

ステップメール の基礎

随時配信と組み合わせる

- 随時配信のメルマガの入り口としてステップメールを活用する
- ステップメールを購読後の読者は反応が高いため少ない読者数で反応の高いメルマガを作れる
- 強い関係性の読者であれば配信頻度の低いメルマガでも関係性を維持出来る

ステップメールの役割

- セールスより人間関係の構築だと考える
 - » 自分が信頼に足る人間だと思わせる事が目的
 - » 過去に見たステップメールはどうだったか
- 現実と夢の段階を埋める材料
 - » あなたと見込み客の現実は違います
- 購入欲を持つに至る情報量を届ける
 - » 一定量の情報を浴びないと欲しいと思わない

必ず守る事

- 読者の属性（レベル）を明確に
- 具体性（イメージ出来るように）
- 言い切る事（証拠、根拠）
- 理屈よりも感情で書く方が伝わる

語りかけるように 「言葉」 としてメールを書く

- 大事な誰かに語りかけるように
- 段落ごとに読者からの声を想像して書ける
ようになれば合格
- 声に出して読んでみる

読み続けてもらうために

- 価値ある情報を惜しみなく出し続ける
 - » 見逃すと損をすると思われる内容
- プレゼントを活用
- 読者は「なんとなく」読まなくなる
 - » 微妙な違和感、不信感が原因

意識する事

- 具体的で分かりやすいか
- 自分勝手な内容にならないよう、あなた（読者）のためだという姿勢と内容
- 一方的な情報発信ではなくコミュニケーションを取る事を目的に
 - » 最も簡単なのは質問を入れる
 - » 読者からの反応はそのまま原稿ネタになる

原稿作成時の流れとコツ

- 全体の流れを大まかに書き出す
- 配信日数分のテキストファイルに分割
 - » 10日分なら10個のテキストファイルを先に作成
 - » 各原稿の頭にメールの目的と概要を書いておく
- 一通ずつ書くよりも、細かい事を無視してまずは感情にまかせて一気に書き上げる
 - » 修正はいつでも何度でも出来る

メール作成 実践編

セールスステップメール の書き方

- ・ 7日目（7通目）で最初のセールスを基本とする
 - » あまり長期間だと興味が薄れる
 - » 高額、分かりにくい物を売る時は日数を伸ばす
 - » 初心者の方は早めにクロージングを

セールスステップメール

概要

- ・ 1日目：メールの目的を伝える・ノウハウ公開
- ・ 2日目：ノウハウ公開
- ・ 3日目：あなたが情報を発信している理由
- ・ 4日目：商品を買わない事の損失
- ・ 5日目：価値感の共有
- ・ 6日目：商品及び特典の説明
- ・ 7日目：セールス

1日目（自動返信メール）

- メールを目的を明確に（セールス）
- 自分は何者なのか（実績など）
- 読者の役に立てるという事を具体的に
- 次回を必ず見てもらえる仕掛け
 - » プレゼント、質問
- ノウハウ全開、強烈な印象付け
- 初回で印象が弱ければそこで終わり

2日目

- 1日目を補足する形で伝え残している事
- ノウハウを全開で出して行く
- メールを読み続けるメリットを教える
 - » 今後配信される内容やプレゼントを紹介

3日目

- 自分が情報を発信している理由を伝える
 - » 経験から生まれた感情とそこから生まれた理念
 - » 強い感動、共感を呼ぶ
- 反感者が出るぐらいの勢いで「正直に」
 - » 逆に濃いファンが生まれる
- 理念がセールスポイントに繋がっている事
 - » 単なる苦労話などで終わると意味が無い

4日目

- 商品を買わない事による損失
- 潜在的不安や抱えている問題に気付かせる
 - » お金が無い、太っている、病気・・・
- 不安と欲求は対比
- 問いかける形を使って、意識したくない問題点を現実として認めさせる
 - » 耳の痛い話、意識したくない事を突きつける
- 暗に「商品を買えば解決するよ」という前振り

5日目

- 価値感を伝える
- 稼ぐ系のメルマガなら、お金の価値、お金を
使う必要性、お金の使い方
- あなたの、お金に対する価値感も語る

6日目

- 商品や特典の価値を説明
- 4日目とは違い直接的な価値
- 商品説明
- 販売価格よりも高い価値を感じてもらおう
- 必要性、開発秘話、作成に関する思い、
購入者の声、類似商品との比較

7日目

- セールスレターへの誘導
- 購入後のイメージを伝える
 - » 実際の購入者の実績など
 - » あなたはこうなれます
- 限定性、緊急性を持たせる
 - » 期間限定、個数限定の特典

セールス終了後

- 以降もセールスを繰り返す
 - » 一ヶ月に一回程度の頻度でセールスを
- ステップメールは延々と記事追加されて行く
 - » 随時配信メールをステップメール化する
 - » コンテンツも含めてセールスばかりにならないように

終