

仕事と論語と蕎麦打ちが大好きな月本康寅がお届けする

# たんぽぽ通信

◆集客・営業・広告・販促・マーケに役立つビジネスコラム 2018年7月4週号

## ■集客・営業・広告・販促に役立つ心理マーケティング

反応の良いキャッチコピーを書くためのコツはお手本となるコピーをマネして、自社に応用することです。今回は雑誌、新聞、サイトや書籍タイトル等で見つけたお手本となるキャッチコピーを紹介させていただきますので、あなたの会社やお店でのコピー作りの参考として下さい。

### ■『ハイパー副業の凄い稼ぎのからくり』

これは雑誌の副業特集記事を紹介する見出しコピーですが、記事の内容から考えると「副業の実態」とか「副業特集」という見出しでよいはずですが、

でも、

「副業特集」

ではインパクトがありません。訴求力が弱い。それを

「副業特集」

「副業のからくり」

「副業の凄いからくり」

「ハイパー副業の凄いからくり」

「ハイパー副業の凄い稼ぎのからくり」

と、いうようにこれでもか！というぐらいに基本文を修飾して誇張しています。

さらに誇張すれば次のようになります。

『【緊急速報】衝撃！ハイパー副業の凄い稼ぎのからくり』

基本となる文章は平凡でもその文章に『緊急速報』『からくり』『ハイパー』『前代未聞』『空前絶後』『緊急告知』『業界初』『史上初』『永久保存版』『初公開』『新開発』『驚異』『保証』『警告』『注目』『魔法の』『絶賛』『マスコミで話題の』『奥の手』『衝撃の』『TV（雑誌・新聞）で紹介された』『究極の』『速報』『新登場』『新型』『ニュー』『緊急提言』『奇跡の』『極上の』といった言葉で修飾をすると俄然訴求力がアップします。

●本記事は契約のうえ、ビジネス心理学講師・酒井とし夫さんが寄稿しています。



私の  
約束

リフォームの提案は、お任せください！  
知識と智恵と豊富な経験で、必ずあなたの悩みを  
ズバリ 解決します。

月本建設（株）代表取締役 月本康寅  
電話/086-275-0676  
FAX/086-275-5267  
メール tsukimoto-cop@wind.ocn.ne.jp

ホームページ

月本建設

検索

4つの資格のプロ  
だから安心です！

1級建築士  
1級建築施工管理技士  
1級土木施工管理技士  
宅地建物取引士

「頼んで良かった」( ^o^ ) と言われる会社です！