人は、検索エンジンを利用して検索することが多いユーザーと考えられます。

ならば、しっかりと SEO を施し、上位表示させることです。
一般的に、物販アフィリエイトサイトは、こんな感じで構成されています。

そして、今紹介した構成のサイトは、**売り込みサイトではありませんよね。**
見込み客が、知りたいであろう情報を提供しているだけです。

ここでは、すでに購入することを前提とした人をターゲットとしているので、どんなコンテンツ(情報)を書いたらよいのかが明確になります。

ターゲットを明確にすることは、どんなアフィリエイトをするにも最も重要で、最優先に考えなければならないことです。

そして、アフィリエイトというと、どうしても「**売り込まなければならない**」と思いついてしまいます。
ですが、実は売れるサイトと言うのは、「売り込まないサイト」でもあるのです。

つまり、見込み客に、欲しいと思わせるサイトだと言えます。

では、もうひとつ質問します。

Q.「骨盤矯正ダイエット 方法」 と検索してくる人はどんな人でしょう？

A.

実は、どうしても“**骨盤矯正でダイエットをしたい人**”ばかりではありません。
もっとも多いと考えられるのが、単純に“ダイエットをしたい人”ではないでしょうか？

ダイエット情報をさがしていて、たまたま骨盤矯正がダイエットに有効だと知った人が検索してくるというパターンですね。

もちろん、その他のパターンも含まれますが、アフィリエイトで考えれば、この属性をターゲットにすべきです。

ここで注目していただきたいのは、この“骨盤矯正ダイエット 方法”で検索して来ている人は、先ほどの型番のように、まだはっきりと購入(実践)しようとする商品も決まっていなく、商品を購入して骨盤矯正ダイエットを実践しようとする明確な意思を持っていない人だと言えます。

つまり、まだ情報収集の段階の人たちです。

では、こんな人にはどんな情報を与えればよいのでしょうか？
もう一度、先ほどの型番を検索してきたアクセスとの違いをまとめてみます。

・型番で検索

購入意欲満点な人＝買うための情報サイト(最安値、申し込み情報、関連商品など)
サイト構成自体は簡単だが、競合も多く、基本的には検索エンジン上位表示をさせる必要がある。

・骨盤矯正ダイエット 方法で検索

本当に効果あるの？ どんな方法なの？ と情報収集段階である人であると考えられます。
そこで、あなたが紹介する商品を購入してもらうには、骨盤矯正ダイエットが見込み客にとって本当に必要で効果あるダイエット方法であることを証明させなければなりません。

シナリオアフィリエイトでは、ターゲットをしっかりと決め、そのターゲットとなる人の感情や行動心理を基にストーリーで想像を与えながら見込み客に価値を植えつけていきます。

型番、商品名で検索してくるような
“すでに購入することを決めている見込み客”にアプローチをする方法ではありません。

これは、一見すると効率性に欠けるように思われますが、実はアフィリエイトする商品によっては、この方法のほうが効果があるのです。

その商品とは・・・

“情報商材”です。

まず、情報商材を購入目的として検索してくる人が一般のアクセスの中にどれくらい存在しているのか?ということを考えてみてください。

情報商材の認知度からもかなり少ないと想像できます。

情報商材を購入することはアフィリエイトであるあなたなら、それほど抵抗がないかもしれませんが、一般ユーザーであれば、かなり抵抗があることは普通に考えられますよね。

そして、**ほとんどの方は、情報商材の存在すら知らない人たちです。**

そんな人が、たまたまやって来た“情報横流しのアフィリエイトサイト”から中身の見えない、しかも高額な情報商材を購入すると思いますか？

単純に難しいです。

普通は迷いためらうはずですよ。

繰り返しになりますが、情報商材を売るには、ストーリーを語り人間の感情に訴えかける必要があります。そして、共感させ、“情報商材を買う理由を見つけさせてあげる必要があるのです。”

見込み客を**説得するのではなく納得させる**のです。

私が、このレポートでなぜ最初に、衝動買いの心理をお話させていただいたのか？

衝動買いをするときは、一生懸命になって買うための理由を探します。

一見怪しげで、しかも高額な情報商材は、自分のなかで買うための理由が見つからなければ買えないのです。

つまり、ブログオーナーであるあなたがコンテンツを通して理由を一緒に見つけてあげる必要があるのです。

そこで、見込み客は、「そうだよね!」と購入を決意するのです。
大げさな表現となってしまいましたが、高額商品を購入するときにもこんな心理が働きます。

そこを、ブログを通して教えてあげればよいのです。

さて、ここまで私は人の感情(欲求)を中心にお話してきました。

今まで、商品の機能や効果にしか目が向いていなかったアフィリエイトは、こういった“見込み客の人物像”にスポットを当ててみると、どういった情報を発信すれば、見込み客が“欲しい!”と思っただけか何となくイメージできたのではないのでしょうか。

実は、この“見込み客にイメージさせること”が非常に重要なことなのです。

このレポートで一番お伝えしたかったことは、人は商品を見てイメージを膨らませて、欲しくなるといことです。

つまり、私たちアフィリエイトがしなければならないことは、詳しい商品の説明よりも、“見込み客のイメージを膨らませるお手伝いをする”ことです。

アフィリエイトにとって“イメージさせる力”こそが最大の武器となるのです。

シナエイトでは、そんな“イメージさせる力”を最大限に利用して、商品に興味のない人まで興味を持たせてしまう超強力なメソッドなのです。

ブログに限らず、メルマガ、情報販売、PPC・・・すべてにおいて使える決して廃ることのない、そして決して誰も真似することの出来ないノウハウなのです。

あなたから商品が買いたくなる

シナリオの描き方を知りたくありませんか？

シナリエイトはアフィリエイトでもっとも難しい、高額で目に見えない“情報(商材)”を売ることができる手法です。

あなたが、もし情報商材以外のアフィリエイトで、このシナリエイトの手法を利用したとしても…

楽勝です！

なぜなら…

- ・人間の行動心理が見えるようになるからです
- ・人を惹きつける方法とコピーライティングを身に付けることができるからです
- ・ストーリーを創造する思考を手に入れることができるからです
- ・売れる商品が分るようになるからです
- ・自分でアイデアを生み出すことができるようになるからです

詳しくはこちら⇒ [シナリエイト](#)

最後まで、お付き合いいただきましてありがとうございました。

三矢悠人