





まずは皆さんの自己紹介

- 
- 
- 
- 
- ①お名前、地域
 - ②ご職業
 - ③自身の強み、アピールポイント

■ ZOOMの使い方

【モニターの切り替え方】



【オンラインセミナー受講の注意事項】

- ・ このレジュメは後程プレゼントします！
- ・ 周囲が騒がしい場合はミュート設定を。
- ・ このセミナーは録画し、メンバーに公開されます。(撮影はココからです。)

★ 個人事業主のための五つ星ビジネス経営塾 ★

自分ブランド構築オンラインサロンメンバー限定



あり方は一つ!
やり方は様々!

メルマガとLINE公式の 使い分けセミナー

信頼を築いていくステップマーケティング



メルマガ&LINE公式集客

◆ メルマガ

お客様のメールアドレスに直接届くもの。

Webではメルマガが**不動の最強集客術**



メルマガ・ステップメールの基本

◆メルマガは読者を増やすのが大変…

- お店でコツコツ啓蒙活動
- ブログやHPで案内

「お得情報が届きます」

では増えない！



メルマガ・ステップメールの基本

◆メルマガ 読者を増やすのが大変…

お得情報

= 売込みだから。



メルマガ・ステップメールの基本

◆メルマガ 読者を増やすには…

登録することで
得られるメリットが**必要**

例)何かを学べる、安く買えるなど

メルマガ・ステップメールの基本

◆メルマガ 読者を増やすならコレ！

ステップメール（設定した順番で届くメルマガ）



ちょっとしたポイントを抑えるだけで

売れるアメブロ & ワードプレスになっちゃおう

7日間集中講座

Ameba

WORDPRESS

This advertisement features a top-down view of a desk with a laptop, a cup of coffee, a camera, and a mouse. The text is overlaid on this image, with 'Ameba' and 'WORDPRESS' logos at the bottom.



自分ブランド構築コンサルタント
住福 純のメール講座

自分ブランドをつくり、
仕事が200%楽しくなった
サロンオーナー 優子さんの
ステップアップストーリー

This advertisement shows a white envelope with a red wax seal on top. The background is a blurred image of a room with a lamp and curtains. The text is in pink and purple.



メルマガ・ステップメールの基本

◆メルマガ 読者を増やすならコレ！

ステップメール

ノウハウ型

〇〇メール講座
〇〇メールレッスン



ストーリー型

〇〇さんが〇〇に
なった物語



メルマガ・ステップメールの基本

◆メルマガ 読者を増やすならコレ！

ノウハウ型 = 左脳型用

専門知識をメールセミナーとして配信するタイプ。
コンサル、コーチ、カウンセラー、ヒーラーなど講座販売系の方にオススメ。



ストーリー型 = 右脳型用

自分のサービスを疑似体験して頂くメール物語。小説のような構成だが、その随所に「心に響くエッセンス」を組み込んであげると、喜ばれる。



メルマガ&LINE公式集客

◆ LINE公式

メルマガみたいなLINE。

一斉配信も出来て個別でのやりとりもできる。

メルマガと違い100%届き、文字化けもしない！



LINE公式集客術

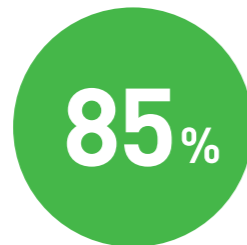
LINEは女性ウケがよく、30代以上のユーザーも非常に多い! 60代以上も◎

LINEのユーザーって?

01 LINEの利用者数



日本の人口の62.3%

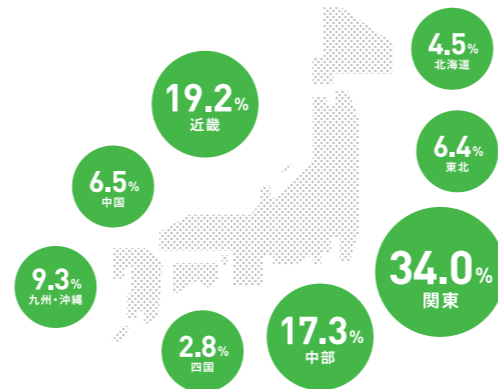


毎日利用している
日本国内のユーザー

LINEのユーザー数は日本の人口の60%以上となる7,900万人。そのうち85%のユーザーが毎日、LINEを活用しています。

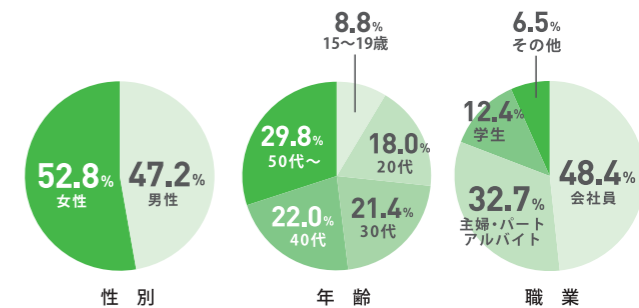
※ 2018年12月時点

02 全国のユーザー分布



LINEは、日本全国で使われています。ユーザー数の少ないエリアはありません。日本全国どこでも、2人に1人以上がLINEユーザーです。*1

03 ユーザー属性



LINEは、日常に欠かせないコミュニケーションツールとして、あらゆる年代の、あらゆる属性の方々から親しまれ、日々使用されています。

LINE公式集客術

LINE公式アカウントとは…

飲食店や美容室、小売店、ECなどの
企業、法人、個人が使える



LINEのビジネスアカウント

何ができるの？

- ① 登録者への一斉配信 (メルマガ的な機能)
- ② 登録者との1対1のやりとり (LINEと同じ機能)
- ③ ホーム投稿機能 (Facebook的な機能)

何ができるの？

- ④ リッチメニュー
- ⑤ リッチメッセージ
- ⑥ カードタイプメッセージ



新機能!
(後半で解説)

メルマガ&LINE公式集客

メルマガやLINE公式って、
ちゃんと読んでももらえないんじゃないの？

それでOK

◆リストマーケティングの大原則

- いかかに思い出してもらえるか
- 必要な時まで繋がっていらられるか
- リストの数が年収に直結していく

メルマガ&LINE公式集客



◆メルマガ、LINE公式の登録者数 = 見込み客の数

読者300人 → **集客**に困らなくなる

読者1000人 → **お金**に困らなくなる

1リスト年収1万円といわれています。

メルマガ&LINE公式集客

◆メルマガとLINE公式の違い

オススメの業種



情報系職種

コンサル、コーチ、パーソナルスタイリスト
カウンセラー、スピリチュアル



店舗系職種

サロン、飲食、教室、物販、治療院、占い

メルマガ&LINE公式集客

◆メルマガとLINE公式の違い



情報系職種向き



店舗系職種向き

一言でいうと…

信頼構築や
意識改革向き

一人一人を
濃いファンにするツール

案内や連絡の
ためのツール

お店や自身の
コミュニティを作るツール

メルマガ&LINE公式集客

◆メルマガとLINE公式の違い

立ち位置



情報系職種向き

先生と生徒
(**権威性**を出せる)





店舗系職種向き

身近な存在
(**仲良**くなりやすい)

メルマガ&LINE公式集客

◆メルマガとLINE公式の違い

	主な目的
 <p>情報系職種向き</p>	<p>必要となる タイミングまで 繋がしやすい!</p> <p>信頼構築 長く繋がり続ける</p>
 <p>店舗系職種向き</p>	<p>返事も気軽に 貰いやすく 反応も早い!</p> <p>コミュニケーション 初回購入</p>

メルマガ&LINE公式集客

◆メルマガとLINE公式の違い

発信内容について

長文でも
面白ければOK



情報系職種向き

「読み物」として
面白いものを書く



店舗系職種向き

長文は△
簡潔な発信が◎

文の先頭でなく
末端から先に
表示される…
戻るスクロールが必要

メルマガ&LINE公式集客

◆メルマガとLINE公式の違い

販売力

【売れるの法則】
オファー内容×
認知度×信用度



情報系職種向き

高額サービスも
販売しやすい



店舗系職種向き

フロント～
10万円以内向き

特に安価なモノ
であれば反応も
早く面白い!



メルマガorLINE公式で…

**フロント・初回購入を
自動化しよう！**

メルマガ&LINE公式集客

◆メルマガとLINE公式の違い

フロント・初回購入



情報系職種向き

自動化
ステップメール



店舗系職種向き

リッチメニュー

メルマガ&LINE公式集客

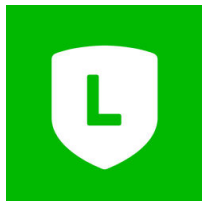
◆メルマガとLINE公式の違い

フロント・初回購入



情報系職種向き

自動化
ステップメール



店舗系職種向き

リッチメニュー

◆ 自動化ステップメール作成のコツ

1、ノウハウさえ書けばいいものではない

2、通常回にはフロント案内を入れない

3、お客様の成果は毎回サラッと入れる

4、最終話は販売記事！フロントに繋げる！

【ノウハウ系】

① 前回のおさらい

② 実践した人の変化

③ 今日の本編

【ストーリー系】

追伸にお客様の成果

メルマガ・ステップメールの基本

◆ 自動化ステップメール作成のコツ

順序	タイトル	HTML	文字	配信タイミング 前配信との間隔
0	1日目 売れるアメブロ&ワードプレスはこう使えば集客出来る！	×	○	読者登録直後
1 ▼	2日目 売れるサイトを作るための3つの鉄則			1日後
2 ▼	3日目 売れるサイトタイトルの作り方			1日後
3 ▼	4日目 思わず「読みたくなる！」サイトタイトルの作り方			1日後
4 ▼	5日目 [特典付] アメブロでもWPでもコレやらないとダメセブン！			1日後
5 ▼	6日目 「何を書けばいいか」とかで悩む必要なし！			1日後
6 ▼	7日目 記事ネタに困らなくなる&集客力を上げるコツ			1日後
7 ▼	【おまけ】 ((customer_name))にスペシャルなプレゼントです！			1日後の8時に配信する
8 ▼	【今日まで！】 ((customer_name))の半年後や一年後をズバリ予想！			2日後

本編で
①プロとしての信頼構築
②サービスを受けるとどうなる
オファーマールで
③フロント申込み自動化
※本編と別に2~3話作る！

◆ 自動化ステップメール作成のコツ

【最終話＝フロント、ミドルのセールスレター】

最終話の反応を上げるのは

それまでの回で如何に【価値】つまり

購入するメリットが伝わっているかどうか

メルマガ&LINE公式集客

◆メルマガとLINE公式の違い

フロント・初回購入



情報系職種向き

自動化
ステップメール



店舗系職種向き

リッチメニュー

LINE公式アカウント

● 特に注目の機能

リッチメニュー

「メッセージ」画面で
集客への動線を
視覚的に作れる！



LINE公式アカウント

● 特に注目の機能

リッチメニュー

裏技を使えば

「誰がいつ押したかの」
通知が来るようにできる！

▶ 作り方・設置方法はコチラ



メルマガ&LINE公式集客

◆メルマガとLINE公式の違い

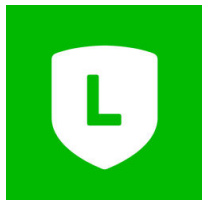
オススメの業種



情報系職種

コンサル、コーチ、パーソナルスタイリスト
カウンセラー、スピリチュアル

→店舗系も高額なサービスの販売にはオススメ



店舗系職種

サロン、飲食、教室、物販、治療院、占い

→情報系も濃いファン向けには非常にオススメ

店舗系職種 (サロン、飲食、教室、物販、治療院、占い)

の、メルマガ活用術



→ **高額サービスの販売にはオススメ**
= 養成講座や特殊なコースの販売

店舗系職種 (サロン、飲食、教室、物販、治療院、占い)

の、メルマガ活用術



LINE公式は一般客向けに！

メルマガは養成や資格講座向けに！

情報系職種

(コンサル、コーチ、パーソナルスタイリスト
カウンセラー、スピリチュアル、セラピスト)

の、LINE公式活用術



→濃いファン向けには非常にオススメ
= バックエンド購入者のフォローや
バックエンド購入見込みの方向け



情報系職種

(コンサル、コーチ、パーソナルスタイリスト
カウンセラー、スピリチュアル、セラピスト)

の、LINE公式活用術

バックエンドに
興味がある人だけの
アカウントを作るのもアリ!

メルマガでバックエンドを案内し、
LINE公式で質問を受け付けるなども◎

質疑応答タイム



【4月開催】

4/20 am10-12

集客は準備が9割！計画&予告マスター

4/27 am10-12

パワポで資料作りセミナー



【5月開催】

5/4 am10-12

YouTube動画 実践部

5/11 am10-12

パソコンで動画作成&販売 前編

5/18 am10-12

パソコンで動画作成&販売 後編

5/25 am10-12

ステップメール作る部



LINE公式アカウント

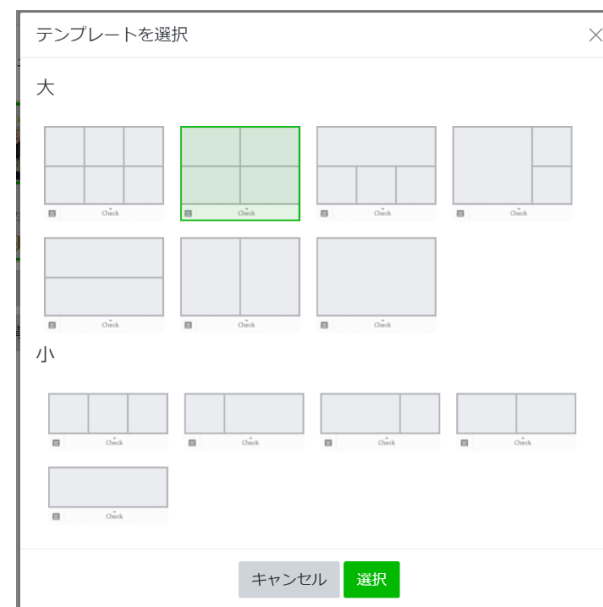
●リッチメニュー

作って
みよう！





● バナーはCanvaやPhontoで!



- 色々なパターンが作れる
- どのパターンでも
配置を合わせて一つの画像に

セッションの
予約はコチラ



個人事業主のための五つ星ビジネス経営塾
自分ブランド構築
オンラインサロン



リッチメニューのバナー作成

★ スマホで作成 3ステップ

- ① バナー作成アプリを入れる
- ② バナーを作る (デザイン&サイズ調整)
- ③ LINEの管理画面でバナー&リンク設置

リッチメニューのバナー作成

① バナー作成アプリを入れる



★ Canva
画像を
組み合わせる



★ Phonto
文字を入れ
装飾する

リッチメニューのバナー作成

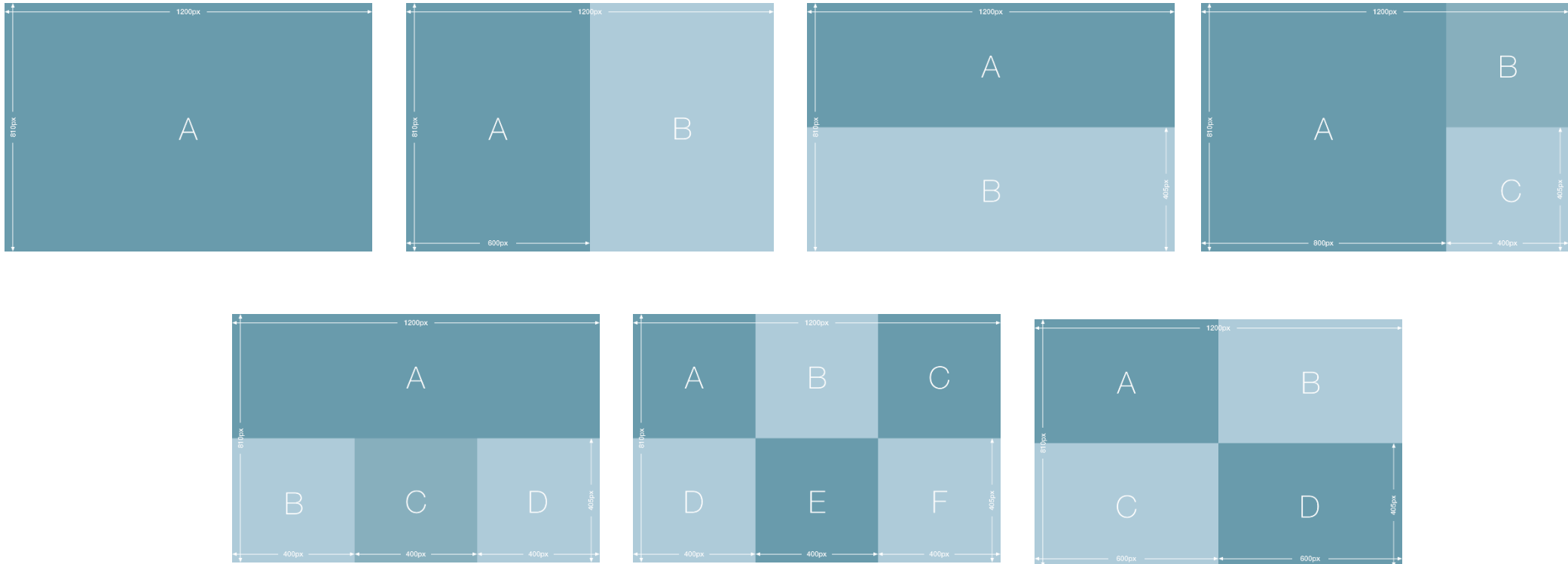
② バナーを作る (デザイン&サイズ調整)

【事前準備】

- ・表示したい項目を決める
- ・使いたい画像を用意する
- ・テンプレートをスマホに保存

メールで
ご案内済み

リッチメニューのバナー作成



[住福のドロップボックスから
テンプレートをダウンロードできます。](#)

リッチメニューのバナー作成

② バナーを作る

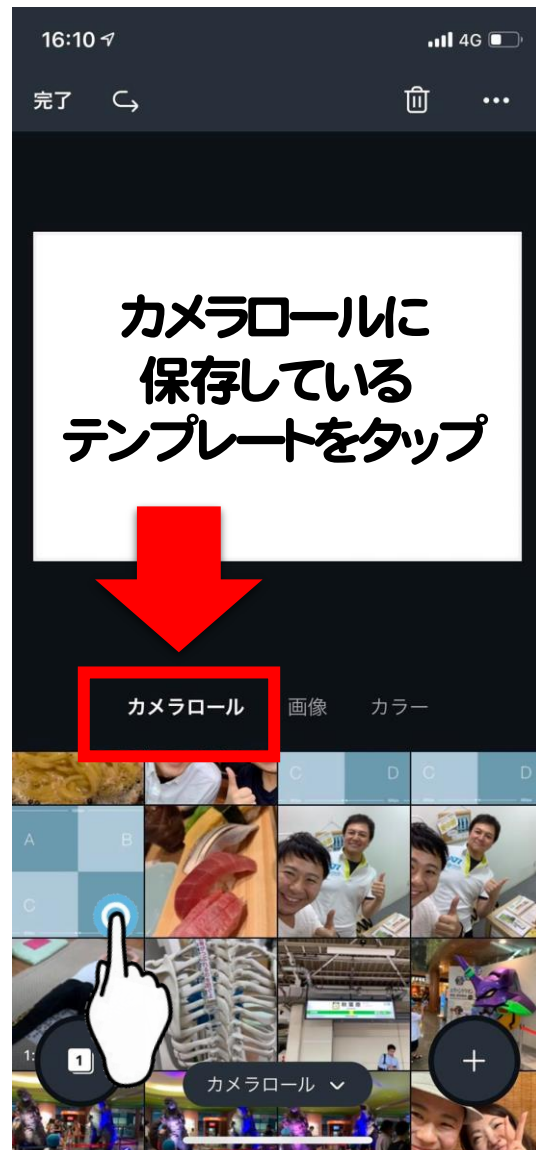


★ Canva
画像を
組み合わせる

アプリを起動し…
「カスタムサイズ」
「1200×810」
「作成」



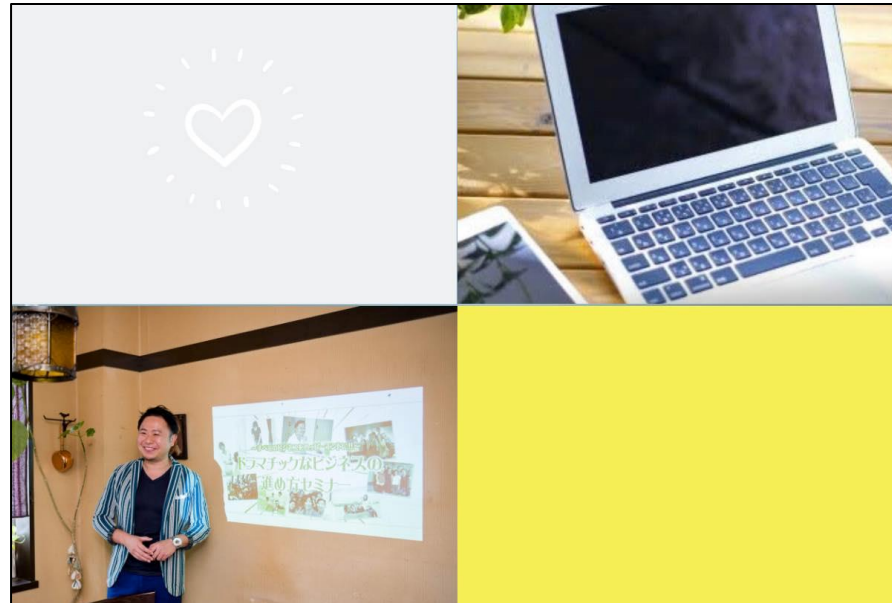
リッチメニューのバナー作成



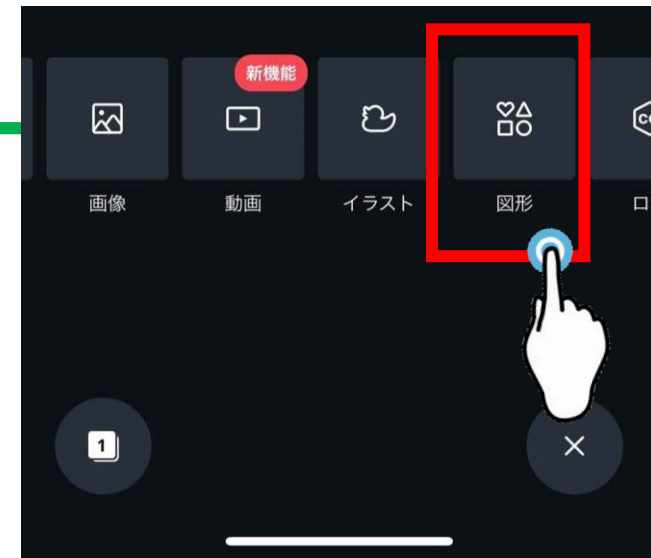
リッチメニューのバナー作成



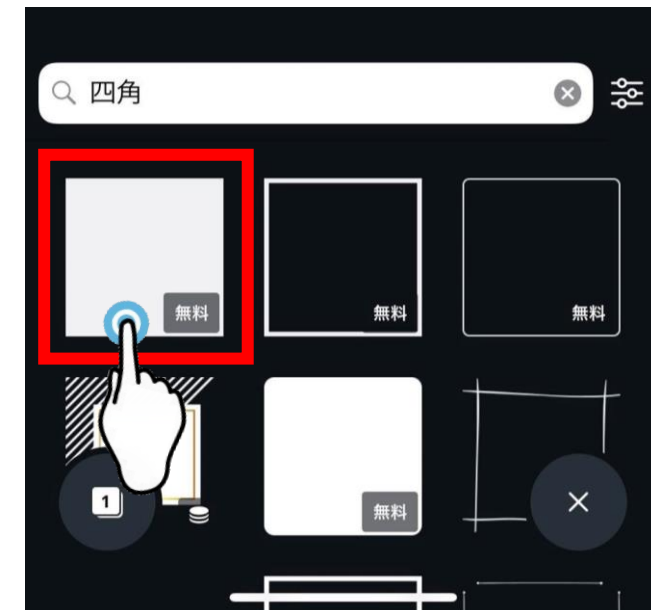
- ①画像を入れたら
テンプレートの枠に合わせて調整
※はみ出る部分は自動的にカットされます
- ③無地の背景も設置可能です。
(あとから文字など入れて装飾)



↓「+ボタン」のあとに「図形」



↓「四角」で検索すると◎



リッチメニューのバナー作成



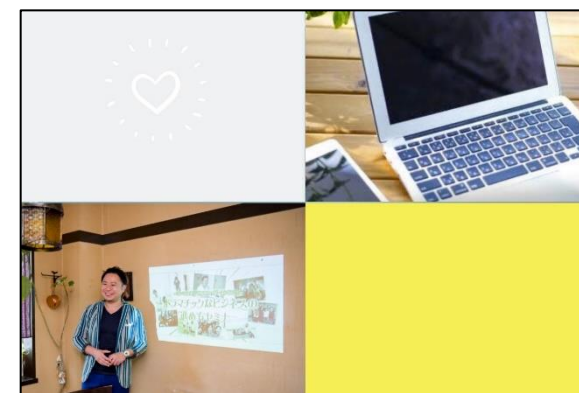
完成したら右上の上矢印ボタンから
「画像として保存」

→ 純正の写真アプリをご確認ください。

iOS



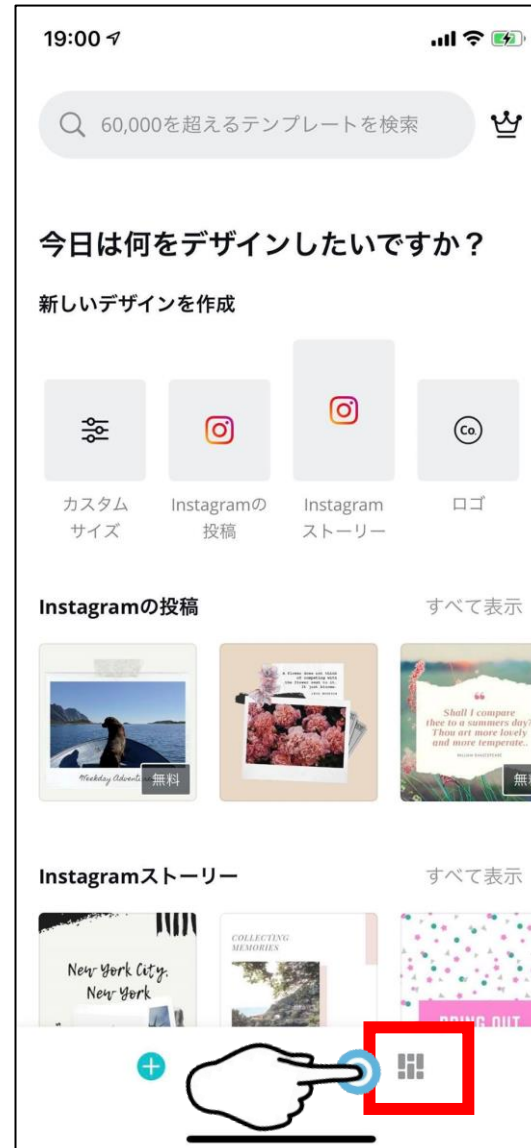
Android



リッチメニューのバナー作成

ちなみに…
作ったデザインは
自動的に
保存されます!

- ①アプリ起動
- ②右下のボタン



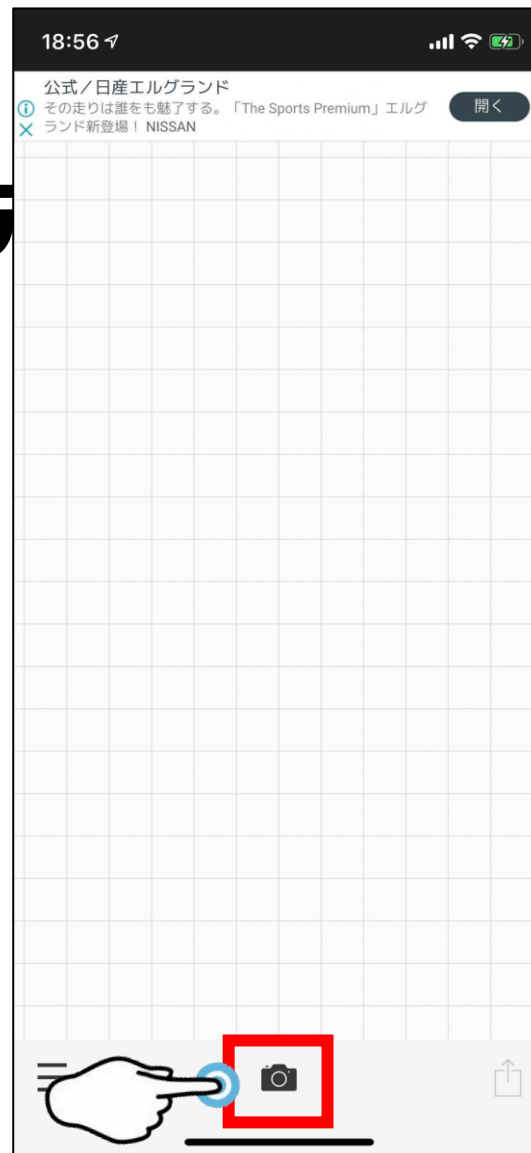
リッチメニューのバナー作成

② バナーを作る

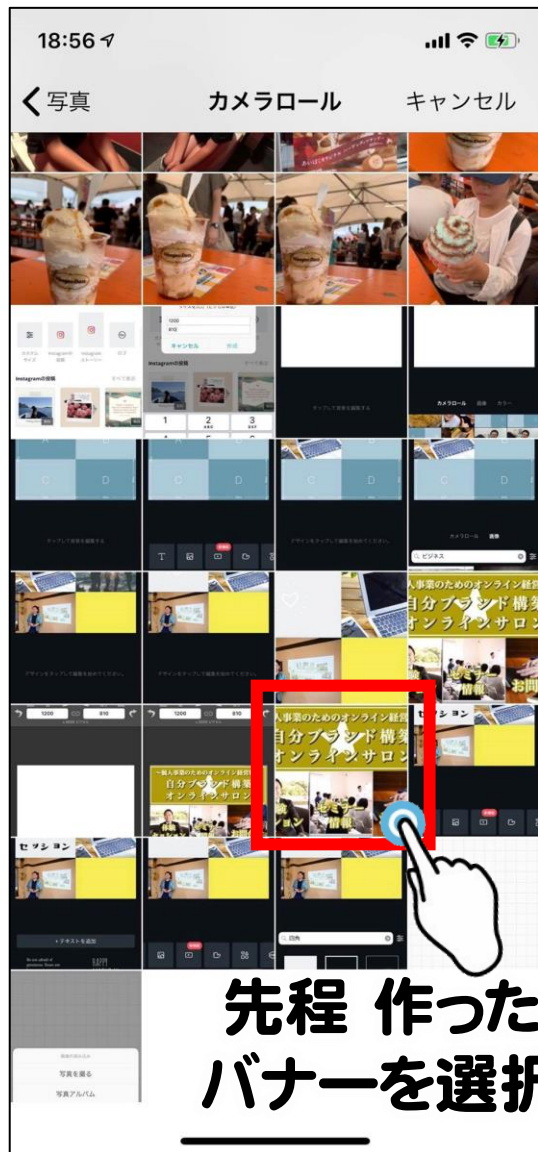


★ Phonto
文字を入れ
装飾する

アプリを起動し…
「カメラマーク」
「写真アルバム」
→先ほどの
バナーを選択



リッチメニューのバナー作成

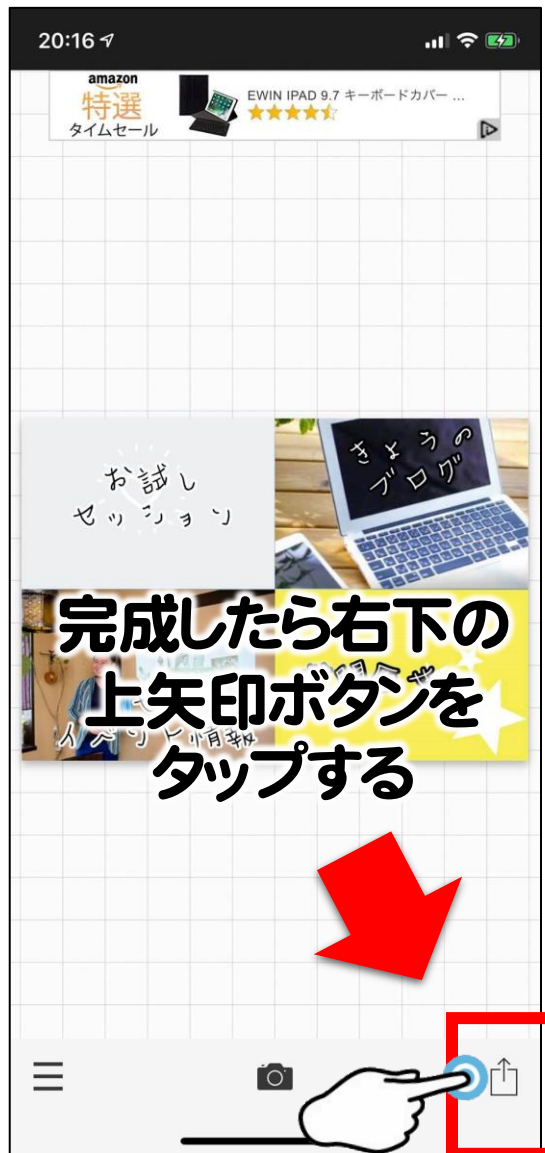


【文字装飾】

- 文字
→ 文言の入力、
配置 (左・右・中央)
- フォント
→ 文字のデザイン
(日本語タブが◎)
- スタイル
→ 文字色、
文字の縁取り

リッチメニューのバナー作成

完成！



純正の写真アプリを
ご確認ください。

iOS



Android



リッチメニューのバナー作成

③ LINE管理画面に設置

1. LINE公式アカウントの管理画面にログイン
2. リッチメニュー新規作成
3. バナーとリンクを設置



リッチメニューのバナー作成

③ LINE管理画面に設置

1. LINE公式アカウントの管理画面にログイン
2. リッチメニュー新規作成
3. バナーとリンクを設置



リッチメニューのバナー作成



1. LINE公式アカウントの管理画面にログイン

LINE for Business

サービス 事例 コラム サポート

アカウントの開設 お問合わせ

ホーム > 管理画面ログイン

管理画面ログイン

資料ダウンロード セミナー申し込み パートナーに相談 管理画面ログイン

LINE OFFICIAL ACCOUNT MANAGER
LINE公式アカウントの各種設定やレポートをご利用いただける管理画面です。
旧管理画面はこちら [🔗](#)
LINE公式アカウントの新規開設はこちら >

LINEリサーチ ライトコース ログイン
LINEリサーチ ライトコースの管理画面です。
LINEリサーチ ライトコースの新規申請はこちら [🔗](#)

リッチメニューのバナー作成



2. リッチメニュー新規作成

LINE Official Account Manager 自分ブランド構築 @hkq1650w フリー 61 応答モード: チャット

ホーム 通知 分析 アカウントページ チャット 設定

メッセージ配信
タイムライン
あいさつメッセージ
応答メッセージ
クーポン
リッチメッセージ

リッチメニュー

ショップカード
友だち追加
リサーチ

そのアカウントはどうして人気なの?
人気アカウントの運用テクニックを見てみましょう
[詳細を見る](#)

タイトル	日時
【障害・復旧報告】タイムラインについて	2019/07/11 14:57
【お知らせ】iOS版管理アプリの提供開始について	2019/07/10 16:09
【7/3差替 障害報告】分析の一部データについて	2019/06/28 19:09

[もっと表示](#)

リッチメニューのバナー作成



2. リッチメニュー新規作成

LINE Official Account Manager 自分ブランド構築 @hkg1650w フリー 61 応答モード: チャット

ホーム 通知 分析 アカウントページ チャット 設定

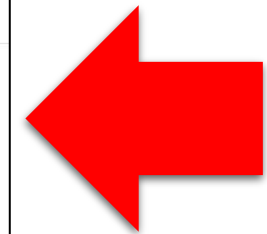
メッセージ配信
タイムライン
あいさつメッセージ
応答メッセージ
クーポン
リッチメッセージ
リッチビデオメッセージ
リッチメニュー
ショップカード
友だち追加
リサーチ

リッチメニュー

視覚的にアピールできるメニューをチャットルームに表示して、クーポンやお得な情報などを提供できます。
外部の管理ページから設定したリッチメニューは、このページに表示されません。

ステータス YYYY/MM/DD ~ YYYY/MM/DD

タイトル	写真	表示期間	ステータス
サポートサービス		2019/05/18 00:00 - 2020/05/31 00:00	オン <input type="button" value="アクティブ"/>
上が広いバターン		-	オフ



リッチメニューのバナー作成



3. バナーとリンクを設置

メッセージ配信
タイムライン
あいさつメッセージ
応答メッセージ
クーポン
リッチメッセージ
リッチビデオメッセージ
リッチメニュー
ショップカード
友だち追加
リサーチ

リッチメニュー

視覚的にアピールできるメニューをチャットルームに表示して、クーポンやお得な情報などを提供できます。

保存

表示設定

タイトル 0/30

ステータス オン オフ

表示期間 ~

メニューバーのテキスト メニュー その他のテキスト 0/14

メニューのフォロワー 表示する 表示しない

コンテンツ設定

「タイトル」「表示期間」を入力

リッチメニューのバナー作成



3. バナーとリンクを設置

コンテンツ設定

デザインガイド

アクション

	A	B
	テンプレートを選択して、背景画像をアップロードしてください。	
	C	D

テンプレートを選択

背景画像をアップロード

タイプ 選択

- 選択
- リンク
- クーポン
- テキスト
- ショップカード
- 設定しない

タイプ

タイプ 選択

タイプ 選択

タイプ 選択

保存



① テンプレート選択

(作ったテンプレートを選択して下さい)

② 背景画像をアップロード

③ リンク先のURLを設置

リッチメニューのバナー作成



3. バナーとリンクを設置

裏技編

ちょっと複雑ですが…

誰がいつボタンを押したかが

全て分かる設定が可能

リッチメニューのバナー作成



3. バナーとリンクを設置

裏技編

① 応答設定

- 応答モード
→ チャット
- 応答方法
→ スマートチャット

The screenshot shows the 'LINE Official Account Manager' interface for the account '自分ブランド構築' (@hkq1650w). The '応答設定' (Response Settings) page is displayed. A red arrow points to the '応答モード: チャット' (Response Mode: Chat) dropdown menu at the top right. In the '基本設定' (Basic Settings) section, the '応答モード' (Response Mode) is set to 'チャット' (Chat), which is highlighted with a red box. Below it, 'あいさつメッセージ' (Greeting Message) is set to 'オン' (On), with a link to 'あいさつメッセージ設定' (Greeting Message Settings). In the '詳細設定' (Detailed Settings) section, '営業時間' (Business Hours) is set to 'オフ' (Off), with a link to '営業時間の設定' (Business Hours Settings). At the bottom, the '応答方法' (Response Method) is set to 'スマートチャット (AI応答メッセージ+手動)' (Smart Chat (AI Response Message + Manual)), which is also highlighted with a red box.

リッチメニューのバナー作成



3. バナーとリンクを設置

裏技編

② 応答メッセージ

特定のキーワードに 自動返信する機能

The screenshot shows the configuration interface for a Rich Menu response message. The 'Keyword' section is highlighted with a red box, showing the 'Keyword' field set to '継続ベーシックコース' and the 'Keyword setting' checkbox checked. Below this, a preview of the response message is shown in a chat window, also highlighted with a red box. The message text is: '継続ベーシックコースの詳細はコチラ' followed by the URL 'https://www.reservestock.jp/conclusions/ZjA5MWUwZjRmZ'. The interface includes fields for 'Title' (set to '継続ベーシックコース'), 'Status' (set to 'On'), and 'Schedule' (set to 'No schedule').

お客さんがリッチメニューのボタンを押す
→テキストで応答メッセージのキーワードが入る
→応答メッセージの文言が表示される = **自分に通知**

リッチメニューのバナー作成



3. バナーとリンクを設置

③リッチメニューの設定

「テキスト」で
応答メッセージの
キーワードを入れる

裏技編

お客さんがリッチメニューのボタンを押す
→テキストで応答メッセージのキーワードが入る
→応答メッセージの文言が表示される = **自分に通知**

コンテンツ設定

デザインガイド

アクション

▼ A

タイプ テキスト

キーワード対応で設定したテキストを含む、すべてのテキストを設定できます (50文字以内)。

継続ライトコース

▼ B

タイプ テキスト

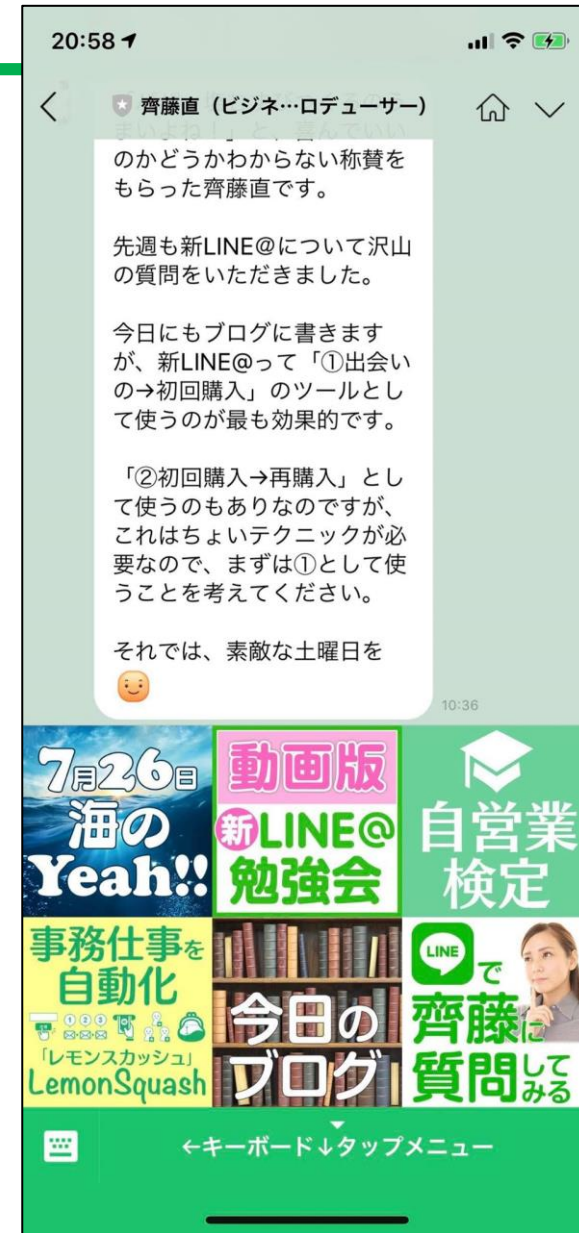
キーワード対応で設定したテキストを含む、すべてのテキストを設定できます (50文字以内)。

継続ベーシックコース

10/50

リッチメニューのバナー作成

自分の LINE公式 アカウント をチェック!!



質疑応答タイム



【4月開催】

4/20 am10-12

集客は準備が9割！計画&予告マスター

4/27 am10-12

パワポで資料作りセミナー



【5月開催】

5/4 am10-12

YouTube動画 実践部

5/11 am10-12

パソコンで動画作成&販売 前編

5/18 am10-12

パソコンで動画作成&販売 後編

5/25 am10-12

ステップメール作る部

