



魅力的なマイクロコピーとは

1. 今回の話題

1.1. 前回の動画では

- 1.1.1. 商品購入などの
- 1.1.2. 読み手のアクションを後押しする
- 1.1.3. CVボタンについて
- 1.1.4. 配置場所やデザインなどを
- 1.1.5. ご説明しました

1.2. そこで

- 1.2.1. 今回の動画では
- 1.2.2. より魅力的なボタンにするための
- 1.2.3. CVボタンのコピー（マイクロコピー）
- 1.2.4. について解説します

1.3. 目次は次のとおりです

- 1.3.1. マイクロコピーとは
- 1.3.2. 魅力的なコピーにするための4つの要素
- 1.3.3. マイクロコピーの良い例と悪い例

1.4. それでは説明していきます

- 1.4.1. CVボタンにどんな文章を書いたら良いのかが、イマイチ分からない...
- 1.4.2. クリック数を増やして、記事のアフィリエイト収益を上げたい！
- 1.4.3. という方はぜひ参考にしてくださいね

2. マイクロコピーとは

2.1. まず

- 2.1.1. マイクロコピーとは
- 2.1.2. 簡単に言うと
- 2.1.3. CVボタン
- 2.1.4. 問合せフォーム
- 2.1.5. エラーページ
- 2.1.6. などに使われる文言のことです

2.2. 今回は

- 2.2.1. CVボタンの例で見ますので
- 2.2.2. マイクロコピー のイメージは

2.2.3. こんな感じですよ

2.2.3.1. このような

2.2.3.2. ボタン上に書かれている文言

2.2.3.3. 画像：マイクロコピーとは | 山本琢磨氏が語るマイクロコピー導入事例 メディファン ド

リンク: <https://medifund.jp/writing/microcopy>

2.2.4. もしくは

2.2.5. このような

2.2.5.1. ボタンの周りに書かれている文言のことです

2.2.5.2. 画像：マイクロコピーとは | 山本琢磨氏が語るマイクロコピー導入事例 メディファン ド

リンク: <https://medifund.jp/writing/microcopy>

2.3. 具体的にいうと

2.3.1. これは

2.3.1.1. 食品サブスクサービスの

2.3.1.2. おすすめ記事から引っ張ってきたのですが

2.3.1.3. ボタン上には「今すぐコープデリに登録する」

2.3.1.4. と書いてあって

2.3.1.5. その上にはお試しセットについてのお得情報を書いてあります

2.4. 次に

2.4.1. どこに何を書けば良いのか

2.4.2. という事です

2.4.3. イメージとしては

2.4.3.1. 次のように分類できます

2.4.3.2. ボタンの上：行動へのハードルを下げる言葉

2.4.3.2.1. 「お試しは〇%オフ」

2.4.3.2.2. 「初回送料無料」

2.4.3.2.3. 「今なら〇〇特典付き」

2.4.3.3. ボタン：クリックする事で行われるアクションの説明

2.4.3.3.1. 「今すぐ〇〇に登録する」

2.4.3.3.2. 「今すぐ〇〇を購入する」

2.4.3.4. ボタンの下：不安や疑問を解消する言葉

2.4.3.4.1. 「30日間返金保証」

2.4.3.4.2. 星評価（レビュー）

2.4.3.5. 読み手は

2.4.3.5.1. 上から下に読んでいるため

2.4.3.5.2. まずはモチベーションを高めて

2.4.3.5.3. 次に行動の具体的な内容を確認し

2.4.3.5.4. 最後に不安や疑問を解消する事ができれば

2.4.3.5.5. 迷いなくクリックする事ができる、という訳です

2.5. とてもシンプルに見える

2.5.1. マイクロコピーですが

2.5.1.1. 実は「ここに何を書くか」で

2.5.1.2. 読み手がクリックしてくれる確率が

2.5.1.3. 大きく変わってきます

2.5.2. そして

2.5.2.1. クリック率が変わるということは

2.5.2.2. アフィリエイトを行っている場合

2.5.2.3. 記事の収益も大きく変わってくる

2.5.2.4. ということです

2.5.2.5. このように見ても

2.5.2.5.1. マイクロコピーをこだわることは

2.5.2.5.2. 大事だという事がわかります

2.5.3. そのため

2.5.3.1. 次に

2.5.3.2. 魅力的なコピーにするための大事なポイント

2.5.3.3. をご紹介します

3. 魅力的なコピーにするために

3.1. 形式

3.1.1. 文字数を多くしすぎない

3.1.1.1. まず

3.1.1.1.1. 重要なポイントとして

3.1.1.1.2. 文字数を多くしすぎない

3.1.1.1.3. という事が挙げられます

3.1.1.2. というのも

3.1.1.2.1. あまりに文字数が多い

3.1.1.2.2. 「文章」を書いてしまうと

3.1.1.2.3. ゴチャゴチャとした印象を与えてしまう

3.1.1.2.4. 必要な情報がパッと見で読み取れない

3.1.1.2.5. ので

3.1.1.2.6. せっかくの「最後の一押し」の効果が薄れて

3.1.1.2.7. クリックしてもらえなくなります

3.1.1.3. CVボタン上やその周りの文言は

3.1.1.3.1. 特に意識しなくとも

3.1.1.3.2. 瞬時に読み取れる事が大事です

3.1.1.4. そのため

3.1.1.4.1. 記載する文言は

3.1.1.4.2. 重要なメッセージに絞って

3.1.1.4.3. パッと見で読み取れるボリュームにしましょう

3.1.1.4.4. イメージとしては

3.1.1.4.4.1. このくらいです

3.1.2. 改行を活用する

3.1.2.1. 次に

3.1.2.1.1. パッと見で読み取れるようにする工夫として

3.1.2.1.2. 改行する

3.1.2.1.3. という手段も挙げられます

3.1.2.2. 基本的には

3.1.2.2.1. できるだけ簡潔な文言にしますが

3.1.2.2.2. 例えば商材の名前が長いときや

3.1.2.2.3. 平仮名が続いて読みにくいときなどには

3.1.2.2.4. 改行を活用する事で

3.1.2.2.5. 区切りよく・見やすいデザインになります

3.1.2.3. 例えば

3.1.2.3.1. この場合は

3.1.2.3.1.1. 今すぐ、から「おもいの」という部分で

3.1.2.3.1.2. 平仮名が続いているのと

3.1.2.3.1.3. 商材の名前が長めなために

3.1.2.3.1.4. 少し読みにくい印象を与えてしまいます

3.1.2.4. このような場合には

3.1.2.4.1. 今すぐ○○○○○○○○○○に登録する

3.1.2.4.2. ではなく

3.1.2.4.3. 今すぐ○○○○○○○○○○に登録する

3.1.2.4.4. というように改行を活用して

3.1.2.4.5. 見やすくしてみましょう

3.1.2.5. また

3.1.2.5.1. 改行を活用する際には

3.1.2.5.2. スマホ表示にした時に

3.1.2.5.3. 不自然な部分で改行されていないか

3.1.2.5.4. を予めチェックしておきましょう

3.2. 内容

3.2.1. 魅力的な文言を入れる

3.2.1.1. マイクロコピーは

3.2.1.1.1. 「コピー」ですので

3.2.1.1.2. 当然ながら

3.2.1.1.3. 文言の中身が重要になってきます

3.2.1.2. そこで

3.2.1.2.1. この文言を入れれば

3.2.1.2.1.1. 一気に魅力的になる！

3.2.1.2.1.2. という便利な言葉を紹介します

3.2.1.2.2. それは

3.2.1.2.2.1. 次の2つです

3.2.1.2.2.2. インパクトのある言葉

3.2.1.2.2.2.1. 「無料」

3.2.1.2.2.2.2. 数字（30秒で登録、など）

3.2.1.2.2.2.3. 「みんな使っている感」のある言葉（人気No.1、登録者1万人以上など）

3.2.1.2.2.2.4. などが挙げられます

3.2.1.2.2.3. 「今」必要だと思わせる言葉

3.2.1.2.2.3.1. 「今なら〇〇」

3.2.1.2.2.3.2. 「今だけ〇〇キャンペーン」

3.2.1.2.2.3.2.1. モラル的に使えない場合もあり

3.2.1.2.2.3.2.2. アフィリエイト事業主がNGにしていることもあるので

3.2.1.2.2.3.2.3. そこだけ注意しましょう

3.2.1.2.2.3.3. 「期間限定」

3.2.1.2.2.3.3.1. 〇日まで

3.2.1.2.2.3.4. 「数量限定」

3.2.1.2.2.3.4.1. 〇個まで

3.2.1.2.2.3.5. 「今すぐクリック」

3.2.1.2.2.3.6. などが挙げられます

3.2.1.2.2.4. 優先順位としては

3.2.1.2.2.4.1. まず

3.2.1.2.2.4.1.1. 「無料」

3.2.1.2.2.4.1.2. は最強なのでなるべく入れる

3.2.1.2.2.4.2. 次に

3.2.1.2.2.4.2.1. 「今だけ」

3.2.1.2.2.4.2.2. 「今なら」

3.2.1.2.2.4.2.3. と特別感を出す

3.2.1.2.2.4.3. 仮に上の文言が使えない場合は

3.2.1.2.2.4.3.1. 人気No.1

3.2.1.2.2.4.3.2. 登録者1万人以上

3.2.1.2.2.4.3.3. など、「みんな使ってる感」のある言葉で

3.2.1.2.2.4.3.4. 信頼性を高める

3.2.1.2.2.4.4. さらに

3.2.1.2.2.4.4.1. 具体的な数字

3.2.1.2.2.4.4.2. を入れると魅力が増す

3.2.1.2.2.4.5. というイメージです

3.2.1.2.2.5. このように

3.2.1.2.2.5.1. インパクトのある言葉でグッと心を掴んだ上で

3.2.1.2.2.5.2. 「今、すぐに」必要だと思わせる事で

3.2.1.2.2.5.3. 読み手の背中を押すのです

3.2.1.3. ただ

3.2.1.3.1. あまりにも「セールス感」が強すぎるコピーは

3.2.1.3.2. 怪しげな印象を与えたり

3.2.1.3.3. 押し付けがましくて嫌な印象を与えたりするので

3.2.1.3.4. くどい表現は避ける・誇張表現はしないなどの工夫で

3.2.1.3.5. 気をつけましょう

3.2.2. ベネフィットを伝える

3.2.2.1. 次に

3.2.2.1.1. どんな言葉を使うか、だけでなく

3.2.2.1.2. 何を伝えるか（内容）

3.2.2.1.3. も重要なポイントです

3.2.2.2. そこで

3.2.2.2.1. 意識したいのが

3.2.2.2.1.1. ベネフィットを伝える

3.2.2.2.1.2. という事です

3.2.2.2.2. ベネフィットについては

3.2.2.2.2.1. この講座で何度も出てきているので

3.2.2.2.2.2. 皆さんももうお分かりですよ

3.2.2.2.3. 人間は

3.2.2.2.3.1. 基本的に自分にベネフィットがない限り

3.2.2.2.3.2. 行動を起こしません

3.2.2.2.3.3. そのため

3.2.2.2.3.3.1. 例えばこのような

3.2.2.2.3.3.1.1. ベネフィットが伝わらないボタンは

3.2.2.2.3.3.1.2. NGです

3.2.2.2.3.3.1.3. マイクロコピーでアフィリエイトのクリック率を上げる方法 |
microcopy.org

リンク: https://microcopy.org/create/microcopy_affiliate/

3.2.2.2.3.3.2. アクションを起こす事で

3.2.2.2.3.3.2.1. どんな良いことがあるのか？

3.2.2.2.3.3.2.2. をハッキリと示してあげましょう

3.2.2.3. イメージとしては

3.2.2.3.1. 先ほど説明した

3.2.2.3.2. ボタン上部に書く

3.2.2.3.3. 行動へのハードルを下げる言葉

3.2.2.3.3.1. 例えば

3.2.2.3.3.2. 「お試しは〇%オフ」

3.2.2.3.3.3. 「初回送料無料」

3.2.2.3.3.4. 「今なら〇〇特典付き」

3.2.2.3.4. のような感じです

3.2.3. 文言の順番をこだわる

3.2.3.1. 実は

3.2.3.1.1. マイクロコピーは

3.2.3.1.2. たった数文字の単語を入れ替えるだけで

3.2.3.1.3. 収益が大幅にアップする

3.2.3.1.4. という事が十分にあり得る世界です

3.2.3.2. そのため

3.2.3.2.1. 文言の順番も

3.2.3.2.2. CV率を高めるためには

3.2.3.2.3. ポイントになります

3.2.3.3. そこで

3.2.3.3.1. 意識したいのが

3.2.3.3.1.1. 魅力的なワードは左寄せにする

3.2.3.3.1.2. という事です

3.2.3.3.2. というのも

3.2.3.3.2.1. 読み手は

3.2.3.3.2.2. 左から右に文章を読んでいるので

3.2.3.3.2.3. 大事なキーワードは左側に詰めたほうが

3.2.3.3.2.4. インパクトが強くなるからです

3.2.3.4. よって

3.2.3.4.1. 例えば

3.2.3.4.2. このように

3.2.3.4.2.1. 「無料」という魅力的な文言は

3.2.3.4.2.2. 左寄せにします

3.2.3.4.2.3. 画像：マイクロコピー は2文字でCVR1.5倍の実例あり & 初心者向け - アフィリラブ

リンク: <https://afilove.com/microcopy/>

3.2.3.4.3. 実際

3.2.3.4.3.1. このような数文字の変化だけで

3.2.3.4.3.2. CV率が1.5倍にもなった

3.2.3.4.3.3. という事例も存在し

3.2.3.4.3.4. 文言の順番は

3.2.3.4.3.5. 売り上げアップにも

3.2.3.4.3.6. 重要な要素である事が分かります

4. マイクロコピーの良い例と悪い例

4.1. 今までの説明を踏まえて

4.1.1. 今度は

4.1.2. 具体的なマイクロコピーの

4.1.3. 良い例と悪い例を見てみましょう

4.2. まず

4.2.1. 悪い例はこちらです

4.2.1.1. 【コンバージョン率を高めるCTA】 3つの種類と4つのポイント | Webマーケティングメディア「Grab」

リンク: https://mag.ibis.gs/creative/design/cta_181015/

4.2.1.2. 先ほどまでの説明を聞いてきて改めて、どんな点が悪いか分かりますか？

4.2.1.3. まず

4.2.1.3.1. 文字数は多すぎないですが、逆に短すぎる...というより情報量が少なすぎます

4.2.1.4. そのため

4.2.1.4.1. 正直

4.2.1.4.2. このボタンを見ても

4.2.1.4.3. クリックする気はなかなか起きませんよね

4.2.1.5. では

4.2.1.5.1. どういった要素を

4.2.1.5.2. 付け足せば良いのでしょうか？

4.3. 次に

4.3.1. 良い例を見てみましょう

4.3.1.1. こちらはAmazon PrimeのCVボタンですが

4.3.1.2. ボタンのマイクロコピー には

4.3.1.2.1. 「無料」「30日間」という具体的な数字が盛り込まれています

4.3.1.2.2. そして

4.3.1.2.2.1. アクションの説明が「送信」「購入」のように抽象的ではなく具体的なので

4.3.1.2.2.2. ボタン上のコピーを読んだだけで

4.3.1.2.2.3. 「クリックしたらどんなアクションを起こす事になるのか」

4.3.1.2.2.4. がはっきりと分かります

4.3.1.3. さらに

4.3.1.3.1. 無料体験はいつでもキャンセルできる、という

4.3.1.3.2. 行動へのハードルを下げる言葉が書かれており

4.3.1.3.3. 体験後の具体的な値段も書いてあるので

4.3.1.3.4. 「無料体験後はどのようになるのだろうか??」という疑問（不安）が取り除かれています

4.3.2. 先ほどの

4.3.2.1. シンプルすぎるCVボタンと比べると

4.3.2.2. 魅力的な文言が含まれていたり

4.3.2.3. ベネフィットがハッキリと示されていたり

4.3.2.4. 不安を取り除いて最後の一押しが効果的になっていたり

4.3.2.5. 多くの要素が詰まっています

4.3.3. このようなCVボタンであれば

4.3.3.1. 「無料なら試してみてもいいよな～キャンセルもできるみたいだし...！」

4.3.3.2. と気軽にポチッと、ボタンをクリックさせる事ができるのです

4.3.4. また

4.3.4.1. ボタンの周りに書く情報量については

4.3.4.2. Amazonの例を見ると

4.3.4.3. 少し多い印象があるかもしれません

4.3.4.4. ただ

4.3.4.4.1. （情報量が多すぎるのは微妙なのですが）

4.3.4.4.2. ボタン周りの文言は見られやすいので

4.3.4.4.3. クリック（購入）しやすくなりそうな文言であれば

4.3.4.4.4. 積極的に入れましょう

5. まとめ

5.1. 今回の動画では

5.1.1. CVボタンをより効果的にするために必要な

5.1.2. マイクロコピーを魅力的にする方法について

5.1.3. 解説しました

5.2. マイクロコピーは

5.2.1. 字数こそ少ないですが

5.2.2. たった数文字の変化でも

5.2.3. CV率（収益）を左右する

5.2.4. 重要な要素です

5.3. 皆さんも

5.3.1. 今回学んだことを生かして

5.3.2. こだわり抜いた

5.3.3. マイクロコピーを作成しましょう