

オンライン集客のてびき



Biz Design Office

はじめに

はじめまして、Biz Design Office 中村です。

この度は【オンライン集客のてびき】にご興味を持っていただき誠にありがとうございます。

現在は様々な集客ノウハウがありますが、どれがいいのか選別に迷ってしまい、いろいろやってみたけれど結果どれも思うように集客できない・・・というのが現実なのではありませんか？

オンライン（SNS）集客と聞くと「またそれか」とか、「ありふれている」と思われるかもしれませんが、オンライン(sns)、とりわけFacebook 集客についてのイメージと、リストビジネスで大きく売り上げを上げていくための方法について解説していきますので、ぜひ最後までお付き合い下さい。

集客で最も効率の良い方法は「プロダクトローンチ」というマーケティング手法です。

あなたもインターネットビジネスに興味があるのであれば一度くらいは聞いたことがあるかもしれません。

プロダクトローンチとは

「見込み客を集める」→「価値を提示する」→「販売する」

この流れで大きな売り上げを上げるマーケティング手法です。ただし、興味がある見込み客を大量に集めることができること。これが絶対必要条件です。

Facebook 集客の原理原則をしっかりと理解し、見込み客リストを自分の力で獲得し、低額商品から高額商品へと自動的に売れていくセールスファネルの仕組みを構築して、起業家として今後 10 年、20 年と稼ぎ続けられる方法を公開していきます。本書を通じて、Facebook 集客で失敗しないための原理原則をしっかりとマスターし、今後のビジネスにぜひ生かしてください。

集客に不可欠な 2 つのノウハウとは？

起業することは誰にでもできます。

個人事業であれば開業届の提出や法人設立の登記さえすれば、その日からあなたも起業家としてビジネスをスタートさせることはできます。

しかし、経営者になるということは違います。

勢いで起業しても、見込み客を集めて販売するノウハウを持っていないと絶対に成果は出ませんし、変化の早いビジネスの世界ではあっという間に淘汰されてしまうことでしょう。

実際に多くの起業家が年商 300 万円以下で、事業だけでは生活を支えられない状態でアルバイトなどをしながらビジネスを続けています。こうなってしまう理由はシンプルで、経営（売り上げを上げ続けられるスキルと言い換えてもいい）に不可欠な 2 つのノウハウを真剣に学び続けていないのが原因です。

あなたがどんなに優秀な人物であったとしても、これからお伝えする 2 つのノウハウを学ぶことなしに、どんなに頑張っても結果を出すことは困難です。

そのノウハウとは・・・

- ・マーケティング（集客）ノウハウ
- ・セールス（販売）の仕組み化ノウハウ

の2つです。

この2つは、どんなビジネスを行っていようが関係なく、起業経営して安定して稼ぎ続けるためには絶対に学ぶべき必須ノウハウです。

セールスの仕組み化にお勧めのテーマについて

これからオンライン集客を行うにあたり不可欠な、マーケティングとセールスの仕組み化について解説をしていきますが、その前に1点大事なアドバイスをしたいと思います。それは、「どんな商品を販売する仕組み化がお勧めなのか？」についてのアドバイスです。インターネット集客流行りのせいもあり、たいていの起業家・経営者は自社商品全て売ること躍起になります。

例えばリサイクルショップであれば、リサイクル商品をたくさん仕入れたい！仕入れた商品を全て売りたい！・・・というようにです。

それでも全く構わないのですが、セールスの仕組み化という点から見ると実にもったいないのです。

私たち起業家・経営者は売り上げの最大化を狙いたいわけです。

であれば、先のリサイクルショップを例に取れば、純粋に自社商品だけ売
るのではなく、別の商品をどんどん売っていけばいいわけです。

といっても、リサイクルショップなのに野菜を売れとか魚や肉を売ればいい
と言っているわけではありません。では何を売ればいいのか？

あなたの商品へと繋がる情報をコンテンツ化すればいいのです。

リサイクルショップでまずは商品をたくさん仕入れたいならば、直接的には
チラシに工夫をしたり、間接的には「安く買い叩かない誠実なリサイクルシ
ョップを見抜く方法」などの情報を先に与えて、他社ではなく自社に買い取
り依頼の電話がたくさん来るようにします。

さらに、そのリサイクルショップが1人ビジネスとしては繁盛しているので
あれば、自分の起業の秘訣や成功する運営ノウハウなどをコンテンツ化して
販売すればいいのです。特にデジタルコンテンツ化しておけば、いくらでも
複製可能なので物販のように仕入れが必要になることもありませんし、相場
が無いので価格も自分で決めることができます。

もっと売り上げを上げたいのであれば、販売したデジタルコンテンツの実践
をサポートするコンサルティングを売ってもいいでしょう。

オンライン集客に必須のマーケティングノウハウ

それでは早速、オンライン集客に不可欠な2つのノウハウ。

マーケティングノウハウと、セールスの仕組み化ノウハウについて解説していきます。

まずはマーケティングについて。

「もしドラ」（もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら）で一時期有名になったピーター・ドラッカーはマーケティングについて、

『顧客というものをよく理解し、商品と顧客がピッタリ合って、ひとりでに売れてしまうようにすること』

と言っています。

簡単に言えば、マーケティングとは「興味がある人自らに手をあげて」もらって、それらの人たちに「売り込まないでも売れる」ようにすることであり、「勝手に売れていく仕組み」だということになります。

こんな話を始めると、難しく感じるかもしれませんが安心してください。

Facebook 集客を成功させるためには、数あるマーケティングの中でも、これからお伝えする3つのポイントを押さえておけば十分です。

1. 見込み客を集めるという考えを理解する
2. 無料プレゼントを用意する
3. 見込み客を顧客に変換する

この3つのポイントだけ押さえておけばよいのです。実にシンプルです。

非常にシンプルな、たったこれだけのことですが、現実には多くの起業家・経営者が出来ていません

見込み客を集めるという考えを理解する

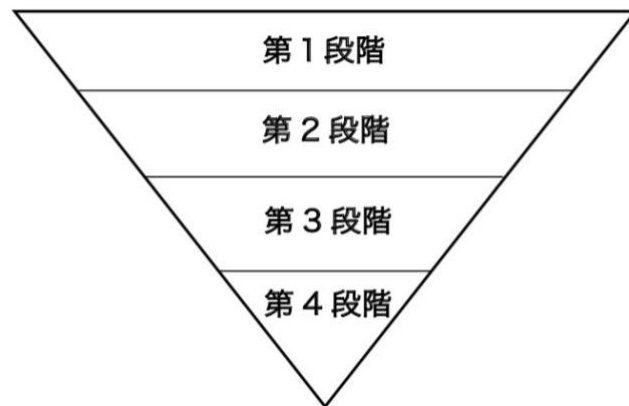
ここまで何度も『見込み客』という言葉を使ってきましたが、見込み客という言葉聞いたことが無い方も多いかもかもしれません。

見込み客とはマーケティング用語で、「あなたの発信する情報や商品に興味がある人」という意味で、これからあなたの商品を買う可能性の高い、将来のお客さん予備軍のことを言います。

そして、商品とは「お客さんの抱えている問題を解決するためにあるもの」です。

しかし、普通の状態では、お客さんは自分が抱えている問題に気づいていないことが多いので、当然あなたの商品が必要だと思ってもいません。

一般的にお客さんが商品を購入するためには4つの段階を踏んでいきます。
それが「OATHの法則」(オースの法則) というものです。



- 第1段階 : **O**blivious (無知)
問題を抱えているが認識していない
- 第2段階 : **A**pathetic (無関心)
問題は意識しているが解決する必要性を感じていない
- 第3段階 : **T**hinking (考えている)
問題解決の必要性を感じているが具体的な行動をしていない
- 第4段階 : **H**urting (困っている)
行動を起こそうとしているが確信が無く動けない

第1段階の数が最も多く、だんだん少なくなっていく第4段階はかなりの少数となります。逆三角形の図形をイメージすると分かりやすいかと思います。

しかし、多くの起業家・経営者は、最も少ない第4段階と第2段階の見込み客しかアプローチしようとしません。

というよりも、自分でも気付かない内にその段階の見込み客にのみアプローチしてしまうのです。

これでは口の狭い漏斗のようなもの。本来、見込み客を集めるという作業は、この第1段階の見込み客の連絡先を集めるということであって、それはズバリ、メールアドレスを集めるということです。（もしくはLINE公式アカウントを友だち追加してもらう）

ただ、第1段階の見込み客とは、“問題を抱えているが認識していない”わけです。

なので、ここでしっかりと「問題に気づいて」もらい、「問題を解決したい」という欲求を持ってもらい、「価値を提供」することで、あなたの商品を購入するという「行動をしてもらう」ことが大事なわけです。

しかし、その他大勢の起業家・経営者はほとんどやっていません。
というよりも、出来ません。

この「見込み客を集める」という考え方を理解しておかなければ、一時まぐれ当たりで稼げるかもしれませんが、今後10年20年とビジネスを安定継続させることは不可能です。

ここを理解しているかどうかで、実はすでに大きな差が付いていることに気づけただけでも、あなたのビジネスは上手く行ったも同然です。

無料プレゼントを用意する

では、広く見込み客を集めるためにはどうすればいいのでしょうか？

ここで必要になるのが「無料プレゼント」です。

この無料プレゼントを活用することで、見込み客のメールアドレス（見込み客リスト）を、広く効率的に集めることができるようになります。あなたの商品を購入してくれそうな見込み客が欲しがる無料プレゼントを用意しましょう。

そして、この無料レポートを手に入れていただく代わりにメールアドレスを登録していただくのです。ちなみに本書もその無料プレゼントです。

こうした無料プレゼントは特に目新しい手法というわけではなく、化粧品の無料サンプルや育毛剤のお試しサンプルなどと全く同じ考え方です。

まずは無料プレゼントで見込み客リストを獲得し、無料レポートや数通の継続したメール配信などで価値を提供して、信頼関係を構築していきます。

見込み客に価値提供を通じて信頼関係を構築することができれば、今後ご案内する商品やサービスをご購入いただける確率は一気に跳ね上がります。

いきなりセールスするのではなく、無料プレゼントやその後の価値提供を通じて信頼関係を構築してからセールスをする。

では、無料プレゼントにはどのような形式があるのでしょうか？今あなたは本書を読んでいただいていると思うので、本書のような無料レポートをイメージされると思いますが、実は無料プレゼントには色々な形があります。

1. 無料レポート（PDF ファイル）
2. 動画（mp4 ファイル等）
3. 音声（mp3 ファイル等）
4. 小冊子（印刷物）
5. DVD や CD

この中で1、2、3は電子データで4、5はモノであることに気がつかれたでしょうか？

PDF、mp4、mp3 ファイルは電子データなので、いくらでも複製可能で、しかもメール1本で送付できてしまうのです。

小冊子やDVD、CDは実際のモノなので価値を感じてもらいやすいですし、昔はよく使われていましたが、作成費用や送料などもかかってしまいます。

さらに、現在では音楽をネットで買ってダウンロードしてスマホで聴くようなことが一般的になってきているので、電子データファイルが最適です。

無料といっても価値を感じていただけるものを提供する必要はありますが、まずは無料レポートを作成して、見込み客リスト集めをスタートしましょう。

見込み客を顧客に変換する

広く見込み客を集め、無料プレゼントや日々の価値提供によって、段々と信頼関係が出来てきたら、いよいよ商品をセールスしていきます。

ここで重要なのは、最終的にあなたが売べき商品はある程度の高額商品にすべきだということです。

理由は2つあります。

- ・商品の質やサポートを充実させようという意識が高まる（あなた側）
- ・本気度の高い人だけが集まる（見込み客側）

からです。

また、さらに以下のような利点があります。

- ・高額商品にすることでキャッシュフローが良くなる
- ・数を売る必要が無くなる

特に「数を売る必要が無くなる」というのは非常に重要で、ダイレクト・レスポンス・マーケティングの第一人者のダン・ケネディも以下のように言っています。

『1万円の商品を30人に売る30通りの方法を私は知らない。しかし、30万円の商品を1人に売るただ1つの方法は知っている。』

つまり、1 万円の商品を 30 人に売るよりも、30 万円の商品を 1 人に売るほうが簡単だということなのです。これはあなたも実際にやってみれば分かります。

高額商品にするポイントは、「個別コンサルティング」という考え方を持つことです。

文章や動画などによる情報コンテンツも大事なのですが、個々人に合わせたコンサルティングほど価値を高められるものはありません。他にもセミナーや講座なども良いでしょうし、セミナーの模様をビデオで撮影録画しておけば、それが動画コンテンツともなり商品化もできます。

ただ、今回本書では高額商品化しやすい「個別コンサルティング」をいかに販売していくかについて解説していきます。

まずここで問題は、個別コンサルティングをいきなりセールスしても、見込み客にとっては申込みへのハードルが高すぎることにあります。

一般的に、個別コンサルティングは、個人向けだと 6 ヶ月の講座として 30 万円程度（月あたり 5 万円）、法人向けだと一ヶ月 30 万円の年間契約（年 360 万円程）と言われています。

無料プレゼントや色々な価値提供を受けて、見込み客と信頼関係が構築できているからといって、このような高額サービスにいきなり申し込める人はそう多くはありません。

では、どうすればよいのでしょうか？

まずは、低価格帯の商品（低額商品）をセールスします。

これをフロントエンド商品（集客商品）と呼んでいます。

見込み客が、無理なくスムーズに購入できる低価格帯の商品を、まずはフロントエンド商品としてセールスするのです。

そして、そのフロントエンド商品を購入してくれた人に対して、メイン商品である個別コンサルティングをセールスします。

フロントエンド商品の次にメインで売りたい商品のことを、バックエンド商品（利益商品）といいます。私たち販売者側からすれば、たとえフロントエンド商品で利益を取れなくても、その後のバックエンド商品でしっかり利益を確保することができる。

見込み客側からすれば、低価格帯の商品で価値を感じて、個別コンサルティングというさらなる価値を感じて購入する。

つまり、スムーズに階段を上ってきてくれる。上りやすい。ということなのです。

高額商品が売れるセールス必勝の仕組みとは？

ここまでを踏まえて、Facebook 集客のビジネスモデルを解説すると・・・

●無料プレゼント

- ・レポート
- ・動画
- ・音声

↓メールによる価値提供

●フロントエンド商品（3000 円くらいが目安）

- ・オンラインコンテンツ
- ・セミナー
- ・個別相談会
- ・勉強会

↓個別相談会によるコンサル提案

●バックエンド商品（10 万円～100 万円。30 万円くらいが一つの目安）

- ・オンラインコンテンツ
- ・オンラインスクール形式の講座
- ・個別コンサルティング

このような流れで商品を用意していきます。

ここで注目すべきは、フロントエンド商品の特徴はお客さんが相談できる機会を用意していることにあります。

お客さんは誰も“その道の専門家”から学びたいと思っています。商品を購入したいと思っています。

例えばゴルフのクラブを買いに行くにしても、近所のホームセンターで購入するより、ゴルフ専門店のようなプロショップで購入したほうが安心できますね。でも、ホームセンターで売られているゴルフクラブは価格が安く、専門店で売られているゴルフクラブは高額です。

それでも専門店で購入する理由はなぜでしょうか？

それは、その専門店の商品に対する信頼と、自分に合ったものを的確に勧めてくれる店員さんの知識や経験を受けられるだろうという安心感があるからにほかなりません。

要は、あなたが、専門家が教える立場として“先生”という位置づけを取ることによって、より高度な知識やノウハウやサポートを得られるという認識をお客さんにインプットしていただき、ビジネスをスムーズに進めることができるのです。

しかし、いくら先生として認識していても、いきなり高額商品を購入する人などそうはいません。

そこで、セミナーや個別相談会、勉強会などをフロントエンド商品の中に用意して、そこでお客さんの悩みを聞きながら解決してあげます。

そして、解決したタイミングで個別コンサルティングをセールスします。

重要なのは、早い段階であなた自身の「高額商品が売れる仕組み」を作ってしまうことです。

- ・無料プレゼントで月 50 名集めたら 5 名が低価格商品を買う。
- ・その 5 名に個別相談して 30 万の個別コンサルティングに 3 名申し込む。

このような感じで仕組み化することができるようになれば、

あとは、この『無料プレゼントで月 50 名集める』というパターンを繰り返して行ってもいいですし、個別コンサルティングに 1 名でも申し込んでくれたら、この資金を今度は Facebook 広告費に当てることができます。

無料の仕組みで集めた見込み客リスト + 広告で集めた見込み客リスト。

このまとまった見込み客リストに対して、日々情報発信を続けていくことで、例えフロント商品を買わなかった方でさえ、あなたの会社あなた自身のファンになっていきます。

これで、あなたのビジネスの“最強の仕組み”が出来上がるということなのです。

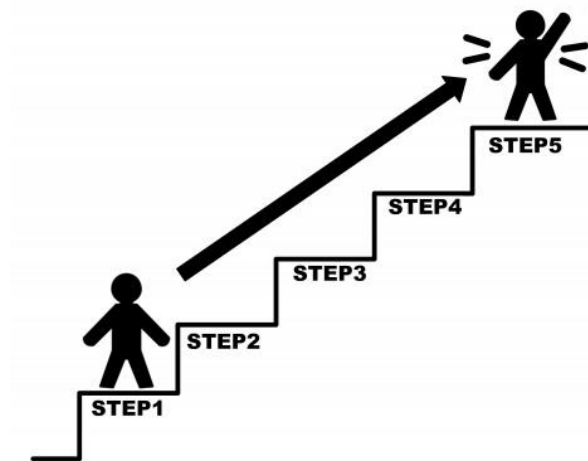
ぜひ、本物のマーケティングを駆使して、あなただけの“必勝の仕組み”、“最強の仕組み”を構築しビジネスを拡大してください。

ネットの売上が自動であがる秘訣

無料オファーからフロントエンドへ繋げるメールによる価値提供について、ステップメールを使います。これはファネルという手法を活用するものです。

ファネルとは、見込み客が商品を購入する階段のことです。

メルマガや資料請求、無料商品などを購入した人に、次の商品を購入するまでの階段を作ってあげるのです。



ファネルは1回で商品売る方法ではなく、何度も見込み客にメッセージを案内します。その中であなたの商品が欲しくなるように教育していきます。教育のメッセージを受けた見込み客は受けていない見込み客に比べて購入金額が45%高く、購入するまでの期間が5分の1短くなるという調査もあります。

この教育をするためにあなたは1度メッセージを作って、見込み客に対して順番に案内すればいいのです。（それをステップメールというシステムに組み込めば自動で営業できてしまいます）

仕組み化にお勧めの Facebook 集客法の全体像

次に、本書の最重要課題とも言える Facebook 集客ノウハウについて解説していきます。

なぜ集客が一番重要なのかというと、いくら売れる必勝の仕組みを作ったとしても、その仕組みに入ってきてくれる人がいないとどうにもならないからです。

その前に、ビジネスにおける集客の基本的な原理原則をお伝えします。

この原理原則をしっかり理解していないと、あなたがビジネスをしていく上で、今後 10 年 20 年と安定・継続的に売り上げを上げていくことは不可能と言ってもいいからです。ですから、しっかりと頭に叩き込んでおいていただきたいと思います。

ビジネスにおける集客とは、「広告」と切っても切り離せません。広告を使いこなせないマーケター（マーケティングを駆使する者の意）は、遅かれ早かれ没落します。しかし、そうは言ってもまだ収益を出していない段階から広告費を使うのも酷な相談です。

なので、最初の内は無料で集客できるノウハウを使って見込み客を集めるわけですが、収益が上がって仕組みが回ってくるようになったら、早い段階で Facebook 広告を使って見込み客を獲得していくんだというマインドを持ってください。

現在、インターネット広告と言っても約 2000 種類もあると言われており、本当に様々な広告が存在します。

しかし、私たち起業家・経営者が使うインターネット広告はそう多くはありません。

- ・ PPC 広告（ペイ・パー・クリック広告：Google、Yahoo 広告等）
- ・ Facebook 広告

ざっくり言うと、この 2 つです。

PPC 広告の特性は、閲覧者がキーワードを入力して、今まさに何かを調べたくて検索した結果に表示される広告です。なので、見込み客にダイレクトにアプローチしやすいのです。

ただ、欠点もあります。

PPC 広告の価格は広告主のオークション形式の入札になります。

それゆえ、1 クリックあたりの単価が高騰しやすいのです。

なので、人気のキーワードになると 1000 円以上はザラにあり、2000 円以上になるものもあります。

Facebook 広告の特性は、閲覧者の能動的な検索ではなく、Facebook 側のシステムにより、その広告に近い属性の人に表示される、ということになります。

つまり、前にお伝えした「OATH の法則」の第 1～第 4 全ての段階の人に表示されるということに繋がります。ですから「広く見込み客を集める」という点からみても Facebook 広告は有効です。

さらに、Facebook の AI が自動的に表示方法を最適化してくれるため、運用の仕方次第では 1 クリックあたりの単価をととても低く抑えられますので、現時点では Facebook 広告は非常に有効な広告媒体と言えます。

あなたも収益が出るようになった早い段階で Facebook 広告を出すようにしていきましょう。

それではここから、安定継続的に売り上げを上げて仕組み化構築のスタートを切りたいあなたに取り組むべき、最もお勧めの集客法をご紹介します。

それが、【Facebook 集客法】です。

数あるインターネット集客法の中でも、集客初心者のあなたが一から見込み客を集めるのであれば、まずはこの Facebook 集客法を押さえておけば問題ありません。

その理由は、

1. 信頼関係を作りやすい
2. 無料で見込み客リストを集めやすい
3. 高額商品を売りやすい

ことにあります。

信頼関係を作りやすい

Facebook の基本概念として、人同士の交流から人間関係を深めるということがあります。

規則として「実名」「顔写真掲載」での利用が基本になっています。

Facebook を使っている人の中には実名や顔写真を掲載していない人もいますが、一応規則としてはそのようになっています。

名前も分かり、顔も分かるわけですから自然と親近感を得やすいわけです。

また、「人同士の交流から人間関係を深める」という考えから「友だち申請」という機能があります。

よく Facebook をやっている人が「友だちが〇〇〇人に増えた」というのを耳にしたことがあるかと思いますが、このことを言っています。

Twitter でのフォロワーのようなものだと考えていいと思います。

Facebook で集客するためには、まずこの「友だち」を増やしていく必要があります。最大で 5000 人まで増やすことができますので、コツコツと増やすことが基本です。

この時大切なのが「あなたは何をしている人なのか？」が一目見て分かるようにしておくことです。

あなたがどんなことをしている人なのかが分かれば、こちらから友だち申請した時に承認される可能性が高まります。

あなたが誰かに友だち申請をした時に、あなたがどんな人なのか？を見に来る人も多いものです。

Facebook では今まで全く知り合うことも無かったような人に対しても、手軽に自分のことを知ってもらい友だちになることができます。

友だちとして繋がっていると、あなたが自分のページから日々の仕事のことやプライベートなことなどを投稿していくと、Facebook 友だちのページにもあなたの投稿が届くようになります。すると、中には、あなたの投稿に対して「いいね！」ボタンを押してくれる人たちも出てきて、自然と信頼関係が生まれて、あなたがやっていること取り組んでいることをもっと知りたい！と思ってくれる人が出てくることも珍しくはないのです。

無料で見込み客リストを集めやすい

こうして信頼関係を作っていきながら、Facebook 友だちが増えてきたら、いよいよ見込み客リストを集めていきます。

Facebook ではお金をかけずに濃い見込み客リストを集めることが可能です。

流れとしてはこの順番。

- ・ 友だちを増やす

↓

- ・ 無料プレゼント記事を投稿

↓

- ・ 見込み客リスト獲得

友だち数は最大で 5000 人まで増やせますが、あまり人数に固執する必要はありません。たとえどんなに友だちが多くても、あなたの見込み客では無い人たちを友だちにしても本来の意味が無いからです。

あなたの見込み客になりそうな人が、どれくらい友だちにいますか？ が重要です。

ここで大事ななのは、いきなり無料プレゼントをしないこと。

いくら無料とはいえ、今までそんなこと何も言ってこなかったのに、いきなりそのようなオファーをしても、「???」と思われますし、今までの信頼関係が壊れかねません。

そもそも Facebook の個人ページは商用利用が原則禁止されています。

本来は「Facebook ページ」と言われる商用利用前提のページや、Facebook 広告を利用しなければいけません。

ただ、実際は Facebook の個人ページを商用利用している人は多く、現状は Facebook 社側も黙認しているというところだと思います。

だからこそ、Facebook 社の運営ポリシーを理解して過剰なことは避け、友だちにもこれまでの信頼関係を損なわないように、無料プレゼントを案内する前の段階で、誠実にゆっくりと情報提供をしていきます。ここでは、あなたの普段の思いや活動を紹介しながら、あなたやあなたのクライアントが、どんなことで悩み、解決してきたか？このような内容を投稿していきます。

目的は、無料プレゼントを案内したいわけですから、無料プレゼントの内容と連動した投稿に持っていくようにするといいいでしょう。

このようにして、無料オファーを案内する土台を作ったところで、いよいよ無料プレゼントを案内していきます。

無料プレゼントを手に入れていただくためには、メールアドレスを入力してもらいます。

このタイミングで集まったメールアドレスこそ「見込み客リスト」というわけです。

しかも、この段階では1円もお金をかけることなく見込み客のメールアドレスを獲得することが可能です。

具体的なやり方としては、「3日間限定のご案内」というように、「期限を区切る」ようにすることが重要です。

期限を区切ることで多くの方の行動を促し、無料プレゼントを手にしてもらいやすくなるのです。

高額商品を売りやすい

見込み客リストを獲得できたら、まずは低額商品に誘導します。

3000 円くらいの誰にでも手を出しやすい価格にした方がいいでしょう。

「え？高額商品を売りたいのに低額商品を売るの？」と思われるかもしれませんが、いきなり高額商品を勧めても売れるものではありません。

見込み客に自分の足で階段を上ってもらうことが重要なのです。

このことは前にお伝えしましたね。

ここで重要になるのが「ステップメール」です。

ステップメールとは、あらかじめ伝えたい内容を小分けにしたものを、登録してくれた人に向けて何日間かに渡って自動でメールを送ってくれる配信システムのことです。

あなたの案内する無料プレゼントに興味があっても手に入れてくれても、渡しっぱなしではいけません。

せっかく興味を持ってくれたのですから、その後も継続して無料プレゼントに連動した内容を毎日メール配信していくのです。これを自動でやってくれるのがステップメールというシステムです。

期間としては、7日～10日間。毎日。

すでに Facebook のあなたの投稿内容を通じて、あなたの活動内容やどんな人なのかの理解、そして無料オファーであなたと活動内容、ノウハウを、より具体的に知って興味を深めてくれています。

さらに7日の間、毎日届くメールでの親近感、共感の高まり・・・ただ、いきなり7日間のメールを書けるか不安だと感じる方も多いと思いますので、流れを説明します。

- 1日目：信用の教育（自己開示、プロフィール、理念・信念・背景）
- 2日目：目的の教育（理想のゴールを読者と共有）
- 3日目：問題点の教育（夢、ゴールの実現を阻んでいる壁・障害物の自覚）
- 4日目：手段の教育（問題を克服するための手段の選び方）
- 5日目：投資の教育（目的を達成するためのお金の使い方）
- 6日目：行動の教育（なぜ将来ではなく今行動すべきか）
- 7日目：期限を区切る（限定制）

本当にざっくりとした流れにはなりますが、大枠としてこの流れでメール文を書くことによって、3000円くらいの低額商品であれば、わずか7日間のメールだけで無理なく販売することが可能です。

この低額商品の無料特典として、1回限定の個別コンサルティングを付けます。

低額商品の無料特典として個別コンサルティングを付けておけば、高確率で誘導することができます。

すでに Facebook→無料プレゼント→低額商品を通じて、階段を上るようにあなたの商品内容や、信頼できる人なのか理解できているので、最初から非常に良い状態でコンサルティングをすることが可能なのです。

あなた 対 多人数では緊張してしまうかもしれませんが、1対1であれば、お互いにお気に入りの飲み物などを飲みながら、リラックスした状態で個別コンサルティングをすることができます。

遠方のお客さんであっても、わざわざ会いに行かなくても、あなたは自宅にいながらにしてストレス無く個別コンサルティングができますし、ZOOMであれば日本全国のお客さんをクライアントにできます。まさに、1人起業家・経営者にはぴったりのツールだと思います。

オンラインではありますが、Facebook 上や無料プレゼント、低額商品の段階で、これまで信頼関係が高まっていますので高額商品やサービスを成約いただくことも難しくないのです。

ぜひ、実践してみてください。

仕組みを自動化する方法とは？

ここまでの工程を実践していただければ、Facebook から無料で集客し、価値を提供していくことで低額商品から高額商品へと売れていく「小さな仕組み」が出来上がります。

Facebook 無料集客法は個人ページを使って見込み客を集めていきますが、しかしながら Facebook は個人ページでのビジネス利用を認めてはいません。

何度も連発して個人ページでビジネスの宣伝ばかりしていると、友だちとして繋がった方も離れていきますし、Facebook 側からもよく思われません。

そこで、すぐ移行していただきたいのが【Facebook 広告】です。

ビジネスにおける集客とは、「広告」と切っても切り離せません。広告を使いこなせないマーケター（マーケティングを駆使する者の意）は、遅かれ早かれ没落します。

収益が上がったこのタイミングこそ、あなたが起業家・経営者として大きく飛躍するチャンスと言えるでしょう。

もちろん、最初からある程度広告費を捻出できれば、自動化の仕組み構築までの時間は短縮されることは言うまでもありません。

セールスの仕組みが出来さえすれば、あとは Facebook 広告を管理するだけで、ほぼ完全に仕組みを自動化させることが可能です。

しかし、Facebook 広告もご多分に漏れず 1 リスト獲得単価が上がってきています。いくらセールスの仕組みが素晴らしくても、広告費で収益が食われてしまいます。

低価格でリストを獲得する方法とは？

それでは、ここから Facebook 広告ノウハウに入っていきます。

Facebook 広告で 1 リスト単価を高騰させず、ワンコイン（500 円）ほどで獲得するために重要なポイント。

それは、【オーディエンス】という考え方を理解することです。オーディエンスとは簡単に言えばターゲット層のことで、Facebook 広告ではこのオーディエンスを非常に細かく設定することが出来るようになっています。

しかし、細かく設定できるがゆえに多くの広告出稿者は、このオーディエンス設定に振り回されているといってもいいでしょう。

そして、Facebook 広告には 3 つの種類のオーディエンスがあるということを覚えておいてください。

それは、

- ・保存されたオーディエンス
- ・類似オーディエンス

- ・カスタムオーディエンス

の3つです。

保存されたオーディエンスとは、大まかに言えば元々Facebook 側が用意してくれているターゲット層です。

「地域、年齢、利用者層、興味関心、行動」からターゲットにするオーディエンスを絞り込んで「保存」しておいて、その保存されたオーディエンスに広告を流すことができるようになっています。

なので、あなたがインターネットビジネスの初心者であれば、まずはこの保存されたオーディエンスに広告を流すことになると思います。

類似オーディエンスとは、あなたが自社でメールアドレス等の個人情報を持っている場合、それに「類似するユーザー」をFacebook がAI を使って探し出して広告を表示してくれるオーディエンスのことです。

ですから、あなたの会社・商品に興味がある人と「類似」した人たちに広告を流すことができます。そして3つ目がカスタムオーディエンスで、これは自社の顧客リスト、自社のwebサイトの訪問者データ、Facebook ページ

(個人ページではない) 上でのあなたの投稿や動画の視聴などの、エンゲージメントと呼ばれる「ユーザーの特定の行動を条件に絞り込む」ことで作成されたオーディエンスのことです。

ただし、1 リスト 500 円程度であれば上記のように難しいことを覚える必要はありませんし、そもそもまだ見込み客リストや顧客リストが無いのであれば、難しいことは不要です。

1 リスト 500 円ほどで獲得するために、初心者がピンポイントで注目すべきは、保存されたオーディエンスの「興味・関心」ジャンルです。

この興味・関心ジャンルも Facebook 広告では非常に幅広く多岐に渡る設定が可能になっています。

が、ここがちょっとした落とし穴になってしまいます。

多くの Facebook 広告出稿者は、ターゲット層に幅広く広告表示させたいと考えて、興味・関心ジャンルの細かいターゲット全てにチェックを入れてしまいます。

具体的には、「ビジネスに関心があって、マーケティングにも興味があって、それからこれもあれも・・・」とチェックを入れてしまうのです。

すると、広告単価がどんどん上がって行ってしまいます。

これはいけないと今度は逆に、たった1つのジャンルのみにチェックを入れたところ単価がみるみる下がり 500 円台ほどに落ち着きました。

このように、オーディエンスを絞りに絞り込むことが、ワンコインで見込み客リストを獲得する秘訣と言えます。

あとは、広告を管理するだけでこのクライアントの仕組みは自動化完了ということですが。

また、補足ですが、できればフロント商品を売ったすぐ後にミドル商品を用意しておくことで、さらにセールスの仕組みを強化することができます。

ミドル商品の考え方としては、例えばフロント商品の重要項目が ABCD とあるとして、C が最も重要なんだけど、全てを伝えようとすると煩雑になってしまうので概要のみ伝える。概要でも十分実践できるのだけれど、別商品 C' を学ぶとさらに効率的に成果が上がる。

そのような形で別商品を構築していくと良いでしょう。

フロント商品に対して、このような形で別商品を提案していくことをアップセル商品、クロスセル商品と呼びます。分かりやすく言えば、ハンバーガーを買ったら、一緒にポテトもいかがですか？というイメージです。

自動で売れていく仕組みをまずは1つ作ろう

Facebook 集客に不可欠なマーケティングとセールスの仕組みに関するノウハウをお伝えしてきましたが、いかがでしたでしょうか？

起業家・経営者として、どの市場に入っていくのかは大切です。

ただ、どの市場に入ったとしても、マーケティング（集客）とセールス（販売）の仕組み化をおろそかにしていたら、遅かれ早かれ淘汰されていくことは間違いありません。

起業経営の世界はそんなに甘いものでないことはあなたもよくお分かりのはずです。

でも、このタイミングでマーケティングとセールスの仕組み化にきちんと取り組み始めたら、ライバルの同業他社がほとんど出来ていないわけですから、あなたが例え後発組だとしても充分やっていけます。

重要なのは、自動で売れていく仕組みをいち早く作り上げてしまうことです。

Facebook を通じて信頼関係を構築。そして、無料プレゼントから見込み客リストを獲得し、メールによってさらなる信頼関係を構築した上で、個別コンサルティング等の高額商品へと誘導する。

もしくは、コンテンツ販売やセミナー等を販売してもいいでしょう。

このように、一連の「仕組み」を構築することで、あとはこの仕組みにアクセスを注ぎ込むだけで大きな売り上げを上げていくことができます。

そして、早い段階で Facebook 広告に移行して、仕組みを「自動化」させることで途切れることなく継続的にビジネスを拡大させていくことができます。

最初はたとえ小さくても、この仕組みさえあれば、あとはアクセスを集める媒体を Facebook だけに留めずに少しずつ増やしていく。

さらに、アップセル商品、クロスセル商品という考え方を積極的に活用して、仕組み自体を大きくしていくことによって、比例して売り上げも増えていきます。

そして、なにより素晴らしいのが、あなたのビジネスが安定していくということ。ビジネス、起業、経営、商売とは、一か八かの一発勝負の打ち上げ花火を上げることはありません。いかに、安定・継続的に売り上げを上げ続けていけるかが大切です。

一時的な流行りの“集客法の青い鳥”を追うことばかりにフォーカスせずに、王道のマーケティングとセールスの仕組み化作りにフォーカスすること忘れないようにしましょう。

勝ち組起業家・経営者になる方法

あなたが起業家・経営者として、多くのお客様の理想を実現していきたいと思っているのなら、マーケティングとセールスの仕組み化は決して避けて通ることはできません。

マーケティングとセールスの仕組み化は苦手で・・・と言って、そこから逃げ続けている限り、あなたの理想の未来を実現することは不可能です。

あなたがどのようなビジネスをしているかに関わらず、起業家・経営者たる者、今後 10 年 20 年と継続・安定して稼ぎ続けるためには、常に学び続ける必要があることを忘れないでください。本質を見ずにフワフワした気持ちでビジネスをしていても、何も手を打たなかったらあっという間に淘汰され、あなたの理想の未来が崩壊していくことでしょう。

では、そうならないためにはどうすればよいのでしょうか？

それは、マーケティングとセールスの仕組みを常に学び続けること。
そして、自動で集客し自動で売れていく小さな仕組みを 1 つ、まず作り上げることです。ここさえクリアできれば、あなたはもう勝ち組起業家・経営者になることができますし、今後 10 年 20 年と継続・安定的にビジネスを続けることが出来るようになります。

マーケティングの仕組みをつくりたい方は・・・

ビジネス勝ち組は常にいち早く動いています。あなたは今まで自分（自社）のことを知らない人に、いきなりメルマガ登録を促したり、セミナーに誘導させるようなことをしていませんか？それでは人は決して行動しようとしません。まずは、あなた（貴社）の存在を認知してもらうための伏線を張りましょう。それは、Facebook 投稿記事や広告など、方法は問いません。ただし、ここまででどのような仕組みを作ればいいのかかわかったとしても、どうやったらシステムとして作ることができるのかかわからない・・・

そんな方は、ぜひこの仕組みをシステム化したパッケージプログラム

「**マーケティング DX**」

を手に入れてください。あなたのマーケティングとセールスノウハウ、そ

して高額バックエンド商品を販売するまでのセールスファネルの仕組みが手に入ります。

フロントエンドの LP 制作、ステップメールプログラム、バックエンドの LP 制作、見込み先リストデータベースまで提供。本当にありえない価格となっていますので、まずは下記アドレスにて今すぐ詳細を確認してください。

<https://bizdesign.ohmi.tech/wmdx/>



Biz Design Office 中村 誠