

プロモーションの“エッセンス”セミナー

～Third Eye Writing Secrets特別編～



はじめに

- 今回はプロモーションの“エッセンス”セミナー
- 先日開催したシークレット企画の再収録
- 最初にセミナーの誕生秘話をお話しすると、、、
- これまで僕はコピーライター&コンサルタントとして
17年以上あらゆるジャンルの裏側でプロモーションの
お手伝いをしてきました

ジャンルあれこれ

- コピーライターとして実際にコピーを「書いたこと」があるジャンルの一部をご紹介しますと、、、
- 将棋、占星術、タロット、DJパーティ、起業、PPC、SEO、SEX、ヨガ、ネットショップ、美容、ダイエット、短眠法、英語、健康、アパレル関係、サプリメント、恋愛、競馬、PR、矯正歯科医向けのセミナー、カイロプラティック、ヨガ、筋トレ、学習塾、スピリチュアル、フットサル、自己啓発、メール配信スタンド、投資全般、記憶術、コーチング、視力回復、レコード屋のチラシ、政治家のスピーチ原稿、etc.
- さらに、コンサルタントとしてクライアントに「アドバイスをした」事例も含めるとこれまで関わりのないジャンルのほうが少ないかも知れません
- この実践経験をベースに理論編×実践ワーク形式でお届けします

序章：プロモーションの歴史

- ❖ 世界ではじめて「24時間で1億円」を売上げたプロモーション（2004年）
- ❖ John Reese / Traffic Secrets
- ❖ コピーライター / Michel Fortin
- ❖ アドバイス / Jeff Walker
- ❖ こぼれ話：John Reeseと比嘉の関係

It's true! The "website traffic generation" industry is about to be turned on its ear...

"If You Can Copy And Paste, Then You Have What It Takes To Quickly And Easily Drive More Cash-In-Hand, Eager-To-Buy Leads And Prospects To Your Website Than You Can Ever Handle — Once You Know The Secrets."

Finally Revealed! After Driving **1.57 Billion Visitors** To His Websites And Producing Millions Of Dollars In Sales, 33-Year-Old Florida Man Breaks 14 Years Of Silence To Expose For The First Time Ever His Proven, 'Lab-Tested' Strategies Anyone Can Use For Consistently Generating Steady Streams Of Targeted Leads To ANY Website... No Matter What You Sell, How Much Experience You Have Or What Kind Of Budget You Have To Work With...



ネット登場前vsネット登場後の違い

- ネット登場前：DMの時代でありコンタクトできる回数に制限がある
- 商品を作りレターを書いて「売れたらいいな～」というプロモーション
- 従来はホープマーケティングである by Jeff Walker
- ネット登場後：メールアドレスを所得すれば何度でもコンタクトできる
- 最初にすべてを“完成させず”に、レターや商品構成を改良しながらプロモーションができる
- 僕らはネット時代の恩恵を最大限に活かしていこう☆

プロモーションの全体メカニズム

(サイドウェイズ・セールスレター)

①今回の旅のテーマ

②神秘的な力の誕生
ストーリー

③クルーとのシンクロ
ストーリー

④僕らの障壁&旅の案内

⑤Call To Action



①今回の旅のテーマ

②神秘的な力
誕生ストーリー

③クルーとのシンクロ
ストーリー

④僕らの障壁&旅の案内

⑤Call To Action



裏話：ローンチのおもひで

- エピソード：アパレルブランドの〇周年×ローンチパーティ
- ブランドやアーティストの新作の発表を売り込みではなくパーティやお祭りとして“イベント化”していた
- 実はクリエイターやアーティストたちは昔からローンチ（プロモーション）をやっている
- 彼らは時代の先を読む力がある

クリエイターから学ぶローンチ



UNDERCOVER が新たなメンズラインをローンチ

2021年秋冬コレクション "Neoboy"は6月19日 (土) リリース



Pioneer Dj CDJ-3000 Launch Event
presented by MOGRA

2020
9/21 (祝日)
15:00~21:00

stream on **twitch** (<https://www.twitch.tv/mogra>)
50人限定 (入場料 ¥2500 / 1DRINK 付)

The poster features a grid of circular portraits of various DJs and a large image of the Pioneer DJ CDJ-3000 turntable.

あなた（＝ブランド）の新作発表

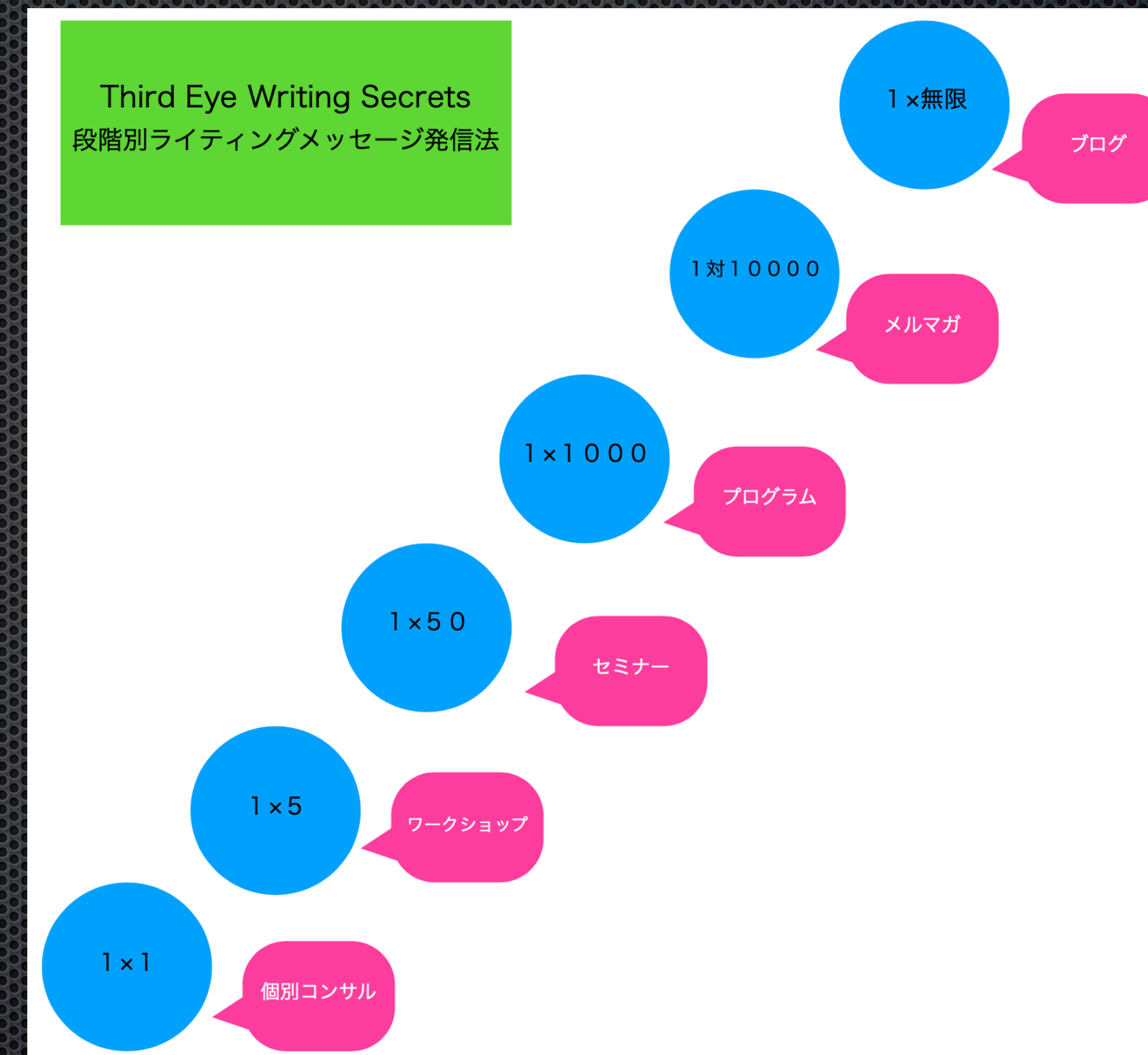
- 僕らのプロモーションも肝はまったく同じである
- 「一方通行」ではなくクルーを巻き込む「参加型」になるようにプロモーションをデザインする
- 重要：あなたの新作発表はいわゆる“売り込み”ではなくファンにとって“喜ばしいイベント”である
- あなたとクルーは同じ理想の未来へ向かう仲間

最大のポイントは、、、

あなた×クルーでプロモーションを
“共同創造”すること

自然なプロモーションの流れ

- アルケミーフェーズの順番通りにビジネスを作っていくともっとも自然なプロモーションが作れる
- 例：新時代の占星術師養成プログラム
- 1：個別コンサルで占星術のレッスンをする
- 2：グループミーティング×セミナーで占星術をレッスンする
- 3：HASプログラムとしてパッケージ化（10年の集大成）
- ワーク：あなたはどのフェーズを旅していますか？
- 重要：自然なアルケミーフェーズを進んだ場合はプログラムの完成時点でプロモーションに必要なアイデアやストーリーなどすべて揃っていることになる



ファンができるメールの作り方

- あなた×クルー（特に七人の侍）との対話をベースにメッセージを作ると自然に響くものが書ける&ヒット企画も簡単に作ることができる
- アイデアの源泉＝クルーに驚かれた、受けた、感謝された話、etc.
- この普段の対話を遠くに広げていくと「結果的に」プロモーションと呼ばれるものになるだけでホントは超シンプルな話である
- 実は多くの起業家がこれを知らない or 軽視している
- ワーク：もしプロモーションが作りにくい場合は“飛ばしている”アルケミーフェーズがないか？考えてみると良い

じゃあ、どうやって共同創造するか？
実際に僕がやったプロモーションの
裏側を1つ解説します

プロモーションのケーススタディ 裏側解説（3days高額セミナー編）

- 一般的には「こんな効果があるから参加して！」というゴリゴリ説得型のプロモーションになりやすい
- 比嘉が考えたアイデアは、、、
- 僕らと一緒に先生を説得して「伝説のセミナーを開催してもらおう！」という“共同創造のストーリー”でプロモーションすること

共同創造のストーリー解説

- 1：最初に10年前に“伝説のセミナー”が開催されたストーリーを普段配信している航海日誌（ニュースレター）内で伝えた
- 2：メンバーから反響があり、喜びの声を先生に伝える（参加型）
- 3：今こそ“伝説のセミナー”を復活してもらおう！という雰囲気徐徐にプロモーションで作って行った（イベント化）
- 4：メンバーの熱い要望でついにセミナー開催が決定した（共同創造）
- 5：あなたも伝説の“当事者”になりませんか？
- スタッフ×メンバーさんで“先生の伝説のセミナー”を現代に復活させる共同創造のストーリーをプロモーションで描いていった

実際の3daysセミナー募集レター

この3日間であなたの人生は激変することでしょう…。

参加者の人生を大逆転させたあの“伝説の企画”を
遂に10年ぶりに蘇らせることに成功しました…
あなたが望む試験に“最短距離”で合格するための
藤本先生の「3DAYSセミナー」を開催します。

※重要：このお知らせは8月31日までの完全期間限定です。

もし、あなたが「今度こそはあの試験に合格したい！」と真剣に思われているのであれば、この手紙はこれまでの人生の中でも、もっとも重要なものになることでしょう。
ただし、これからお話しする“ある理由”のため極めて人数&期間が限定されているため、少しでも興味があれば、今すぐこの手紙を最後まで読み進めてみてください。

日本記憶術学院
清水 正彦

2011年9月23日、24日、25日
この3日間であなたの人生は激変することでしょう。

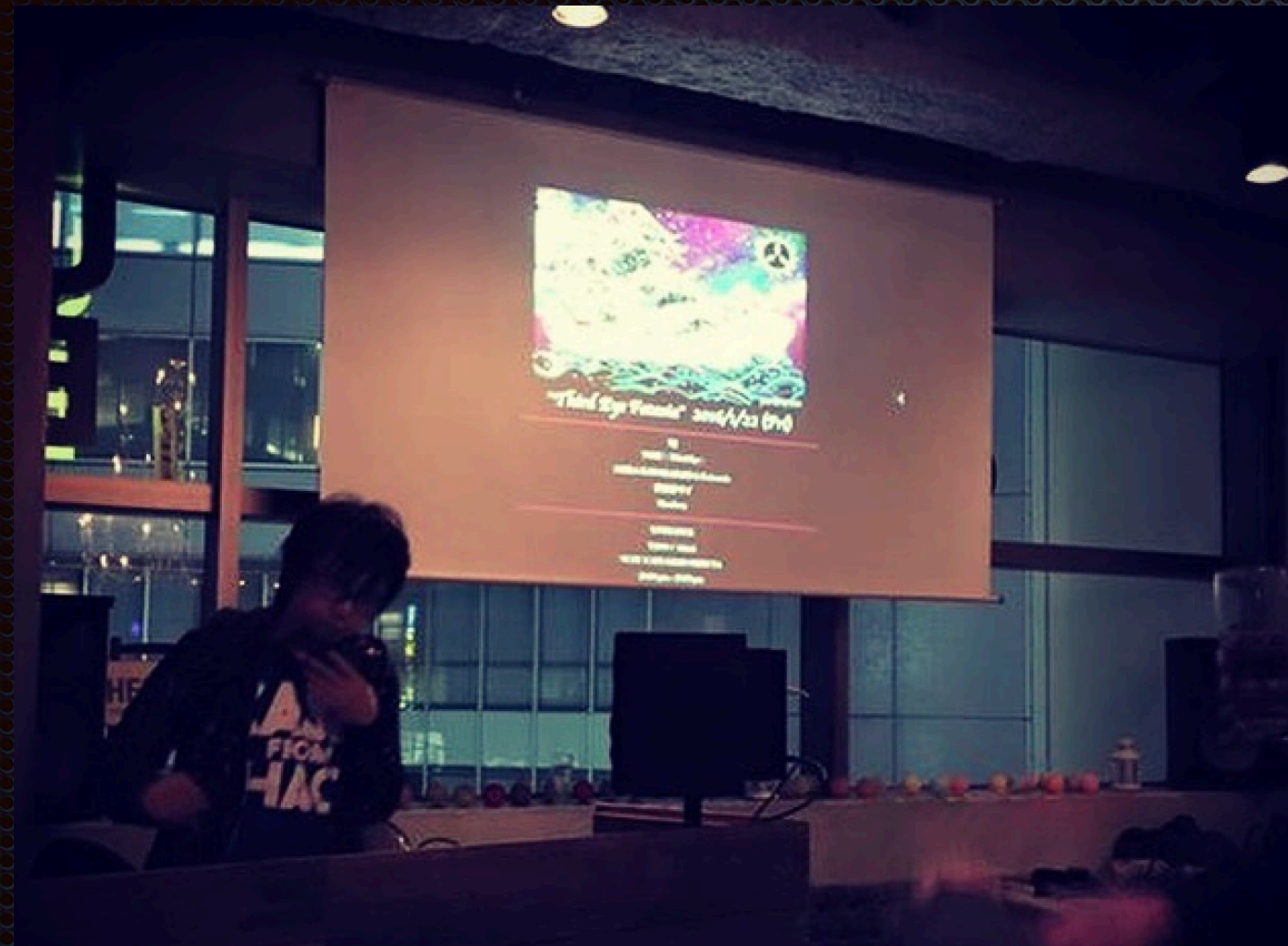
重要ポイントまとめ

- 従来の説得型のコピーだとセミナーのベネフィットをゴリ押すパターンになり合格保証など無理のあるプロモーションになりやすい
- セミナー開催時も「本当に価値あるんだろうな？」という対峙した関係になる
- アイデア：伝説のセミナーをメンバーと一緒に共同創造するストーリー
- このストーリー型プロモーションだと、、、
- 重要：セミナーの開催決定自体をメンバーさんがすごく喜んでくれた&真剣に参加してくれるのでメンバーが望む結果も出やすい

実践アイデアワーク

- ワーク：あなたのプロモーションの“共同創造ストーリー”のアイデアを考えてみよう♪
- なにかアイデアをイベント化できないか？
- 例：新年会、○周年記念、お茶会、パーティ、アンケート、リクエスト、チャレンジ企画、コンテスト、ライブ配信、サミット、プロジェクト、ゼリーとゼリーを食べる会、Third Eye Fantasia、宇宙船パーティ、etc.
- ビジネスに囚われず子供性や遊び性を大切にしよう♪

アイデアのケーススタディ篇



渋谷WIRED CAFEでDJします♪

📅 2018/07/01 🔄 2020/09/01



宇宙船でパーティしませんか？

📅 2019/02/02 🔄 2021/07/26



(「銀河鉄道999」や「宇宙戦艦ヤマト」の作者
松本零士さんデザインのjicooという船です)

スペシャルプレゼント
極秘パーティーへのご招待

ゼリーと一緒においしいゼリーを食べながら
ワイワイ楽しく語り合しましょう。



2021年の最新ローンチ事情

- ここ数年でチャレンジローンチ（チャレンジプログラム）系のプロモーションが海外で定番になってきている

- アンソニーロビンズ系のチャレンジ（2021年5月に40万人以上を集客）

<https://ownyourfuturechallenge.com/futureworkbook>

あなたのセールスファネルを作るチャレンジ

<https://onefunnelaway.com/challenge-c>

- あなたのプロモーションビデオを作るチャレンジ

<https://videoschallenge.com/live44590250>

- ダイエット28日間チャレンジ

<https://ladyboss.com/store/product/live-28-day-one-dollar-weight-loss-challenge/>

- 自己啓発系のチャレンジ

<https://go.unstoppableinfluence.com/challenge-page>

チャレンジ系企画の考察

- なぜ反応が取れるのか？
- プロモーションの鍵である「あなた×クルーの共同創造」を実現しやすいから
- 一歩進む→バックエンドへの流れが自然になる
- 例：メールマーケティングの教材
- ワーク：あなたのプロモーションも何らかのチャレンジ系の要素をミックスできないか？

プロモーション創造の実践編

- ここからはすでにご自身の「アルケミー企画」を持っているメンバーさん向けに
- ランディングページ → ステップメール → セールスレター
- この一連のプロモーション作成を「実践ワーク付」きで一緒にやってみましょう♪

プロモーション創造の3つステップ

- あなたがプロモーションしたいテーマを選んで、
- 1：アルケミーの旅募集レターを5つのステップでざっくり書いてみる
- 2：レターをベースにステップメール（orリアルタイム配信）のストーリーを描く
- 3：商品説明or特典部分からプレゼントを決定しランディングページを完成させる
- この流れで素材を作り、クルーと共同創造でリアルタイムのプロモーションをやりうまくいったら自動化するという流れ
- 重要：クルーが目にするのとは“逆のステップ”で作っていくのがオススメ

1：セールスレター編

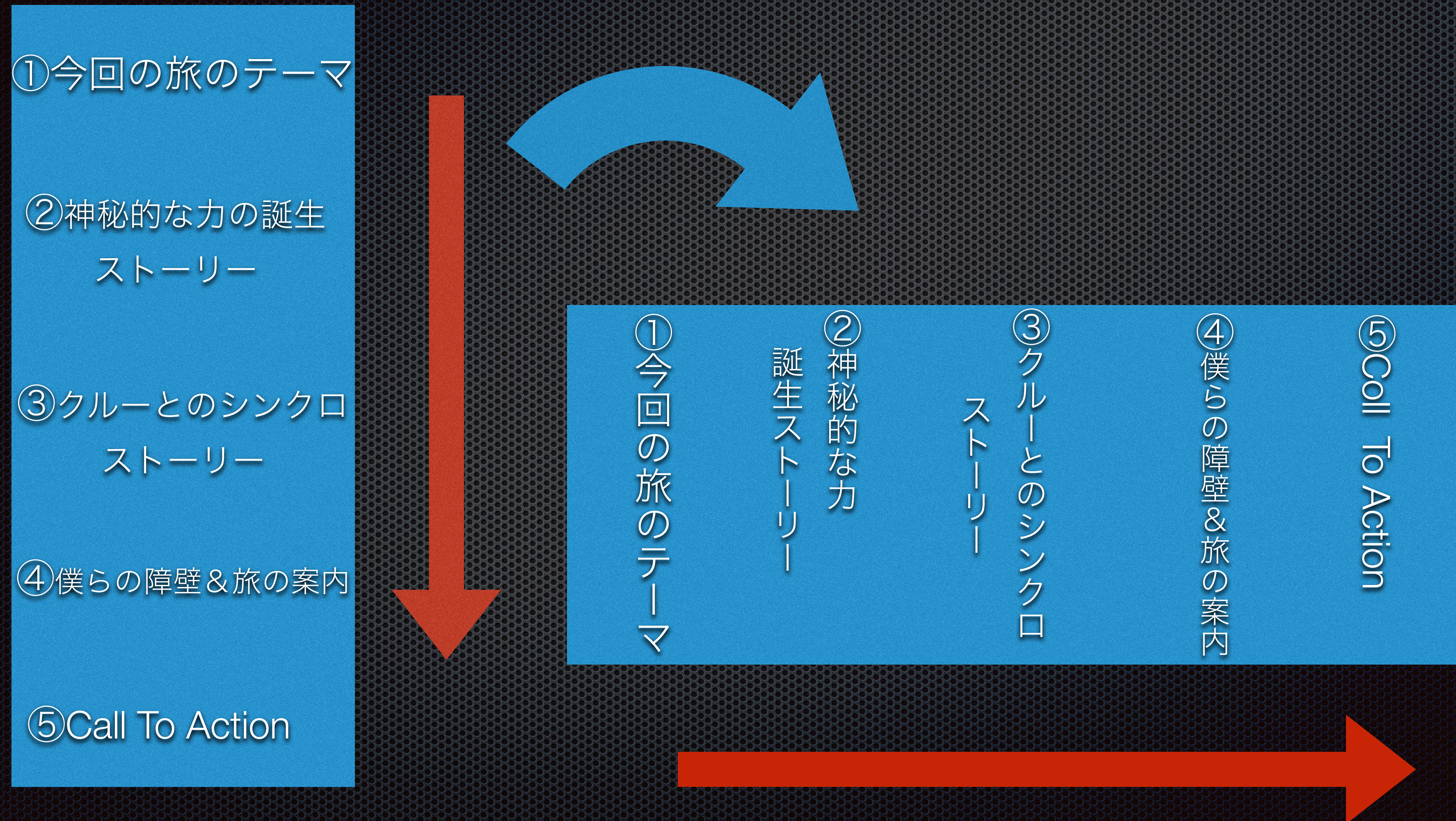
- 個人的にはリアルタイムのプロモーションが楽しくて好きだがもし自動化するとしたら、、、
- 例：新時代の占星術師養成プログラム
- 今回は自動化という前提での解説だがリアルタイム配信でも作り方は同じ
- 最初にざっくり旅の募集レターを書こう♪

Third Eye 1 2周年記念企画

～5000年の叡智を現代に甦らせる～

**新時代の占星術師
養成プログラム**

再掲：縦のレターを横に倒そう



実践ワーク：セールスレター編

- アルケミー5つのステップで“ざっくり”レターを書いてみよう♪
- 1：今回のアルケミーの旅のメインテーマを伝える
- 2：船長の“神秘的な力”誕生ストーリーを物語る
- 3：クルーの人生ストーリーとシンクロさせる
- 4：僕らの障壁×それを乗り越える旅の提案をする
- 5：今から、一緒に共同創造の旅をしよう！
- マインドマップ形式書いていくとアイデアが浮かびやすい&全部を完璧に書かなくてもOK

2：ステップメール編

- さきほど書いたレターの中からステップメールで“事前に伝えておきたい”ストーリーをピックアップする
- 比嘉が占星術に出会って人生が変わったストーリー
- 占星術師養成プログラムに参加して人生が変わったメンバーさん達のストーリー（ゼロから占星術師になったメンバーのストーリーなど）
- 僕らの障壁1：自分は誰か？自分自身を知る（占星術×人生デザインの提案）
僕らの障壁2：神秘的な力がない or 増やしたい（占星術師は新時代の起業家である）
- 旅の提案＝理想の人生をデザインして占星術というAI時代にも価値がある神秘的な力を半年間の実践プログラムで身につけることができる

ステップメール&自動化の真実

- 理想のステップメールを作る最速最善の方法は
- 1：リアルタイムでプロモーションをやる
- 2：うまくいったら言葉をチューニングして自動化する
- この流れで作るのがオススメ
- 重要：最初から全部のシナリオを作るのではなくクルーと共同創造で作ったものを自動化すること
- 参考：3.11震災後、コロナ禍後のステップメール

実践ワーク：ステップメール編

- アルケミーの旅募集レターの中から、
- 1：あなたの神秘的な力誕生ストーリー
- 2：クルーとのシンクロストーリー
- 3：僕らにとっての障壁＋それを乗り越えるアイテム
- ワーク1：ここをピックアップして「ストーリーファイル」を作ってみよう♪
- ワーク2：どの順番で伝えるのが良いか？を考えてみる
(参照：TWSわかりやすい文章を書く方法セミナー)
- できる限り普段の航海日誌で事前に伝えておくのが良い

参照：TWSセミナー

シンプルなレターで売る方法



例：もしインド旅行を提案したければ普段の航海日誌で
インドの魅力を“募集前”に伝えておけばいい

3：ランディングページ編

- ランディングページはアルケミーの旅の募集レターで言えば旅の案内（商品説明&特典）パートと呼応している
- コピーライティング用語で言えば“ブレット”部分になる
- あなたのアルケミーの旅の中からサンプル部分をプレゼントにするイメージ

ランディングページのアイデア

- 比嘉の場合で考えると、、、
- 1：AI時代にも無くならない人類最古の職業の秘密セミナー
- 2：占星術的2022年の未来予想セミナー
- 3：風の時代を軽やかに生きる3つの秘訣PDFレポート
- 重要：どこを入り口にしても占星術師養成プログラムの出口に繋がっている

実践ワーク：ランディングページ編

- あなたのアルケミーの旅の企画の中から、
- 基本パターン：興味性×時代性×お役立ち度（+αでCTA）
- このあたりをキーワードにオファーを決める
- ワーク1：あなたは何をオファーする？
- ワーク2：どうやって伝えるのがベストか？（ウェビナー、音声、PDF、etc.）
- ワーク3：CTAを入れるとしたらどんなアイデアがある？
- ランディングページはシンプルでOK（アイデア勝負！）

ここで1つ実践的なアドバイスとして
プロモーションの裏側解説をします

もし、プロモーションが失敗しそう だったら、、、

- リアルタイムのプロモーションで旅の募集をスタートした後で「参加者が少ない場合」はどうやって挽回するか？
- 最大の原因：メインテーマが響いていないということ
- 今からレターを書き換えられない&そもそもズレている
- アイデア：それが欲しくてメイン企画に参加したくなるほど魅力的な「追加特典」を事前に用意しておくこと
- プロモーションの失敗を最小限にすることができる

追加特典＝CTAのアイデア

- プロモーションを外したくない&もっと爆発させたい場合は“CTAのアイデア”を事前に考えておくのがオススメ
- ケーススタディ 1：フランク・カーンのMass Control
- ケーススタディ 2：比嘉の筋トレ会員制プロモーション

フランク・カーン / Mass Control

They Call It MASS CONTROL.



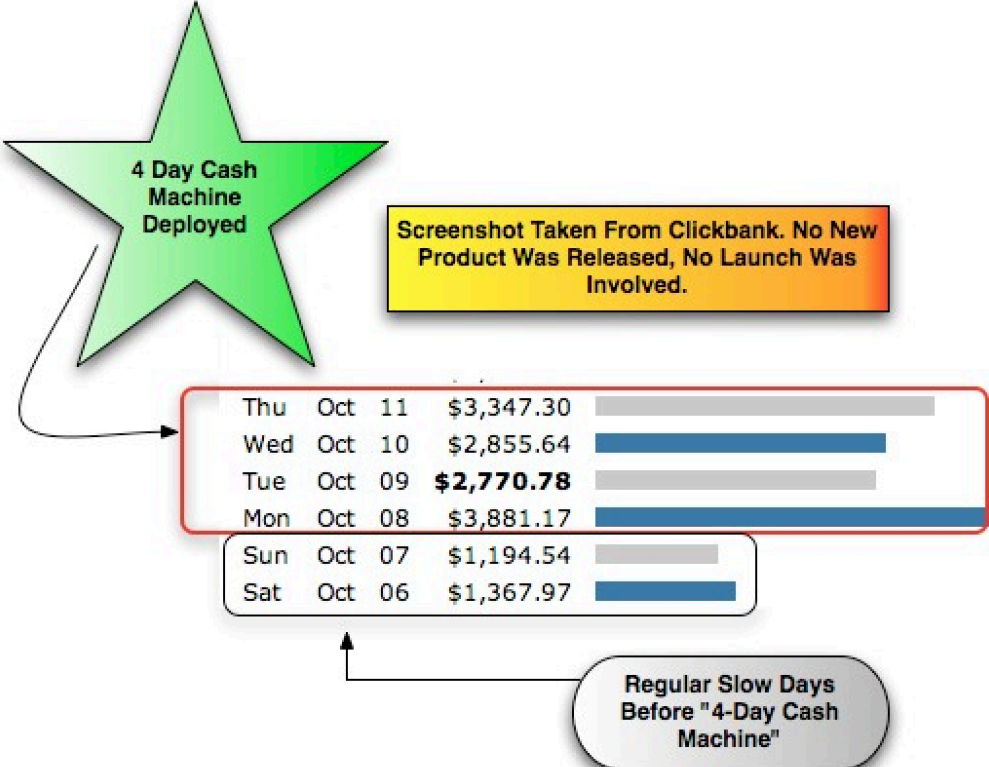
This Money-Getting System Has Been PROVEN Four Times In A Row, Bringing In OVER \$23.8 MILLION Dollars ...In Just Under 24 Hours

The Four-Day Cash Machine!

I wish I could say I came up with this, but I didn't. I stole the idea from my cousin, Trey (who makes over \$160,000.00 a month NET online).

It's a simple strategy that has produced several thousand dollars in extra sales for me ...PER DAY, every single time I've used it.

Actually, check this out:



Thu	Oct	11	\$3,347.30
Wed	Oct	10	\$2,855.64
Tue	Oct	09	\$2,770.78
Mon	Oct	08	\$3,881.17
Sun	Oct	07	\$1,194.54
Sat	Oct	06	\$1,367.97

- フランクのメインのアルケミー企画「Mass Control」は王道系のメールマーケティング教材
追加特典の「4 Day Cash Machine」は今すぐ使えるステップメールのテンプレート一式
(犬のしつけプロモーション)で“4日間で教材代金を稼げる”というCTAアイデア

実践ワーク：CTAアイデア編

- ワーク：あなたのプロモーションCTAアイデアを考えてみよう♪
- 例：最終日近くに追加特典をプレゼントする
- メインの旅を王道系にしてある種の“テクニツク的”なものを限定特典にするのは1つのパターン
- 重要：ブランドを壊さないために大切になる

プロモーションのケーススタディ 裏側解説（筋トレ会員制サイト編）

- 1：友達の起業家から急遽プロモーションの相談を受けた
- 2：レターを見たところ特典に何気なく入っていたサプリメントに非常に“魅力的なストーリー”が隠れているのを発見した
- 3：追加特典という形で「サプリメントのPDFレター」を1日で書いてプロモーションを立て直すことができた
- 重要：アイデア次第でプロモーションは挽回できる

実際のサプリメントPDFレター

「*企画名」

特別プレゼントのお知らせ

こんにちは、「*名前」です。

さきほど急遽、今回のプロジェクトを立ち上げるにあたって、利益度外視で全面協力してくれているプロジェクトメンバーに無理をいって、真夜中に集合をかけました。

今ちょうど27日の夜中の2時を過ぎています・・・。

こんな真夜中にいったい何をしているのか？

メールでもチラッと触れましたが、僕らが立ち上げた「*企画名」に参加してくれたメンバーに対する特別プレゼントについて最終の打ち合わせをしているところです（こんな真夜中に集まって、怪しい人たちだと思われていそうですが・・・）。

実は、このイカツイ外見からは想像できないかも知れませんが、実は僕らはサプライズで人を驚かせるのが大好きです。

ましてや、今回僕らがはじめて立ち上げる本格的な日本初の会員制サービスをスタートするので、

**僕らがやるからには
あり得ないものを作ってやろう！**

三種の神器実践ケーススタディ

- 僕がずっと提唱している三種の神器で解説すると
- 1：コンセプト（伝説のサプリメント）
- 2：キャラクター（ガンコな職人肌のK氏）
- 3：ストーリー（伝説のサプリ誕生&公開秘話）
- このようなデザインになっている

ストーリーテリングの秘密

- この筋トレサイトのレターは実力派コピーライターの人達から評価が高く“スワイプファイル”にしていた
- 重要：ストーリーテリングを磨くとゴリゴリ説得することなく裏側で“シークレットメッセージ”を伝えることができる
- 参照：三種の神器レポートPDFファイル
- もし「ストーリーテリング型のコピー」を書くことに興味があればいろいろ研究してみてください

神秘的な力をストーリーで伝える

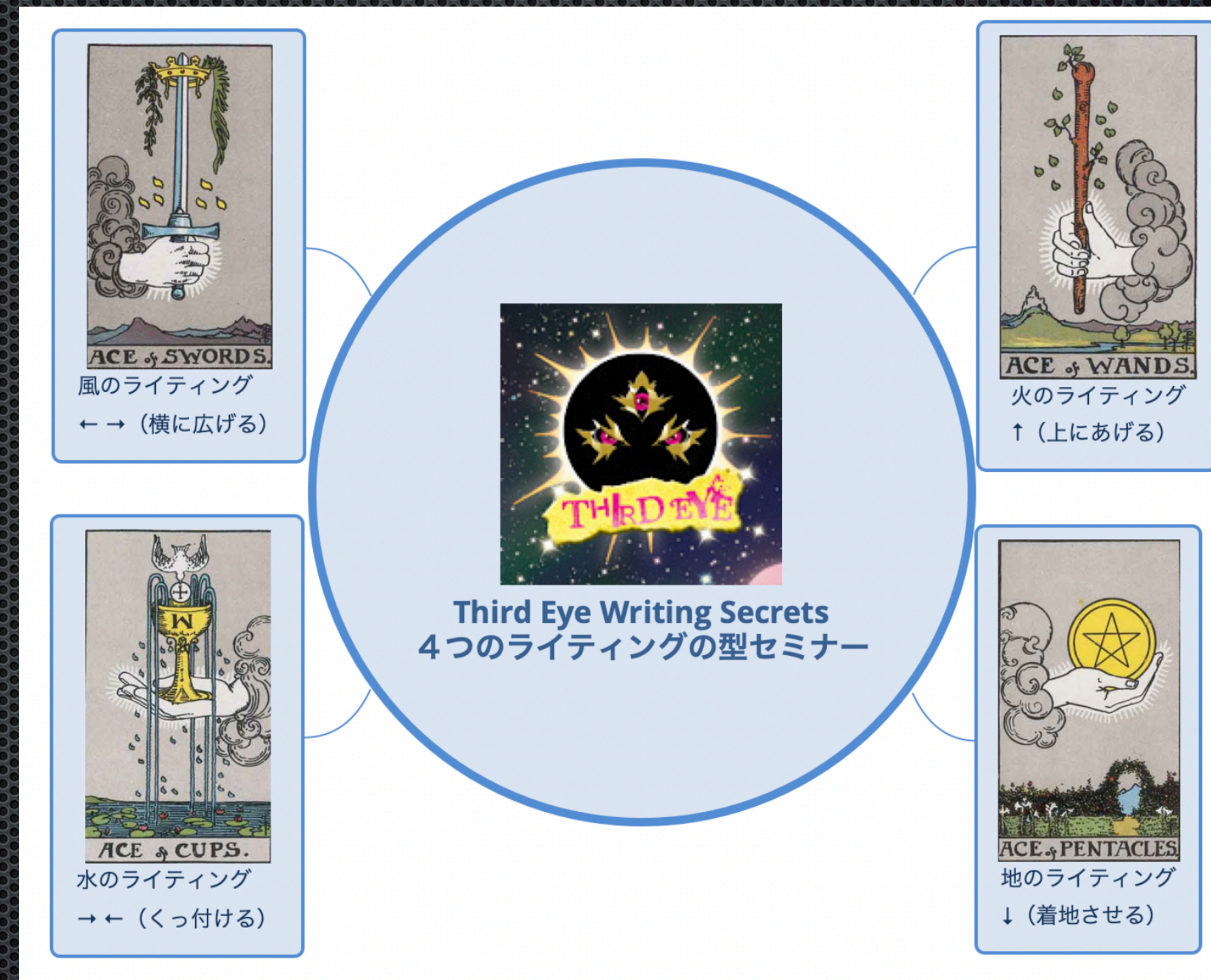
- 1 : 今まで、隠され続けていた秘密がある(興味性のあるオープニング)
- 2 : それは、いくらお金を払っても手に入らない (希少性&価値の提示)
- 3 : この秘密によってあの人たちは成功している (ゴシップ的な推薦の声)
- 4 : 私たちは運良くその秘密を知ることができた (秘密の発見ストーリー)
- 5 : 最初はそんなのウソだと思っていた (疑っていた人が信じるストーリー)
- 6 : しかし、自分たちもその効果を確認できた (ベネフィットの提示)
- 7 : その秘密を今だけあなたに・・・。(希少性+限定性)

実践ワーク：三種の神器編

- あなたのプロモーションを創造する際に
- コンセプト：船のフラッグ
- キャラクター：船長のキャラクター
- ストーリー：船長の人生ストーリー
- 参照：TWSのセミナー&実践ワーク参照
- ここがしっかりデザインされているとブランド化に繋がりプロモーションが進めやすくなる

4つのチェックポイント

- あなたのアルケミーの旅の魅力を伝えるために
- 1：パッションがあるか？（火）
- 2：五感を刺激しているか？（地）
- 3：複数の切り口で語っているか？（風）
- 4：共感できる要素があるか？（水）
- 参照：TWS 4つのライティングセミナー
- 4つのエレメント視点でプロモーションをチェックすること



プロモーションは楽しい☆

- 今回はプロモーションの“エッセンス”をお伝えしました
- 過去17年以上に渡りあらゆるジャンルの裏側で実践してきた
- 1：プロモーションの鍵を握る“アイデア”が閃いた瞬間
- 2：それをベースにクルーと“共同創造のストーリー”をリアルタイムで一緒に作り上げていくこと
- このワクワク感がプロモーションの醍醐味で大好きです♪
- あなたにプロモーション創造の楽しさが伝われば嬉しいですし、
なにかヒントになれば幸いです

～ラストメッセージ～

あなた×クルーでプロモーションを
楽しみながら“共同創造”しよう♪

