

表面

セールスレター・チラシ（商品開発と表裏一体）

「理想の相手」に、「ビジョン(問題解決)」を提示する『プロポーズ』

ビジョンの提示

スバリ、どんな商品か？特徴を2・3に絞る。エレベータースピーチ・20秒説明。

誰に？

理想の顧客は誰か？ハートのスイッチが入る顧客は誰か？具体名・その特徴は？
放棄・撤退すべき顧客は誰か？(捨てるものを捨て、そして、大切なものを大切にする)
(その説明を聞いて)是非売って欲しいと懇願するのは誰か？誰であってほしいか？

何を？

あなたの会社のUSPは？
なぜ、既存客はあなたの商品を、たくさんの商品やライバル会社があるなかで購入したか？
また買わないという選択肢があるなかで、既存客はあなたの会社や商品を選ぶのか？

買わない理由は？申し込む不安は？
全て挙げて、全てクリアする

なぜ解決できるのか？その明確な理由・圧倒的な証拠は何か？
お客様の声・推薦文。安心、信頼、信用を得るには？

具体的なアクションの明示。アウトカムの明示。行動の喚起・背中の一押し
オファー、限定、追伸文、メリット・特典は多ければ多いほど良い。