

ダイレクトメール・チラシ・ホームページで 高い反応率を出す文章の書き方

文章書きになれてない人でもすぐ応用できる2つの要点

ダイレクトメールを出したが反応率がとても低かったので、今はあきらめている。
チラシを何回か入れたが、反応率がひどく低くて大損をした。ホームページを作った
が、問い合わせが全くないので今はあきらめている。

こういう人が再挑戦し、高い成果を出すために作ったのがこのCDです。

1. DM、チラシ、ホームページは文章が営業マン

ダイレクトメールやホームページ、それにチラシでは「文章が営業マン」になりますから、
反応率を高めて売上を上げるには、文章を書く人の「ウデ」を上げなければなりません。

ところがイザとなると、何を、どのように書けば反応率が高くなるか解らないので、多くの
人は思いつきで書いてしまい、結局反応率がひどく低くなって大損をしています。

でも安心して下さい。次の2つの方法をマスターすると、反応率の高い文章が書けるよう
になります。

2. 知名度が低い会社は知恵を出せ

その1つ目は、飛込訪問の「5大販売手順」の応用になります。5大販売手順に従ってま
とめていくとイメージしやすくなるので、良い文章が早くまとまります。

2つ目は、2回訪問式の販売手順になります。これは1929年に起きた世界大恐慌のため、
消費者の心理がとても冷え込んでいたときに考え出された、確実性が高い営業方法です。
この方法を応用すると、知名度が低い会社でも反応率がグンと高くなります。

3. 実例に学ぶ文章の書き方

通信販売を専門にして業績を伸ばしている会社は、見込客の気を引くキャッチコピーを初
めとして、営業マンの役目をする文章の書き方に特別工夫をしています。こうした上手な会
社のやり方をジックリ研究すると、文章の書き方や仕組の作り方が誰でも解ってきます。

もちろんこのCDは実例を紹介しています。

DM、チラシ、HPの反応率を高めるために悩んでいる方は、忘れないうちにFAXを。

新しいお客の作り方
売れる文章の書き方

定価 ¥12,000(税別)
CD-R 3巻 3時間6分。
テキストなし。



- 1章 営業の基本原則。
- 2章 弱者の広告戦略。
- 3章 弱者のDM戦略。
- 4章 文章の書き方。
(実例集つき)



お申し込みはFAXで。

ご住所	〒			業種		従業員	人
会社名	役職	ご氏名	様				
TEL	FAX						

新しいお客の作り方

ランチェスター経営(株) 〒810-0012 福岡市中央区白金1-1-8-301 TEL 092-535-3311
制作 竹田陽一 HPは <http://www.lanchest.com/> FAX 092-535-3200