





# 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今日の参加目的
- 
- 

## 【オンラインセミナー受講の注意事項】

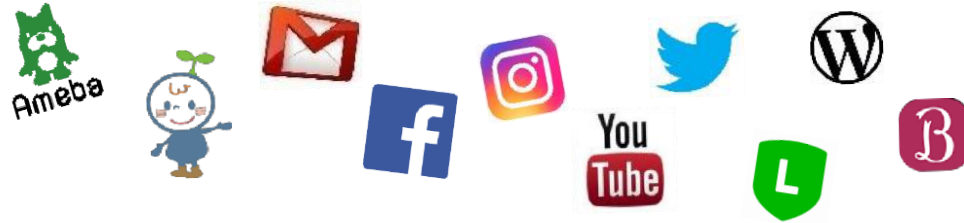
- ・ このレジュメは後程  
特設サイトでご覧頂けます。
- ・ このセミナーは録画し、メンバーに  
公開されます。(撮影はココからです。)

# 【オンラインセミナー受講の注意事項】

セミナー動画を販売する予定があるので  
顔出しなどNGの場合はカメラオフ、  
必要な方は名前もご変更ください。

※自分で出来ない場合は私がやります。

★ 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  
基本セミナー

# 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）



# 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

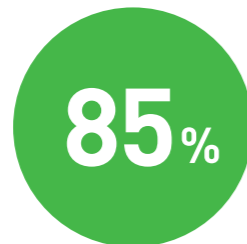
## LINEは女性ウケがよく、30代以上のユーザーも非常に多い! 60代以上も◎

### LINEのユーザーって？

#### 01 LINEの利用者数



日本の人口の62.3%

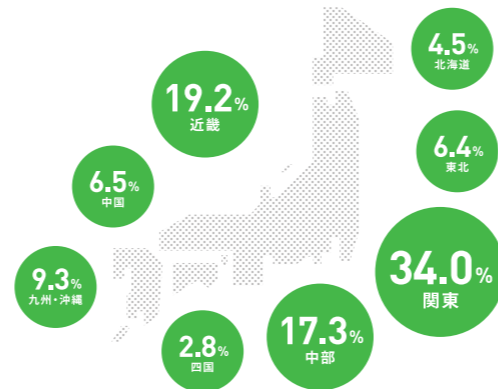


毎日利用している  
日本国内のユーザー

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。

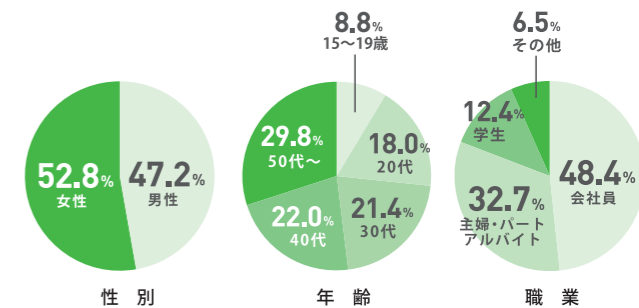
※ 2018年12月時点

#### 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



**オススメ**  
(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  
繋がしやすい!



情報系職種向き

信頼構築  
長く繋がり続ける

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&LINE公式集客

## ◆メルマガとLINE公式の違い

【売れるの方程式】  
オファー内容×  
認知度×信用度

販売力の高い別パターン



メルマガで  
信頼構築してから



LINEに  
濃いリストを集約





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だらない方へ

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

オファーメールで

- 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！



**央戸まきえ**

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







Q,  
どんなことを  
書いたらいいですか？

# メルマガ&LINE公式集客



自分が書きたいことより、

【ターゲット】が…

- なにで悩んでいるか
- どんなことを知りたいか
- どんなことを伝えたら喜ぶか

誰かを  
想う所から  
始まる！



## 大原則

読者が見たいものだから  
見てもらえる！！

タダでもいないものはいない。逆に高くても、必要なものならいる！！  
お金を出してでも知りたい情報は何か考える。

# メルマガ&LINE公式集客



ちなみに住福の記事ネタの出どころは…

- 1位 お客様からの質問、相談
- 2位 普段の会話の中でネタ探し
- 3位 運動していると降りてくる
- 4位 SNS、街などでネタ探し
- 5位 同業者の記事をヒントに

ネタを思いついたら  
即メモに残す!  
いつの間にか忘れちゃうこと多々ある…

誰かを  
想う所から  
始まる!

〇〇さん、どうしたら上手くいかな。  
〇〇をどう伝えたら分かりやすいかな。  
〇〇って、なんで上手くいったのかな。  
など、考えながら運動する習慣がある

## メルマガ・ステップメールの基本

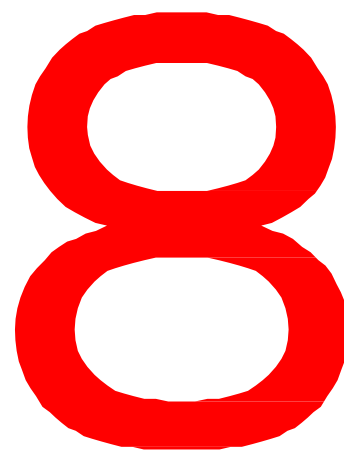
---

メルマガには何を書く？

# メルマガ・ステップメールの基本

---

- お悩み解決記事
- ノウハウ記事
- お客様の声
- レポート記事
- 商品、サービス紹介記事
- 人物(ブロガー)紹介記事
- 自分の考えや想い
- 日記



お店やサービス  
仕事関連の記事

■  
■



自分の  
プライベート

集客したい場合は「お客様の声・ビフォーアフター」を書く。

## メルマガ・ステップメールの基本

---

- ①メルマガオリジナル記事
- ②ブログのコピー
- ③ブログ記事の紹介や続き

※時間があるときは①。ない時は②③。



## LINEには何を書く？





①ノウハウ、お悩み解決情報

②お客様の声 (ビフォアアフター、反応のある写真)

③新着情報 (キャンペーン情報、空き状況、雨の日限定、レディースデイなど)

書くことはメルマガと同じようなことでOKですがあまり長文との相性が良くないので、わりと簡潔に！長くなる場合は別途ブログやLPに飛ばしたり、キャンバやパワポでレポートを作るのもアリです。



Q,  
どうやって  
読者を増やせばいい？



- ① 登録前の受付フォーム文が大事！
- ② サイト内でしっかりと目立たせる！
- ③ ブログを書くたびに簡単な紹介を！
- ④ SNSでもサラッと紹介！（定型文などで）



- ⑤ 登録者特典をつけておく
- ⑥ 定期的に紹介する(リブログ、再アップもOK)
- ⑦ 読者の感想と共にコンテンツ紹介
- ⑧ 新たに「入口」を作る(ステップメール、ファストアンサー)



- ⑨メルマガ予告記事でしつかり誘導
- ⑩名刺やチラシで案内
- ⑪Web広告をうつ
- ⑫コラボ・仲間に紹介してもらおう



## 基本の集客導線

<Instagramからの導線>



記事内で案内orストーリーズでのURL貼り付→  
プロフィールページのリンク→集客コンテンツへ

<アメブロからの導線>

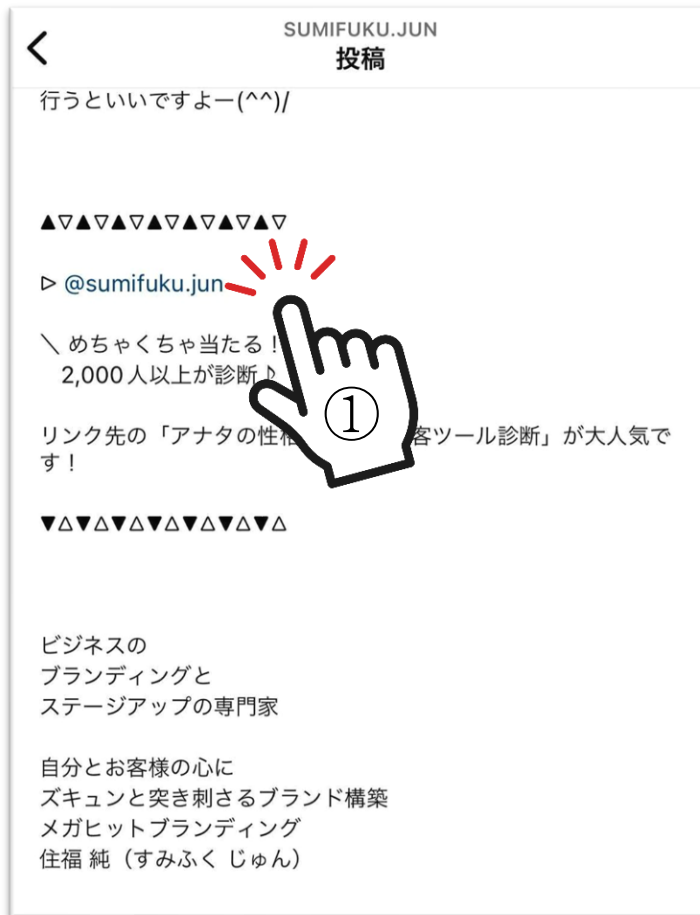


記事内で案内、プロフィールページのリンク張り付け、  
サイドバーやメッセージボード→集客コンテンツへ

# <Instagramからの導線>



記事内で案内orストーリーでのURL貼り付→  
プロフィールページのリンク→集客コンテンツへ





# <アメブロからの導線>

## 記事内で案内、プロフィールページのリンク張り付け、 サイドバーやメッセージボード→集客コンテンツへ



←記事内

サイドバーや→  
メニューバー







リストを増やすのは大変！

数が一番大事

設置個所、発信数、紹介数、口コミ、広告費

# LINE公式アカウント

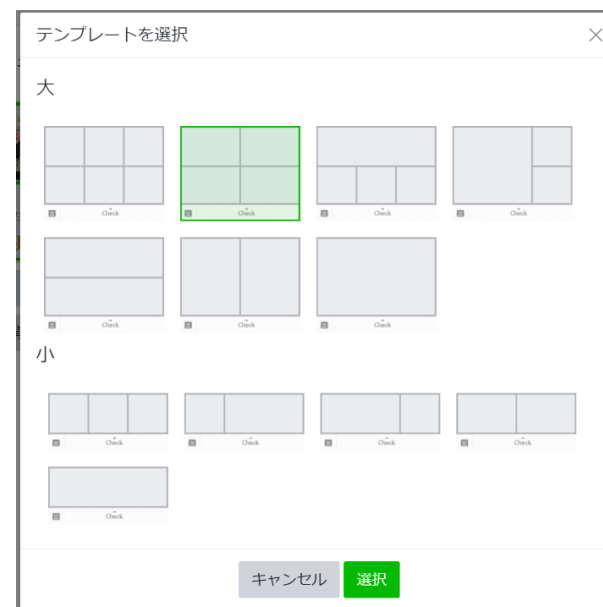
## ●リッチメニュー

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ダウンロード
- 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には  
テンプレートが  
沢山あります!

## ② バナーを作る

### 【事前準備】

- ・表示したい項目を決める
- ・必要な場合は画像を差し替える
- ・テンプレートをスマホに保存



# リッチメニューのバナー作成

ホーム > テンプレート > Lineリッチメニュー

テンプレート

プロジェクト

## Lineリッチメニューのテンプレート

高品質なLineリッチメニューのテンプレートから、次のデザインを見つけてください

65,144点のテンプレート



ピンクページ...  
mikimikiによるLINEリ...



ホワイト ゴールド...  
shioによるLINEリッチ...



黒白写真 家具屋イ...  
spice-designによるLIN...



ページ シンプル...  
makimoによるLINEリ...



ピンクと白フェミ...  
RicoによるLINEリッチ...



オレンジ ナチュラ...  
shioによるLINEリッチ...



黒 シンプル ヨガフ...  
spice-designによるLIN...



ホワイトとグリーン...  
RicoによるLINEリッチ...



ページ LINE リ...  
oharuによるLINEリッ...



シンプルカフェの...  
aiko no designによるLI...



白写真 服子ども LI...  
spice-designによるLIN...



白写真 シンプルケ...  
spice-designによるLIN...



森野クリニック  
ご予約を取る



ページ シンプル...  
cleardesignによるLINE...



ピンクと白フェミ...  
RicoによるLINEリッチ...



黒 シンプル LIN...  
cleardesignによるLINE...



黒 ゴールド エレ...  
oharuによるLINEリッ...



来って学ぼう！  
英語・発音で啓発

# 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





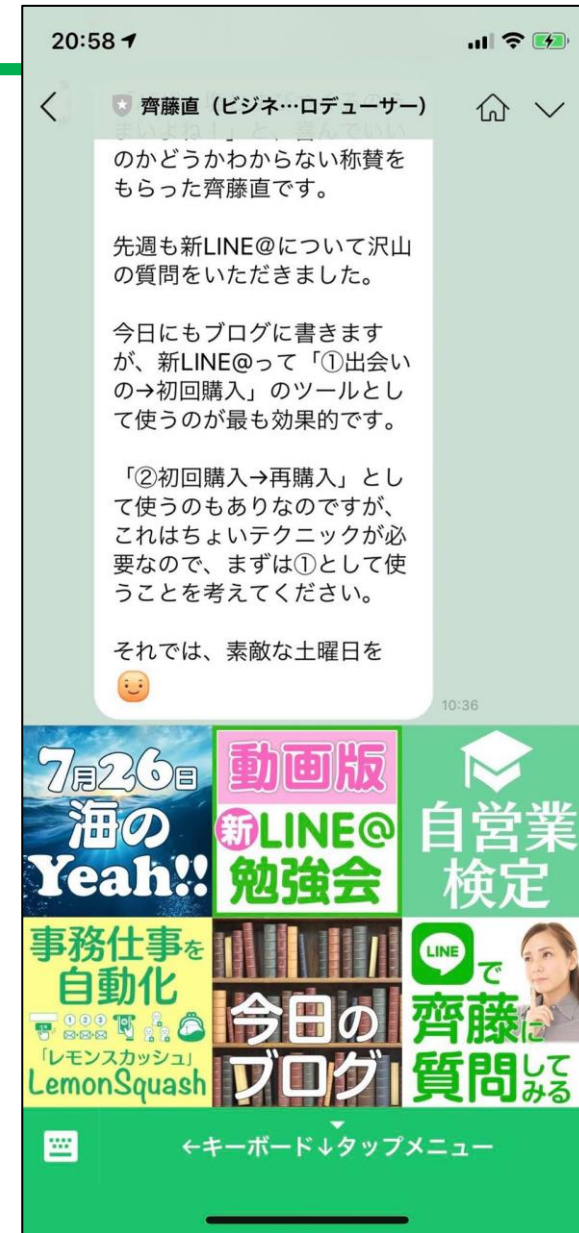
# リッチメニューのバナー作成



ホーム画面のリッチメニューから  
作成→テンプレート選択→  
画像アップロード→リンク設定と  
順番に進むだけで完了します。

# 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



# 【シェアタイム】

今日感じたこと、学びになったこと、  
今後の課題をディスカッション！



## 【2月開催 毎回am10—12時】

2/6 いまさら聞けないインスタ集客 基礎セミナー

2/13 インスタ用テンプレートバナー作成 Canva講座

2/20 踊らずバズらせる！簡単インスタリール攻略

2/27 集客&リストどり！インスタ広告 活用セミナー

