

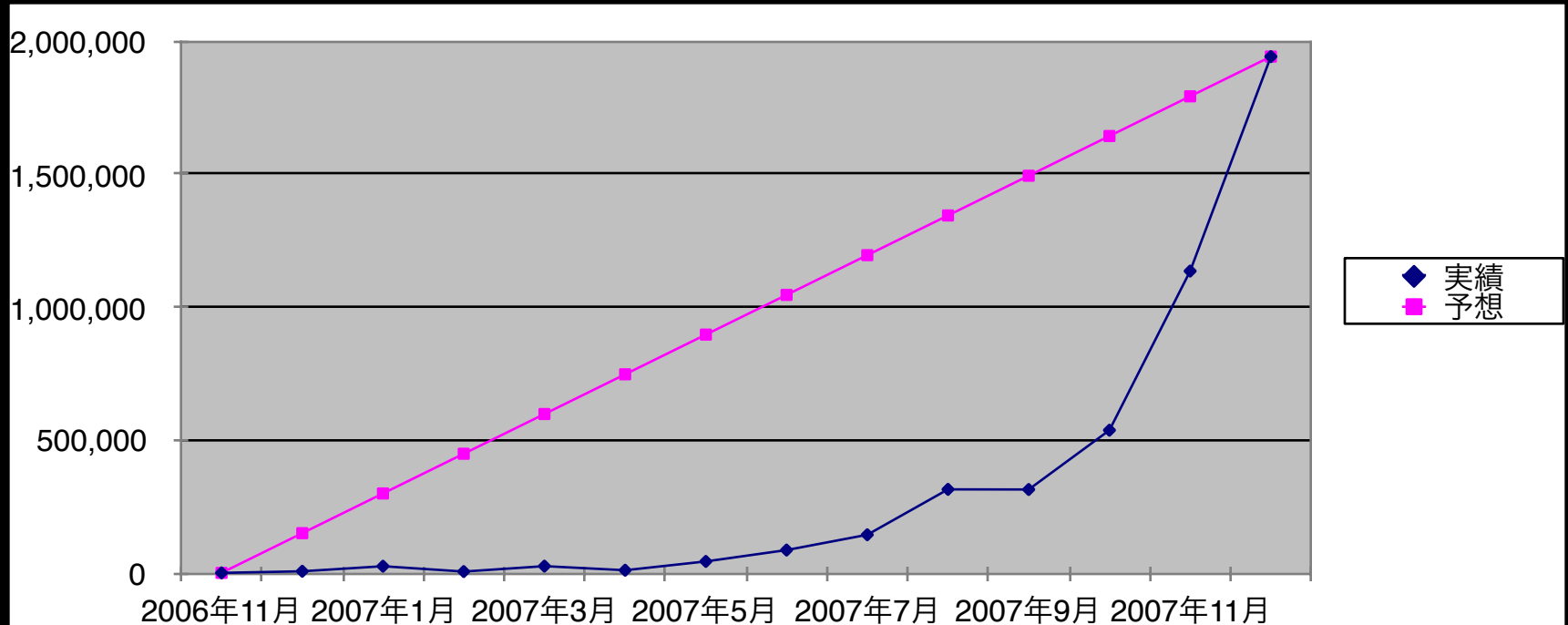
メールマガジン発行の基礎

基礎から見直してレベルアップを目指そう

メルマガを始めてからの 報酬の推移

・ 2006年11月	¥0	・ 2007年06月	¥85,870
・ 2006年12月	¥6,000	・ 2007年07月	¥143,449
・ 2007年01月	¥25,074	・ 2007年08月	¥314,237
・ 2007年02月	¥4,954	・ 2007年09月	¥313,731
・ 2007年03月	¥25,337	・ 2007年10月	¥536,789
・ 2007年04月	¥9,950	・ 2007年11月	¥1,135,548
・ 2007年05月	¥43,101	・ 2007年12月	¥1,942,559

ほぼ間違い無くこうなる



低空飛行の期間に挫折しない事が重要

報酬10万円を超えたキッカケ

- ・ ある商材の値上げタイミング
 - » ブログ上で、商品に関する相談を受け付けたところ売れ始める
- ・ 売れる様子を見せる事でさらに売れた
 - » メルマガ部数2900（実数300以下）アクセス100程度
- ・ ノウハウをどんどん公開した
 - » 感謝され、信頼度が上がりファンが増えた

ここでわかった事

- ・ メール対応から売れる確率が高かった
 - » もしかしてメール相談さえもらえれば売れる？
 - » じゃあどうすれば相談がもらえる？
 - » セールスしなくても相談者の50%は「止めても」買う
 - ・ 売れるために必要なのは「コミュニケーション」だと分かった
 - ・ これをブログではなくメルマガでやれば・・・
- そして月に10万円を下回る事は無くなった

本日の内容

- ・ ブログとメルマガの役割、その扱い方を基本から見直す
- ・ 継続して記事を書く方法を覚える

第1部

そもそもメルマガって？

メールアドレスの価値

- ・ メールアドレスは売買されている
- ・ メルマガ広告の値段を考えてみる
- ・ 楽天はなぜ顧客リストを触らせないのか
- ・ なぜスパムメールは無くならない？
- ・ つまり、あなたのリストの価値は？

メルマガの目的

- ・ 忘れられない事が第一
 - » 人は欲しい物がいっぱいある
 - » 使えるお金には限界がある
 - » ライバルはライバル商品だけではない
- ・ 感情を伝え共感を生む事を目的に
- ・ セールスはおまけ
- ・ 口で伝えられないからメールなのだ

メルマガの特徴その 1

- ・ こちらからアプローチ出来る
 - » ブログでは訪問者を待つしかない
- ・ 同じ内容でもメルマガの方が反応が上がる
 - » 媒体の特性
- ・ 読者数を自分でコントロール出来る
 - » ブログのアクセスアップは限界がある

メルマガの特徴その2

- ・ 興味度合いの低い人にでも売れる
 - » 教育、共感という段階を踏む
 - » 属性別に細分化が可能
- ・ ファン化、顧客化が可能
 - » アフィリエイトでも特典請求者を管理できる

メルマガのデメリット

- ・ 配信が止まると収入が途絶える
 - ・ 過去記事が無駄になりやすい
 - ・ 順序立てて物事を伝える事が難しい
-
- ブログなど他媒体との連動が望ましい
 - ステップメールを併用すべき

メルマガで稼ぐための5つの流れ

1. ブログにアクセスを集め
2. 無料レポートを介してメルマガ読者へ変換
3. 関連する情報やノウハウを惜しみなく提供
4. 関連する商品やサービスを紹介
5. リピーター化

→ 実はたったこれだけの繰り返し

何を売る？からスタート

- ・ 商品を持たずに商売は始められない
- ・ その商品を必要な人は？
- ・ その商品を買った後に必要な物は？
- ・ 繰り返し売れる物は？
- ・ アフィリエイトの場合、継続して紹介可能か

第2部

情報発信の仕方

段階的な情報配信



→ 段階を登る程に情報配信対象者が増えるイメージ

ネタ切れしない情報発信の仕方

- ・ 自分の経験を記録として残す
 - » 実践を続ける限りネタ切れが起きない
- ・ 自分が分からない事を調べて書く
 - » 壁にぶつかるほどネタが増え記事が充実

※最初は売るつもりで書かない

- » 実践的な記事が残っていればいずれ自然と売れる
- » まずは信頼獲得を優先して情報配信

メルマガではなく「メール」

- ・メルマガは売するための媒体ではない
 - » 目的はコミュニケーション→売るのはサイト（ブログ）
 - » 読者は何かを買うために読んでいるわけではない
- ・目的は「伝える」「理解してもらおう」事
 - » 買う、買わないは相手が判断する
- ・究極の理想状態は読者さんがメル友

情報発信3つのコツ

1：信頼獲得を重視

» 先生、上司のような関係

2：情報の価値、自分の価値を見出す

3：属性を絞る

コツ 1：信頼を得る情報発信

- ・ テーマ、対象者を明確に決める
 - » 時間の無い副業者向け、主婦でもできる、など
 - ・ 実践的な記事を基本にする
 - » 「事実」なので疑いようがない
 - ・ 信条、理念を語る
 - » 根底にある基本的な考え方、堅く信じている事柄
 - » 人間性、感情で繋がれば商品は簡単に売れる
- これらを一貫し、絶対にブレないように

コツ2:自分・情報の価値を見出す

- ・ 誰もが同じ情報を知っているわけではない
- ・ 自分の情報を待っている人がいる
 - » AdSenseで月5万円はショボいのか？
 - » あなたは「誰」に情報を発信しようとしているのか
 - » 体験を語る事はノウハウと同等に重要
- × こんな情報に価値は無いんじゃないか・・・
- × すでにみんな知っているんじゃないか・・・
- 情報は「必要な人にとって価値がある」

コツ3：稼ぐために最も重要な【属性】

- ・ ジャンルさえ合っていれば良いわけではない
 - » ギャンブルの中にもさらに嗜好がある
- ・ 集まっている読者の興味を常に把握
 - » 情報配信が進むに連れターゲットがズれる可能性
- ・ 売りたい商品に最もスムーズに繋がる人は誰なのか？と逆算してみる

属性の絞り方・把握の仕方

- ・ 配信する情報を一貫させる
- ・ メールをたくさんもらう
- ・ メルマガの登録ページで選別
- ・ より詳細な属性に分類してメルマガを分割

例：「姿勢矯正」を売りたいとして対象者は？

ダイエット？バストアップ？腰痛？

同じ商品でも対象者によって伝えるべき事は全く変わる

読者レベルの絞り込み

- ・ 「初心者」ってどんな人？を具体的に
 - » 中級者以降なら細かい説明無しで売れる
 - » 初心者相手ほど売るまでの労力は大きい
- ・ 具体的に、何が出来て何が出来ないのか、何を知っていて何を知らないのか、どんな経験や知識を持っているのかを明確に設定する

売れるための3つの条件

1. 文章力（表現力ではなく構造的な問題）

» 表現力もあれば良いが無くても売れる

2. 信頼性（情報の質・量、人柄）

» 人間的な信頼は情報の信頼性に繋がる

» 質の高い情報はそのまま信頼に繋がる

3. 特典

» 「買う理由作り」として最も簡単で効果的

条件 1 ・ 売 る た め の 文 章 力

×誤解 1 上手な文章を書かないと売れない

» 見栄えだけ良いHPでは売れないのと同じで、小説のような美しい文章を書いても売れるわけではない。

×誤解 2 センスが無い人には書けない

» センスは勉強と経験から生まれる。

×誤解 3 ライティングは特殊な能力

» 理屈に沿って「一定の構造」を守って書けば、誰でも売れる文章は書けるようになる。

売れる文章構造

- What? 何が言いたいのか（主張）
 - » アクセスアップにお困りならこの商品がお勧めです
- Why? その理由・根拠（3つ欲しい）
 - » なぜなら・・・
- How? 結局どうすれば？（解決方法）
 - » 今すぐ以下のサイトから購入して下さい

売れない文章

- ・ 情報の種類と量が多過ぎる
 - » 1メール1メッセージ
- ・ 文章力不足（構造的欠陥）
 - » what・why・howの確認
- ・ 信頼性に乏しい（証拠がないor外部情報）
 - » 言い切ったら必ず証拠を見せる
- ・ 具体性が無い

売れる文章のポイント

- 商品その物よりも未来を売る
 - » 購入により得られる将来像を語る→車のCMやカタログ
- 対象者をハッキリとさせる
 - » 買う必要のない人を限定する事で逆に対象者が自覚する
- 自信を持って勧める
 - » 読者は失敗したくない、安心して購入したい
- 証拠を見せる、根拠を述べる
 - » 疑いようのない「事実」を伝える

条件 2：信頼関係

- ・ 理想は一言「これ良いよ」だけで売れる関係
 - » 頼れる先生、信頼のおける友人のような存在
 - » 「あなたから買いたい」を目指す
- ・ 困った時の相談相手を目指す
 - » 専門家としてのブランディング
- ・ 人柄も重要
 - » キャラ作りや演出も大事
 - » 好きな人が言う事は信用しやすい

信頼関係の作り方

- ・ 約束を守る（小さな約束を繰り返す）
- ・ 継続した質の高い情報配信（尊敬→信頼）
 - » 具体的、実例、証拠
- ・ 接触回数・歴史（対人関係と同じプロセス）
 - » 人間的な信頼や安心感から情報への信頼
 - » 理想はメル友

魅力の限界

- ・ 文章力&魅力の限界を知る
- ・ 部数で補う
 - » かけ算で売上がイーブンになればOK
 - » 読者数×反応率×単価＝売上
- ・ 表現力アップ（感情表現）の訓練を続ける
 - » 良質な言葉・表現に触れる機会を増やす→読書
 - » 常に新しい経験や刺激を求めて生活する
 - » 自分の感情が動く瞬間を意識する

条件3・特典

- ・ 自分から買ってもらう理由になる
 - » 他のアフィリエイトとの差別化（稼ぐ系の場合）
- ・ リピーターが生まれる可能性
 - » 他の特典も欲しくなる
- ・ 購入のタイミングを作れる

売り続けるために

- ・ 紹介出来る関連商品を増やす
 - » 販売対象者が増える事による売上増加
- ・ 読者増を止めない
 - » 商売の基本・新規客の継続開拓・見込み客の枯渇を防ぐ
- ・ 実践者から評論家へ . . .

物はすぐには売れない

- ・ 認知→興味→検索→比較→購入
- ・ 欲しいけど買わない、買えない人
 - » 初回で買う事の方が稀
 - » 同じ商品を繰り返し勧める事のメリット

絶対忘れるな、●●なら××

- ・商品ではなく必要性を理解させる
- ・●●なんですよね？

だったら××でしょ？

» 車だったら？冷蔵庫だったら？テレビだったら？

第3部

売れ始めた後の話

読者から顧客へ

- ・ 購入者管理（リピーター化）という考え方
 - » アフィリエイトでやる人はいない → 一人勝ち
 - » アフィリエイト最大のデメリットを解消出来る
- ・ 簡単な管理でOK
 - » 日付、購入商材、名前、メールアドレス
- ・ アプローチ方法は購入者通信
 - » 情報提供やプレゼントの継続
 - » これが自分の本当のメルマガ

継続的な読者増の基本

- ブログで無料レポートを配布する
 - » ブログにアクセスが集まるほど読者が増える
 - » メルマガ記事をブログにバックナンバー化して記事を増やし続ける
- 無料レポートスタンドの活用
 - » 人が紹介をしてくれる
 - » 協賛リストが集まる
 - » ブログのアクセスへ変換される
- 利益の中から広告費を投資する
 - » facebook広告、メルマガ広告、無料オファーなど

まとめ

- ・ 属性を絞り
- ・ 読者増を継続し
- ・ 価値の高い情報配信に努め
- ・ 信頼関係を高めつつ
- ・ 勉強を続け見込み客層を広げる