



効果的な記事の書き方

はじめに

やすひろと申します ^^

この度は、ネットビジネススタートアップ大図鑑をお読み頂き、誠にありがとうございます！

なお、300ページ以上のPDFをすべて一括で見たい場合はこちらにダウンロードページがありますので、そちらからダウンロードしてください。

[ネットビジネススタートアップ大図鑑ダウンロードページ](#)

やすひろのプロフィールはこちらです。

[やすひろ漫画プロフィール](#)

・はじめに

僕自身もそうでしたが、誰でも最初はアフィリエイトを始める上で「記事を書く」ということにつまづいてしまうこともありますよね。

どんなジャンルでも、ブログやソーシャルメディア、メルマガなど記事を書く作業はアフィリエイトで成果を出す上でとっても大事なポイント・・・

とはいえ、「まずその記事がなかなかかけないんです・・・><」となってしまう方が多いのも現状です。

そこで、このPDFでは

どうやって記事を書いていけばいいか？しかも効果的に
どんなバリエーションがあるか？
売上につながる記事の書き方は？

などなど、順番にお伝えしていこうと思います ^^

記事ってやっぱり多いほうがいいの？

ブログにしてもサイトにしても
やっぱり記事って毎日書いたほうがいいんでしょうか？
多いほうがいいんでしょうか？
という質問をよく頂きます。
基本的には「YES」なのですが、

すでにスタートアップ大図鑑をお読みいただいているあなたであれば、
ネット上のコンテンツをコピーアンドペーストするとか、
ウィキペディア等からそのまま記事を持ってきて投稿する

というような形では逆効果になってしまうということは知っていますよね^^

そういった形でなく、自分で考えた記事、オリジナルの記事であれば
当然、書けるなら毎日書いたほうがベストです。

その上で「自分で考えた記事」という部分にどうしても
頭を悩ませてしまうケースが多いですが、

この部分はちょっとしたバリエーションを知っていれば
実はそこまで難しくないんですね。

後ほど、反応を取れる記事のバリエーションを5個ほどお伝えしますが、
それを見て、その形のまま作って頂いてもいいですし、
応用して頂いてもいいと思います^^

また、「記事のネタが見つからない・・・」という部分も
「記事がかけない」原因として上げられると思います。

人はやっぱりテーマが決まっていたほうがイメージが湧きやすいため、
記事を書くためのハードルが下がりますから。

創作料理を作ってください。と言われても、
え？まず何から作ろう・・・??となってしまうですが、
卵料理を作ってください。と言われたら
かなりイメージは湧きやすくなり、作りやすくなりますよね？^^

それとおなじで、テーマがどんどん具体的になれば、
書きやすいし量もこなしやすくなるものです。

ネットビジネススタートアップ大図鑑の

「あると強力なスキル」でリサーチに関してお伝えしていますが

リサーチすることも、記事ネタを自分で考えること無く

「すでに人が悩んでいることに対して、記事を書く」という形なので、

自分で全部の記事を考えること無く、

それでいてすでに悩んでいる人がいて、それに対しての解決策になるため、
反応があがりやすい記事をたくさん書ける。

ということにつながりますので、リサーチもぜひ取り入れてみてくださいね^^

スタンスを決めておくと、書きやすい

ブログやサイトを作成するときに、
最終的にどんな商品を紹介するのか？ということやどんなジャンルでいくのか？
という点については最初から決めておいて作る。

という方は多いですが、

自分が発信する情報の「軸」や「重要ポイント」「スタンス」といったものも
あわせて決めておくと、さらに記事が書きやすくなります^^
つまりどういう切り口でサイトを作るのか？ってことが
最初から決まっていると、売る商品なども選定しやすいですし、
スムーズに誘導しやすいコンテンツを作れます。

例えば、酵素ドリンクに関してのサイトを作っているなら、

酵素ドリンクは、**法的に、何%以上の酵素成分が無いと
酵素ドリンクとうたってはいけないという決まりがないため、
微妙なものでも酵素ドリンクと言って販売できる。**

という前提条件があって、それを切り口にしようと思ったら、

比較するときも、ランキングを作るときも、
通常記事、コラム的な記事を書くときも、

この前提条件を踏まえて作成できるし、

なんでこれがいいのか？悪いのか？を訪問者さんに簡単に伝えることができる
ということです。

こういうドリンクは飲まないほうが良いよってコラム記事などを書くときも
その理由をしっかりと伝えることができます。

で、これが先ほどお伝えした**「どういう切り口でサイトを作るのか？」**
って部分になりますが、

こういった事を何も考えずにとりあえずジャンルを選定して
それにそった調べ物をして、記事を書いていくという形だと、
あとで売る商品をランキング等にした時に、

「あ、この商品まずいかな・・・？どっかの記事で
こういう商品は大量生産なのでだめです！とか書いてたな・・・
これまんまあてはまってるわ・・・」

とか

「純度100%以外の商品は、不純物が入っているので、意味がありません！
とかどっかの記事で書いたっばいぞ。。
純度100%の商品なんてアフィリできるもの一個もねーじゃん！」

みたいなことが出てきてしまいます。

売れないメルマガアフィリエイターの記事って、
あれ？前と違うこと言ってない？って事がよくありますが、そんなイメージです。
一貫性や整合性が無いんですね。

(レベルアップしたことで、考え方が変わったというようなケースを除いて)

こういった点から、最初からある程度逆算して出口を作っておいてから
作るほうが扱っている商品のプッシュもしやすくなりますし、
訴求しやすいサイトが出来上がります。

作ったサイトが完全に無駄になるか？というとそんなことはないですが、
どうしても最初から全体像やスタンスを考えて作ったサイトには負けやすいです。

時間を考えて、新しく作るか？大幅にメンテするか？を考えると、
最低限、戦えるサイトにするまでにそこまで時間がかからないものなら
やってみてもいいと思いますが、

新しく作ったほうが実は手っ取り早い事が多いです。

可視化しておくとき書きやすい

ブログやサイトを作成する時に

ジャンルと扱う商品だけ決めておいて、それに対して記事を書いていく・・・

そういった流れだとどうしても矛盾や、「書けるネタがなくなってきた・・・><」ということにつながってしまうというお話をしました。

そうならないために、常に方向性を確認できるように僕がかなり昔からやっているのが「可視化」しておくということです。

要は、どんなブログやサイトを作成していくのか？

どんなスタンスで記事を書いていくのか？

どんなスタンスで商品を紹介していくのか？

どんなコンテンツを書いていくのか？

などなどが一目で一覧でわかるようにエクセルなどに最初から書いておくということです。

下記は僕自身が生え際の後退を感じ始め、やばい・・・と思ったのと同時にこういう関連のサイト作ろう、と思って書いてみたエクセル上での構想です。

(見づらいつと思うので、次ページから拡大した画像をそれぞれ載せます^^)

生え際の後退が気になり始めたら！		ターゲット→生え際後退 メモ：生え際後退、たのライバルが強い印象 AGAや薄毛、ハゲ等は激戦り
■サイドバーのコンテンツ版	■拾ってきたネタとリソース整理	■管理人はこんな感じの疑問を持っていたよ、みたいな...
そもそもどうしてハゲるの？ 生活習慣とか関係ある？ 遺伝ってやっぱり大きいの？	頭皮を育てる必要がある 男性型のハゲはM字部分が弱りやすい 毛根が弱っているらしい	そもそも円形とか男性型脱毛症とか生え際の後退とか原因は違うの？ってお話で、そこからよくわからない...
私はこうして生え際を治したよ！ V字ハゲだった日々 人の目	リアップは生え際の後退には効かないらしい(ミノキシジル) 若年性脱毛症(いわゆる男性型ハゲ)は、現在の医学では治せない?? 男性型ハゲは治らないんだよ?	AGAはどうか生え際がどうか、よくわからない、とりあえずどうすればいいの？
4コマ漫画とか入れると面白いかも 人の目や自分の自信などを刺激する感じで、 やっぱ治したいよな...と思うようなもの	ヒキコモリ気味でハゲたやつは日光浴が効果的かもよ 以前どこかのスレ(ここかも)で言われてたけど引きこもってる人は日光から頭皮を守る必要がないから髪が抜けるんだって話意外と的を射ているかも 必要のない部分に栄養を送るのは無駄なので抜けてった説ね	よくわからないサイトが多いので、専門家に聞いた自分でも色々な物試したり、そして復活させた方法を、書いていく
	ミノキシジルがこれで確実に使えます。 ミノキとかプロペ使わずして回復した奴なんていねえだろ？	ミノキシジル？プロペ？よくわからない。 一体どういふものなのか？ 専門用語が普通に使われていて、 理解し難いものが多いな...
	僕もプロペ(万有1mg)と塗りミノビタミノーゼ入りで同じくらい復活したぞ 約4ヶ月で ちなみに今日、一月半ぶりにハゲ根に果敢した みんなもがんばれ	なんかこの商品がいろいろあって思ったけど、 すぐに買おう！とはならないのが普通 ちゃんと自分に合っているかどうか知ることから
	フィナステリドといった脱毛防止薬やミノキシジルといった発毛促進薬	食べ物は脂っこいものダメ！とかタバコだめ ストレスだめとか睡眠不足だめとか夜更かめダメとか
	がんばらめすぎる！！！！
		上記にストレスを抱えている人は多い印象
基礎知識とかを調べるのも、		

・ **仮タイトル** (とりあえずテーマだけ)

--	--	--	--	--	--	--

生え際の後退が気になり始めたら！

・ **ターゲット** (ターゲットやキーワードを踏まえてどんな形で行くか)

ターゲット→生え際後退
メモ: 生え際後退、だけライバルが弱い印象
AGAや薄毛、ハゲ等は激戦すぎる

・ **コンテンツ構想** (ブログ、サイトのサイドバーに載せるコンテンツをイメージ)

■ サイドバーのコンテンツ仮
そもそもどうしてハゲるの？
生活習慣とか関係ある？
遺伝ってやっぱ大きいの？
私はこうして生え際を治したよ！
V字ハゲだった日々
人の目
4コマ漫画とか入れると面白いかも
人の目や自分の自信などを刺激する感じで、
やっぱ治したいよな・・・と思うようなもの

・ **ネットサーフィンして見つけてきたコンテンツの元になりそうなもの**

■ 拾ってきたネタとりあえず羅列

頭皮を育てる必要がある
男性型のハゲはM字部分が弱りやすい
毛根が弱っているらしい

リアップは生え際の後退には効かないらしい(ミノキシジル)
若年性脱毛症(いわゆる男性型ハゲ)は、現在の医学では治せない??
男性型ハゲは治らないんだよな?

ヒキコモリ気味でハゲたやつは日光浴が効果的かもよ
以前どこかのスレ(ここかも)で言われてたけど引きこもってる人は
日光から頭部を守る必要がないから髪が抜けるんだって話意外と
的を射ているかも
必要のない部分に栄養を送るのは無駄なので抜けてった説ね

ミノブ&プロベこれで確実に戻ります。
ミノキとかプロベ使わずして回復した奴なんていねえんだろ?

俺もプロベ(万有1mg)と塗りミノ(ビタミンアゼ入り)で同じくらい復活したぞ
約4ヶ月で
ちなみに今日、一月半ぶりにハゲ板に来ました
みんなもガンバレ

フィナステリドといった脱毛防止薬やミノキシジルといった発毛促進薬

・ 管理人のキャラ設定

基礎知識とかを網羅するのも、
こういうのは、こういう理由があって、こうみたいだね。確かに考えるとそうかもしれないねー
例えるなら、〇〇だった〇〇なのに、〇〇だとうなる、みたいな感じ
とりあえず、友人だけど試してみなよーという感じ。近いけど、なんか頼れる存在！みたいな
のを意識。上から目線は駄目だし、ちょっとおちゃらけすぎるのもダメ。
たまに真剣になったりする感じを醸し出す

・ 管理人のキャラを踏まえた上でどんなコンテンツを書いていくか?の構想

そもそも円形とか男性型脱毛症とか生え際の後退とか原因は違うの？ってお話で、そこからよくわからない・・・

AGAIはどうか生え際がどうか、よくわからない、とりあえずどうすればいいの？

よくわからないサイトが多いので、専門家に聞きにいったり自分で色んな物試したり、そして復活させた方法を、書いていく

ミノキシジル？プロペ？よくわからない。一体どういうものなのか？？専門用語が普通に使われていて、理解し難いものが多いな・・・

なんかこの商品がいいんじゃない？って思ったけど、すぐに買おう！とはならないのが普通ちゃんと自分に合っているかどうか知ることから

食べ物は脂っこいものダメ！とかタバコだめストレスだめとか睡眠不足だめーとか夜更かしダメーとか

・・・がんじがらめすぎる！！

上記にストレスを抱えている人は多い印象

こういった感じで

どんなブログ・サイトにしていくのか？

どんな記事を書いていくのか？

どんなスタンスでいくのか？

サイト管理人のキャラのイメージは？

などなど、最初から設定していくと、途中から言っていることが変わってしまったり

サイト上のコンテンツのまとまりが無かったり、ということを防げます。

そして、何よりコンテンツを作っていくのがかなり楽になります^^

とにかく大掛かりになりそうなブログやサイトほど、こういうものを作っておくと日々書く記事を効果的な形で書いていけるので、ぜひ参考に見ていただければと思います。

基本的に上記のエクセル画像を見ていただければわかると思いますが、

自分が設定したキャラやコンテンツ自体も、
リサーチから持ってきたものを元にして、ということです。

単純に、このテーマでリサーチをしていった時に

とにかく硬い、大学教授のようなイメージで記事を書くのと、

そこら辺にいそうな、生え際がやばいよ・・・！と言ってそうな普通の人
のようなイメージで書くのと、

どっちが刺さりやすいだろう？と考えた時に後者だと感じたため、
こういったキャラ設定にしているという感じです。

リサーチしていった時に、細かい専門用語などを
使って書かれているサイトは僕自身もよくわからなかったし、反応も微妙っぽい
という感じだったのに加えて、

わかりづらい概念をわかりやすく軽く書いている人が作っているサイトのほうが
反応が大きい印象があったからですね。

アメブロとかを見ても、コメントがたくさんあったとか
アメブロの機能の「いいね」が多く押されているのも、難しい専門用語は
書いていないブログだった、なんて背景もあります。

リサーチからはそういうこともわかるので、
ぜひ参考にいただければと思います^^

エクセルで全体像を作る時のちょっとしたポイントのメモ

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
0	サイドバーにどんな記事を									
1	書いていくかを書いていっ									
2										
3	■コンテンツ1									
4	■コンテンツ2									
5	■コンテンツ3									
6	■コンテンツ4									
7										
8	メモやすでに決まっている									
9	流れなどもどんどん書いて									
0										
1										
2										
3										
4										

どこに何を書くか？というのは自分のやりやすい方法でいいと思います ^^

最初の内に関心していることをどんどん書いていきましょう！

そうすることで、ブログ、サイトの一貫性をもたせられますし、

自分自身が記事を書いていくのも楽になっていきます ^^

5つの効果的な記事の形

ネットビジネススタートアップ大図鑑の
「ブログアフィリエイトで稼ぐ」のPDFで、

自分に興味を持ってもらうコンテンツ
有益情報を提供するコンテンツ
商品を買ってもらうコンテンツ

という記事の書き方を紹介しましたが、
ここでは、「商品売るための効果的な記事」に絞って、
その形を5つお伝えしたいと思います^^

自分自身に興味を持ってもらう記事、
有益情報を提供していく記事というのがブログ、サイトの基本コンテンツなら、
商品を買ってもらうコンテンツはキャッシュポイントになります。

これは、自分自身に興味を持ってもらう記事ばかりを書いていたら
当然、キャッシュポイントが無いので、利益は出ないですし、
逆に商品を紹介するコンテンツばかり書いていたら、売り込み臭が強くなり、
なかなか売れにくいものになってしまいます。

なので全部あるのが理想ですが、

自分について書く、人が悩んでいることについて書く
ということに関しては、自分の経験を書く、自分の頭のなかにあるものを出す
リサーチをする、でおおまかな部分をカバーできるものです。

ただ、商品を紹介する、という部分には苦手意識を持ってしまっている方も
すごく多い印象を受けます。

なのでここでは商品を紹介するコンテンツに特化して
お伝えしていきますね。

もちろんですが、商品自体を自分が使えば、自分の感想をまとめるという作業が
商品を紹介する記事につながりますし、

リサーチして、その商品を使った人がどんな事を思ったのか？

ということも調べれば記事のコンテンツにすることも出来ますので、

一概に、自分自身に興味を持ってもらうコンテンツ、

有益情報を提供していくコンテンツ

商品を買ってもらうコンテンツ

の、作り方はそれぞれ別ではなく、全部つながっているし、全部同じ所から
持ってこれる、ということは覚えておいてくださいね ^^

(1) ディティール系

紹介する商品を買っていない、使っていない、まずはキャッシュポイントを作りたい。

というような場合、ディティール系が有効です。
ディティール系というのは僕が勝手につけた名前ですが、

要は、その商品に関して調べたことをどんどん書いていくということです。
わかりやすく言うと、「商品説明」という形です。

なのでやっている人も多いですが、

僕の経験上、単純に商品名のキーワードでやってきたお客さんには商品説明だけの記事で売れますし、
リンクがあるだけで売れることも当然ありますので、

「本当に書ける記事がない・・・><」

という場合には作っておいてもいいのではないかと思います。

ただ、検索エンジンからのアクセス頼り、だけになってしまうと、
それこそグーグルのアルゴリズムの変更で大きな痛手を受けることもありますから、

どうせ書くなら、ただ単に商品説明だけよりは、
ちょっとしたポイントを抑えておいたほうがいいです。

ディティール系で書く時に他の人と差別化するために有効なのが
「連想」と、「その商品から得られる結果を感情・シーンと合わせて書く」ということです。

これはブログアフィリエイトで稼ぐのPDFの
「商品を買ってもらうコンテンツ」でお伝えしたことです。

これがあるだけで、単純な商品説明を書いているだけよりも
購入率はよっぽどよくなります。

基本的に売れる商品というのは、

その商品を販売している販売者が「その商品にある特徴」を打ち出しています。

他の似たような商品には無い、こんな特徴です！というものですね。
これが単純にその商品の強みとなるわけですが、

当然、販売者が書いている特徴はみんな書けるので、
ライバルも同じような事を書いているわけです。
だから埋もれてしまいやすいのですが、

そこに、**その特徴から連想できるメリットと、イメージできる結果を書く**だけで、
見え方、興味度は全然変わってくるものなんですね。

で、この部分で販売ページに書いていないことを伝えられれば
単純に差別化することが出来ます。

「ん？なんか難しそう・・・」と思ったかもしれませんが、
慣れるとより、効果的な記事が書けるようになりますし、
一つ抑えておくといいことを知るだけで、とても簡単に効果的な記事に
変換することができます^^

例としては、

手間になっているものを簡単に出来る商品、サービスであれば

→時間が空く

→開いた時間で家族サービスが出来る（家族の笑顔が増える）

趣味に使える時間が増える（自分の毎日の満足度が上がる）

など、連想していきながら、見える結果を感情と合わせながら書いていくのが
ポイントです。上記の（）内は感情をイメージしやすいですね？^^

こういうものは物販以外の、業者さんのサービスにしか使えないと
思いがちですし、

インターネットで稼ぐ、とかアフィリエイトとかなら、「ツール」とかに
当てはまるのかな？と思いがちですが、

美容系や健康系、ダイエット系などの物販商品でも、

例えば、

- ・単純に1日3杯飲まなければならなかったのが1日1杯で済むので
- ・今までは何かと混ぜたりパックから開けなきゃ行けなかったのがビンからコップに移すだけで済むので

→時間が空く

→開いた時間で家族サービスが出来る（家族の笑顔が増える）

→家族との団欒の時間が増える（家族の絆が強まる）

趣味に使える時間が増える（自分の満足度が上がる）

今までできなかったことが出来る（新しいことに挑戦できる）

（新しい健康法・ダイエット法・美容法などの情報収集、実践も増やせられる）

というような持って行き方も出来るわけですね^^

「大げさじゃない？」と思うかもしれませんが、人は必ずと言っていいほどこれから買おうと思っている商品への期待値としてより、**自分にとって都合のいいように考える・都合のいいように考えたい**ものです。

それを「後押ししてあげている」ということです。

要は、無駄な時間が減って、こんなことができますね！ということを書くというのは

購入しようと思っている人の頭のなかにある

「無駄な時間が減ったらこんなことをしたいな」というイメージを思い浮かべさせてあげることが出来るってことなんです。

つまり、購入されやすくなるってことです。

人はその商品が欲しいんじゃなくて「結果」が欲しいからですね。

だから、大げさじゃないのかな？と思う必要は無いですし、こういうことができますね♪と感情、シーンを合わせて書くことで、

購入者さんが頭の中で考えているほしい結果、シーン、感情のイメージを思い浮かべる後押しをしていると考えてくださいね^^

また当然、悩み解決サイトなどでリサーチしていると、多くの方が思っている、ドンピシャの「欲しい結果、シーン」が見えやすくなって来ます。

イメージを思い浮かべさせてあげるだけでも強力ですが、それが欲しい結果、シーンがドンピシャだった場合、より売れやすくなります^^
これはブログやサイトの場合、なかなかお客さんからメール等、来ないものなので、実際に売れ行きとかで判断する、ということになります。

なので、記事文章を変えてみて、一気に売れ行きがよくなったら、それがより購入検討している人の欲しい結果、シーンと近かった、という判断をしてください。

そういったことを踏まえて、
記事の例を出すなら

〇〇（商品名）と〇〇を混ぜて飲むっていうのも
普通に毎日やると面倒臭かったりします・・・笑

でも、これなら一日一回、コップに入れて飲むだけでいいので
煩わしさから開放されますね。

私が最近ハマっているのが、

優雅に午後のひとときを読書しながら紅茶を飲む
ってことなんです、

〇〇（商品名）のおかげでこの時間が増やせると思うと、
嫌でもハッピーな気分になってしまいます＼(^o^)

など、特徴と、そこから連想させられるメリットをシーンや感情と
合わせて書くということです^^

こういうことをずっと続けていくと、
一つの商品について色んな角度から書いていけるようになります^^

・ディテール系の復習とまとめの動画



<http://www.youtube.com/watch?v=G3TSmqiAGHk&feature=youtu.be>

(2) 体験レビュー系

体験レビュー系はそのままの通り

「使ってみて、こんないいことがあった」

「使ってみて、こんな悪いことがあった」

ということを書いていくということです。

このやり方のいいところはかなり多いですが、

- ・実際に買って（使って・申し込んで）紹介しているという信頼性
- ・その商品を使ってみた生の声というこれから買いたい人がとにかく欲しい情報
- ・記事を書きやすい

という点が大きいですね^^

僕は自分の買った物販商品について記事を書くとき

- ・申し込んでからどれくらいで届いたのか？
- ・中身を全部画像にしてアップ
- ・使っているシーンをアップ
(水に入れて飲むものなら水に入れているところを画像にしてアップ)
(そのまま飲める、食べれるものならお皿やコップに移して画像にしてアップ)
(飲食系じゃないものは、商品自体を使っているところをアップ)

など行います。

まだありますが、これは比較系の所でお話します^^

上記は単純に自分が使っているところを想像させてあげやすい

という点がありますし、

単純に文章だけで書いている人よりも説得力が

大幅に生まれるという点があります。

いいことも、ここはちょっと微妙だったなと思ったことも全部書くと、

いいことだけを書くより信頼性が生まれやすくなります。

ちなみにデメリットも書くときは、先にデメリットを書いて、

それを補う形でメリットを書くといいです。

例としては

思いの外、ちょっと甘すぎる印象がありました^^ ;
ただ、水で割って自分の好みの薄さに出来るので、
それも気にならないかもしれません。

という形です^^

上記と、

水で割って自分の好みにできるので、
気にならないかもしれませんが、
なんか原液は甘すぎますね^^ ;

だと、後者のほうがデメリットが大きい感じに思えてしまいますよね。

■体験レビューのビフォーアフター

体験レビュー系で記事を書く時に

ビフォーアフターを乗せるとすごく効果があります。

使う前と、使った後でどんな結果があったのか？ということですね。

その上で、結果が早くわかるものだとなおいいですね^^

結果が早くわかるもので、人気ジャンルだと
肌ケアの美容グッズなどが当てはまると思います。

爪やひげ、ムダ毛、シミや肌トラブルなどなど
使う前と使ったあとを載せる、というような形です。

シミや肌トラブルは根本から改善するのに時間がかかりますが、
コンシーラー等ならとりあえず隠すものなので、すぐに使った上での
見栄えなどはわかりますよね。

そういった「すぐに結果がわかる」ものが最初は扱いやすいと思います。
爪のケア、ひげやムダ毛、シミや肌トラブルなどはすぐに
結果をお伝えしやすいです。

使う前の状態を画像でとっておき、
商品を使ってからその画像を取って、載せるという形ですね。

そこに、使用感やどれくらいの時間がかかったのか？など
単純に友人に感想を話すような感覚で写真と合わせて書いていくだけでも
かなり喜ばれるコンテンツにすることができます ^^

・体験レビュー系の復習とまとめの動画です



<http://www.youtube.com/watch?v=IE5fA3F1EyU&feature=youtu.be>

(3) 問題提起→解決系

問題提起→解決系というのは主に

こんな悩みを持っていて、それを解決するためにこの商品を買ったら解決できたという形の、オーソドックスで初心者さんでも取り入れやすい記事形態です。

ネットビジネススタートアップ大図鑑の「ネットビジネスとは？」で自分が何らかの商品を買って使ってみてこんな結果があった、悩みを解決できた、という情報ですら有益な情報になる。

というお話をしましたが、まさにその形を記事にしていけるということです^^

ちなみに僕がアフィリエイトを始めた時にびっくりしたのが、

今まで自分が使ってきたことのある商品が、結構アフィリエイト出来る商品としてラインナップにある、ということでした。

すでにこれに関する情報結構持ってるじゃん！
と思ったんですね。

20代中盤の頃に、以前は結構サラサラしてたのに
髪の毛の質がどんどん悪くなって

なんかクルツとなったり、曲がったりという髪質になってしまったので、
楽天市場で改善するシャンプーなどを買っていたことがありました。

それが普通にアフィリエイトASPのa8netで扱っていたり、

いろんなASPで扱っているバイク王も電話してバイク売ったことあったり、
キャッシングも資料請求系も結構、手を出しているものがあったんですね。

そういった、自分が単純に今まで使ってきたものは

自分がどういう状況にいて、どんな感情になっていて、

それをどうしたい、と思ったからその商品、サービスに申し込んだのか？

ということがかなり具体的にわかりますよね？

なので、もし今あなたが稼げるジャンルの一つだから、ということでやっているブログやサイトの他に、自分自身がアフィリエイト等関係なく買いたいと思って買った商品、サービスがASPにあったら、

それについてのブログやサイト、面倒臭ければブログの1記事でもいいので、書いてみて欲しいんですね。

もし普段、「記事があまり書けない・・><」と思っているなら自分が以前アフィリエイト等関係なく買った商品、つまり単純に自分が欲しいと思って買った商品について書いた時に、

どれだけ記事が書きやすいか？どっちのほう売れそうか？ということを実感でわかりやすいと思うんですね^^

そういった経験をしておくと、アフィリエイトするために扱っている商品を紹介する時にすごく有益になります。

この時に、ピックアップしておくといいのが

- ・どんな悩みがあったか
- ・他にどんな商品があったか
- ・なぜ最終的にその商品に決めたのか
- ・その商品を使ってどう変わったか

ということです。

これ全部、有益な記事のコンテンツにすることができます。

問題提起→解決系ではこの中の、どんな悩みがあったか？そしてその商品を使ってどう変わったかを書いていくということです。

自分が悩みを持っていて、それを解決できる商品があるという以上、同じ悩みを持っている人は他にも必ずいるものです。

それを解決できたのがこの商品、というのなら同じ悩みを持っている人はそれに対してすごく興味を持ちやすくなる

ということは簡単に想像付くと思います^^

また、自分が知らないジャンルの悩みですが、そういった部分はリサーチすることで、知ることができます。

インターネット上には本当に多くの人々の悩みとそれを解決した事例がたくさん載っていますから、そういったものを活用しましょうということですね^^

基本的にこのタイプで記事を書くとき、初めての場合でもやりやすいのが、

1. まず自分の事例の記事にしてみます。

この時アップしなくても、パソコン上でメモ帳に書くだけでもOKです。

2. 書いていった記事と、これから自分が

扱う商品に関する情報をまず当てはめて見る

(要は、商品名、悩み、を差し替えて、その上で問題ないように編集するということです)

僕の例をお伝えします。

バイクが壊れちゃった。
で、売ろうか廃棄処分にしようと思ったんだけど、
壊れたバイクを近所のバイク屋さんに持っていくのってかなりめんどくさい・・・

電話したら、持ち込みしかできないって言うし・・・

じゃあ電話で取りに来てくれる業者いるのかな？ってことで
調べたら、バイク王というサービスがあったので、使ってみようと思った。

そこなら廃棄処分する場合も手続き全部してくれるので、
ここにしようと思った。

↓

お腹が出てきちゃった。

で、どうにかしようと思ったんだけど、

ランニングしたりするのってすでに忙しいのに時間開けなきゃいけないので難しい・・・

だいたいどんな人も運動しろって言うけど、

時間ないんだよね・・・

で、調べてみたらまずは食前にこれを飲んでおくだけでOKっていう

ダイエットドリンクがあったので、飲んでみようと思った。

ここなら定期で買わなくていいし、まず最初にお試しの安いものもあるので、

これを買ってみようと思った

みたいな感じです。

「当てはめる」っていうのはどんなことにも使えますので、

ぜひ活用してみてくださいね^^

売れている商品ページがあったら、次に違うジャンルで商品ページ作るときも

うまく行っているのを当てはめて使う、というのが売れてるビジネスマンの

基本的な発想です^^

どうしても記事が書けないという場合、

まず自分の事例を書いてみて、

そこに、扱っている商品のジャンルに関しての人々の悩みを調べてみる、

その悩みに差し替えて、商品を変えて、記事を書いてみる。

という形でやってみてください！

おそらく、全然今までより書きやすくなるはずですよ^^

・問題提起→解決系の復習とまとめの動画です

効果的な記事の書き方③

問題提起→解決系

0:25 / 5:02

<http://www.youtube.com/watch?v=ihqa-I0Hm7I&feature=youtu.be>

(4) 比較・ランキング系

比較系とランキング系はかなりポピュラーですし、

自分が扱っている商品のライバルをチェックする時などに検索エンジンで調べてみるとだいたい比較表やランキング表が出てくると思います。

なので、そういったものを参考にして作ることもできますし、自分独自の比較、を試してみるのもいいでしょう。

先ほど、問題提起→解決系で、

- ・どんな悩みがあったか
- ・他にどんな商品があったか
- ・なぜ最終的にその商品に決めたのか
- ・その商品を使ってどう変わったか

を抑えておくといいというお話をしました。

この中の、

「他にどんな商品があったか」

「なぜ最終的にその商品を決めたのか」

という部分ですが、これがまさに「比較系」ですごく効果を発揮することです。

「いろいろあったうち、なんで最終的にその商品に決めたんだろう？」ってことを思い出すのはかなり有効で、

僕は楽天市場でよく買い物をするのですが、いつも買っているものじゃなくて、初めて買うタイプの商品の場合必ず他の商品と「比較」します。

で、その上でこれにしよう。と決めるんです。

多分あなたもそういった形で商品を買ったことがあると思います。

で、基本的にインターネット上では

「比較するのがめんどくさいから、比較サイトやランキングサイトを利用しよう♪」

という方がすごく多いんですね。

いろいろありすぎてわからないから、まとめてくれているホームページを探して、自分が欲しい物を探そう♪という人です。

そういった人にとって比較やランキングを作って提供するというのは

自分で考えたり調べなくていいという価値を提供している事にもなるわけです^^

先ほど、体験レビュー系の章で、

僕は自分の買った物販商品について記事を書くとき

- ・申し込んでからどれくらいで届いたのか？
- ・中身を全部画像にしてアップ
- ・使っているシーンをアップ
 - (水に入れて飲むものなら水に入れているところを画像にしてアップ)
 - (そのまま飲める、食べれるものならお皿やコップに移して画像にしてアップ)
 - (飲食系じゃないものは、商品自体を使っているところをアップ)

など行います。

まだありますが、これは比較系の所でお話します^^

というお話をしましたが、

アフィリエイトはしない、同じジャンルの商品も買って比較するとさらに効果的なんですね。

悪い言い方すると「引き立て役」を作るということです笑

要は、自分のサイトで扱っているジャンルの商品を3, 4個買ってみて、

全部の使用感や送料、届くまでの期間、一つ一つの特徴など

そういったものを画像と一緒に載せるということです。

例えばダイエットドリンクなら

- ・内容量と値段（100mlあたりいくらか？など）
- ・味（個人的な感想ですが、みたいな感覚です）
- ・飲み方のバリエーション
（どんな飲み方が出来るのか？水と薄めてもOKとか食事中でもOKなど）

こういったことを写真付きで比較することもできますし、効果的なんですね。

例えば3つ商品を買ったら、
それぞれの購入レビューで3記事、比較記事で1記事、
テーマを変えての比較記事でまた1記事、
視点を変えての比較記事でまた1記事

みたいな感じで、どんどん記事の量を大きくしていけます。

全部の比較のところで、本当に売りたい商品をややポイント高めに
書いてみることで、お客さんはその商品に興味を持ちやすくなります。

実際に使ってみて、こっちのほうが普通にいいな、という商品があったら
そっちを一番にしていくような形にするのもいいと思います^^

精神的にはこれが一番いいんじゃないでしょうか。

自分が本当にオススメ出来る商品を紹介していることになるので。

■比較系は実際に買ってなくてもできます

比較系のメリットですが、実際に商品を買ったほうが書ける記事の量も質も
高くなりますが、必ずしも買っていなくても効果的な記事は書けます。

さきほど、「比較するのがめんどくさいから、比較してくれているサイトを探そう」
という方にとって価値を提供しているというお話をしました。

基本的には、ブログやサイトの立ち位置として、訪問者さんがめんどくさいと思ってやれないことをやってあげてるものは価値がある。と思って大丈夫です。

買ってなくても比較できることとして、同じジャンルの商品の販売ページでそれぞれ調べたことを比較していく、ということがあります。

美容ドリンクでもサプリでもダイエットシェイクでも健康飲料でも内容量・素材の数・送料・原産地・値段あたりの量などなど、

そういったものを公開している販売ページがほとんどですから、それを一つの比較表などにしてまとめてあげる。ということですね。

これも、訪問者さんにとってはひと目でわかるため、自分で調べなくていいという価値につながります。

商品名	素材	料金/容量	100mlあたりの値段	送料
お嬢様酵素		86種類 3990円 720ml	554円	無料
ベルタ酵素		165種類 4980円 710ml	701円	630円 (9960円から 送料無料)
優光泉		60種類 7800円 1100ml	709円	無料
野草専科		63種類 2940円 360ml	816円	無料

上記は僕が作ったものの1つですが、こういうのも販売ページを見るだけで作れます^^

■ランキング系

人は「ランキング」というものが大好きです。

一つプチ情報として、ブログの記事タイトルでもメルマガの件名でも「ランキング」という言葉を入れるとクリック数が大幅にあがります^^

ランキングはビジネスじゃなくいろんなところで目にしますし、

多くの人が興味を持つ話題ですよ。

それだけ強力なランキングですが、
これもブログやサイトに入れておくとすごく強いです。

また、ランキングの1位ってすごいパワーがあって、
僕の例で言うと、2位に置いてあるキーワードで検索エンジンから
やってきた人でも、

そのランキングの1位に置いてある
商品のほうを買う確率がかなり高いんですね。

なので、基本的にはランキングの1位には
一番売りたい商品を入れるのがベターですが、

最初のうちはランキングをどうすればいいかわからない
ということもあると思います。

ある程度アフィリエイトで稼げるようになってくると
ASPの人から教えてもらったり、稼いでいる仲間がいるとこのジャンルで
何が売れてますか？とか聞いて教えてもらったり、

ということができるようになるので、そういう生の情報を教えてもらえば
一番ですが、最初はそうも行かないと思います。

そこで、最初のうちはランキングをどうやって作ればいいのか？という
やっぱり「リサーチ」が強力です。

基本的には自分の扱っているジャンルで検索エンジンの上位に
来ている人などのサイトをチェックしてみて、

多くの人が1位にしているものやどのランキングサイトでも
見るようなものを1位、2位としておくといいと思います。

やっぱり、売れている人が1位にしているのにはその理由がありますし、
多くの人が扱っているものは売れやすいからという理由があります。

また、ランキングは基本的に記事というよりは、

ブログやサイトの一つのコンテンツとして、置いておくのがいいですね ^^

関連する記事の最後に

〇〇のランキングはこちら→URL

というようにリンクを貼っておくのもいいですし、

オーソドックスなのはトップページにおいておくというものです。

人の心理として、個別ページからやってきた人でも、最後にトップページを見てから（確認してから）出て行きやすいというものがあるので、

当然トップページには一番見て欲しいコンテンツを置いておくのがいいですが、その一つにランキングがあるという感覚です。

・比較・ランキング系の復習とまとめの動画です



<http://www.youtube.com/watch?v=mhk-DhmecTM&feature=youtu.be>

(5) シチュエーション系

この記事スタイルはディテール系と同じく初心者さんでも扱いやすい記事体系だと思います。

基本的にディテール系のちょっと上の難易度というイメージだと思っていただければと思います ^^

シチュエーション系というのも僕が勝手に名づけた名前ですが、どんな記事のスタイルなのかというと

商品を購入する可能性の高い人が今いるシチュエーションを書いて、その解決策として商品を紹介していくという形です。

具体的な例を出すと、

冷え性に悩んでいる方の中でも、かなり重い方は、冬だけじゃなく、夏の冷房も温度が低すぎるとすごく辛いということがあります。

それこそ、社内など自分の理想の温度に出来ない状況等で周りの人は暑いということでガンガンに冷房をかけている場合など、実はかなり辛かったり、足先や指先が痛くなったり動かなくなったりという方もいます。

こういった悩み、イライラ、不安、ストレスなどのシチュエーションに対して、解決策を提示したり、商品を紹介していくということです。

もうお気づきかもしれませんが、こういった悩みやイライラ、不安やストレスなどのシチュエーションはリサーチすることで、見つけてきます。

自分が詳しくないテーマなら特に、自分の頭で考えるのではなくこんな状況に直面していて、こんな悩みがある！と知っているケースを探してくるだけでいいんです。

基本的にこういったシチュエーションはヤフー知恵袋でたくさん出てきます。

先ほどのケースだと

Q&A (720) | [知恵ノート \(8\)](#)

表示: [すべて](#) | [回答受付中 \(0\)](#) | [投票受付中 \(0\)](#) | [解決済み \(720\)](#)

表示順序: [関連度順](#) RSS

[冷え性と冷房病って直接的な関係はあるのですか?](#)

冷え性と冷房病の直接的な関係はありません。冷房病とは、冷房が強く効いたエリアに長時間いた後、外気温にさらされることを繰り返したときに起こる、自律神経の機能不良の通称であり、原因は、人間の体温調節を...

解決済み - 更新日時:2011/07/30 14:08:30 - 回答数: 2 - 閲覧数: 70
[健康、美容とファッション](#) > [健康、病気、病院](#) > [病気、症状、ヘルスケア](#)

[冷え性です。夏場の冷房もつらいですが、冬もそれ以上にきついです。毎年対...](#)

毎年対策はしていますが、冷え性の方はどのようにして過ごしていますか。

解決済み - 更新日時:2011/11/15 00:12:18 - 回答数: 2 - 閲覧数: 14
[健康、美容とファッション](#) > [健康、病気、病院](#) > [病気、症状、ヘルスケア](#)

[冷え性・冷房病は改善しにくいですか? 今年の夏、冷房病にかかりました。\(自...](#)

(自己診断ですが。) 電車と会社の冷え冷えの冷房風を浴び続けるうちに、背中と二の腕の後ろ側が冷えて、痛いのです。逆に頭や腕は熱いくらいでした。これまで何年もシャワーだけで過ごしてきましたが、この夏か...

解決済み - 更新日時:2012/10/29 07:53:45 - 回答数: 3 - 閲覧数: 22
[健康、美容とファッション](#) > [健康、病気、病院](#) > [病気、症状、ヘルスケア](#)

[冷え性で悩んでいます 夏場は冷房で体が冷えきってしまうので長袖が欠かせませ...](#)

欠かせません。生姜など食べてますが直後は効果があっても持続しません(ノ_<)。歩くコトも心がけてますが体が暖まるまで1時間以上となかなか汗かけません。完治する方法ありますか?

解決済み - 更新日時:2010/06/16 11:30:49 - 回答数: 1 - 閲覧数: 2335

上記は冷え性ではなく、冷房での冷え性というどちらかということ
ニッチな話題ですが、それでも720件ほどの悩みが書かれています。

この記事スタイルが扱いやすいのは、

まず悩み等のシチュエーションをみつける



そして解決策をみつける、



解決策になりうる商品があれば、それを紹介する。

ということで、必要な情報を揃えたら、それを形にはめていく、

といった感じでテンプレート化できるからです。
基本的には下記のような形が作りやすいと思います。

必要な情報は、下記の【】内のものです。

=====

【調べた悩み】って本当につらいものですよ。

私も以前こういったことに悩んでいたことがあります。
その中でも、【悩みのシチュエーション】って一番やっかいだった
印象があります^^；

【悩みからくる精神的・肉体的な負担】しちゃいますよね
(疲れちゃいますよね、とかめんどくさいですよ、など)

やっぱり同じようなことに悩んでいる人も多いですが、
それを無事解決できている人もいるもので、
私も今はなんとか完全に解決することが出来ました。

それは、【解決策】をしたからなんです、

あのつらい日々から開放された瞬間が
今でも忘れられません^^

まだやっていない人はぜひ使ってみて欲しいです♪

=====

自分が実際に体験していることだと特に説得力のある記事になると思いますが、

すでに自分が体験してきたこと、解決してきたことというのは
限られていると思いますし、

扱っているテーマ、商品全てで
毎回いろいろなことを改めて、体験するのはかなり難しいと思います。

なので、人の悩みを見つけてきて、それに対する解決策を調べて、

上記のようにテンプレート化して差し替えながら
書いていくといったようなスグに出来る形を取り入れて
書ける記事を増やしていくと記事を書く手が緩みにくくなります。

シチュエーション系で記事を書く際、
欲を言うと、商品を紹介した後は、とっても大事な
「結果とその時の感情をイメージさせるシーン」も
合わせて書ければさらにいいです。

今までお伝えしてきたことの組み合わせですね ^^

基本的には商品を紹介している時には、
商品説明だけにならないように気をつけて、
「その商品を使うことで得られる結果・感情・シーン」も考えてみて、
それもできるだけ書いていきましょう。

シチュエーション系は、ある意味問題提起→解決系と似ていますが、
この記事体系のポイントは

**シチュエーションがドンピシャに同じ場合の人が見た時、一気に興味度があがる
共感されるということです。**

要は「あ、自分のことだ」「まったく同じ状況で悩んでいる人いるんだ」
と高確率で思ってもらいやすくなるということです。

ヤフー知恵袋などで調べてきた悩み等のシチュエーションというのは
当然、1人だけじゃなく、同じような状況にいたり、同じような環境で
悩んでいる人がいるものです。

だからこそ、そういった「シチュエーション」をセットで書いてあげることで、
単純な悩みだけじゃなく「同じ状況」にいるという強力な共感を得られる
自分のことだと、当事者意識を持って興味深く読んでくれるということに
つながります。

そういった意味でもとても強力なので、
ぜひ取り入れてみてくださいね ^^

・シチュエーション系の復習とまとめの動画です



<http://www.youtube.com/watch?v=AhLmWmFtmH8&feature=youtu.be>

5つの効果的な記事・まとめ

基本的にブログ、サイトでは構成の違う記事が沢山あればあるほど訪問者さんに多角的に訴求できますし、検索エンジンからもツールやコピペ等を疑われずに済みます。

なので、できれば全部使ってバリエーションを増やして行ってほしいと思います。

ただ最初のうちはそんなにポンポン書けないと思いますので、まずはひとつ自分が出来そうな形から初めて、それを何回か使って慣れてきたら、次へ、という形でもいいと思います。

記事を書く時に多くの人が陥ってしまうのが

「頭でいろんなことを考えてしまい、手が止まる」という状態です。

人間の脳は不思議なもので、頭のなかですっと考えているのと、実際に文字を書き始めてみるのとで、

どっちがより多くの言葉が出てきやすいか？

というと、断然「実際に文字を書き始めてみる」ことなんですね。

しゃべる、というのも効果的です。

ですので、ついつい最初は頭のなかであーでもないこーでもない・・・うーん><となってしまうがちですが、ぜひメモ帳でもワードでも用意して、

まだまとまっていなくても実際にタイピングをしていく、ということを経験にしてみただければと思います。

書けば書くほど、「まだこれもかける」「あれも書ける」という状態になりやすいですから、とにかくまずは頭の中でばかり考えずにとにかく実際に文字にしてみるという状態にしていきましょう！

それだけでも確実に、使える時間に対して書ける記事の量が日に日に多くなっていきますから ^^

このPDFがあなたにとって有益なものになりましたら
とても嬉しい限りです！

すべてのコンテンツを一括で見たい場合は、
こちらにダウンロードページを用意しているので、
そちらから見ていただければと思います ^^

[ネットビジネススタートアップ大図鑑](#) [ダウンロードページ](#)

やすひろのプロフィールはこちらです ^^

[『漫画プロフィール』](#)