





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
 - ④何のために参加したのか

【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
特設サイトでご覧頂けます。
- ・ 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



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 overlaid on the envelope and background.



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%

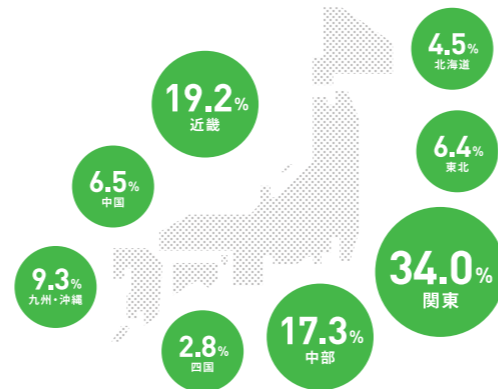


毎日利用している
日本国内のユーザー

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。

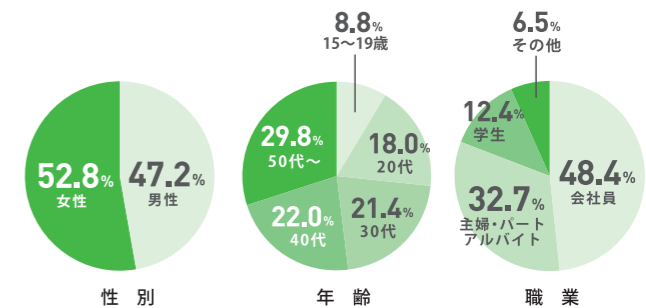
※ 2018年12月時点

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

- いかに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

必要となる
タイミングまで
繋がりがやすい!



情報系職種向き

信頼構築
長く繋がりを続ける

返事も気軽に
貰いやすく
反応も早い!



店舗系職種向き

コミュニケーション
初回購入

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

【売れるの方程式】
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

ステップメールの 目的は3つ



- ① 専門家・人としての信頼構築
- ② サービスを受けるとどうなる
- ③ フロント申込み自動化

◆ 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、通常回にはサービス案内を入れない

3、お客様の成果は毎回サラッと入れる

4、本編後に3日間フロント(体験)サービスのオファー

【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

◆構成はこんな感じ！



0	【第零話】「ブランディング=目立たせる」ではない！
1	【第一話】売れない&迷走する理由はコンセプトにあり！
2	【第二話】メガヒットコンセプトを作る三種の神器とは！？
3	【第三話】USP（強み）だけではダメな理由
4	【第四話】ペルソナ作りと、理想の旦那探しは似ている！？
5	【第五話】遂に“メガヒットコンセプト”完成！でもそれだけじゃダメー！
6	【第六話】まさかのメガヒットコンセプトでこんなことに...
7	【最終話】売れた後の落とし穴に要注意...果たして優子さんは幸せになれたのか！？
8	((customer_name)), 一緒にメガヒットコンセプトを作りませんか？
9	【明日まで】住福が15万円→100万円になった“シンプルな理由”
10	【今日まで】どうすれば成果が出るコンセプトを作れるのか？この3つが正解！
11	【もうすぐ終了】やりたいこと、出来ることが沢山あって方向性がさまたらない方へ

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3~4話作る！

◆ 自動化ステップメール作成のコツ

【オファー＝フロント、ミドルのセールスレター】

オファー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



LINE公式アカウント

LINEの強みは…

配信率・開封率と

初回購入

リッチメニューを活用しよう!



LINE公式アカウント

● 注目の機能

カードタイプ
メッセージ

「画像と文」で視覚的に
サービスをアピール



LINE公式アカウント

● 注目の機能 **カードタイプメッセージ**

プロダクト
製品の紹介に！



パソコン苦手な起業ママ専門WEBサポート

個別セッション

【60分】個人セッション【初回】

HP制作、SNSでお悩みの方向け
パソコンの画面を見ながら、操作方法や解決方法をレクチャーいたします。

¥7000

[詳細・お申し込みはこちら](#)

ロケーション
店舗や物件の紹介に！



パソコン苦手な起業ママ専門WEBサポート

アクセス

**おうち整体ヨガサロン
tetote**

📍 越谷市大吉663

🕒 <営業時間> 月～金9:00～17:00

[整体メニュー・ご予約](#)

[アクセス \(Googleマップ\)](#)

パーソン
人物の紹介に！



尖戸まきえ

整体セラピスト

ママのあったらいいなを叶える、
優しい力で芯まで効く整体です。

[整体メニュー・ご予約](#)

イメージ
画像の訴求に！



託児つき整体

[詳細・ご予約](#)

LINE公式アカウント

● 注目の機能

カードタイプ メッセージ

自動応答メッセージと
組み合わせて使ってもよし！

②自動的に
カードが表示される

①お客さんが
キーワードを入れる



LINE公式アカウント

● 注目の機能

ステップ 配信

運用負荷を増やすことなく「友だち」へ自動配信



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



LINE公式アカウント

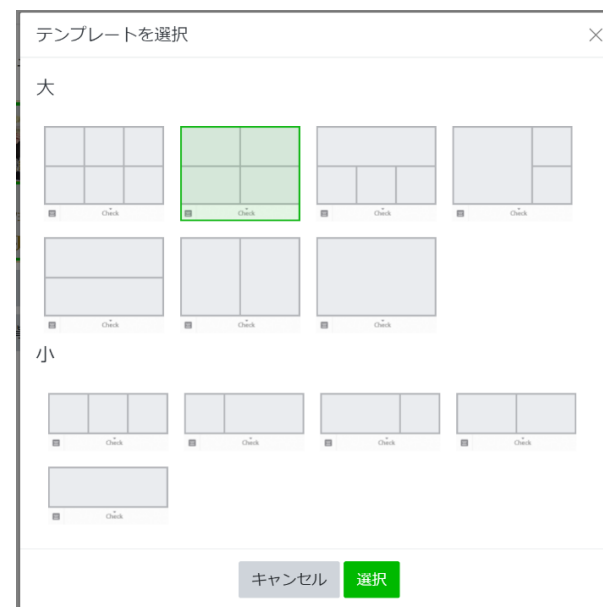
●リッチメニュー

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



あり方は一つ!
やり方は様々!

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

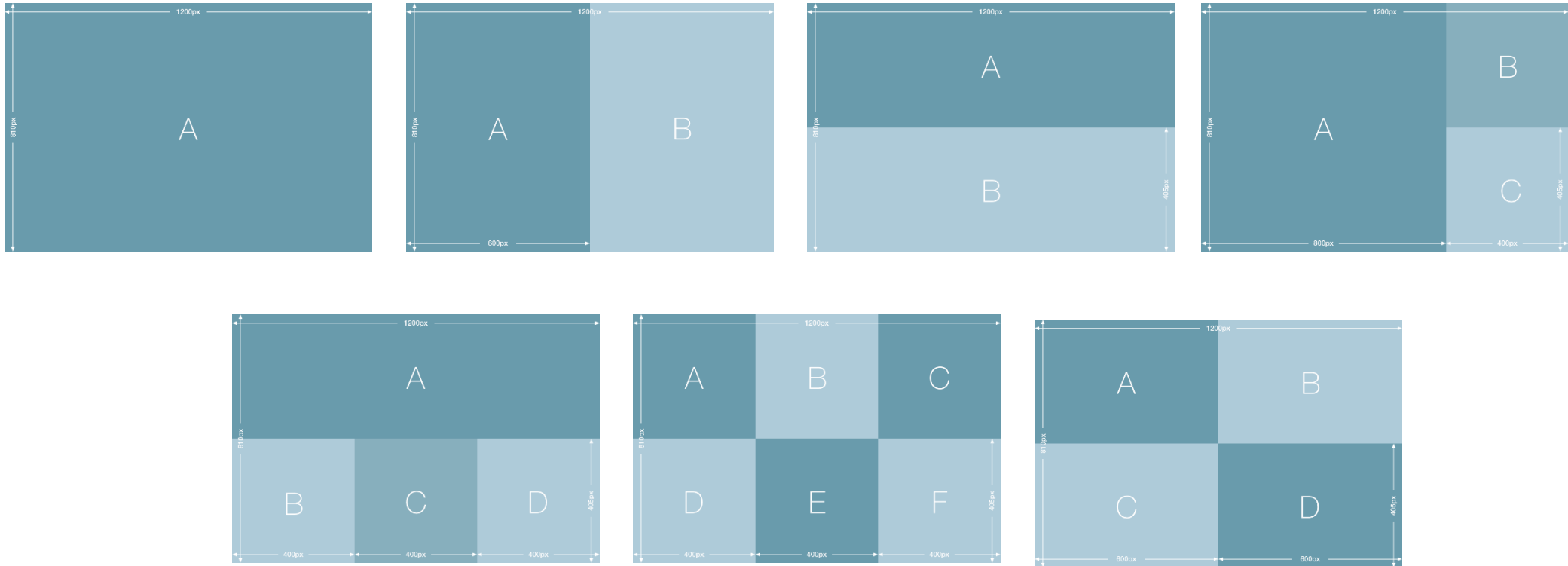
② バナーを作る (デザイン&サイズ調整)

【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

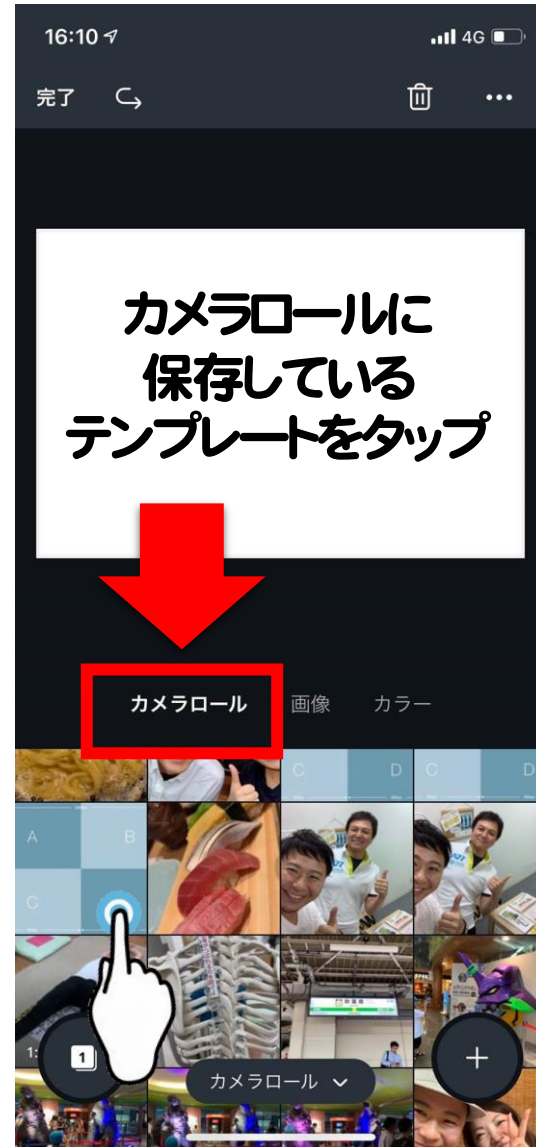


★ Canva
画像を
組み合わせる

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

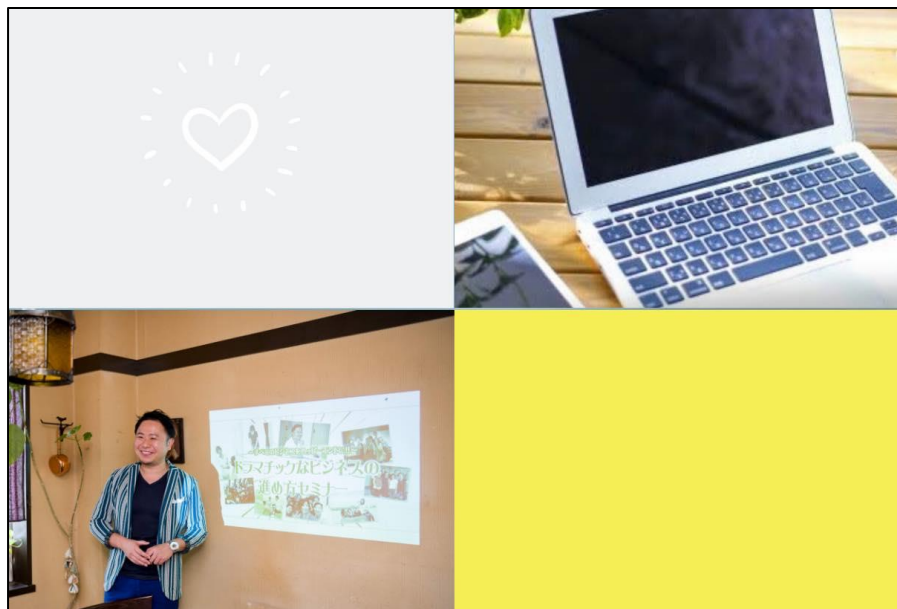


リッチメニューのバナー作成

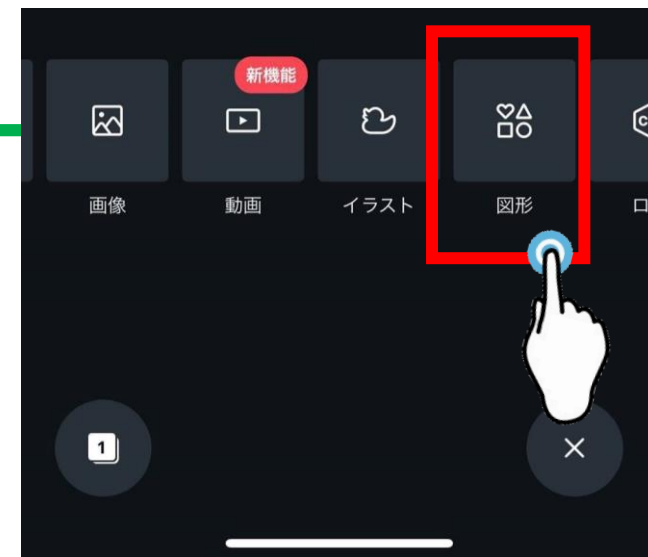


①画像を入れたら
テンプレートの枠に合わせて調整
※はみ出る部分は自動的にカットされます

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



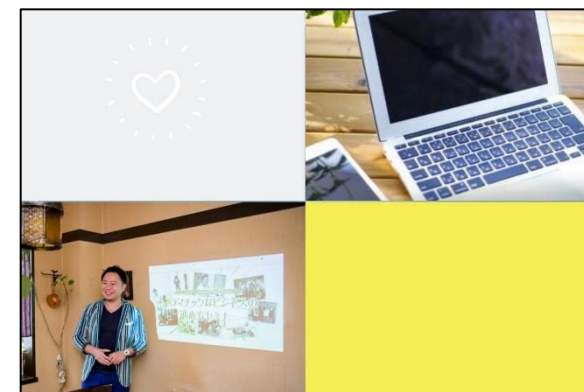
完成したら右上の上矢印ボタンから
「画像として保存」

→ 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



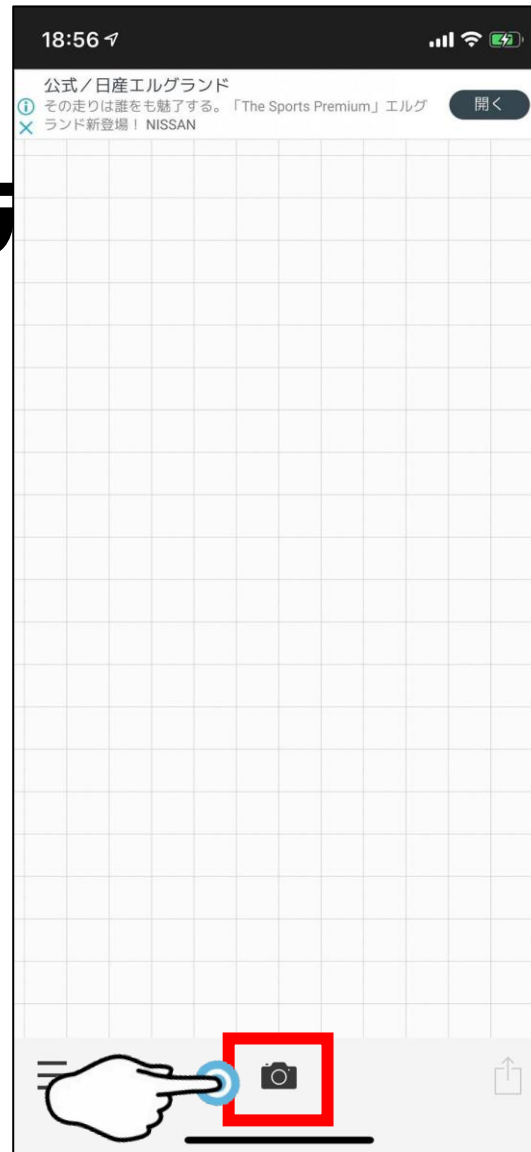
リッチメニューのバナー作成

② バナーを作る

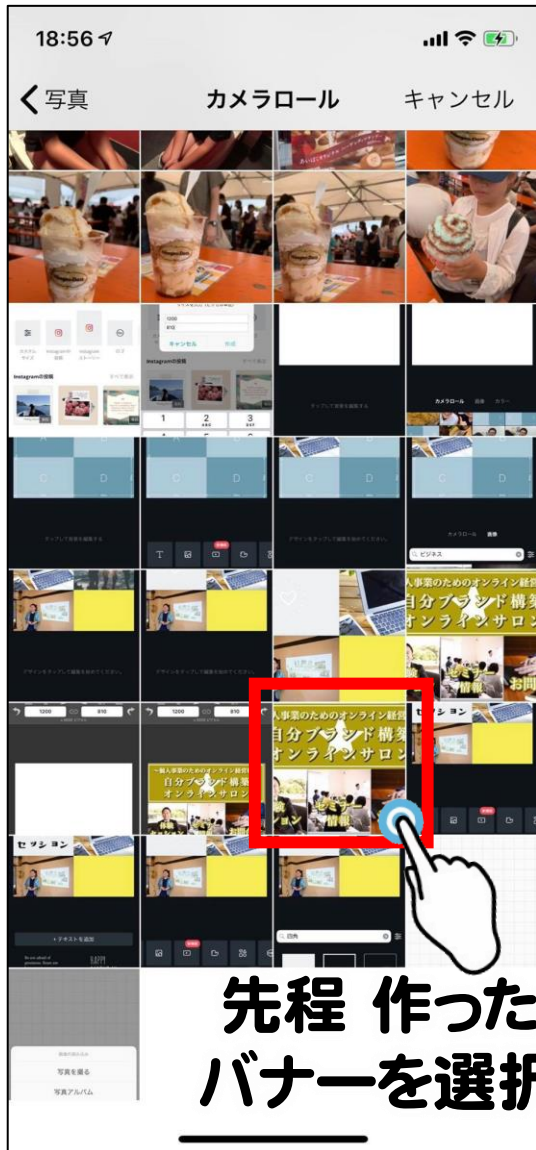


★ Phonto
文字を入れ
装飾する

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

管理画面ログイン

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

管理画面 >

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

管理画面 >

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

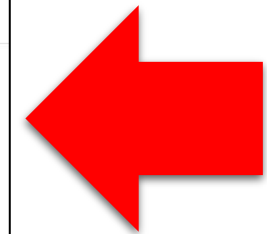
メッセージ配信
タイムライン
あいさつメッセージ
応答メッセージ
クーポン
リッチメッセージ
リッチビデオメッセージ
リッチメニュー
ショップカード
友だち追加
リサーチ

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

メニューのフォォル 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

A	B
C	D

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。

アクション

- A
タイプ: 選択 (ドロップダウンメニューが開き、オプション: 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)
- B
タイプ: テキスト
- C
タイプ: 選択
- D
タイプ: 選択

テンプレートを選択

背景画像をアップロード

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 '応答モード' (Response Mode) is set to 'チャット' (Chat), which is highlighted with a red box. A red arrow points to the '応答モード: チャット' label at the top right. In the '基本設定' (Basic Settings) section, the 'チャット' option is selected with a green dot and highlighted with a red box. Below it, the '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, the '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 'Daily').

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

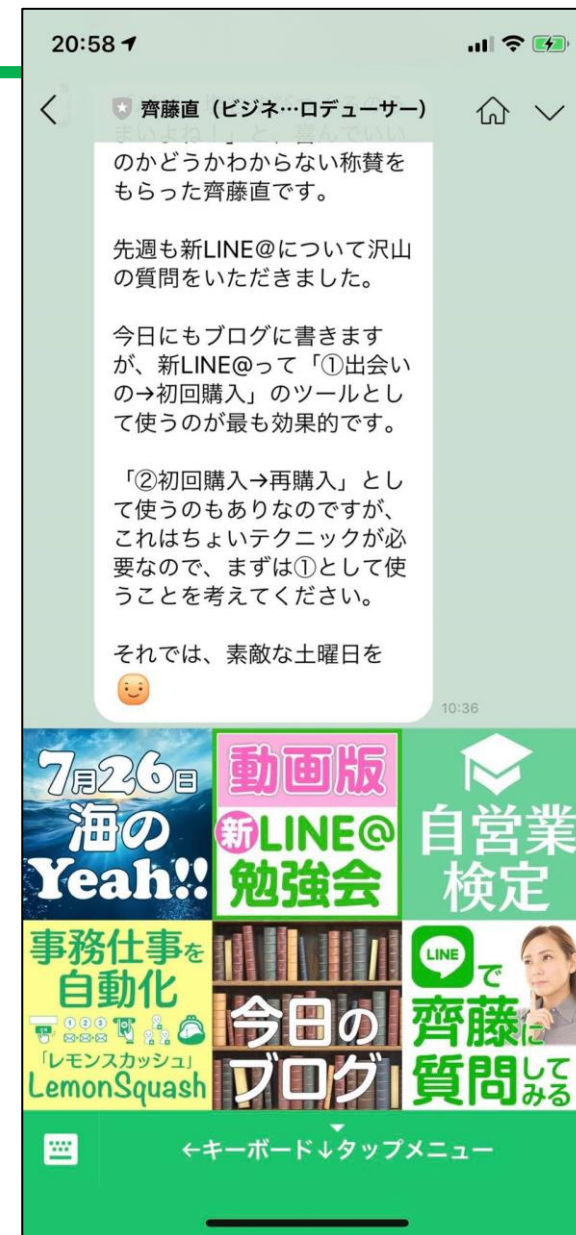
キーワード対応で設定したテキストを含む、すべてのテキストを設定できます (50文字以内)。

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 毎回am10—12時】

メルマガ & LINE
強化月間



4/4—メルマガとLINE公式の使い分けセミナー—

4/11 集客を自動化！ステップメール作る部

4/18 即申込みに繋がる！LINEステップ作る部

4/25 メルマガ・LINE公式を月50人以上増やすセミナー—

