

現在の損失確認

商品はある / 発信も続けている / 熱意も足りている

- ! それでも反応が出ない
- ! 読まれても動かない
- ! DMも申込も増えない
- ! **最初の一文で落としている**

原因の特定

客観的な分析

中身不足ではない / 内容の前に「離脱」が起きている

読者の判定プロセスとズレ

- ▶ 話す順番のズレ（商品説明が先に出る）
- ▶ 読者の温度が未到達（自分ごとかの判定が先）
- ▶ 関係ないと判断される（自分語り先行の影響）

損失は「導入設計」で起きる

頑張り不足
語彙力の問題
商品の質
熱量の多さ
自分語り

≠ 原因
≠ 原因
≠ 原因
≠ 解決策
≠ 効果的導入

最初に売るほど読まれない / 読まれない理由は中身以前にある

順番の基本形

1. 違和感：日常の小さな引っかかり

2. 問いかけ：読者の思考を動かす

3. 体験：自分の体験を短く重ねる

4. 可視化：読者の今の状態を当てる

5. 視点ずらし：新しい解決の兆し

6. 商品紹介：信頼ができてから回す

商品紹介は後ろに回す / 最後に行動を一つ置く

変化の実感

読者の反応

読者が止まる
自分の話として読む
最後の一文が効く

結果の質の転換

DMの温度が変わる
申込前提の反応が出る
共感が行動へ進む

同じ中身でも「届き方」が劇的に変わる

最小アクション

STEP 1: 冒頭二行の解体

- 直近の冒頭二行を開く
- 商品説明を一旦すべて削る

STEP 2: 再構築と公開

- 最初に「問い」を一文置く
- 次に「体験」を一文置く
- 最後に入口（行動）を一つ置く
- 説明はすべて後ろへ移動させる

そのまま再投稿して反応の差を診る

資料の活用タイミング

止まった時に戻る「カード」

反応ゼロ時の冒頭点検 / 投稿前の順番確認
商品紹介前の温度確認 / 読者目線の再設計
読まれて終わる時の修正

導線設計と併用する「点検用設計図」

次の選択肢

- 過去投稿を一本だけ直す
- 冒頭二行だけ入れ替える
- 入口を一つに絞る
- DMの質を観察する
- 反応差を記録する

必要なら全体導線を見直す / まずは一本だけ変えてみる