

A wide-angle shot of a soccer stadium at night, packed with spectators. The stands are filled with people wearing various colors, mostly blue and white. The field is a vibrant green with white boundary lines. In the foreground, the backs of many spectators' heads are visible, looking towards the field. Some spectators have their arms raised in excitement.

集客自動化の仕組みをつくる

# メルマガリストの進め方

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

と言われています。

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で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



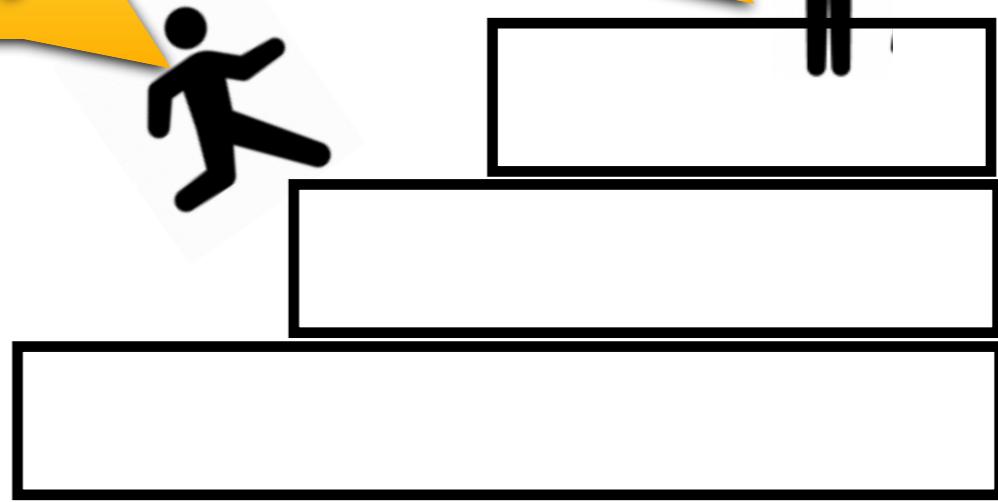
いきなり本命商品を売るため  
売り込みになってしまう。

## 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



# 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

## 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

↑ 今回はココをやります。

# メルマガ号外キャンペーンの全体像



\*クリックすると  
それぞれの資料が見れます。

# 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。

- 一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
- 一Facebookやインスタにて愛あるコメントで交流する
- 一リアルの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ィアをまずはたくさん出してみましょう！

## ワーク①-1

# ペルソナは誰？

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）

<強烈な悩みは?>

今まで200万以上エステに使ったが脚やせだけはできなく  
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。  
今度ハワイにいく際には水着になりたい

# ワーク①-1 ペルソナは誰？

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) やせた筋トレがいらないダイエット

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！