

ネットビジネス大百科2セールスレター解説2

今回は、間を見ていきたい。

最初は、
リニューアルの意味合いが大きかった。

パラダイムが変わってきて、
具体的にどう変わったかを書いている。

DRMという世界観からコミュニティの世界観へ。

値段に本質的な理由がないから悩んだ。

見える化したほうがいい、ビジュアルで。

読み手が使っている言葉を使って、
新しい概念を説明する。

専門家になればなるほど、非専門家の気持ちがわからなくなる。

だから、一般人に、見てもらったほうがいい。

コミュニティ化を前提とした科学的マーケティング

対比が難しいけど、諦めない。

テーゼをメインで、アンチテーゼを補助輪的な感じで書く。

読者の疑問に先回りして、書くのがレター。