AIでセールスはもっと楽になる

営業トークが苦手なまま売れる

AI×文章マーケティング入門

宇都宮 真輔

営業トークを磨くより、
売れる環境を整えよう。

AI × 文章 × マーケティング で

興味のある人が集まってくる!!
セールスがずっと楽になる!!

AI時代の売上獲得術

目　次

はじめに　AIで、セールスはもっと楽になる　・・・・・・・・・　2

第1章　売れやすい環境を作れば、セールスは楽になる　・・・・　8

第2章　文章がセールスを楽にする5つの働き　・・・・・・・・・　15

第3章　文章で「集める・育てる・売る」仕組みができる　・・・　22

第4章　AIを使えば、文章制作はもっと楽になる　・・・・・・・・　30

第5章　実践！ AIと一緒に商品紹介文を作ってみよう　・・・・・　41

おわりに　AIを味方に、無理なくセールスを楽にしよう　・・・　50

著者プロフィール　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　54

はじめに　AIで、セールスはもっと楽になる

最近、ChatGPTをはじめとする生成AIが、さまざまな仕事で活用されるようになってきました。

文章を書いたり、アイデアを考えたり、資料を作ったり。これまで時間がかかっていた仕事を、AIが手伝ってくれるようになっています。

実は、このAIをうまく活用すると、あなたのセールスも、今よりずっと楽になる可能性があります。

「でも、AIがどうやってセールスを手伝ってくれるの？」

そう思うかもしれませんね。

もちろん、AIがあなたの代わりにお客様と商談してくれるわけではありません。

お客様と話している最中に、AIが相手の気持ちを読み取り、「次はこう話してください」と教えてくれるわけでもありません。

では、AIはどうやってセールスを楽にしてくれるのでしょうか？

その答えをお伝えする前に、少し想像してみてください。

こんな状態だったら、もっと売りやすくなると思いませんか？

たとえば、あなたが商品やサービスを販売するとき、次のような状態になっていたらどうでしょう。

- あなたの商品やサービスに興味を持っている人が集まってくる。
- お客様はあなたに親しみを感じ、専門家として信頼してくれている。

- お客様は自分の悩みを解決したいと思っていて、あなたなら力になってくれそうだと感じている。
- 商品の特徴や魅力を、あなたの代わりにわかりやすく説明してくれるツールがある。
- 今すぐ購入してくれなかったとしても、時機を見て再提案するチャンスが確保されている。

いかがでしょうか？

何も知らない人に一から商品の説明をして、興味を持ってもらい、信頼してもらい、頑張って売り込む。その場で買ってもらえなかったら、おしまい。

そんなセールスと比べたら、ずいぶん楽になりそうだと思いませんか？

実は、こうした「売れやすい環境」を作るための方法があります。

それが、**「マーケティング」**です。

営業トークを磨くだけが、売れる方法ではない

マーケティングというと、難しそうに感じるかもしれません。

市場調査やデータ分析、広告運用など、専門的な知識が必要なイメージもありますよね。

でも、今回の話では、もっとシンプルに考えてください。

マーケティングとは、**「セールスを楽にするために、売れやすい環境を整える方法」**です。

もちろん、営業トークを磨くことには大きな効果があります。

商品の魅力を上手に説明できたり、お客様の疑問に的確に答えられたりすれば、セールスはしやすくなるでしょう。

でも、それだけが方法ではありません。

お客様があなたの商品に興味を持ち、あなたを信頼し、商品の価値を理解している。

そんな状態を、セールスの前から少しずつ作っておくこともできるのです。

特に、ダイレクト・レスポンス・マーケティング（DRM）やWebマーケティングの分野には、そのためのさまざまな手法があります。

そして、こうした手法で大きな役割を果たすのが、**「文章」**です。

文章が、あなたの代わりに伝えてくれる

たとえば、商品を紹介するWEBページやPDF資料があれば、あなたが直接説明しなくても、商品の特徴や魅力を伝えられます。

メールやLINEを使えば、お客様に役立つ情報を定期的に届けながら、あなたの専門性や考え方を知ってもらえます。

商品説明の資料で魅力を感じてもらった上で個別相談や説明会に申し込んでもらえば、説明が楽になるし、売れる可能性の高い人が来てくれます。

相談の後も、よくある質問への回答や詳しい説明を文章で届けることができます。

つまり、文章を活用すれば、**あなたが営業トークだけで頑張らなくても、商品の魅力を伝えたり、お客様の疑問を解消したりできる**のです。

今までどおりの対面でのセールスを行いながらも、その前後の説明やフォローを文章に任せれば、売り込む負担を減らせます。

さらに、文章を活用する手法を組み合わせれば、興味のある人を集め、信頼関係を育て、魅力と価値を理解してもらい、購入してもらうまでの一連の仕組みを作ることもできます。

ただし、ここで一つ問題があります。

「でも、文章を書くのは大変そう……」

ここまで読んで、こんなことを思いませんでしたか？

「文章を書くのは苦手なんだけど……」

「何を書けばいいのかわからない」

「正直、面倒くさい」

確かに、これまでは文章を作ること自体が、大きなハードルでした。

商品の魅力を整理して、何をどんな順番で伝えるかを考え、実際に文章にする。しかも、読みやすく、伝わりやすい表現に仕上げなければなりません。

文章を書くことに慣れていない人にとっては、なかなか大変な作業です。

でも、今はAIがあります。

ChatGPTなどの生成AIを使えば、あなたが伝えたいことをもとに、文章の下書きを作ってもらえます。

たとえば、あなたの商品について、箇条書きで情報を伝えるだけでも構いません。

AIに質問してもらいながら、必要な情報を整理することもできます。

そして、できあがった文章を読んで、「もう少しやさしい表現にして」「ここを詳しく説明して」と頼めば、修正も手伝ってくれます。

もちろん、AIが書いた文章を、そのまま何も確認せずに使えばよいわけではありません。内容が正しいか、あなたの商品に合っているかは、自分で確かめる必要があります。

それでも、すべてを一から自分で考えて書くのと比べれば、作業の負担を大きく減らせます。

文章を書くのが得意でなくても、AIと一緒なら、これまでよりずっと取り組みやすくなるのです。

AIと文章で、セールスの仕組みを作る

AIを使って作れるのは、商品紹介文だけではありません。

商品説明資料、LP（商品やサービスを紹介するWebページ）、メルマガ、セールスレターなど、さまざまな文章を作ることができます。

これらを必要に応じて組み合わせれば、集客から販売、さらには購入後のフォローやリピートにつながる仕組みも作れます。

もちろん、最初から全部を作る必要はありません。

まずは、今のあなたのセールスで負担になっている部分を、文章に手伝ってもらう。

そして、その文章をAIと一緒に作ってみる。

そこから始めればよいのです。

この本では、文章を活用すると、なぜセールスが楽になるのか。そして、AIを使えば、どのように文章を作れるのかを、具体例を交えながら紹介していきます。

難しいマーケティングの知識や、特別なライティング技術がなくても大丈夫です。

読み終わるころには、きっと「これなら自分にもできそう」と感じてもらえると思います。

それでは、さっそく見ていきましょう。

第1章　売れやすい環境を作れば、セールスは楽になる

セールスが苦手なのは、トークスキルの問題？

あなたは、商品やサービスを販売するとき、こんな経験をしたことはありませんか？

お客様の悩みを聞いたり、質問に答えたりすることはできる。ところが、自分の商品を勧める段階になると、急に話しづらくなってしまう。

「売り込んでいると思われないだろうか？」
「断られたら、どうしよう？」

そんなことが気になって、商品の魅力を十分に伝えられなかったり、最後のひと押しができなかったりする。

あるいは、商品について一生懸命に説明したのに、お客様の反応が今ひとつだった、という経験もあるかもしれません。

そんなとき、「もっと営業トークが上手だったら……」と思うこともあるでしょう。

確かに、話し方や説明の仕方を工夫することは大切です。でも、セールスがうまくいかない原因は、本当に営業トークだけなのでしょうか？

同じ商品でも、相手の状態によって売りやすさは変わる

少し想像してみてください。

あなたが、あるコーチングサービスを提供しているとします。個別相談に申し込んできたお客様が、次の2人だったらどうでしょう。

【Aさん：あなたのことをほとんど知らない人】

Aさんは、あなたのサービスについて、まだよく知りません。

どんな悩みを解決できるのか、ほかのサービスと何が違うのか、どんな人が提供しているのかも、ほとんどわからない状態です。

Aさんと話をする場では、まずあなた自身のことを知ってもらい、サービスの内容を説明し、なぜ役立つのかを伝える必要があります。

さらに、お客様が抱いている疑問や不安にも答えなければなりません。限られた時間の中で、やるべきことがたくさんあります。

【Bさん：あなたのことをある程度、知っている人】

一方、Bさんは、以前からあなたの情報に触れています。

あなたの考え方や専門性を知っていて、あなたが何を提供できるかもある程度理解しています。そして、「この人なら、自分の悩みを解決する手助けをしてくれそうだ」と感じて、あなたと話してみることにしました。

もちろん、Bさんにも疑問や不安はあるでしょう。でも、あなたがどんな人なのか、どんなサービスなのかを、一から説明する必要は少なくなります。相談では、Bさん自身の悩みを詳しく聞き、その人に合った解決方法を一緒に考えることに時間を使えます。

さて、AさんとBさん。あなたなら、どちらの人に商品を紹介する方が楽だと感じるでしょうか？

おそらく、Bさんではないでしょうか。

同じ商品を、同じ人が、同じように説明したとしても、相手がどんな状態で話を聞いているかによって、セールスの難しさは変わるのです。

お客様は、商品を知っただけでは購入しない

では、AさんとBさんでは、何が違うのでしょうか？

その違いを考えるために、お客様が商品を購入するときのことを考えてみましょう。

例えば、あなたが何かの講座を受講しようとしているとします。講座の説明を聞いて、内容がわかったからといって、すぐに申し込むとは限りませんよね。

「自分の悩みを解決できるだろうか？」
「この先生は信頼できるだろうか？」
「自分にも実践できるだろうか？」
「料金に見合う価値があるだろうか？」

そんなことを考えるのではないでしょうか。

お客様も同じです。商品やサービスの購入を検討するときには、さまざまな疑問や不安が生まれます。特に、コンサルティングやコーチング、講座など、知識を伝える商品の場合は、購入前に成果を確かめることが難しい商品です。

だからこそ、お客様は慎重になります。商品の内容を理解するだけでなく、「自分に必要だ」「この人にお願いしたい」と納得できることが大切なのです。

売れやすい状態を作る4つの要素

では、お客様が購入を前向きに検討しやすくなるのは、どんな状態でしょうか？

大きく分けると、次の4つが考えられます。

① 商品やサービスに興味を持っている

そもそも、自分に必要だと思っていない商品を勧められても、なかなか購入する気にはなれません。

反対に、今まさに困っていることがあり、その解決に役立ちそうな商品なら、自然と興味が湧きます。

大切なのは、誰にでも売ろうとすることではありません。あなたの商品が役立つ可能性のある人に、その存在を知ってもらうことです。

② あなたを信頼している

どれだけ魅力的な商品でも、提供する人を信頼できなければ、購入をためらうでしょう。特に、知識や経験を提供するサービスでは、「誰から教わるか」「誰に相談するか」が重要になります。

専門知識や実績だけでなく、考え方や人柄を知ってもらうことも、信頼につながります。

③ 自分の問題を解決できそうだと感じている

お客様が知りたいのは、商品の特徴だけではありません。「それが自分にとって、どう役立つのか」ということです。

たとえば、「全6回の個別セッションがあります」と説明するだけでは、価値が十分に伝わりません。

それよりも、そのセッションでどんな課題に取り組み、何を目指すのかがわかれば、お客様は自分に必要かどうかを判断しやすくなります。

④ 疑問や不安が解消されている

商品に興味があり、あなたを信頼していても、疑問や不安が残っていれば、購入を決められないことがあります。

「忙しくても受講できる？」
「初心者でも大丈夫？」
「自分には合わなかったらどうしよう？」

こうした疑問にきちんと答えることも、セールスの大切な役割です。

ただし、不安を無理に打ち消す必要はありません。できることとできないことを正確に伝え、お客様自身が納得して判断できるようにすることが重要です。

この4つを、すべて営業トークで行う必要はない

ここまでの話を整理すると、セールスには、商品を説明する以外にも、いろいろな役割があることがわかります。

- 興味を持ってもらうこと。
- 信頼してもらうこと。
- 商品の価値を理解してもらうこと。
- 疑問や不安を解消すること。

これらをすべて、個別相談やセールスの場で行おうとすると、どうしても負担が大きくなります。

特に、限られた時間の中で相手の悩みを聞きながら、商品の魅力も伝え、購入の判断まで後押ししようとするのは、簡単ではありません。

でも、もしセールスの前から、あなたの考え方や商品の特徴を知ってもらえていたら？

もし、お客様が抱きやすい疑問に、あらかじめ答えておけたら？

相談の場で、頑張ってたくさんのことを説明する必要は少なくなるでしょう。

セールスの負担を減らすには、話し方を磨くだけでなく、話す前の準備を整えるという方法もあるのです。

売れやすい環境は、少しずつ作っていける

ここで、「そんな都合のよい状態を、本当に作れるの？」と思うかもしれません。

もちろん、何もしなくても、興味を持ったお客様が自然に集まってくるわけではありません。また、マーケティングを行えば、必ず商品が売れるというものでもありません。

ただ、売れやすい環境を整える工夫はできます。

たとえば、

- ブログやSNSで役立つ情報を発信すれば、あなたが提供できるものに興味を持つ人と出会うきっかけになります。
- メルマガで継続的に情報を届ければ、あなたの考え方や専門性を少しずつ知ってもらえます。
- 商品紹介ページがあれば、サービスの内容や特徴を、お客様自身のペースで確認してもらえます。

こうした取り組みを重ねることで、セールスが楽になる環境を整えていけるのです。

しかも、これらは毎回、あなたが直接話さなくても行えます。そのために役立つのが、文章です。そして今では、その文章を作る作業も、AIに手伝ってもらえるようになりました。

まずは、あなたのセールスの中で、どんな部分を文章に任せられそうかを考えてみてください。

次の章では、文章がセールスを楽にしてくれる具体的な働きを見ていきましょう。

第2章　文章がセールスを楽にする5つの働き

前の章では、セールスを楽にするためには、営業トークを磨くだけでなく、お客様が購入しやすい環境を整えることも大切だとお伝えしました。

では、そんな環境を作るために、文章はどんな働きをしてくれるのでしょうか？

実は、文章には、あなたのセールスを助けてくれるさまざまな役割があります。

ここでは、代表的な5つを紹介しましょう。

1．あなたの商品に興味がある人を集めてくれる

例えば、あなたが「仕事のストレスに悩んでいる人」を対象に、コーチングサービスを提供しているとします。

そのとき、ただ「コーチングを提供しています」と発信するだけでは、なかなか興味を持ってもらえないかもしれません。

でも、こんなタイトルの記事があったらどうでしょう。

「仕事のことが頭から離れない……。休日も気持ちが休まらない人に試してほしい3つのこと」

仕事のストレスに悩んでいる人なら、「自分のことかもしれない」と感じて、読んでみたくなるのではないでしょうか。

記事の中で、悩みを軽くするための考え方や具体的な方法を紹介する。そして、さらに詳しく知りたい人に向けて、役に立つプレゼントと引き換えに連絡先を教えてもらう。

こうすれば、あなたが提供できるものに関心のある人とつながれます。それはつまり、**あなたの商品に興味を持ってくれる人に、提案できるようになるということです。**

興味があるかどうかわからない人に片っ端から声をかけるのと、興味をもってくれている人に提案するのとでは、どちらが売れやすいでしょうか？明らかに後者ですよね。

文章には、「あなたの商品を必要としている可能性のある人」に絞って集める働きがあるのです。

2．あなたへの親しみや信頼を育ててくれる

初めて会った人から、いきなり高額なサービスを勧められたら、どう感じるでしょうか。

どれだけ魅力的なサービスでも、すぐに申し込むのはためらうかもしれません。それは、相手がどんな人なのか、まだよくわからないからです。

でも、その人のブログやメルマガを以前から読んでいたらどうでしょう。役立つ情報を何度も教えてもらったり、仕事に対する考え方に共感したりしていれば、初めて会ったときでも、まったく知らない人という感じではなくなります。

「いつも役に立つ話をしてくれる」
「自分と考え方が合いそう」
「この分野に詳しい人なんだな」

そんな印象が少しずつ積み重なっていきます。

例えば、コーチングサービスを提供している人なら、日常の悩みに役立つヒントや、実際の相談でよくある疑問への回答などを発信できます。こうした情報を継続的に届けることで、あなたの専門性や人柄を知ってもらう機会が増えます。

そして、**個別相談など、いざ直接話す機会ができたときには、すでにある程度の親しみや信頼が生まれている状態になります。**

まだよく知らない人と、親しみや信頼が生まれている人。どちらの人からセールスされると売れやすいでしょうか？もちろん、親しみや信頼が生まれている人ですよね。

文章は、直接会っていない時間にも、お客様との関係を育てる手助けをしてくれるのです。

3．商品の魅力や価値を、代わりに説明してくれる

あなたは、商品やサービスの魅力を伝えるのに、苦労したことはありませんか？

商品の特徴や内容は説明できても、それが相手にとってどんなメリットになるのか、うまく伝えられない。あるいは、一生懸命に説明しているうちに話が長くなり、肝心なことが伝わらなかった、という経験もあるかもしれません。

そんなときに役立つのが、商品紹介ページや説明資料です。

例えば、あなたがある講座を販売しているとします。

講座の内容や特徴、受講することで何を学べるのか、どんな人に向いているのか。こうした情報を商品紹介ページにまとめておきます。そして、そのページを読んで興味を持った人に、説明会や個別相談を案内するのです。

そうすれば、**説明会や個別相談に参加する時点で、講座の内容や魅力をある程度理解しており、その上で詳しい話を聞きたい人が集まります。**

何も知らない人と、内容や魅力を理解してくれている人。どちらが売れやすいでしょうか？やっぱり、内容や魅力を理解してくれている人ですよね。

さらに、説明会や個別相談の場でも、商品説明資料を活用できます。

サービスの内容や特徴を、資料を見せながら説明すれば、口頭だけで伝えるよりも理解してもらいやすくなるでしょう。説明する内容をあらかじめ整理しておけるので、大切なことを伝え忘れる心配も減らせます。

文章を活用すれば、あなたが直接セールスする前に、商品の魅力や価値をわかってもらえます。そして、実際に話す場面でも、説明を助けてくれるのです。

4．お客様の疑問や不安を解消してくれる

商品に興味を持っていても、疑問や不安が残っていると、購入をためらうことがあります。

例えば、オンライン講座なら、こんな疑問があるかもしれません。

「初心者でもついていける？」
「忙しくても受講できる？」
「講座が終わった後も質問できる？」

こうした質問は、個別相談の中でもよく出てくるものです。

でも、よくある質問なら、あらかじめ文章で回答を用意しておくことができます。商品紹介ページに「よくある質問」を掲載しておけば、お客様は気になることを自分で確認できます。

また、個別相談の後に「もう少し考えたい」と言われた場合にも、参考になる説明資料を送ることができます。

相談の場では聞きそびれたことがあっても、後から文章を読み返して確認できるのは、お客様にとっても便利です。そして、あなた自身も、毎回同じ質問に一から答える負担を減らせます。

大切なのは、無理に不安をなくそうとすることではありません。お客様が判断するために必要な情報を、わかりやすく提供することです。

文章を使えば、あなたが直接話していないときにも、お客様の疑問を解消する手助けができます。

5．関係を保ち、売るチャンスを繰り返し作ってくれる

セールスをしたものの、その場では申し込みに至らなかった。

そんな経験はありませんか？

でも、申し込まなかった理由が、必ずしも商品に魅力を感じなかったからとは限りません。

「今は時間が取れない」
「もう少し考えたい」
「必要だとは思うけれど、今すぐではない」

そんな場合もあるでしょう。

だからといって、何度も電話をかけたり、会って購入を勧めたりするのは、気が引けますよね。

そこで役立つのが、メルマガなどによる継続的な情報発信です。

たとえば、あなたの専門分野に関する役立つ情報を、定期的にメールで届けます。読者は興味のある内容を読みながら、あなたのことを思い出したり、新しい知識を得たりできます。

そして、**商品やサービスが必要になったタイミングで、あなたのことを思い出してもらえます。**

逆に、**あなたからも機を見て再提案したり、新しい商品を提案したりすることだってできるのです。**

文章には、一度つながったお客様との接点を保ち、売るチャンスを何度でも作ってくれる働きもあるのです。

文章は、一度作れば繰り返し使える

ここまで、文章がセールスを楽にする5つの働きを紹介しました。

もう一つ、文章には大きなメリットがあります。

それは、**「一度作った文章を、何度でも使えること」**です。

たとえば、商品紹介ページを一度作っておけば、新しいお客様が現れるたびに、そのページを案内できます。

よくある質問への回答も、一度まとめておけば、同じ疑問を持つお客様に繰り返し活用できます。

メルマガの文章も、内容によっては、ブログ記事やSNS投稿に書き直して使うことができます。

そして今では、こうした文章を作る作業も、AIが手伝ってくれます。

文章を書くことが苦手でも、最初の下書きをAIに作ってもらい、それを自分で確認・修正するところから始められるのです。

文章でできることには、さらに先がある

ここまで読んで、「文章を使うと、いろいろなことができそうだ」と感じてもらえたでしょうか？

実は、文章を活用してセールスを楽にする手法には、さらに先があります。

さまざまな文章を組み合わせることで、セールスの一部分を助けるだけでなく、**興味を持ってもらうところから、信頼関係づくり、商品の販売までをつなげる一連の流れ**を作ることもできるのです。さらには、**お客様と直接話すことなしで、文章だけで売上をあげることも可能**になります。

次の章では、そんな「文章を活用した仕組み」について見ていきましょう。

第3章　文章で「集める・育てる・売る」仕組みができる

ここまで、文章を活用するとセールスがどのように楽になるのかを紹介してきました。

個別相談の案内ページを作ったり、商品説明資料を用意したり、相談後に必要な情報を届けたり。こうした文章があるだけでも、セールスはグッと楽になります。

でも、文章の力は、それだけではありません。

実は、いろいろな文章の手法を組み合わせることで、**「お客様とつながるところから、信頼関係を育て、商品を販売するところまでをつなげる一連の仕組み」**を作ることもできるのです。

「仕組みを作る」と聞くと、少し難しそうに感じるかもしれませんね。

でも、基本的な考え方は、それほど複雑ではありません。

マーケティングの基本は「集める・育てる・売る」

文章を活用したマーケティングの流れは、大きく3つに分けて考えることができます。

① 集める：あなたの商品に興味がありそうな人とつながる

② 育てる：役立つ情報を届け、理解や信頼を深めてもらう

③ 売る：商品を提案し、魅力や価値を伝え、購入してもらう

例えば、あなたがコーチングサービスを提供しているとしましょう。

まず、SNSやブログで、仕事や人間関係の悩みに役立つ情報を発信します。その情報に興味を持った人に、無料のレポートなどを案内して、メルマガやLINEに登録してもらいます。

メルマガやLINEでは、悩みを解決するためのヒントや、あなたの考え方を継続的に届けます。

そして、あなたに親しみを感じ、専門家として信頼してくれるようになった人に、個別相談や説明会を案内するのです。

こうすれば、初めてあなたのことを知った人に、いきなり商品を売り込むのとは全く状況が違ってきます。それよりもずっと売れやすい状況で、商品を提案することができるのです。

では、それぞれの段階をもう少し詳しく見てみましょう。

1．集める：興味のある人とつながる

最初の段階は、あなたの商品やサービスに興味を持つ可能性のある人と出会うことです。

どれだけよい商品を持っていても、その存在を知ってもらえなければ、購入してもらうことはできません。そこで、ブログやSNS、広告などを使って、あなたの専門分野に関心のある人に情報を届けます。

例えば、キャリアコーチなら、

「今の仕事を続けるべきか迷ったときに考えたい3つのこと」

といった記事や投稿が考えられます。

こうした情報に興味を持った人に、さらに詳しい内容をまとめた無料レポートなどを案内します。

そして、専用のWebページで、レポートの内容やメリットを紹介し、希望する人にメールアドレスやLINEを登録してもらうのです。

このような、申し込みや登録などの行動につなげるためのWebページを、**LP（ランディングページ）**と呼びます。LPには、無料レポートを紹介するものもあれば、無料の個別相談や説明会への申し込みを案内するものもあります。

ここで大切なのは、ただ多くの人を集めることではありません。

あなたが提供する情報やサービスに、本当に関心のある人とつながることです。そして、**メールやLINEなど、その人たちから連絡先を教えてもらうこと**です。

そのためにも、誰に向けた情報なのか、どんな悩みに役立つのかを、文章でわかりやすく伝える必要があります。

2．育てる：理解と信頼を深めてもらう

次は、興味を持ってくれた人との関係を育てる段階です。

マーケティングでは、これを「顧客教育」や「見込み客の育成」と呼ぶことがあります。

ただ、難しく考える必要はありません。

お客様に役立つ情報を届けながら、あなたのことや、あなたの商品について、少しずつ知ってもらうことです。

例えば、キャリアコーチなら、次のような情報を届けられます。

- 自分に合った働き方を考えるためのヒント
- 転職する前に整理しておきたいこと
- キャリアの悩みを一人で抱え込まないための考え方
- コーチングを受けた人の事例

こうした情報を継続的に届けることで、読者はあなたの考え方や専門性に触れることができます。

そのためによく使われるのが、メルマガやLINEです。メルマガやLINEなら、登録してくれた人に、定期的に情報を届けられます。

もちろん、メールやLINEを送れば必ず読んでもらえるわけではありません。それでも、直接会わなくても継続的に情報を届けられるのは、文章ならではのメリットです。

そして、こうした情報発信を通じて、「この人の話をもっと聞いてみたい」と感じてもらえれば、次の段階につながります。

3．売る：商品・サービスを提案する

興味を持ってもらい、あなたのことを知ってもらったら、次は商品やサービスを紹介する段階です。

ここでも、文章が役立ちます。

たとえば、商品紹介ページを作れば、サービスの特徴や内容、料金、どんな人に向いているのかを、まとめて伝えられます。このような、商品の必要性や価値を詳しく説明し、購入や申し込みを案内する文章を「セールスレター」と呼びます。

セールスレターというと、あおったり強い言葉で購入を迫る文章をイメージするかもしれません。でも、本来大切なのは、お客様が購入を判断するために必要な情報を、わかりやすく伝えることです。

- どんな悩みに役立つ商品なのか。
- その商品でどんな未来が手に入るのか。
- どんな商品内容で、どのようなサポートを受けられるのか。

こうしたことを丁寧に説明すれば、お客様は自分に必要な商品かどうかを検討しやすくなります。

商品やサービスによっては、文章だけで販売を完結させることもできます。

また、商品紹介ページやセールスレターから、個別相談や説明会に案内する方法もあります。その場合、事前に商品への興味や理解を深めてもらった状態で参加してもらえるので、買ってもらいやすくなります。

文章は、購入を直接案内するためにも、対面でのセールスを助けるためにも使えるのです。

3つを組み合わせると、こんな流れになる

ここまでの話を、キャリアコーチの例で整理してみましょう。

① 集める

・ブログで「今の仕事を続けるべきか迷ったときに考えたいこと」を発信する。
・興味を持ってくれた人のために、無料レポートの案内を付けておく。

↓

② 育てる

・無料レポートに申し込んだ人へ、メルマガで役立つ情報を届ける。
・キャリアの考え方や、コーチングでできることを少しずつ知ってもらう。

↓

③ 売る

・継続的なコーチングサポートの個別相談や説明会を案内する。
・商品紹介ページや説明資料を使い、サービスの内容や価値を伝える。

このように、それぞれの文章が役割を分担することで、お客様が商品を検討するまでの流れを作れます。

もちろん、実際にはこの順番どおりに進む人ばかりではありません。

ブログを見てすぐに個別相談を申し込む人もいれば、何ヶ月もメルマガを読んでから興味を持つ人もいるでしょう。

大切なのは、興味のある人とつながり、お客様との関係を構築し、こちらのタイミングでいつでも提案できるようにしておくことです。

販売した後にも、文章は役立つ

文章の活用は、商品を販売したところで終わりではありません。購入後のフォローにも使えます。

たとえば、

- 講座の受講者に、学習の進め方や復習のポイントをメールで届ける。
- サービスを利用しているお客様に、よくある質問への回答や、活用のヒントを送る。
- 以前購入してくれたお客様に、新しい講座やサービスを案内する。

こうした情報発信によって、お客様との関係を継続しやすくなります。

満足してもらえれば、次の商品を検討してもらえたり、ほかの人に紹介してもらえたりする可能性もあります。

つまり、文章を活用すれば、**集客から関係構築、商品の販売、そして購入後のフォローやリピート獲得まで、一連の流れを組み立てることができる**のです。

そして、メール配信サービスや、WEBページ作成サービスなどを利用すれば、**この一連の流れを自動化することも可能です。お客様と直接会って話すことなく、売上をあげることができるようにもなるのです。**

最初から全部を作る必要はない

ここまで読んで、こんなことを思ったかもしれません。

「なるほど、仕組みはわかった。でも、これだけの文章を作るのは大変そう……」

確かに、LP、メルマガ、セールスレターなどを、すべて一から作るとなれば、それなりの手間がかかります。

でも、最初から全部を用意する必要はありません。

たとえば、すでに個別相談に申し込んでくれる人がいるなら、まずは相談の案内ページや商品説明資料を充実させるところから始めてもよいでしょう。

SNSで情報を発信しているなら、興味を持ってくれた人に無料レポートを案内する仕組みを追加してもよいかもしれません。

メルマガの読者がいるなら、商品紹介ページや個別相談への案内文を整える方法もあります。

今のあなたのビジネスに必要なものから、一つずつ作っていけばよいのです。

そして、ここで思い出してほしいのが、AIの存在です。

これまでは、こうした文章を作るために、多くの時間と労力が必要でした。何を書けばよいのか考え、構成を組み立て、文章を書き、何度も修正する。文章を書きなれていない人にとっては、なかなか大変な作業です。

でも今では、ChatGPTなどの生成AIが、その作業を手伝ってくれます。

文章を活用することでセールスの負担を減らし、その文章を作る負担はAIに減らしてもらう。

そんな方法が、以前よりもずっと身近になっているのです。

次の章では、AIを使うと文章作成がどれだけ取り組みやすくなるのか、具体的に見ていきましょう。

第4章　AIを使えば、文章制作はもっと楽になる

ここまで、文章を活用すれば、セールスの負担を減らしたり、集客から販売までの仕組みを作ったりできることをお伝えしてきました。

でも、ここで一つ、気になることがありませんか？

それは、「その文章を、誰が書くの？」という問題です。

LP、メルマガ、セールスレター……。

いろいろな文章が役立つことはわかっても、自分で作るとなると、少し気が重くなるかもしれません。

「文章を書くのは苦手なんだけど……」
「何を書けばいいのかわからない」
「時間がかかりそうだし、面倒くさい」

そんなふうに感じる人もいるでしょう。

実際、文章を一から作るのは、なれていないと時間がかかるし手間がかかる作業です。

でも、今は状況が変わってきています。

ChatGPTなどの生成AIを使えば、文章を作る作業の多くを手伝ってもらえるようになったからです。

文章をゼロから自分で書く必要はない

たとえば、あなたが個別相談の案内文を作ろうとしているとします。

これまでなら、まず何を書けばよいかを考え、文章の順番を決め、一文ずつ書いていく必要がありました。

書き始めても、途中で手が止まってしまうことがあります。

「もっとわかりやすい言い方はないかな？」
「この説明で、魅力が伝わるだろうか？」

そんなことを考えながら、何度も書き直すこともあるでしょう。

ところが、AIを使えば、最初から自分で文章を書く必要はありません。

例えば、ChatGPTにこんなふうに頼むことができます。

【あなたからAIへの指示】

> キャリアについて悩んでいる30〜40代の会社員向けに、個別相談を行っています。
> 今の仕事を続けるべきか、転職すべきか迷っている人が対象です。
> 相談では、話を聞きながら、本人が大切にしたいことや今後の方向性を整理します。
> この個別相談の案内文を、親しみやすい文章で作ってください。

すると、AIは、たとえばこんな文章を作ってくれます。

【AIが作成した文章の例】

> **今の仕事、このまま続けていいのかな？**
>
> そんな迷いを抱えていませんか？
>
> 転職した方がいいのか、それとも今の職場でもう少し頑張るべきなのか。
> 一人で考えていると、なかなか答えが出ないこともあります。

>
> この個別相談では、あなたのお話をじっくり伺いながら、これまでの経験や大切にしたいことを整理し、これからの方向性を一緒に考えていきます。
>
> すぐに答えを出す必要はありません。
> まずは、今の気持ちを整理するところから始めてみませんか？

いかがでしょうか？

もちろん、この文章がそのまま使えるとは限りません。

でも、何もない状態から自分で書き始めるのと比べれば、ずいぶん楽になりそうだと思いませんか？

AIに商品や対象の情報を伝えるだけで、文章のたたき台を作ってもらえる。

これが、AIを使う大きなメリットの一つです。

うまく指示できなくても、会話しながら作れる

「でも、AIに何をどう指示すればいいのかわからない」

そんな不安を感じる人もいるかもしれません。確かに、AIに伝える情報が少なすぎると、思ったような文章にならないことがあります。

でも、最初から完璧な指示を考える必要はありません。

たとえば、こんな頼み方でもよいのです。

【あなたからAIへの指示】

> 個別相談の案内文を作りたいです。

> 何を伝えればよいかわからないので、必要なことを質問してください。

するとAIは、たとえば次のような質問をしてくれます。

【AIからあなたへの質問】

- どんな人に向けた個別相談ですか？
- その人は、どんな悩みを抱えていますか？
- 相談では、どんなことをしますか？
- 相談を受けることで、どんなことが期待できますか？
- 相談時間や料金は決まっていますか？

こうした質問に、一つずつ答えていけばよいのです。

難しい言葉を使う必要もありません。

普段、お客様に説明しているような言葉で答えれば、AIが情報を整理し、文章にまとめる手助けをしてくれます。

つまり、**文章の作り方がわからなくても、AIに相談しながら進めることもできる**のです。

箇条書きやメモからでも文章にしてくれる

ある程度のアイデアや材料があれば、それをもとに文章を書いてもらうこともできます。

きれいな文章を用意する必要はありません。たとえば、次のようなメモでも構いません。

【AIに渡すメモの例】

> ・対象：30〜40代の会社員
> ・悩み：今の仕事を続けるか迷っている
> ・サービス：60分の個別相談
> ・内容：話を聞いて、悩みや考えを整理する
> ・特徴：一方的にアドバイスするのではなく、一緒に考える
> ・伝えたいこと：無理に転職を勧めるわけではない

こうしたメモを渡して、「この内容をもとに案内文を作ってください」と頼めば、AIが文章にまとめてくれます。

普段からお客様に説明している内容や、頭の中にある考えを、箇条書きにするだけでもよいのです。

また、すでに使っている資料や文章があれば、それをもとに新しい文章を作ってもらうこともできます。

自分で文章を書くというより、AIに材料を渡して、文章にしてもらう。

そんな感覚で取り組めるのです。

気に入らなければ、何度でも直してもらえる

AIの便利なところは、文章を作るだけではありません。作った文章の修正も手伝ってくれます。

たとえば、AIが作った案内文を読んで、少し堅苦しいと感じたとします。そんなときは、

> もう少し親しみやすい文章にしてください。

と頼めばよいのです。

あるいは、

> 最初の部分を、もっと興味を引く書き出しにしてください。

とお願いすることもできます。

ほかにも、

- 文章をもう少し短くしてほしい
- 専門用語を使わずに説明してほしい
- 売り込みが強く感じられるので、やわらかい表現にしてほしい
- 商品の特徴よりも、お客様にとってのメリットを強調してほしい

といった修正も頼めます。

自分で一から書き直す必要はありません。気になるところを伝えれば、AIが別の表現を考えてくれます。

もちろん、何度かやり取りしても、思いどおりの文章にならない場合はあります。それでも、いろいろな表現を短時間で試せるのは、大きなメリットでしょう。

文章の構成も考えてくれる

少し長い文章を作るときには、何をどんな順番で伝えるかも大切です。

たとえば、商品紹介ページを作る場合。

- 商品の特徴を最初に説明するのがよいのか、それともお客様の悩みから始めた方がよいのか。
- どこでサービスの内容を紹介し、どこで料金を伝えるのか。

こうした文章の組み立て方を考えるのは、慣れていない人にとって難しいものです。

でも、AIなら、文章の構成案も考えてくれます。

たとえば、

> キャリアコーチングのサービスを紹介するWebページを作りたいです。
> 読者が内容を理解し、個別相談への申し込みを検討しやすい構成を考えてください。

と頼めば、見出しや説明する順番の案を出してくれます。その構成を確認してから、各部分の文章を作ってもらうこともできます。

つまり、文章を書く前の準備から、AIに手伝ってもらえるのです。

お客様の悩みや、商品の強みを整理することもできる

文章を作るときには、「誰に、何を伝えるのか」を考えることも重要です。

たとえば、同じキャリアコーチングでも、転職を考えている人と、今の職場での働き方に悩んでいる人とでは、興味を持つ内容が違うかもしれません。

また、あなたのサービスの特徴が、お客様にとってどんなメリットになるのかを整理することも必要です。

こうした作業も、AIに相談できます。

たとえば、

> 30〜40代で、今の仕事を続けるか迷っている人は、どんなことに悩んでいそうですか？

と質問すれば、考えられる悩みを挙げてくれます。

また、

> 私のサービスは、一方的にアドバイスするのではなく、お客様の話を聞きながら、一緒に方向性を考えることが特徴です。
> これは、お客様にとってどんなメリットになりますか？

と質問すれば、商品の特徴を別の角度から考える手助けをしてくれます。

ただし、AIが挙げた悩みが、実際のお客様に当てはまるとは限りません。

あくまで考えるためのヒントとして使い、実際にお客様から聞いた話や、自分の経験と照らし合わせることが大切です。

それでも、一人で考え込むより、アイデアを出しやすくなるでしょう。

AIに任せられることと、自分で確認すること

ここまで読むと、AIがあれば、何でも簡単にできそうに感じるかもしれません。

ただし、注意してほしいこともあります。

それは、**AIが作った文章を、そのまま無条件に信用しないこと**です。

AIは、ときには事実と違うことを書いたり、あなたが伝えていない内容を勝手に補ったりすることがあります。

たとえば、実際には提供していないサポートを、サービスの特徴として書いてしまうかもしれません。また、商品の魅力を強調しようとして、効果を大げさに表現する場合もあります。

ですから、完成した文章は、必ず自分で確認しましょう。特に、サービスの内容や料金、実績、期待できる効果などは、正確に伝える必要があります。

また、文章の雰囲気があなた自身の考え方や人柄に合っているかも大切です。AIが作った文章をそのまま使うのではなく、必要なところを直して、あなたらしい文章に仕上げていく。

そんな使い方がおすすめです。

そして、もう一つ覚えておいてほしいことがあります。

それは、**AIが書いた文章が、必ずしも「売れる文章」とは限らない**ということです。

もっとも、これはAIを使わずに自分で書いた文章でも同じです。どれだけ時間をかけて考えた文章でも、反応が得られるかどうかは出して見ないとわかりません。これは営業トークでも同じことが言えると思います。

つまり、**文章は、一度書いたら完成というものではありません。実際に使ってみて、お客様の反応を確かめながら、ブラッシュアップしていくもの**なのです。

そして、こうした改善作業にもAIを活用できます。

たとえば、お客様からよく寄せられる質問をAIに伝えて、説明が不足している部分を考えてもらう。あるいは、商品紹介ページの文章を見せて、もっとわかりやすい表現や、別の見出しを提案してもらう。

このように、文章を作るときだけでなく、改善するときにもAIが手伝ってくれます。

最初から完璧な文章を作ろうとする必要はありません。まずはAIと一緒に文章を作り、実際に使ってみる。そして、反応を見ながら改善していく。

そんな進め方でよいのです。

AIを使えば、文章制作のハードルはぐっと下がる

ここまで、AIが文章制作をどのように手伝ってくれるのかを紹介しました。

簡単にまとめると、AIにはたとえば次のようなことを頼めます。

- 箇条書きやメモから文章を作る
- 必要な情報を質問してもらう
- 文章の構成を考える
- 下書きを作る
- 表現を修正する
- お客様の悩みや商品の強みを整理する
- 改善ポイントを考える

これまで、こうした作業をすべて自分で行おうとすると、かなりの時間と労力が必要でした。

でも、AIを使えば、その負担を減らせます。

もちろん、AIに任せれば何もしなくてよいわけではありません。あなたの商品やお客様のことを伝え、できあがった文章を確認する必要はあります。

それでも、文章を書くことが得意でなくても、AIと一緒なら取り組みやすくなるのではないでしょうか。

そして、ここが今回お伝えしたい大切なポイントです。

- **文章を活用すれば、セールスの負担を減らせる。**
- **その文章を作る負担は、AIが減らしてくれる。**

この2つを組み合わせることで、これまで難しそうに感じていた「文章を活用したマーケティング」にも、取り組みやすくなるのです。

では、実際にAIを使って文章を作ると、どんな流れになるのでしょうか？

次の章では、具体的なサービスを例に、AIとのやり取りを通じて文章ができあがっていく様子を紹介します。

第5章　実践！ AIと一緒に商品紹介文を作ってみよう

ここまで、AIを使えば文章制作の負担を大きく減らせることをお伝えしてきました。

でも、「本当にそんなに簡単にできるの？」と思っている人もいるかもしれませんね。そこで、この章では、AIを使って文章を作る流れを紹介します。

例として登場するのは、キャリアコーチの田中さんです。

田中さんは、30〜40代の会社員を対象に、仕事や将来のキャリアについての相談を行っています。

今回は、田中さんが提供する「60分の個別相談」の案内文を、ChatGPTと一緒に作ってみましょう。

なお、ここで紹介するやり取りは、説明のために作成した仮想の事例です。実際のAIの回答は、使う環境や指示の内容によって変わりますが、概ね忠実に再現しているものと考えてください。

ステップ1　まずは、AIに相談する

田中さんは、個別相談の案内文を作りたいと思っています。でも、何から書き始めればよいのかわかりません。

そこで、ChatGPTに、こんなふうに話しかけました。（実際、キーボードで入力しなくても、音声入力機能を使って、口頭で入力することができます。）

【田中さん】

> キャリアについて悩んでいる人向けに、個別相談を行っています。
> この個別相談の案内文を作りたいのですが、何を伝えればよいかわかりません。
> 必要なことを質問してください。

【ChatGPT】

> わかりました。案内文を作るために、いくつか教えてください。
>
> 1. どんな人を対象にしていますか？
> 2. その人は、どんな悩みを抱えていますか？
> 3. 個別相談では、どんなことをしますか？
> 4. 相談を受けると、どんなことが期待できますか？
> 5. 相談時間や料金は決まっていますか？

いかがでしょうか？

田中さんは、難しい指示を出したわけではありません。ただ、「案内文を作りたいので、必要なことを質問してください」と頼んだだけです。

このように、何を伝えればよいかわからないときは、AIに質問してもらうところから始められます。

ステップ2　質問に答えて、材料を渡す

次に田中さんは、ChatGPTからの質問に答えました。

【田中さん】

> 対象は、30〜40代の会社員です。
> 今の仕事を続けるべきか、転職した方がよいのか迷っている人が多いです。
> 相談では、まずじっくり話を聞いて、悩みや考えを整理します。
> 一方的にアドバイスするのではなく、本人が大切にしたいことや、これからどうしたいのかを一緒に考えます。
> 相談を通じて、自分の考えが整理され、次に何を考えたり行動したりすればよいかが見えてくることを目指しています。
> 相談時間は60分で、Zoomでのオンラインです。料金は3,000円です。

これで、案内文を作るための基本的な情報がそろいました。

田中さんが伝えたのは、普段お客様に説明しているような内容ばかりです。特別なマーケティングの知識を使ったわけでも、きれいな文章を書いたわけでもありません。

自分の商品について、知っていることを普通の言葉で伝えただけです。

では、ChatGPTはどんな文章を作ってくれるのでしょうか？

ステップ3　AIに案内文を作ってもらう

Aさんが質問に答えると、ChatGPTは、その情報をもとに個別相談の案内文を作ってくれました。

【ChatGPTが作った案内文（初稿）】

> ありがとうございます。いただいた情報をもとに、個別相談の案内文を作成しました。
>
> **今の仕事、このまま続けていいのかな？**
>
> 「今の仕事を続けるべきか、それとも転職した方がいいのか……」

>
> そんな迷いを抱えていませんか？
>
> 毎日仕事を頑張っているけれど、この先のことを考えると、なんとなく不安になる。
> かといって、すぐに転職する決心もつかない。
>
> そんなときは、一度、自分の気持ちや考えを整理してみませんか？
>
> この個別相談では、あなたのお話をじっくり伺いながら、今の悩みや、これから大切にしたいことを一緒に整理していきます。
>
> 一方的にアドバイスしたり、転職を勧めたりすることはありません。
> あなた自身が納得できる方向性を見つけるための時間です。
>
> **個別相談のご案内**
>
> - 対象：今の仕事や将来のキャリアに悩んでいる30〜40代の会社員
> - 時間：60分
> - 方法：Zoomでのオンライン
> - 料金：3,000円
>
> まずは、今の気持ちを整理するところから始めてみませんか？

どうでしょうか？

田中さんは、ChatGPTからの質問に答えただけです。それだけで、個別相談の案内文ができあがりました。

しかも、対象となる人の悩みから始まり、相談の内容や特徴、申し込みを検討するための情報まで、ひと通り盛り込まれています。

もちろん、これで完成とは限りません。ここから、田中さんの考え方や伝えたいことに合わせて、文章を調整していきます。

ステップ4　気になるところを修正してもらう

田中さんは、できあがった文章を読んで、少し気になることがありました。

それは、「自分の気持ちや考えを整理する」という説明だけでは、相談を受けるメリットが十分に伝わらないのではないか、ということです。

そこで、ChatGPTに修正をお願いしました。

【田中さん】

> 全体的にはよいと思います。
> ただ、「気持ちや考えを整理する」だけだと、相談を受けるメリットが少しわかりにくい気がします。
> 相談を受けることで、これからどうすればよいかを考えやすくなる、ということも伝えたいです。
> その部分を修正してください。

【ChatGPT】

> わかりました。
>
> 「考えを整理する」という内容に加えて、その先の行動につながることが伝わるように修正しました。
>
> **修正案**
>
> この個別相談では、あなたのお話をじっくり伺いながら、今の悩みや、これから大切にしたいことを一緒に整理していきます。
>
> そして、今の仕事を続けるのか、転職を考えるのか、それとも別の選択肢があるのか。

> あなた自身が納得できる方向性を考え、次の一歩を見つけるお手伝いをします。
>
> 一方的にアドバイスしたり、転職を勧めたりすることはありません。

田中さんは、この修正案に納得しました。最初の文章よりも、相談を受けることで何が期待できるのかが、伝わりやすくなったと感じたからです。

このように、気になるところがあれば、AIにそのまま伝えればよいのです。

「もっとわかりやすくしてほしい」
「ここは少し堅苦しい」
「このメリットを強調したい」

そんな普通の言葉で、修正をお願いできます。

ステップ5　完成した文章を確認する

最後に田中さんは、修正した内容を反映して、案内文をまとめてもらいました。

【田中さん】

> いいですね。
> では、今の修正を反映して、案内文全体をまとめてください。

【ChatGPTがまとめた案内文】

> **今の仕事、このまま続けていいのかな？**
>
> 「今の仕事を続けるべきか、それとも転職した方がいいのか……」
>
> そんな迷いを抱えていませんか？

>
> 毎日仕事を頑張っているけれど、この先のことを考えると、なんとなく不安になる。
> かといって、すぐに転職する決心もつかない。
>
> そんなときは、一度、自分の気持ちや考えを整理してみませんか？
>
> この個別相談では、あなたのお話をじっくり伺いながら、今の悩みや、これから大切にしたいことを一緒に整理していきます。
>
> そして、今の仕事を続けるのか、転職を考えるのか、それとも別の選択肢があるのか。
> あなた自身が納得できる方向性を考え、次の一歩を見つけるお手伝いをします。
>
> 一方的にアドバイスしたり、転職を勧めたりすることはありません。
>
> **個別相談のご案内**
>
> - 対象：今の仕事や将来のキャリアに悩んでいる30〜40代の会社員
> - 時間：60分
> - 方法：Zoomでのオンライン
> - 料金：3,000円
>
> まずは、今の気持ちを整理するところから始めてみませんか？

これで、個別相談の案内文がひとまず完成しました。（実際には、もっと内容をふくらませたりすると思いますが、ここでは使い方の例として、いったんこれで完成とします。）

あとは、サービスの内容や料金などに間違いがないか、実際に提供できることだけが書かれているかを確認します。そして、必要に応じて申し込み方法などを追加すれば、WebページやSNSなどで使う案内文として活用できます。

もちろん、実際に使ってみて反応がよくなければ、見出しや説明の仕方を見直すことも大切です。その改善作業にも、AIを活用できます。

難しいプロンプトは使っていない

さて、ここまでのやり取りを振り返ってみてください。Aさんは、AIにどんな指示を出していたでしょうか？

最初は、

「案内文を作りたいので、必要なことを質問してください」

と頼みました。

次に、質問に答えて、自分のサービスについて説明しました。

そして、

「この部分をこんなふうに修正してください」

といった指示を出しました。

特別な専門用語や、複雑な指示文は使っていません。

AIへの指示文は「プロンプト」と呼ばれますが、最初から高度なプロンプトを作る必要はないのです。

普段、人に仕事をお願いするときと同じように、AIに説明し、できあがったものを確認し、必要な修正をお願いする。

基本的には、その繰り返しです。

もちろん、よりよい文章を効率よく作るためには、AIへの指示の仕方にも工夫の余地があります。でも、最初から難しく考える必要はありません。まずは、AIと会話しながら文章を作ることを体験してみてください。

作れるのは、個別相談の案内文だけではない

今回は、個別相談の案内文を作りました。同じような方法で、ほかにもさまざまな文章を作れます。

たとえば、商品紹介ページを作りたければ、商品の内容や特徴をAIに伝えて、必要な情報を質問してもらえばよいのです。

ブログ記事を作りたければ、読者に伝えたいテーマやエピソードを話して、文章にまとめてもらうこともできます。

セールスレターなら、商品の内容やお客様の悩みなどを整理しながら、構成から一緒に考えていくこともできます。

もちろん、文章の種類によって、必要な情報や作り方は少しずつ異なります。それでも、基本となる考え方は同じです。

AIに材料を渡し、文章を作ってもらい、確認しながら修正する。

これまで文章を書くことに苦手意識があった人でも、この方法なら取り組みやすいのではないでしょうか。

そして、こうして作った文章を、集客や信頼関係づくり、商品説明などに活用していく。

そうすることで、営業トークだけに頼らない、無理のないセールスの仕組みづくりに、一歩ずつ取り組めるようになるのです。

おわりに　AIを味方に、無理なくセールスを楽にしよう

ここまでお読みいただき、ありがとうございました。

この電子書籍では、営業トークが苦手な人でも、文章を活用することでセールスの負担を減らせることをお伝えしてきました。

- 商品に興味を持ってもらう。
- 信頼関係を作る。
- 商品の魅力や価値を説明する。
- 疑問や不安を解消する。
- 関係を保ち続ける。

こうしたことを、すべて対面でのトークだけで行う必要はありません。文章に任せられる部分は文章に任せることで、営業トークが苦手な人でもセールスをもっと楽にできるようになります。

文章を使って、興味を持ってくれるお客様だけを集める。

文章を使うことで、お客様に商品の魅力と価値をわかってもらえ、「ほしい」「もっと詳しく知りたい」と思ってもらえる。

そうすれば、個別相談や説明会でも、無理に売り込むことなく売れるようになっていきます。商品やサービスによっては、対面でセールスすることなく、文章だけで購入してもらうことだって可能です。

そして、そんな文章を作る作業を、今ではAIが手伝ってくれます。

実は、この電子書籍もAIと一緒に作りました

ここで、一つお話ししたいことがあります。

実は、今お読みいただいているこの電子書籍も、ChatGPTに手伝ってもらって書いたものです。

企画や構成を考え、各章の文章を作り、気になるところを修正する。こうした作業をChatGPTと一緒に進めたのですが、**原稿を書き上げるまでに、一日もかかりませんでした。**

もし、これをすべて自分一人で書こうとしたら、どれくらい時間がかかったでしょうか。おそらく、何日もかかったと思います。

いえ、それ以前に、これだけの量の文章を書こうと思ったら、実際に手を付けるまでに、ずいぶん時間がかかっていたかもしれません。

「まとまった時間が取れたら書こう」
「もう少し構成を考えてから始めよう」

そんなことを考えているうちに、何日も、何週間も過ぎてしまった可能性もあります。

でも、今回は違いました。

伝えたいことや全体の方向性をChatGPTに伝え、出てきた文章を確認し、必要なところを修正していく。その繰り返しで、原稿を完成させることができたのです。

もちろん、ChatGPTが書いた文章を、何も考えずにそのまま採用したわけではありません。自分の考えと違うところは修正しましたし、伝え方に違和感があるところは書き直してもらいました。

それでも、文章を一から自分で書く場合と比べれば、作業の負担はずっと小さくなりました。

AIは、使い続けることで、もっと頼れる存在になる

実は、私がこれだけスムーズに原稿を作れたのには、もう一つ理由があります。

それは、普段から仕事でChatGPTを使っていることです。

私は、日頃から事業の企画を考えたり、文章を作ったり、仕事上の問題を検討したりするために、ChatGPTを活用しています。そのため、ChatGPTは、私がどんな仕事をしていて、何を実現しようとしているのか、どんな考え方を大切にしているのかといった背景を、ある程度理解しています。

今回も、そうした背景を踏まえながら、原稿作りを手伝ってもらうことができました。

もちろん、使うだけでAIが自動的に賢くなったり、必ず正確な回答をしてくれるようになったりするわけではありません。ただ、目的や背景、好みなどを伝えながら使っていくことで、毎回一から説明する手間を減らせる場合があります。

AIが利用できる過去の会話や記憶の範囲は、使うAIや設定によって異なりますが、**自分の仕事を理解してもらいながら使うことで、より頼れる仕事のパートナーになっていく**と感じています。

最初は、思ったような文章が出てこないこともあるでしょう。でも、そこであきらめずに、どこが違うのか、どう直してほしいのかを伝えてみてください。

そうしたやり取りを重ねることで、AIへの頼み方もわかってきますし、AIもあなたを理解してくれるようになります。

まずは、小さな文章から始めてみませんか？

ここまで、文章を使ったセールスの仕組みや、AIによる文章制作について紹介してきました。

でも、最初からLPやメルマガ、セールスレターなどを、すべて作ろうとする必要はありません。

まずは、今のあなたの仕事で役立ちそうな文章を、一つ作ってみてはいかがでしょうか。

例えば、個別相談の案内文でも構いません。

商品やサービスの紹介文でもよいでしょう。

あるいは、いつもお客様から聞かれる質問への回答を、文章にまとめてみるのもよいと思います。

最初から完璧な文章を目指す必要はありません。

まずはAIに相談しながら作ってみる。そして、実際に使ってみて、必要に応じて改善していく。

その小さな一歩が、セールスの負担を減らすきっかけになるはずです。

営業トークが苦手だからといって、無理に話し上手になる必要はありません。

あなたには、あなたの商品やサービスを必要としている人に、届けたい価値があるはずです。

その価値を伝えるために、文章の力を借りる。

そして、その文章を作るために、AIの力を借りる。

そんな方法もあることを、ぜひ覚えておいてください。

この電子書籍が、あなたのセールスを少しでも楽にするきっかけになれば、うれしく思います。

最後までお読みいただき、ありがとうございました。

著者プロフィール

宇都宮　真輔

創策工房　代表
マーケティングコンサルタント
セールスコピーライター
AI活用コンサルタント
一般社団法人マーケティングパートナー協会 認定パートナー

「セールスが楽になる仕組み」を構築する専門家。特に営業トークが得意でない起業家に対して、得意でないまま集客やセールスで成果を出せる販売プロセスの構築をサポートしている。

文章を活用した販売の仕組みを構築することで、集客やセールスの悩みから解放され、起業して本当にやりたかったことに全力で取りくめている起業家を増やすことを目標としている。

会社員時代は営業職が中心だったが、営業トークが大の苦手。相手が迷っていても強く押せなかったり、相手の気乗りしない発言にうまく切り返せなかったりで、6ヶ月間連続で売上ゼロという経験も。

営業手法を模索する中、セールスライティングに出会ったことがきっかけで、トークが苦手なままでも売上をあげられるように文章やインターネットを活用したマーケティングノウハウを習得。

2019年にマーケティングコンサルタントとして独立起業。直後にコロナ禍が発生するも、渦中の2021～22年には、WEBでの販売企画立案、集客・セールスのためのWEBページのライティング、セミナー構築などのサポートで、ビジネスパートナーの売上累計1億2,187万円に貢献。

銀行に勤めていた経験から数字に強く、論理的な考え方が得意。クライアントが感じている悩みや不安を整理して、解決すべき課題と解決方針を明確化し、順序だててわかりやすく伝えるサポート手法に定評がある。