



集客自動化の仕組みをつくる

メルマガリストの集め方

KUBIREASHI主宰 藤井かおり

まず1,000人のメルマガ読者を集めよう！

お客様の候補となる”メルマガリスト”の数は売上に直結します。

例えば・・・

総リスト数1,000人 → 年商1,000万

総リスト数3,000人 → 年商3,000万

総リスト数5,000人 → 年商5,000万

のように、

保有するリスト数 × 1万 = 年商の目安

とされています。

つまり、売上を右肩上がりにしていくのであれば

「メルマガリストを集める力」を高めることが必須になるんです！

毎月、新規リスト200件入ると 月100万以上が安定する

総リスト数だけではなく、毎月の売上を安定させる上で更に大事になるのは

毎月の新規リスト獲得数です。

新規リストが入らない状態が一定期間過ぎると
同じ人たちにオファーを続けることになるため、反応率が極端に落ちていきます。

逆を言えば、
毎月7桁の売上を安定している人は
安定して新規リストを200件以上、獲得することが必須になります。

そして
新規リストが200件以上入る状態ができると
集客の自動化がみえてきます。

ステップを踏むことをお願いされて高額商品が売れる！

ツーステップマーケティング

ワンステップマーケティング

本命商品の
購入



いきなり本命商品売るため
売り込みになってしまう。

ツーステップマーケティング

信頼を得る
ステップ

本命商品の
購入



まずは見込み客を集めて
信頼を得てから本命商品を提案する

高額なのに喜んで買っていただける ファンメイクステップ

ファンを巻き込み
コアなファンを創る

本命購入

熱狂的な
ファン

個別
相談会

ファン

セミナー

信頼

メルマガ



電子書籍CP

ステップメール

認知

HP
ブログ



共感

SNS



有料

無料



リストを増やすための3つの方法

①メルマガの号外キャンペーン

→ お金をかけず2週間の短期で数百リストを集められる

↑今回はココをやります。

②日々のSNS発信

→ 時間をかけて日々の発信からコツコツリスト獲得していく

③広告（インスタ広告を推奨）

→ 月20万以上の投資をして広告を出稿する
1番売上が安定しやすく、半自動化が可能

メルマガ号外キャンペーンの全体像



キャンペーンの準備手順

- 1、応援し合える仲間を増やそう！
- 2、Facebookやインスタでの日々の発信
- 3、電子書籍の作成
- 2、電子書籍をダウンロードするLP
- 3、個別相談orセミナー申込み用LP
- 4、クリエイティブ（Facebookやインスタでのシェア画像・文章）
- 5、ステップメール（7～14通以上）
- 6、動線の構築と確認
- 7、キャンペーンスタート → PDCA

利益を得たければ与える事が先

キャンペーンの成功・失敗を左右するのは
『**どれだけ影響力のある人に応援されるか？**』です。

応援される人は、先に与えている人。
与える人は、相手の喜ぶことを想像し実践する人。

ーキャンペーンをしている人を見つけたらこちらが先に応援する
ーFacebookやインスタにて愛あるコメントで交流する
ーリアルイベントや合宿にて積極的に交流する

など「応援される人」になるための
行動を日々実践していきましょう！

メルマガ号外文の注意ポイント

- ①基本の構成の考え方はLPと同じ
- ②ツカミを大事にする（実績や意外性）
- ③最初のURLまでを1スライドまでにする

キャンペーン準備 ワーク

ワーク①

電子書籍の魅力的なタイトルを考えよう

キャンペーンの柱となるのが
プレゼント電子書籍ですが、

自分のペルソナに

「絶対に欲しい！！」

と思ってもらえるタイトルでなければ中々ヒットしません。

Amazon、Google、雑誌などのキャッチコピーを参考にしながら
ヒット電子書籍のアイデアをまずはたくさん出してみましょう！

ワーク① -1

ペルソナ是谁？

名前、年齢、性別、職業、家族構成、好きな芸能人、趣味、悩みなど
できるだけたくさん書き出してみよう！

記入例：

<どんな人？>

安藤悦子さん 42歳 女性 週3日5時間パート 娘2人（中・高）

<強烈的な悩みは？>

今まで200万以上エステに使ったが脚やせだけではできなく

悔しい思いをしたの同時に諦めていた

スクール水着以来水着をきたことがない。

今度ハワイに行く際には水着になりたい

ワーク① -1

ペルソナ是谁？

名前、年齢、性別、職業、家族構成、好きな芸能人、趣味、悩みなど
できるだけたくさん書き出してみよう！

<どんな人？>

<強烈的な悩みは？>

ワーク① - 2

キャッチコピーの材料となる言葉を探そう！

Amazon,Google検索,Youtubeなどから
ペルソナに響きそうなキーワードをピックアップしよう。

記入例：

- ・ ロジカルダイエット 3か月で「勝手に痩せる体」になる
- ・ 1回1分! 本気(マジ)やせダイエット 3か月で体重60kg→48kg、食べてもやせる!
- ・ おデブ管理栄養士だった私が20kgやせた お腹がすかないダイエット
- ・ 骨格ポジショニングダイエット: 自分のタイプを知って無理なく最速痩せ! リバウンドもゼロ!
- ・ 40歳で29kg減! 甘やかしダイエット
- ・ めんどくさがり屋さん専用! 寝ながら1回30秒で痩せるズボラストレッチ
- ・ 宅トレで20kg痩せたオタクの話を聞いてくれ
- ・ マンガでわかる痩せる技術【2ヶ月半で-8kg】: 実録! 原始人ダイエットやってみた (湊川あいの、わかば家。)
- ・ ぐうたらでも痩せられた: 50代でも! 変形性膝関節症でも! 20kg痩せられた

ワーク① - 2

キャッチコピーの材料となる言葉を探そう！

Amazon, Google検索, Youtubeなどから
ペルソナに響きそうなキーワードをピックアップしよう。

フックのある電子書籍タイトルを考えるヒント

- ①意外性
- ②診断系
- ③ストーリー系
- ④圧倒的な実績系

ワーク① - 3

「電子書籍タイトルを決定しよう」

記入例：

- ・ ロジカルダイエット 3か月で「勝手に痩せる体」になる
→ セルフケアダイエット 3週間で「勝手に痩せる脚」になる
- ・ 1回1分! 本気(マジ)やせダイエット 3か月で体重60kg→48kg、食べてもやせる!
→ 1回30秒! 本気(マジ)やせ脚やせダイエット! 3週間で太もも32cm→27cm、食べても痩せる
- ・ おデブ管理栄養士だった私が20kgやせた お腹がすかないダイエット
→ 極太脚フィットネスインストラクターだった私が-7cm(モデル脚)やせた 筋トレがいないダイエット

ワーク① - 3

「電子書籍タイトルを決定しよう」

最後に・・・ 売上を再投資して広告出稿を目指そう！

今回の講義を通して
皆さんに目指して欲しいのは

「**広告を活用した集客の自動化**」
です。

例えば、

「200件の新規リストが入れば個別相談15件入って160万の売上が上がる」
といった実績を号外キャンペーンで作ることができれば

広告を出稿した場合、

1リスト1,000円で獲得できれば、**20万円の広告費で160万の売上**を作れることになります。

ぜひこのように戦略的に数字と向き合いながら
自動化を叶えていってくださいね！