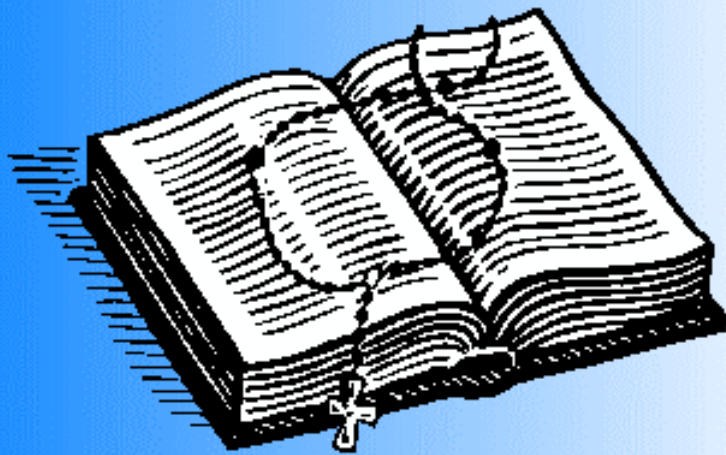


もう情報商材は 買わないでください



きっとお役に立ちます

著者：馬場 博

本書に関する著作権は馬場 博にあります。
著作権者の書面での事前許可を得ずにして本書の一部または全部を、あらゆるデータ蓄積手段（印刷物、ビデオ、および電子メディア、インターネット等）により複製および転載することを禁じます。

作成 2009年3月8日

もう情報商材は買わないでください

0. 始めに

もう情報商材は買わないでください。

ネットビジネスに関する情報商材がとても多くの人に買われています。それもどんどん利用する方が増えています。

今やインターネットでは情報も品物も簡単に手に入れることができ、とても便利です。

でもおかしいことがあります。情報商材を買った半数以上の方が期待を裏切られてがっかりしています。

なぜでしょうか。

ビジネス商材を買う人は何を期待していると思いますか。当然、その商材を買えばすぐに稼げると思っています。

でも、ほとんどの場合、楽しんで稼げるものは無く、かなりの努力が必要なものばかりです。

書かれている内容はしっかりしたものも少なくありません。でも、しっかりしていればいるほど内容も濃く難しくなっています。

実行するには作った人のような優れた能力と努力が必要です。

多くの人気づいていないことがあります。

どうしてその商材が売れるのでしょうか。内容がいいというのも当然あるでしょう。でも、本当はそれだけではないのです。

もう情報商材は買わないでください

0. 始めに	1
1. 商材を買った理由	3
2. 広告（セールスレター）を徹底的に分析	3
2.1. 第一印象	3
2.2. 続けて読みたくなるような仕組み	4
2.3. 買おうという気にさせるもの	4
2.4. あなたなりのセールスレター	4
2.5. タイトル	5
2.6. オリジナルのセールスレターと比較	5
3. 目に見えない部分を検証	6
4. サイトの構造	6
4.1. サイトの文法チェック	7
4.2. キーワード出現率のチェック	7
4.3. サイトのアクセス・SEO対策をチェック	7
4.4. 被リンク	8
5. 気が付いたこと	9
6. 最後に	9

もう情報商材は買わないでください

1. 商材を買った理由

あなたがその商材を買った理由はなんですか。買う前に見たその商材の広告とその広告を見るに至った経緯が重要なのです。

ほとんどの人がこれに気づいていません。その商材の本当の真価は広告を見させる仕組みとあなたに買う気を起こさせた広告そのものなのです。

もし、その商材がよく売れているとしたら、その商材を買う必要はありません。それよりもそれを買いたいと思う原因を徹底的に分析することこそが、その商材を利用してあなたが稼げるようになる一番の早道なのです。

2. 広告（セールスレター）を徹底的に分析

まずは、その広告（セールスレター）を徹底的に分析してください。写経をするという人もいます。それもいいでしょう。少なくともパソコンの画面を目で追うだけではだめですよ。まず、プリントしてみる事です。そうすると見えてくるものがあります。

2.1. 第一印象

第一印象はどうか。これがとても大切です。

第一印象が悪くなければ人は見向きもしません。どこが良いのかあなたの言葉で書き出してください。あなたの言葉というところが大切です。人は同じものを見ても、見方、感じ方は千差万別です。したがって、あなたの言葉にして初めてあなたのものになるのです。

あなたがどこまで理解したか、どのように理解したかをあなたなりの表現で確定して初めてあなた自身の実力として定着するものなのです。目だけで追ってそのままにした場合、たとえ読んだ時はなるほどと思ってもすぐに忘れ去られあなたのものとはなり得ないものなのです。とても重要なことですから、覚えておいてください。

もう情報商材は買わないでください

2.2. 続けて読みたくなるような仕組み

次に、最初のページから次のページに移動するところで、続けて読みたくなるような仕組みがあるはずです。それを見つけてください。

このような形で次々と調べ、気が付いたことをメモしていくのです。

2.3. 買おうという気にさせるもの

最後のあたりも重要です。よし、買おうという気にさせるものがあるはずです。

購入者からのメッセージもよく分析してみてください。

2.4. あなたなりのセールスレター

これを数回繰り返し、メモがある程度まとまったら、今度はあなたなりに、この商材のセールスレターを作ってみてください。文章表現をそのままコピーしてはだめです。あなたの言葉に直してください。

これを**リライト**といいます。リライトのこつは**まず内容を情報として箇条書きに書き出す。それをあなたの頭の中で再構築し、あなたの言葉でまとめ直す。この時にあなたなりの新しい情報、意見を追加し、オリジナルのものとはまったく異なるあなたのレターを作る**ことが大切です。

証拠写真とか、利用者のメッセージはそのままでは使えないので、あなたの頭の中で再構成し、何らかのストーリーを作るのです。

具体的にイメージが分かるような内容を作ってみるのです。これはうそを作れということではありません。実際に利用者が語っていることを違う形で表現し直すものなのです。

これが具体的に納得できるようなものであればとても効果的となります。

もう情報商材は買わないでください

2.5. タイトル

タイトルも重要です。その商材を表現するタイトルにします。オリジナルと同じでは駄目です。あなたオリジナルのものにしてください。但し、オリジナルをよく研究し、どうしてそのようなタイトルにしたかあなたなりに結論付けてください。

あなたなりというところが重要です。まねをすれば簡単かもしれませんがあなたの実力にはならない。まずくてもいいから、あなたオリジナルのものを作る練習をしてください。

2.6. オリジナルのセールスレターと比較

こうしてできたものを見比べてみてください。何度も見て改善すべきところを修正してください。

これを繰り返すうち、あなたの実力は飛躍的にアップします。

これで商材の目に見える部分の検証は終わりです。

もう情報商材は買わないでください

3. 目に見えない部分を検証

次に、目に見えない部分を検証してみましょう。ここからはあなたを広告まで導くための方法です。いくら素晴らしい広告でもその広告まで導く手段が確立していなければいつまでたっても売れることは無いのです。

よく売れる商材の広告はその手段に素晴らしいものがあるはずで、それをいかにして調べるかのお話です。

今見えているインターネット上の商材の広告の画面で、「表示」「ソースを表示」としてみてください。これで、この商材のソースコードが見られます。

重要な部分は最初の部分です。

下記の箇所になんて書いてあるかです。

```
<title>  
<meta name="keywords" content=  
<meta name="description" content=
```

<title>は検索エンジンに「タイトル」として知らせたい内容が書かれています。
<meta name="keywords" content= は 検索キーワードとしてヒットさせたいものです。

<meta name="description" content= は「サイトの説明」です。

これを参考にしてあなたのサイトに生かしてください。「タイトル」と「サイトの説明」は同じでは駄目です。「検索キーワード」は同じかさらに追加してください。

これであなたの新しいサイトがかなりヒットしやすくなってきます。

4. サイトの構造

さらに検証を続けましょう。

サイトの構造について調べます。

もう情報商材は買わないでください

4.1. サイトの文法チェック

サイトのソースコードの文法チェックをしてみてください。これでサイト作成者のホームページ作成の実力が分かります。但し結果にこだわらず、単なる参考として理解ください。

「Another HTML-lint gateway」というサイトを利用します。

<http://openlab.ring.gr.jp/k16/htmlhint/htmlhint.html>

調べたいサイトの URL を「URL」にコピー&ペーストし「チェック」をクリックします。

いかがですか、しっかりしたサイトだと点数がいいはずです。

4.2. キーワード出現率のチェック

サイトで重要視しているキーワードのそのサイト内での出現率をチェックします。

キーワード出現頻度解析サイト

http://www.searchengineoptimization.jp/tools/keyword_density_analyzer.html

いかがでしょうか。2 ~ 7%のものが適当です。

4.3. サイトのアクセス・SEO 対策をチェック

そのサイトのアクセス数・SEO 対策をどの程度しているか調べます。

SEO TOOLS (SEO ツールズ) というサイトを利用します。

<http://www.seotools.jp/>

同様に下記を使って調べます。

SEO 診断ツール『サーチファインダー』

<http://www.webanalysis.ga-pro.com/>

これでこのサイトのレベルがかなり詳しく分かります。

もう情報商材は買わないでください

さらにそのサイトが外部でどのような対策をしているか調べて見ます。

さきほどの「SEO TOOLS (SEO ツールズ)」でもかなり把握できますがさらに具体的に調べていきます。

4.4. 被リンク

そのサイトへ外部からリンク（被リンク）しているサイトをチェックします。

被リンクサイトを調べるには「**link:サイトのURL**」と検索すると表示されます。

例： link:http://jp-ferret.com/ を google で検索します。

まず、表示された被リンクの数はどうですか。これが10～20位だとたいしたことはありません。100ぐらいならまあまあ、1000, 10000となってくるとそのサイトのレベルは相当なものです。

次にリンクしているサイトを上位からざっと調べてみます。サイトの内容はどうですか。ほとんどの場合プロのSEO業者を使っていなければ商材作成者あるいは関係者がブログ等を利用して自分のサイトにリンクしていません。

このリンクサイトを調べることで商材作成者がどんなことをしているか少しだけ覗いてみる事ができるのです。

いかがでしょうか。上記の結果が必ずしも商材の評価に関係する訳ではありませんが、少なくとも商材作成者の実力を把握することはできます。またプロに依頼している場合もありますが、それはそれで参考にはなりません。

以上、商材の広告からいかにして学ぶかをお伝えしてきました。

ここでお伝えしたことは、広告はこうしたらいいですよという話ではありません。稼げている評判の良い広告からどのように学び、あなたの実力を高めるかという手段です。

この方法を繰り返すことで、あなたの実力はどんどん向上していくものと期待しています。あなたなりの方法を編み出してください。きっとあなたの財産になります。

もう情報商材は買わないでください

5. 気が付いたこと

最後に同様な作業を私が実施してきた中でよく売れている広告に関し、気が付いたことを一つだけお知らせします。

広告内の話の順序

広告内の話の順序はとても大切だということです。いろいろな方法があると思われませんが、最初はやはり相手の感情に訴えかけるのが一番のようです。通常はサイトを訪問した人にこういった悩みはありませんか、こういう欲求はありませんかと訪問者の抱えている問題を再確認させます。

いきなり、「こういった商品があります。これがいいですよ。」と持ちかけると多くの方は引きます。逃げてしまいます。

あなた、悩み事があるんじゃないですか、こんなことで悩んでいませんかと気づいてもらうとその後の説明がスムーズになります。

6. 最後に

以上、いろいろと商材を買わなくても、商材から学べることを説明してきましたが、これらは実際に私が行って実績あるものです。但し普遍的なものではなく、常に見直しが必要かと思われませんが、必要に応じて更新していきます。お役に立てれば幸いです。

最近私が作成した無料レポートです。

きっと、お役に立ちます。

SEO 対策のバイブル的マニュアル
<http://www.gekizou.biz/38787/3536/>

負けない SEO 対策応用編
<http://www.gekizou.biz/39106/3536/>

もう情報商材は買わないでください

ネットビジネスのバイブル的マニュアル

<http://www.gekizou.biz/39233/3536/>

グーグルアドセンスのバイブル的マニュアル

http://www.free-book.jp/report.php?rp_cd=47257&rf_mb_cd=11681

5万のつもりが100万に

<http://www.gekizou.biz/39446/3536/>

馬場博

goodnews@warmheart21.com