

画像の使い方について

■著作権について

本冊子と表記は、著作権法で保護されている著作物です。本冊子の著作権は、発行者にあります。本冊子の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

■使用許諾契約書

本契約は、本冊子を入手した個人・法人(以下、甲と称す)と発行者(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。本冊子を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

1.本契約の目的: 乙が著作権を有する本冊子に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

2.禁止事項: 本冊子に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本冊子から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本冊子に含まれる情報を使用できるものとします。

3.損害賠償: 甲が本契約の第2条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

4.契約の解除: 甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

5.責任の範囲: 本冊子の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても乙は一切の責任を負いません。

【画像の使い方】

突然ですが質問です。

15cm くらいの楕円形の形で、色は緑。
時間が経つと黒ずんで表面がぷよぷよになり
そして、中身はスプーンでくりぬけるくらいの
柔らかい野菜は一体なんなのでしょう？？

冒頭の文章を読んで、
あなたは何を感じ、何を想像したでしょうか？

この答えがわかったなら、
かなり想像力豊かな方が、
相当なベジタリアンに
違いありません。

さて、このまま今日の本題を話しても
冒頭の野菜の正体が気になって仕方がないと思うので
その答えを先に言ってしまうと、

「アボカド」です。

で、正直その答えはどうでもいいのですが、
問題なのは、このアボカドという答えに
たどり着いた人が、恐らくいないという事です。

ブログの中に画像を使った方がいいのか？
それとも、使わない方がいいのか？

このテーマは、恐らくブログビジネスを
展開しているあなたなら1度や2度くらいはかならず
頭に抱いた事のある疑問だと思いますが、

今日は、その疑問をしっかりと
解決したいと思います。
ちなみに、画像の使い方とは、

”デザイン”の領域に入ってくる
テーマなわけなのですが、

これがかなり重要な要素で、
画像 1 枚、2 枚の違いで成約率が飛び抜けて
上下するなんて事はありませんが、

ブログや、ローンチや、セールスレターの中で
何十枚と使っていく事を考えると、

その 1 枚、1 枚がお客さんにとって
プラスなのか、それともマイナスなのかによって、

かなり大きな結果の違いが出てくる事は
火を見るより明らかでしょう。

ですので、今からあなたには、
イメージ画像を使う際の判断基準、

そして、その使い方について説明をします。

- ・ブログの中に画像を使った方がいいのか？
- ・それとも、使わない方がいいのか？

結論を言えば、「**使った方が良い**」です。

ただし、
先ほどにも少し触れた様に
場合によっては、画像を使う事によって
お客様にマイナスを感じさせる事だってあります。

実際に、僕がブログ添削などを
たまにしている時に、

「あー、、、。」と、感じる画像の使い方を
している人もかなり多くいるのです。
ですので、他人事だと思わずに、

真剣にこの先のメールを読んでくださいね。

(きっと、あなたも同じ過ちを
犯してしまっている可能性が高いので)

さて、ではイメージ画像とはどのような基準で、
そしてどのような意図で使えば、
お客様にとってプラスとなり、

成約率の向上や、利益の拡大に
繋がるのでしょうか？

結論を言います。

「**イメージ画像**はあくまでもコピーを引き立たせる為に
利用するのであって、それ自体がメインになる事はなく
読んでイメージがしづらいコピーを視覚的に補って、
明確なイメージを与えていく事が最大のポイント」

だという事です。

わかりやすく言えば、
コピーがわかりづらい物に画像を使って、
そうでない物には使わない。

さらに、使うイメージ画像は、
コピーを読んだ時に浮かぶイメージ(絵)と
丸っきり同じでなければならない。

という事なのです。

例えばどうでしょうか？

冒頭で僕がアボカドの話をした時に
横にアボカドの写真がついていたら、

きっとあなたはコピーを読んで、

そして、アボカドの写真を見て、

僕が答えを言うよりも先に
その野菜の正体がわかったはずで

イメージ画像とは、その様に
コピー単体ではイメージしづらい物を

視覚的に補って初めて意味があります。
しかし、どうやら多くの方は
ここを全く考えていない様に思えるのです。

つまり、なんとなく
それっぽい画像を使えば問題ない。

みたいな意識になってしまっている
という事です。

例えば、

黒髪清楚系の女子達が、
海辺であなたに向かって————と、

コピーで書きながら金髪ギャルの
集合写真を載せていたりするわけです。

大原則として、

「コピーを読んだ時のイメージ＝画像」

でなければなりません。

そこに違いがあると、イメージがずれて
逆にコピーが読みにくくなってしま

僕がアボカドの話をしな

バナナの写真を見せたらどうですか？

頭がパニックになってしまったに違いありません。

イメージ画像を利用する際、画像はあくまでもコピーを引き立てるものに過ぎないという事を肝に銘じていく必要があります。

成約という目的を果たしていく上ではデザインやイメージ画像は“そのコピーをより際立たせてこそ価値があるもの”なのです。

きっと、このメールを読み終わった後に、あなたのブログ、ローンチ、セールスレターを見返してみると、

「あ、、、」

とってしまう箇所があるはずですので、今すぐにでも一度確認をしてみてくださいね。