

## ステップメールの魔術師

### ～メルマガ設計（商品販売編）の学習の進め方～

#### メルマガ設計（日常教育編）での学習内容

1. 売れるメールにするための4つのポイント
2. 1通目～フロントエンドの企画案内までの動線設計と内容
3. 商品販売時の企画案内メールのポイント（設計と教育内容）

#### メルマガ設計（日常商品販売編）の目的と構成

この章では、

売れるステップメールを作るために重要な考え方とポイントを学び  
企画案内からセールスレター、クロージングまで、  
どのようなメールを書いていけば良いのかを学習します。

- 売れるメールにするための最重要ポイント4つ
- 重要ポイントを実際どのようにメールに反映させているか？
- どのような思考回路でメールの設計をするか？
- 1通目からフロントエンド（最初の商品）までの設計は何をすべきか？
- 1通目から、各メールでは何を達成できればいいのか？

これらの内容を理解した上で、  
実際に作れるようになっていただくことが目的です。

## 学習の進め方

まずはメルマガ設計（商品販売編）を一通り閲覧して全体像を把握。動画を見るときは、必ずメモを取って下さい。後で復習にも使えます。

そのあと、動画の内容を見ながら実際に以下のワークをしてみてください。

- ゆいのメールを重要ポイントを踏まえて分析
- ご自身が販売する商品における5つのポイントを、ワークシートに当てはめて考えて、書き出してみる。
- 教育内容をどのような順番で伝えていくか設計し、メールを書いてみる。
- 重要ポイントの視点を踏まえて、ライバルのメルマガの分析をすると、学べるものがたくさんあると思います（「これはいいな」と思う具体例などはストックしておきます）

正解がないので最初は不安かもしれませんが、復習、リサーチ、実践を繰り返すことで上達してきます。実際にやらないとできるようにならないので、最初はテスト&練習感覚でどんどんやりましょう。

動画は何度も繰り返し聴いて復習して下さい。（最低10周）

## 忘れてはいけない最重要ポイント

メルマガ設計（商品販売編）を学ぶ上で、絶対に忘れてはいけない最重要ポイントを記載しておきます。

これを踏まえた上で、何度も動画を聴いて理解を深めて下さい。

★絶対に押さえておくべき重要ポイントは

- ①理想の未来と再現性、②恐怖を煽る、③仮想敵をディスる、④選ばれる理由を見せていく

★特に、いかに理想の未来を「いいな」と感じてもらえるか、読んだ人がワクワクするか、が最重要です。

理想の未来や商品のメリットは角度を変えて繰り返し伝えていきましょう。