

ペルソナの心に刺さる!選ばれる!

キャッチコピー の作り方



魔法のメンタリングプログラム ACADEMY 内田 八千代

“心を動かす言葉”は レシピがあれば誰にでも作れる

思いつきの材料や分量でやっても
料理が美味しくできないのと同じように

魅力的なキャッチコピーの作り方にも
手順があり、レシピがあります。

- ・電子書籍タイトル
 - ・セミナータイトル
 - ・個別相談タイトル
 - ・インスタ投稿のタイトル
- などなど

あらゆるものの反応が変わる「**キャッチコピーづくりのレシピ**」を
ここでは伝授いたします。

キャッチコピーをつくっても 響かないのはなぜ？

①他と同じと思われてる（既視感）

②自分ごとに思われてない

③そもそもよく分からない (小学6年生に伝わる簡単さがない)

ペルソナに刺さる！選ばれる！
キャッチコピーをつくる

4ステップ

ワーク①

勇気を出して1人に絞ろう！

ペルソナは誰？

もし「**40代の女性がターゲットです**」
とざっくりしたお客様像を描いた場合、
刺さるキャッチコピーをつくるのが一気に難しくなります。

例えば40歳と49歳で比べたときに、
子育ての悩みで言えば子供の年齢が10歳違ってきます。

5歳と15歳の子育ての悩みは全く違いますし
刺さる言葉も全く違ってくるはずです。

まずは勇気を持って！1人にお客様を絞ってみましょう。

ワーク①

ペルソナは誰？

名前、年齢、性別、職業、家族構成、好きな芸能人、趣味、悩みなどできるだけたくさん書き出してみよう！

記入例：

<どんな人？>

西村 聡美さん 45歳 女性 主婦 息子（14歳）

OL 年収500万

<強烈な悩みは？>

孤独が強い。コミュニティなどでひとりになることが多い。

人間関係がうまくいかない。ネガティブがつらい。

年齢とともに話ができる人が少なくなっていく。

子育ても少し落ち着いて、自分の人生を考えるようになった。

もう一度、何かを始めてみたいがなにをしたらいいかわからない。

毎月占いに3万以上使っている自分にうんざりしている。

ワーク①

ペルソナは誰？

名前、年齢、性別、職業、家族構成、好きな芸能人、趣味、悩みなど
できるだけたくさん書き出してみよう！

<どんな人？>

<強烈な悩みは？>

チェックしよう！

“ペルソナ”選定の注意点

- 既に行動している人か？
- 自己投資をしてでも悩みを改善したいと思っているか？
- 実在する人物がベスト (解像度が一気に上がる)

*行動していない人や自己投資しない人を対象にしたビジネスにした時点で難易度が一気に上がるので注意。

ワーク②

敵を知り、己のポジションを探ろう！

“仮想敵”は誰？

もしあなたのサービスを買わなかった場合、
お客様は何にお金を支払いますか？

そのお金の行き先が、**「仮想敵」**です。

逆を言えば

「仮想敵ではなく、あなたを選ぶ理由」
を明確にして伝えることができれば

お客様は自然とあなたのところに舞い込んできます。
まずは”敵を知ること”から始めましょう！

ワーク②

“仮想敵”は誰？

社名・人物名とホームページ、仮想敵の強み、弱みを書き出してみよう！

社名・人物名

記入例：5つのネガティブ感情を解放してブレない自分を手に入れませんか？
安定した心で人生を歩める「ゼロ感情メソッド」5日間無料集中チャレンジ
https://coach-cy.com/zero/opta3/?202501_shinnrigakuB_chi

強み

NLPトレーナー、研究所勤務経験で頭良さそう。たった1日でスルツと解決、科学的に確かな成果、自分の心の安定であるゼロポイントを見つけられる

弱み

難しそうだし、努力が必要、ついていけないかも。感情に左右されない自分が手に入り、ゼロ感情になって新しい自分になるって結局何かよくわからない。

ワーク②

“仮想敵”は誰？

社名・人物名とホームページ、仮想敵の強み、弱みを書き出してみよう！

社名・人物名

強み

弱み

チェックしよう！

“仮想敵”の選定の注意点

- 仮想敵の商品価格が安すぎないか？

(例：無料のYoutube心理学チャンネルが仮想敵 → 自己投資しないお客様が集まる)

- 圧倒的に売れている企業や人物を設定しているか？

ワーク③

“仮想敵”ではなくあなたを 選ぶストーリーは？

仮想敵が決まったら、
ペルソナになりきってみて

なぜお客様は仮想敵ではなくあなたを選ぶのか？
ストーリーをつくってみましょう！

考える際のポイントは

ペルソナが仮想敵のサービスを受けた時の
不満や不安、退会理由などを言語化して、
その駆け込み寺になるイメージです。

ワーク③

“仮想敵”ではなくあなたを 選ぶストーリーは？

記入例：感情に左右されない自分を手に入れたら変わるかと思って、高額セミナーを受けていたが、感情を変えるってすごくしんどいのに、周りはできてるっぽい。できてないのは私だけ。再受講も高額だし続けられないと思う。先生の進行も早くてついていけず、それも言い出せない。受講生のグループができていて入れていない。ここでも私ひとりぼっち…。

感情を変えることを全面的ににうたう心理学講座が多い中、
キューピッドの力を借りて人生を変えよう！魔法のメンタリングプログラムという講座を発見！

自分でがんばらなくていいんだ！読んでみるとちゃんとした心理学とコーチングみたい。

ポジティブ思考も引き寄せも一切不要！というキーワードに共感！

覚えるのはたったひとつのワークだけ？！えーそれなら私にもできそう。

長い目で見れば、NLP講座の再受講40万円を繰り返すより、お金もメンタル面も楽だし、話を聞いてみたら先生も優しく、価格25万でびっくり。自分の人生が変わるのにこれは安い！と思い即決した！

ワーク③

“仮想敵”ではなくあなたを
選ぶストーリーは？

ワーク④

ペルソナの目を釘付けにする

キャッチコピーに落とし込もう

ここまでのワーク①～③までの内容をもとに

BeforeがAfterになる・わかる

○○○○鑑定・体験会

こちらの型に当てはめてキャッチコピーを作ってみましょう。

そのためにまずはキャッチーなキーワードをAmazonの書籍タイトルやYoutubeやGoogle検索で拾ってきて、組み合わせる言葉の材料を集めましょう。

ワーク④ - 1

キャッチコピーの材料となる言葉を探そう！

Amazon,Google検索,Youtubeなどから
ペルソナに響きそうなキーワードをピックアップしよう。

記入例：魔法のメンタリングプログラム

つらい食事制限なし！

エイジング

〇〇が9割

10歳若返る

日本で唯一の

〇〇人が痩せた！

〇〇別ちょいトレ

ズルいくらい〇〇〇

50代が続々〇〇kg痩せ！

神やせ

挫折のプロでも続けられる

ズボラ

勝手に痩せる

3つのルール

ワーク④ - 1

キャッチコピーの材料となる言葉を探そう！

Amazon,Google検索,Youtubeなどから
ペルソナに響きそうなキーワードをピックアップしよう。

チェックしよう！

“材料探し”の注意点

- 全く同じジャンルからだと“**パクリ**”とみなされるリスクがあるので
他ジャンルから一部を置き換えること
- 今回使わなかったアイデアも
今後活用できる**資産になる**ので
メモなどに必ずとっておこう

ワーク④ - 2

「BeforeをAfterにする○○」

の型に落とし込もう！

記入例：

＼人生は45歳が別れ道！／

1日5分で思考が若返る！

魔法のメンタリングプログラム

～感情に意識を向けない

日本で唯一の心理学講座～

ワーク④ - 2

「BeforeをAfterにする○○」

の型に落とし込もう！

チェックしよう！

キャッチコピーの注意点

- 1行目に意外性や刺さる言葉はあるか？
- 仮想敵ではなく自分を選ぶイメージが湧くか？
- 語呂やリズムは良いか？（声に出して読んでみよう！）
- 漢字は続けても3字まで
- 文字数は極力少なく
- 数字を入れよう
- 抽象的な表現を避け、具体的な言葉を使う

最後に・・・

キャッチコピーの正解を決めるのはお客様

ここまでの内容を受けて、
あなたのペルソナに刺さるキャッチコピーは完成しましたか？

最後に大切なことを1つ。

「完璧なキャッチコピーを追い求めすぎない」こと。

何時間、何日間かけて自分が納得するキャッチコピーを考えても
究極的には最後、SNSなどでお客様に発信して反応を見なければ
そのコピーの良し悪しは分かりません。

だからこそ大事なことは1つのキャッチコピー作りに時間をかけすぎず
PDCAを10回でも100回でも繰り返すこと。

そのためにもぜひ「10分で1キャッチコピー」がつかれる状態を目指してみてください。
このテキストを徹底的に使い込んでくれれば必ずできるようになるはずですよ。やってみよう♪