



1日に3万円の商材を
10個以上売り上げた
レビューページテンプレート

■著作権について

本冊子と表記は、著作権法で保護されている著作物です。

本冊子の著作権は、発行者にあります。

本冊子の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

■使用許諾契約書

本契約は、本冊子を入手した個人・法人(以下、甲と称す)と発行者(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。本冊子を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第1条 本契約の目的：

乙が著作権を有する本冊子に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第2条 禁止事項：

本冊子に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本冊子から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本冊子に含まれる情報を使用できるものとします。

第3条 損害賠償：

甲が本契約の第2条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

第4条 契約の解除：

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第5条 責任の範囲：

本冊子の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

●はじめに

このマニュアルは、商材のレビューページを作成するときのテンプレートです。実際に結果の出ているテンプレートですので、そのまま順番に当てはめていくだけで結果が出るようになっています。

何十万、何百万もの価値を生み出せるわけですから、口外しないようにしてください。これを基本にして、大きく売上げをあげましょう。

●参考レビューページ

「**天地創造-ONENESS-**」という商材を紹介したものです。

この商材は、**1件が3万円**と高額なのにも関わらず、**1日に10本以上売れていることがわかる**と思います。

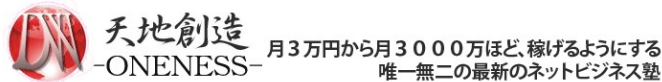
販売日	注文確定日	注文ID	インフォレンサー名	商材名	販売価格
2012/03/14 23:55:14	2012/03/14 23:55:14	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/14 23:52:46	2012/03/14 23:52:46	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/14 23:51:59	2012/03/14 23:51:59	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/14 23:49:06	2012/03/14 23:49:06	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/14 23:32:02	2012/03/14 23:32:02	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/14 22:47:07	2012/03/14 22:47:07	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/14 22:43:23	2012/03/14 22:43:23	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/14 22:42:42	2012/03/14 22:42:42	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/14 21:46:33	2012/03/14 21:46:33	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/14 20:47:18	2012/03/14 20:47:18	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/14 19:59:11	2012/03/14 19:59:11	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/13 00:15:02	2012/03/14 10:35:41	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/14 09:47:38	2012/03/14 09:47:38	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/13 23:22:21	2012/03/13 23:22:21	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/13 21:57:03	2012/03/13 21:57:03	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/13 13:13:15	2012/03/13 15:22:50	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/13 00:14:08	2012/03/13 10:00:12	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000
2012/03/12 18:39:24	2012/03/12 18:39:24	38f	株式会社デジタルワーク	天地創造-ONENESS-	¥30,000

●テンプレートの構成

レビューページは、**記事タイトル**と**レビュー**の2つからできています。



●天地創造-ONENESS- 今井秀明 実践レビュー



天地創造-ONENESS-について、
メリットからデメリットまで暴露します！



●天地創造-ONENESS-の特徴

この商品は、ネットで1億以上稼ぐ起業家をコンサルティングし、
あらゆる分野で結果を出し続けている株式会社デジタルワーク代表取締役 今井秀明さんの
ネットビジネスで月3万から月3000万ほど稼げるようにするという塾です。

レビューは、次の10項目からなります。

1. 商材名、作者、キャッチコピー
2. 商材の特徴
3. 実践結果
4. 商材の内容
5. 商材のメリット
6. 買わない方がいい人
7. 商材のデメリット
8. 特典、ダウンロード方法
9. 質問
10. 商材販売ページへのリンク

それでは、順番に説明していきます。

●記事タイトル

記事タイトルで重要なことは次の2つです。

1. 商材名や著者など、検索エンジンで検索されるキーワードを含める

例えば、参考レビューページのタイトルは次の通りです。

天地創造-ONENESS-の購入はちょっと待ってください

「商材名」、「購入」というキーワードを入れています。

他にも、レビュー、感想、特典、評判、口コミ、暴露、評価など、見込み客が検索するキーワードを1, 2個入れることで、検索エンジンからアクセスをよびます。このようなキーワードは、レビューの本文中にもいくつかちりばめておくようにします。

2. ライバルとの差別化

検索エンジンで同じようなキーワードで検索された場合、検索結果にはいくつかのライバルが表示されます。

検索上位に表示されれば自分のレビューページに来てもらえる確率は高まりますが、検索順位が下がるほど、アクセスは少なくなります。

他のライバルよりもクリックされやすくするためには、タイトルを工夫する必要があります。

例えば、例としてあげている商材名で検索すると、次のような検索結果になります。

1位が商材の販売ページ。2位が私のレビューページ。
3位、4位はライバルのレビューページになります。

天地創造-ONENESS-

ウェブ 画像検索 地図 ショッピング もっと見る ▼ 検索ツール

約 23,800 件 (0.22 秒)

天地創造 ONENESS

 tenchi-oneness.com/ ▼

こんにちは、株式会社デジタルワークの今井秀明です。おそらく、この手紙（サイト）をご覧になっているあなたはセールスレターというものをすでに何回いや何十回とご覧になってきていることでしょう。はじめにお伝えしておきますが、この手紙はもちろん“売り込み” ...

天地創造-ONENESS-の購入はちょっと待ってください

 aspergerz.biz > ネットビジネスの基礎 ▼

天地創造-ONENESS-のメリットからデメリットまで、すべて暴露します。メンバーページの公開から、くわしい内容まで、ONENESSを購入する前に必ず見ないと、絶対に後悔します。
以前このページにアクセスしました。

天地創造ワンネス(ONENESS)

 www.5mindset.com/ ▼

天地創造ワンネスのレビューサイト。最初の購入者はレターが届いてからたった20秒だった。高額塾を凌駕するその内容とは？インターネットでビジネスを考えている場合、他の教材はもう捨てる！！

天地創造ワンネス今井秀明が動いた

 tentisouzounikakeru.sblo.jp/tag/天地創造ワンネス ▼

天地創造ワンネス ONENESS 今井秀明氏によるアフィリエイト救済が緊急発動した。ネットショップ売り上げアップからアフィリエイトまで、ネットビジネスで稼ぎたい！を叶えるネットビジネス図書館。私の人生を変える可能性を見た商材紹介。-ONENESS- ...

このような検索結果だったら、あなたはどのページを見るでしょうか？

タイトルとディスクリプション（説明文章）も見てください。

商材のことを調べているとしたら、2位の私のレビューページを見たくありませんか？

これが、タイトルを工夫するということです。

タイトルで考えなければならないのは、**読者の心理**です。

・ **読者はいったい何が知りたくて検索しているのか？**

商材名で検索しているときは、本当にこの商材を買っても大丈夫なのか、信用できるのか、本当に効果はあるのか、確かな情報を知りたいので検索しています。

つまり、タイトルでそのことにふれてあげればいいのです。

「確かに効果があった」ということや、「実際に使ってみた感想」や、「こんなダメなところがある」など、読者が知りたいと思っていることをピンポイントでタイトルに含めてあげます。

もっとも効果的なのは、**マイナスのこと**です。

商材のイメージが悪くなる時は使えないかもしれませんが、読者がもっとも気になっているのは、商材の悪い評判です。

読者は、だまされたくないの、商品の悪いところがないか探したいのです。

つまり、商材のデメリットをあえて書いてみたり、少し否定的なことを書いてみたりすると、クリックされやすくなります。

もちろん、タイトルでデメリットを書いたら、レビューの中でもデメリットについて説明をします。嘘は書けないですから。そして、特典などでそのデメリットを補足します。

そのように、あえて商材の悪い部分を出すことで、興味をひきつけ、レビューの信頼性をあげ、ライバルと差別化し、成約率を上げることができます。

タイトルは重要ですから、工夫するようにしてください。

1. 商材名、作者、キャッチコピー

ここでのポイントは、次の2つです。

- ・ **検索エンジン対策**
- ・ **レビューページを読ませる工夫**

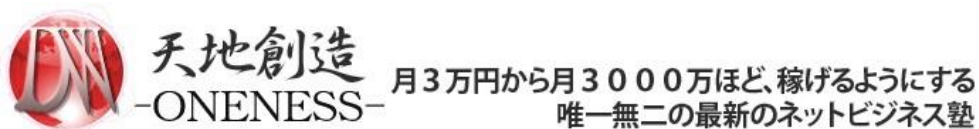
検索エンジン対策として、1行目に商材名と作者名（会社名）を入れます。自然な日本語になるように、文章で書きましょう。

例) **今井秀明**さんの**天地創造-ONENESS-**について**レビュー**します。

レビューページを読ませる工夫として、**キャッチコピー**にふれます。

商材のキャッチフレーズがあれば、セールスレターのその部分をキャプチャーして、ページの幅におさまるように画像を入れるとよいです。

例)



商材のキャッチコピーというのは、もっとも見込み客をひきつけるように考えられています。

キャッチコピーは、商材の1番の魅力を言葉にしたものですから、レビュー中に文章で紹介してもいいでしょう。

また、タイトルでマイナス要因についてふれたように、読者が知りたいと思うことを「これから書きますよ」と、**期待を持たせるとことで精読率が高まります。**期待を持たせるような言葉を入れましょう。

例) **天地創造-ONENESS-**について、**メリットからデメリットまで暴露**します！

2. 商材の特徴

商材の特徴を箇条書きで書きます。

短い言葉で、パッと見て、読者がすぐにわかるような形で書きます。
長い文章で書くと、理解が難しいですから、短くまとめましょう。

例)

- ・ 初期投資は0円でも始められる
- ・ 資金ゼロ、人脈ゼロでも稼げる
- ・ スキルなし、ホームページが作れない初心者でもできる
- ・ 一過性ではなく継続的に稼ぐことができる
- ・ 初心者から上級者まで、レベルに合わせた内容
- ・ 期間は6ヶ月間（半年間）

これらはセールスレターを一通り見て、特徴を表している部分を抜き出してまとめます。

また、セールスレターには**ブレット**とあって、メリットやベネフィットを箇条書きでまとめた部分があります。そこから特徴を示すものを抜き出すといいです。

ブレットとは、弾丸という意味で、読者の心をバンバン打ちぬくというイメージです。ベネフィットとは、「読者の未来はどうか」を表したものです。

上記の例はメリットを書き出したものですが、「**読者の未来の状態**」がうまく表現されたものがあれば、それを抜き出して加えるとよいでしょう。

例)

メリット・・・1ヶ月で3キロやせる

ベネフィット・・・異性からもてる、昔の服がきれる、疲れしない

ベネフィットは人の数だけあります。心にひびくようなものがあれば、特徴として入れてみてください。

そして、それらの特徴について、もっとも魅力的な部分について、自分の感想を簡単に述べます。

他の商材との違い、なぜその商材がいいのか、お客様にとってどうして必要なのか、自分の言葉で意見を述べてください。

特徴を並べることは誰でもできます。

だけど、その特徴をふまえて、意見を言うことはあなたにしかできません。見た人にレビューとしての価値を感じてもらえるよう、自分の言葉で商材の特徴を伝えましょう。

例)

こういった成功事例が100以上あるという。

今まで見てきた塾はいったい何だったんだ・・・。

3. 実践結果

商材を実践して出た結果を書きます。

具体的に、どんなことを実践して、どういった結果になったかを詳しく説明します。

データを画像などで出すと一気に信頼性が高まります。

数値など、具体的に見える形で提示するとわかりやすいです。

見た人が「この商材を買えば自分もこうなる」という未来の姿がイメージできるので、感情が刺激され、購入意欲がわきます。

まだ結果が出ていない場合は、セールスレター中に掲載されている実践データを紹介してもいいです。

どれくらいの労力で、どういった結果が出るのか、イメージできるようにしましょう。

4. 商材の内容

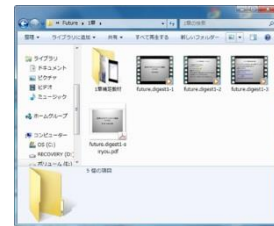
商材の量と質（パッケージ）と作業内容の話をします。

ポイントは、実際に商材を購入した人にしかわからないことをふまえて伝えることです。

商材を購入していない場合は、セールスレターをよく見てわかる範囲で書きましょう。

商材のパッケージについて

- ・ 商材はどのような形で届くのか
- ・ 商材の中身はどうなっているのか
- ・ 商材のボリュームはどれくらいあるのか



PDF、動画、DVD など、商材がどのような形で届き、どれくらいの量があるのかを伝えます。商品の写真をデジカメでとると、購入したということがわかるので信頼性が高まります。情報商材の場合はダウンロードした商材のフォルダ画面をキャプチャーしてもいいです。

商材の概要について

- ・ どのようなカリキュラムなのか
- ・ どのくらいの時間と期間をかけて取り組むのか
- ・ どのような結果が出るのか（どのような明るい未来があるのか）

どのような作業をすればいいのかを“具体的に”書きます。

商材を購入した場合にどのような手順をふめば、望む結果が出せるのかをイメージさせます。

「自分にもできそう」と思ってもらうことが重要です。

商材の中身を見ていない場合は、セールスレターから作業手順を抜粋して、簡潔に説明します。

ここにあげたことを全部書くのではなく、これを書いておいたら、まだ買っていない人にとって有益だと思われることを書きます。

例)

「商材を買う前はこう思っていたけど、買ってみて実際に中身を確認してみたところ良かった。だからよかった」

基本的に、セールスレターにも書いてあることもありますので、**レターではわからない部分**を重点的に書くことが大事です。

特に、どの程度のレベル（質）の教材が、どれだけの分量届いて、それをどれだけこなせば結果が出るのか、購入した人にしかわかりません。

読者目線になって、「**安心して取り組むことができますよ**」ということが伝わるように書きましょう。

5. 商材のメリット

この商材のもっとも優れている点を重点的に書きます。

他の塾や商材との違いはどこなのか、明確に伝えましょう。

そして、その長所のおかげでどんなメリットがあるかを書きます。購入したらどんな未来が待っているか、具体的に伝えてください。

大事なことは、**お客様の選択肢をなくす**ということです。

お客様は商品がほしいのではなく、問題が解決することを求めています。つまり、**商品がほしいのではなく、結果がほしい**のです。

したがって、問題が解決できるのであれば、その解決策は自分ができることであれば何でもいいのです。

だから、レビューページを見て、どの商材がいいのか悩んでいます。

お客様に次のように思ってもらうことが重要です。

・問題を解決してくれるものはこれしかない

本当は他にもいろいろな商品があるけれども、「これが1番いい」、「もうこれしかない」と思えるくらい感情を動かす必要があります。

感情を最大限に高めるためには、この商材の最大のよさを「お客様の明るい未来」がイメージできるように伝えます。

「問題を解決するには、もうこの商材しかないんだ」と思えるように、最高にバラ色の未来を見せてあげてください。

6. 買わない方がいい人

商材の実践が難しいと思われる人は、どういう人かを伝えます。

これは、購入者を限定するというよりは、お客様の不安をあえて言葉にすることによって、逆に安心して、購買意欲を高めてもらうという意図があります。

ここまではメリットを提示してきたので、お客様の気持ちは高ぶっています。でも、心のどこかで、本当に大丈夫なのかとまだ不安に思っています。その不安を解消するのが、レビュー後半の役割です。

ここでのポイントは次の通りです。

・信ぴょう性を上げるため

レビューでプラスのことばかり言っていると、この人はいいことばかり言って、だまして商品を買わせたいだけではと思われてしまいます。

なので、あえてマイナスのことも伝えることによって、信頼度を高めます。これは、次のデメリットの提示についても同じです。

・ **取り組むことが難しい条件を出すことで、逆にできると思わせる**

書き方のポイントは、対象をしぼっているようで、しぼっていないということです。これはあくまで例ですので、柔軟にとらえてほしいのですが、例えば次のような例です。

例)

「この商材は、**1日30分の時間をかけて実践する必要があります。**もし、その時間が作れないのであれば、この商材を実践することは難しいので、**購入しないほうがいいです。**」

このように、対象をしぼっているようで、

「1日30分くらいなら時間が取れるだろうから大丈夫。だから、私ならできる」というように読み手を納得させているのです。

「購入しないほうがいい」といつつ、実は、「購入しても大丈夫ですよ」と言っているのが、この例の書き方です。

次のような例もあります。

例)

「この商材は、**ものすごく細かいところまで丁寧に書いてあるので、ボリュームが多すぎるということがあります。**ですので、毎日コツコツとこなすことが難しいという場合は、**購入しないほうがいいです。**」

ボリュームが多いというマイナスのことですが、逆に、そこまで丁寧に作ってあることはプラスになります。

次のデメリットの項目についても同じですが、**こういった商材のマイナスの部分を特典などで補完できるともっといいです。**

今の例だったら、「**取り組む手順をまとめたマニュアル**」を特典につけるとボリュームが多くても、実践できると思ってもらえるでしょう。

このように、**プラスのことを、あえてマイナスで表現する**ことで、逆にほしいと思ってもらうことができます。

いろいろな書き方ができると思うので、工夫してみてください。

7. 商材のデメリット

商材の短所を伝えます。

どんな商材であっても、完璧なものなどありません。
何かしらデメリットがあります。

そのデメリットを正直に伝えることで、お客様の信頼を得ることができます。

大事なことは、このデメリットを、特典などで補完することです。

例)

- ・ **取り組むのに時間がかかる。**
 - 教材の動画を短時間で見る方法を教える。
 - 効率よく取り組む手順をマニュアルとして提供する。

- ・ **お金が必要。**
 - 最小限の資金で始められる方法を教える。
 - 資金を作る方法を提供する。

- ・ **大変な作業がある**
 - 作業を効率よくこなすツールを紹介する。

- ・ **サポートがない**
 - わからないことがあればメールでサポートする。

このように、**デメリットを伝えるときは、デメリットのまま終わらせてはいけません。必ずデメリットをなくすようにします。**
そこが、他の販売者と差をつけることができる部分です。

また、このデメリットを提示し、特典で補完するという方法は、読み手の感情を上手くコントロールしています。

・感情をコントロールする

デメリットを言うまでは、お客様はかなりやる気になっています。その感情はデメリットを話すことで一度落ちます。

しかし、その一度落ちた感情を「こうすれば大丈夫です」と特典などで補完することによって一気に引き上げます。

すると、「これならできるかなあ」と思っていたものが、「これなら絶対にできる」に変わります。

このように、**デメリットがあることは逆にチャンス**になります。

デメリットを打ち消す特典というのは、他の販売者にはないものですから、**自分から買う**という理由も作れます。

ライバルと差をつけるチャンスですし、上手く特典をつけることができれば成約率も高くなります。デメリットの解消することまで考えて、デメリットを伝えることが大切です。

8. 特典、ダウンロード方法

特典はライバルと差をつけるポイントですのでしっかりとつけましょう。

このとき特典のダウンロード方法を記載しておく丁寧です。時々、特典はどうやって手に入れるのか質問してくる人がいます。

購入の際に、特典がつくことを確認してから購入することと、購入した後、商材のダウンロードページから特典を手に入れることができることを記載します。

次のような特典をつけるといいです。

・商材のデメリットを打ち消すもの、補完するもの

これは特典の基本となります。

商材のマイナス点を補うものを特典にすることによって、お客様の不安を取り除くことができますし、実践にも役立ちます。

ライバルと差別化するためにも、デメリットを補う特典をつけましょう。

・商材の長所をさらに伸ばすもの

こういった特典も人気があります。

商材のノウハウにプラスすることで、成果が大きくなったり、効率よく作業ができたりするタイプの特典です。

私はよく無料ソフトの使い方を特典にします。それを使うことで、作業効率が上がるようなものです。

何か自分が使っているもので、役立つものがあれば紹介すると思います。それは、ソフトに限らず、実際の物でもいいでしょうし、書籍でもいいと思います。

・実際に実践した記録

実際に商材を購入して実践してみた場合に有効です。

効果があることもわかりますし、実践した手順がわかることが購入者にとって大きな魅力です。

実践する手順を示してあげてもいいです。

それをステップメールにして、「今日はこれをしましょう」というように指示をしてあげるだけでも立派な特典になります。

・サポート

サポートは自分ができるところでつけるといいと思います。

メールサポートやスカイプサポートなど、お客様の生の声をきくチャンスです。

質問に答えられるかどうか不安になるかもしれませんが、あまり気にする必要はありません。そんなに難しい質問が来ることはまずありませんし、わからなければ、素直にわかりませんと答えることもできます。

また、質問を受けることは、お客様との信頼関係の構築につながりますので、別の機会に商材を紹介したときに買ってもらえる確率も高まるでしょう。

質問に答えることで、自分の実力もついていきますから、できる範囲でサポートするようにしましょう。お客様にとっても、サポートがあると安心します。

特典をつけるときに、次の視点もあると売上げを伸ばすことができます。

・今買わないといけない理由

これは、**期間限定の特典**をつけるなど、今買わないといけないというように**緊急性を高める**ことで、成約率を高める方法です。

特に、教材が発売したときにこのような特典をつけることで、売上げを大きくすることができます。

特典の考え方で大切なのは、特典は、**量より質**です。

いろいろな人のレビューを見るとわかると思いますが、めちゃくちゃたくさん特典を付けている人が多いです。だとしたら、自分もそれだけたくさんつけなければならないのかというと、そんなことはないです。

まったく使えない100個の特典より、実践に必要なキモが入った、たった1つの特典の方が私は有益だと思います。

実際、1つの商材をこなすのも大変なのに、たくさん特典があっても使いこなせるわけがないのです。あるだけ無駄です。

もちろん、それは商材のレベルにもよりますし、内容にもよります。中には特典がたくさんついている人から買いたいと思う情報弱者もいるでしょう。

でも、そんな無意味な特典をたくさんつけて、それを買ってくれた人が次もまた自分から買ってくれるでしょうか。

商材は何のために買うのか。
何のための特典なのか。

それは結果を出すためです。
お客様のことを考えたら、お客様の本当に役立つ特典をつけることがもっとも重要だと思います。

それが、お客様の信頼を得て、リピーターになってもらうために大切なことだと思います。

ぜひ、自分なりに工夫したオリジナル特典をつけてみてください。

9. 質問

見込み客が疑問に思うことがあれば、Q&A という形で前もって答えおきます。これによって、**お客様が買わない理由をなくします。**

お客様にとって、商材を買うということには**リスク**があります。
そのリスクが最小限になるように、不安材料を一つ一つ丁寧に消していくことが大事です。

例)

- ・実践していてつまずいたときはどうするのか？
→サポートはあるのか、それはどのようなものか説明する。
- ・商材を買って、中身が納得できなかったらどうするのか
→返金保証はあるのか、またそれ以外の保証があれば書く。

メリットやデメリットの部分で一度ふれたことかもしれませんが、大事なことは何度書いてもいいです。

なぜなら、レビューページは最初から最後まで読まれるというわけではないからです。

お客様は気になったところだけを見ます。

ですので、これは大事だと思うことは、何度か書いたり、違った角度からふれてみたりすることが重要です。それによって、お客様のリスクや不安が軽減され、購入につながります。

もし、お客様に対し、何か伝えたいメッセージがあれば、ここで書くといいと思います。

商材に対する熱意や、商材によって手に入るものの素晴らしさ、自分が商材を紹介している意義など、気持ちのこもったメッセージがあれば必ず見た人の心をゆさぶります。

10. 商材販売ページへのリンク

最後に、商材のセールスレターへとリンクをはります。

リンクはバナーを利用します。

「詳しくはこちらをクリック」というように、商材の販売ページへと誘導します。

●最後に

レビューページのテンプレートについて説明しました。
これはあくまで一例ですので、自分で改善していくことが大切です。

大事なのはテンプレートを使っても、テンプレート思考をなくすことです。

「読者が1番知りたいことは何だろうか？」

**読者の気持ちを読者目線で考えてレビューを書くことで、
反応のとれるレビューページができます。**

ちょっとした工夫で、成約率は上がったたり下がったりします。

私の場合、ブログの記事としてレビューページを作成していますが、レビューだけに集中してもらいたいときは、ブログのヘッダーやサイドバーのない、レビュー専用ページを作った方がいい場合もあります。

どうすればよりページを見てもらい成約率をあげることができるだろうかと、いろいろ考えて、勉強して、勉強して学んだことを、レビューページに生かして試行錯誤していくことが大切だと思います。

改善していけば、必ず売れるページができるわけですから、作ってみたけど上手くいかないときもあきらめずに、どうすれば上手くいくのかを考えて、工夫して行ってください。

商材が売れたら、報告してもらえると嬉しいです。

それでは、“**売れるレビューページ**”を作成してください！

応援しています。



【発行者情報】

発行者 DAI

メール telepan@nifty.com

サイト <http://aspergerz.biz/>