

「秘密」のパワー

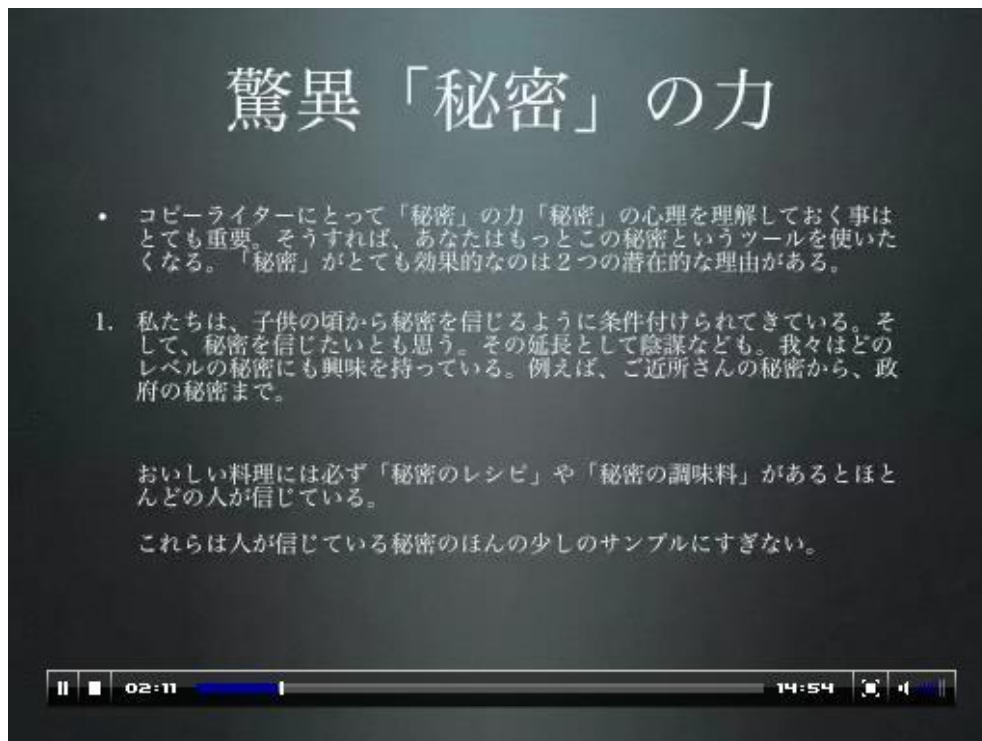
講師：小川忠洋

驚異：「秘密」の力

この[セッション](#)では、「秘密」の力をお話したいと思います。驚異「秘密」の力。コピーライターにとって「秘密」の力、「秘密」の心理を理解しておくことはとても重要です。そうすれば、あなたはもつとこの秘密というツールを使いたくなるはず。秘密がとても効果的なのは二つの潜在的な理由があります。

コピーを1回でも書いたことのある人、あるいは普通に何度も見ている人なら、絶対にネタの中に秘密というものが出てきます。自分の知らない秘密をそのネタの中で語っているというのは絶対に経験したことがあると思うのです。その秘密という力はなぜそんなに強烈かという、二つの理由があつて、これはとてもおもしろいのです。

1. 秘密を信じるように条件付けられている



驚異「秘密」の力

- コピーライターにとって「秘密」の力「秘密」の心理を理解しておく事はとても重要。そうすれば、あなたはもつとこの秘密というツールを使いたくなる。「秘密」がとても効果的なのは二つの潜在的な理由がある。

1. 私たちは、子供の頃から秘密を信じるように条件付けられてきている。そして、秘密を信じたいとも思う。その延長として陰謀なども。我々ほどのレベルの秘密にも興味を持っている。例えば、ご近所さんの秘密から、政府の秘密まで。

おいしい料理には必ず「秘密のレシピ」や「秘密の調味料」があるとほとんどの人が信じている。

これらは人が信じている秘密のほんの少しのサンプルにすぎない。

02:11 14:54

一つは、自分たちは子供のころから秘密を信じるように条件付けられているということです。世の中には秘密がある。そして、秘密があるということ信じたいとも思っているわけです。その延

長として企業の陰謀とか国家の陰謀とか、いろいろなものが出てくるわけです。

僕らが持っている秘密に対する好奇心というか興味というのはすごく強いです。たとえば、ご近所さんの秘密であったり、政府の秘密であったり、企業の秘密であったり、あるいは芸能人の秘密であったりです。だから、あんなに『週刊芸能』とかのゴシップ雑誌が売れるわけです。あれは、芸能人の秘密を暴露している雑誌なのです。

おいしい料理には必ず「秘密のレシピ」があるし、「秘密の調味料」があるというふうにはほとんどの人が信じています。普通に作った料理でも、たとえば、本とかに載っているレシピ通りに作ってとてもおいしくなったとしても、これだけおいしいからには、何か「秘密の調味料」があるに違いないというふうに思うわけです。

人が信じている秘密というのは本当にたくさんあるので、これはごく一部なのですけれども、要は信じたい、信じるように条件付けられているのです。秘密があるということを知ることは普通なのです。

2. 人は秘密を信じる必要がある

驚異「秘密」の力

2. 次はもっと重要。つまり、人は秘密を信じる必要があると言う事。

つまり、彼らに起きてる問題や結果は、秘密が隠されているから、彼らに対しての陰謀があるからだ、と信じたいのだ。その逆は、自己責任を認めて失敗を認めると言う事。それをしたくないのだ。

- 秘密や陰謀の存在は、投資マーケットでトレードシステムを手強いお客に売る時によく使われる。同じように芸能雑誌でのダイエット広告にもよく使われる
- 秘密を信じる事。あるいはみんなが知らない秘密を知っているグループに入りたいという欲求は、最も強い購買感情の一つ。そして、最も簡単にコピーで使われる購買感情である。

06:36 14:54

The Response

次に、もっとこれは重要です。つまり、人は秘密を信じる必要があるということです。つまり、彼らに起きている問題とか結果、この結果というのは、何か自分が知らない秘密が隠されているから、自分たちに対しての何かの陰謀があるからだというふうに信じたいわけです。そうすれば自分の責任ではないわけです。

今その問題を抱えていること、いま結果に不満を持っていることというのは、自分の責任ではない。その逆というのは、本当に自己責任を認めて失敗を認めるということなのです。特に現代人はそうなのですが、ほとんどの人は、自分の責任を認めたくないわけです。自分が失敗したということ、自分がだめだったということは絶対に認めたくないわけです。それに必死で抵抗するわけです。

そのための手段の一つとして、なぜ自分がうまくいっていないのか、なぜ自分は問題を抱えているのか、その理由は誰かが秘密を持っているからだ、自分が知らない秘密が世の中にはあるからだ、自分が知らないノウハウがあるからだというふうに思いたいわけです。

秘密や陰謀の存在というのは、投資マーケットとか、あるいはダイエットとか、そういうマーケットでよく使われます。健康食品会社の陰謀とか、どこどこの企業の陰謀とか、どこどこのトレードシステムの秘密とかです。

たとえば、僕が2年半前ぐらいに作った投資マーケットのプロモーションは、「ガンガン、ガンガン負けていた、何をやっても負けていたある投資家が図書館で古い本を探して、その中に秘密が書かれていた。その秘密の方法を見つけたから、彼はそのトレードで利益を上げることができるようになった。その秘密をあなたにも公開します」というようなプロモーションだったわけです。

これはすごく大ヒットしたわけです。いま言ったようなストーリーラインというのはとても使えます。というか、ほとんどあらゆる広告に使えるのではないかと思います。ですから、「だめだった人が秘密をたまたま見つけて、その秘密を使ったら成功して、その秘密をあなたにも教えます」。これは、すごくいいストーリーラインです。

『The Secret』という本があるでしょう。あれなんかもそういうことです。あれのプロモーションを見てみると分かると思うのですが、まさにその通りです。元々、あの本というのはDVDなのですが、あのDVDを作ったロンダ・バーンという人は、もう自分の人生に参ってい

The Response

た。参っていたときに古い文献から秘密、その秘密というのは、要は引き寄せの法則ということなのですけれども、秘密を見つけて自分が思ったものを引き寄せるということを知ったというような話です。

それで、結果どうなったかという、僕が知っている範囲では、確か 840 万部ぐらい売れたのではないのでしょうか。もう 1000 万部ぐらい売っているのでしょうか、そんな感じです。

秘密を信じること、あるいは、みんなが知らない秘密を知っているグループに入りたい、みんなが知らない秘密のグループに入りたいという欲求は、最も強い購買感情の一つです。そして、最も簡単にコピーで使える購買感情でもあります。そうなのです。秘密というのは、使うのは簡単なのです。だから、結構よく目にすると思うのです。

3. 秘密のサンプル

それでは、実際のサンプルを見ていきたいと思います。これは見ての通り、ケネディのセールスレターのサンプルなのですけれども、ちょっと抜粋しています。見てもらって分かる通り、イエローマーカーが引いてありますけれども、このイエローマーカーが引いてあるところが秘密ということを行っています。

RAW MATERIAL - DRAFT

From: Dan S. Kennedy

How You Can Find The Hidden Money In Any Business With Special Profit-Building Systems And Joint Venture Marketing

If someone you knew to be enormously successful, who you respected and trusted offered to reveal to you **THE SINGLE MOST IMPORTANT SECRET** that makes the difference in business between huge profits, wealth, and ideal lifestyle vs. struggling just to earn a modest income --- would you pay attention? ←

And what might you pay for that coaching session, where such a **secret** would be revealed? ←

On top of that, what if this person offered an **IRON-CLAD GUARANTEE**, that the little-known, little-understood information he would reveal would be worth at least \$100,000.00 in added wealth to you in the first 12 months you possessed it alone? ←

I'm that person, and the **'secret'** is the subject of this letter. ←

The Response

見ての通り、1 ページに1、2、3、4、5。次のページにも、1、2、3、4、5、6とあります。最も重要な秘密とか、誰も知らない、ほとんどの人が知らない、ほとんどの人が理解していない情報とか、秘密、秘密。

これは本番では翻訳したものを全部付けてあるので、だいぶ分かりやすくなると思います。ちょっと解説します。

「このスペシャル利益創出システムとジョイントベンチャー・マーケティングで、どんなビジネスでも隠れた資産、お金を発見する方法。もし、あなたがとてもすごく成功している人を知っていて、その人がとても尊敬できる人で、信頼できる人で、その人が最も重要な秘密、その人が彼のビジネスのすごい利益とか富とか、理想的なライフスタイルを得ているのと、ただの普通の収入で終わっている人の二つの違いの最も重要な秘密を公開するとしたらあなたは注意を払うでしょうか。

そして、もし、その秘密が公開されるようなコーチング・セッションがあったらどうでしょうか。

それに加えて、もし、それが鉄壁の保証付きで、誰も知らない、ほとんどの人が知らない、ほとんどの人が理解していない情報を彼が公開するとしたら、それがあなたの資産に1年間、今後12ヵ月間で1000万円以上、少なくとも追加するとしたらどうでしょうか。

私はその1人です。そして、その秘密がこの手紙の題目です。この手紙のテーマです。私の名前はダン・ケネディ。あなたがこの手紙を受け取っているということは、たぶん私のことを知っているであろうし、セミナーで聞いたことがあるとか、ニュースレターを受け取っているとか、あるいは、本とかそういうものから既に利益を得ているということもあるかもしれません。みたいなことが書いてあります。

それぞれのベネフィットが、この秘密を使ってすぐに豊かになるとか、そのビジネスを売却できるようにするとか、仕事を倍増させることなく収入を倍増させることができるとか、すごく少ない数のお客さんから大量の収入を得ることができるとか、いろいろとあります。「そして、あなたはきっとショックを受けることでしょう。だけれども、私はこの手紙の中で、無料でなんのチャージもなくこの秘密を公開します。その秘密というのは、こういうものではありません。その秘密は何々ではありません、その秘密は何々ではありません。では、その秘密は何か」、長々とあつて続くわけです。

The Response

だけれども、あなたが知らないであろうことは、秘密があるということ」などと言っているわけですが、「もし、次のことが、あなたにとってすごくアピールするようであれば、この手紙は重要です」

I'm that person, and the 'secret' is the subject of this letter.

My name is Dan Kennedy, and if you are receiving this letter, you probably are already quite familiar with me, and have heard me speak, attended my seminars, maybe receive my newsletter and have already profited from knowing me. However, what you may not know is that it is **THIS SECRET**, more so than any or all other know-how I've acquired in 30 years, that has been directly responsible for the following achievements, which might be appealing for you to achieve also:

1. To make a very large income from serving a surprisingly small number of customers, thus enjoying a simple, low-stress business.
2. To create very predictable, dependable income. (For the past 4 years, I have predicted my next year's income 10 to 12 months in advance and been within 5% of the target each year.)
3. To get wealthy fast. (Personally, I've created more wealth for myself in the past 6 years than in the previous 24. I have clients who've multiplied their wealth by as much as 100-times in just a few years by applying this **SECRET** to their businesses.)
4. To make a business saleable for a large "exit payday." That may or may not interest you in the short-term, but take the long view. I did sell a part of my business in 1999, for a substantial sum, plus continuing compensation. I did so in a field where 99% of all businesses are never saleable! Why? **THIS SECRET**.
5. To multiply your income without multiplying your work, hours or headaches. Once **THIS SECRET** is fully deployed in your business, you'll be on a most unusual economic curve, able to work less and less yet make more and more.

Now this may shock you, but I am going to reveal **THE SECRET** right here in this letter. No charge. Nothing to buy.

This violates a rule of writing sales letters, incidentally; never to educate, only to persuade and motivate. However, if you were properly selected to receive this letter, then I have every reason to believe you are a bit "smarter than the average bear", so that I can go ahead and give you quite a bit of information and then let you arrive at your own decision about acting on it, and trust you'll do so, without relying on a lot of fancy salesmanship. We'll see. Anyway, whether I'm nuts for doing so, or not, I'm going to start teaching, not selling, so please get a hi-liter or pen to underline and make not as, because you'll probably want to keep this letter, reflect on it, possibly share it with associates.

What 'THE Secret' Is Not

Let me begin by telling you - maybe surprising you - with what **THE SECRET** is not.

It is *not* attitudinal. While attitude, mind-set, self-motivation, etc. are all extremely important, and there most certainly are critically important differences between the way super-successful entrepreneurs think vs. the way everybody else thinks, this still is NOT the most powerful point of wealth-leverage. Not even close.

The Response

これは見ての通り、とてもあらゆるパターンで使えるレターです。これが、ジョイントベンチャーとかどうのこうのとかいうものを書き換えれば、秘密の力を使った冒頭の部分、オープニングの最高の持っていき方と思うので、これを簡単に使うことはできると思います。

とにかく、重要なのはこの1ページの間で秘密という言葉がたくさん出てきています。秘密、秘密、秘密、秘密。「秘密はそれではありません」みたいに、すごくストレートに秘密を売っているわけですけども、普通のコピーとかでも、やはり何々の秘密というのは、なんとかしてちりばめるようにしたいと思うのです。

例えば、コピーを書くときというのは、逆に言うと秘密になるものはないのかというのを探しながら書くわけです。例えば、自分の商品を見ていて、普通の人知らない秘密はないのかとか、それをプレゼンするわけです。

おそらく、このセールスレターというのはジョイントベンチャーの話をすると思うのです。ジョイントベンチャーというのは普通のこと、誰でも知っていることなのだけれども、ちょっとしたことを加えて、それを秘密にしていきます。その秘密というのを全体のテーマにしているレターです。別のセッションでこのレターの続きがあるので、また見てみるとおもしろいと思います。

こういうふうに、秘密というのをレターの各所で使うというのは、とても有効なテクニックです。どんなレターでも、少なくとも秘密は何個かはほしいというところです。

特に、僕らのようなインフォメーションビジネスというのは、ほとんど秘密がすべてなのです。秘密を知りたいからみんな商品を買うわけです。本とかでもそうです。何かビジネスをうまくいかすための秘密、あるいはヒントがそこにあるのではないかと買って買うわけなので、やはり、これは強烈なモチベーションなのです。

ですから、このレターを自分の商品のオープニングとかに、そのままテンプレートみたいな感じで使ってもらっても構わないです。大事なのは秘密を探すということです。

どうしても僕は自分の内側から見ると当たり前だと思っているのですけれども、一般的にはそんなに当たり前ではないことはたくさんあるわけです。ですから、それを客の目から探すことがとて

も重要です。

「秘密」パワーのビデオはここから見るすることができます。そして、アウトプットは最大のインプットになります。ぜひ、感じたことや思いついたこと、何でもOKですので、感想をコメントしてください。

<http://www.dankennedycopywriting.jp/blog/?p=3>



The screenshot shows the header of the website with a blue background. On the left is a photo of Dan Kennedy. The text reads "Dan Kennedy's Copywriting" and "ダン・ケネディのコピーライティング 日本公式サイト". A circular logo with "DKC" is on the right. Below the header is a navigation bar with "HOME | ダン・ケネディとは? | コンタクト" and a search box. The main content area features a post titled "「秘密」のパワー" with a video player. The video player has a play button and a progress bar. To the right of the video player is a sidebar with "カテゴリー" (Categories) listing "コピーライティングビデオ (1)", "アーカイブ" (Archives) listing "2009年4月 (1)", and "Entries (RSS)" and "Comments (RSS)" links.

↓ビデオ閲覧はこちらをクリック↓

<http://www.dankennedycopywriting.jp/blog/?p=3>