

# メルマガの魅力を引き出す アイデアを考える？

藤田ひろし

資料ダウンロードURL

<https://www.ssw2005.net/ckh0519-slide>

<https://www.ssw2005.net/ckh0519-map>

# 自己紹介

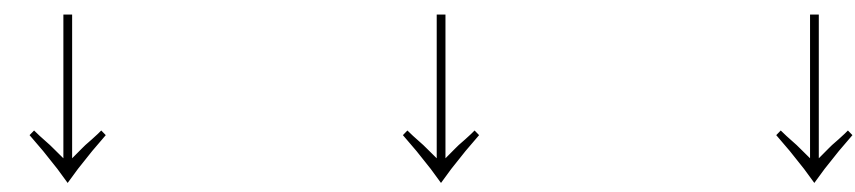
- 藤田ひろし（本名：藤田浩史）
- 大学卒業後15年ほどサラリーマン（職種：システムエンジニア）
- 脱サラ独立して13年ほど、生業はマーケティングコンサルタント
- インターネットの黎明期からネットを使って仕事をしている
- 今後は起業家として活動する予定で、当面の目標はアフィリエイトの会社を立ち上げること

# 森山先生にメルマガをオススメした理由

- ・ 森山先生のお知り合いの方々全てに定期的に森山先生の活動状況を伝える機会を設けることができると考えたため  
(森山先生のメリット)
- ・ 私が執筆を代行などをお受けすることをオファーした理由は、私にとって先生のお話が非常に勉強になるため (これが私のメリット)
- ・ ブログではなくメルマガを提案したのは、プッシュ機能を使ったりマインド機能を活かすため

# 本日のテーマ

- ・メルマガの魅力を引き出すアイデアを考える？



- ・IT・インターネットを使って自分の持つリソースをコンテンツ化してマネタイズするヒントを学ぶ

# 実例

- バズ部（オウンドメディア）
- マイルの達人（ミニサイト）
- 西野亮廣・キングコング（オンラインサロン）
- 堀江貴文（有料メルマガ）
- 将棋（YouTubeチャンネル）
- 藤田ひろし（WordPressオンライン講座）

# あなたがやりたいことを実現するためには何を使えば いいのか？ 1/2

- あなたのやりたいことは何ですか？
  - 商品・サービスを売りたいなら？
  - 執筆した本を読んでもらいたいなら？
  - 小冊子を読んでもらいたいなら？
  - アイデアをシェアしたいなら？

# あなたがやりたいことを実現するためには何を使えば いいのか？ 2/2

- セミナーをしたいなら？
- コンサルティングをしたいなら？
- 口述筆記をしてもらいたいなら？
- 動画（ビデオ）を作りたいなら？
- 教材を作りたいなら？

# インターネットの本質

- インターネットが革命と言われた理由
- **時間と距離の壁**を取り払った
- 「いつでも、どこでも」が可能になった



# インターネットを使ったビジネスの特徴

- フリーミアム戦略が基本
- 無料サービスで大抵のことが可能
- 提供できる情報量に物理的な制限がない
  - チラシ vs Webページ
  - DVD vs YouTube動画

# ネットツールの種類

- 3つの切り口で分類
  1. ハード・ソフトでの分類
  2. 一方向ツール・双方向ツールでの分類
  3. プッシュ型・プル型での分類

# ハード

- 端末

スマホ >>> PC > タブレット

★時代はモバイルファースト

- サーバー

ハードというよりはソフトに近い存在になっている

クラウドサービス化されてハードとしての実体を意識することはない

# ソフト（ツール・メディア） 1/2

- Webサイト（ホームページ）・・・CMS（WordPress、WIX、など）
- ブログ・・・無料ブログ（アメブロ、ライブドア、など）
- 動画・・・YouTube、Vimeo
- 音声・・・Podcast、SoundCloud、自サイト

# ソフト（ツール・メディア） 2/2

- メッセージ・・・Eメール、LINE（LINE@）、  
Facebookメッセンジャー（Chatfuel）、チャット  
ワーク、グループウェア
- SNS・・・Facebook、Twitter、Instagram
- 通話・会議・・・Skype、Zoom、
- 放送・・・Facebookライブ、YouTubeライブ

# 一方向ツール

- Webサイト（ホームページ）・・・ブログ含む  
厳密に言うとコメント機能があるので双方向
- 電子書籍（PDFファイル、Kindleブック、楽天Kobo、など）
- メルマガ・ニュースレター
- オンライン放送（YouTubeライブ）

# 双方向ツール

- メッセージ (Eメール、チャットワーク、LINE、Facebookメッセージャー、など)
- 通話・会議・画面共有・チャット (スカイプ、Zoom、LINE通話、など)
- SNS (Facebook、Twitter、Instagram、など)
- クラウドでの共有 (クラウドストレージ、Dropbox、Googleドライブ、Evernote、など)
- オンライン放送 (Facebookライブ)

# 商品・サービスの形態

- 一方向ツールと双方向ツールを組み合わせ提供するのが主流
- 売り方（売り切り⇒継続課金）
- トrendはオンラインサロン形式での継続課金



# プッシュ・プルでの分類

- プッシュ型ツール (攻め)
  - メッセージ系ツール (圧倒的に稼ぎやすいが、一方的に送りつけることになるので信頼が必要)
- プル型ツール (待ち)
  - 自らの意思で情報を取りにくる (暇つぶし、疑問・悩みがある場合)

# 具体的なネットツールの比較

- ブログと電子書籍の違い
- ブログとメルマガの違い
- WebサイトとSNSサイトの違い
- EメールとLINEの違い
- FacebookライブとYouTubeライブの違い
- SkypeとZoomの違い

# どうやって商売するのか？

・どのようにインターネットの向こうにいるユーザーに商品・サービスを訴求するのか？

1. 気づいてもらう
2. 見込み客になってもらう
3. 啓蒙する
4. セールスする
5. リピートしてもらう

# 1. 気づいてもらおう

- 検索

  - 検索ワードはユーザーの悩み・疑問

  - SEO (Search Engine Optimazation、検索エンジン最適化)

  - リスティング広告 (PPC広告、Pay per Click)

- 口コミ

  - SNS

  - アフィリエイト (紹介)

  - Google vs SNS

    - 口コミ・共感による力の方が強くなりつつある、もちろん検索も依然強い

## 2. 見込み客になってもらう

- 興味を持ってもらう
  - ★相手の欲しがる情報を提供する
- オプトインページ
- リスト（メールアドレス、LINEなど）を取得する

# 3. 啓蒙する

- ステップメール・メルマガ  
シナリオを準備してあるか、随時書くかの違い
- ステップメール＋動画
- ステップメール＋動画＋カンバセーション（プロダクトローンチ）

# 4. セールスする

- LP（ランディングページ）

縦長の長いセールスレターが今も有効

- ただし、ステップメールを使う場合は、その段階でセールスが終わっているケースがほとんど
- 第三者に売るのを手伝ってもらってお礼を払う（アフィリエイト）

リアルで言うなら口コミ、他人のメディアを使ってもらう

# 5. リピートしてもらおう

- メルマガでの追客・リマインド
- 無料サービスの継続利用



# 使わないとどれぐらい損をするか？

- 時間と距離から解放されるため、いつでもどこでもの自由が手に入る
- 提供できる情報量に制限がない（チラシとWebサイト）
- 時間に制限がない（DVDとYouTube動画）
- インターネットは対象ユーザーのレバレッジが効く  
⇒収入は価値を提供した人の数に比例する
- セールスの完全自動化が可能（完全な手放し）

# 実践編

- 億劫さへの対策
  - 音声入力の高性能化
  - ネット外注
- ネタ切れへの対策
  - 同じ話を何度も繰り返し伝えてOK
  - 新たなネタは新たにインプットした情報
- コスト
  - ほとんどが無料で始められる
  - ネットを使えば外注費も安い（クラウドワークス、ランサーズ）
- 企業の場合
  - 専任のWeb担当者を置くと劇的に変化する

# クラウドファンディング

- 4種類のクラウドファンディング（「購入型」「寄付型」「融資型」「投資型」）
- 「購入型」で”信用”でお金を集めるとビジネスが立ち上げられる
- 支援者はプロジェクトでしか得ることができない特別なモノ・サービスを購入することができる

# 書籍のご紹介

- 「革命のファンファーレ」 西野亮廣
- 「素人でもできる! たった20記事のミニサイトで月10万アクセスを集める方法」 中嶋茂夫
- 「フリー〈無料〉からお金を生みだす新戦略」 クリス・アンダーソン
  - ツール系は新陳代謝が激しいため情報がすぐに古くなる。普遍的なノウハウが書かれている書籍が少ない。

**あなたがやりたいことを実現する  
ためには何をすればいいのか、  
そのヒントは得られましたか？**