

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、メルマガの状況

【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。)

あなたのビジネスを**飛躍**させる

— 起業オンラインサロン —

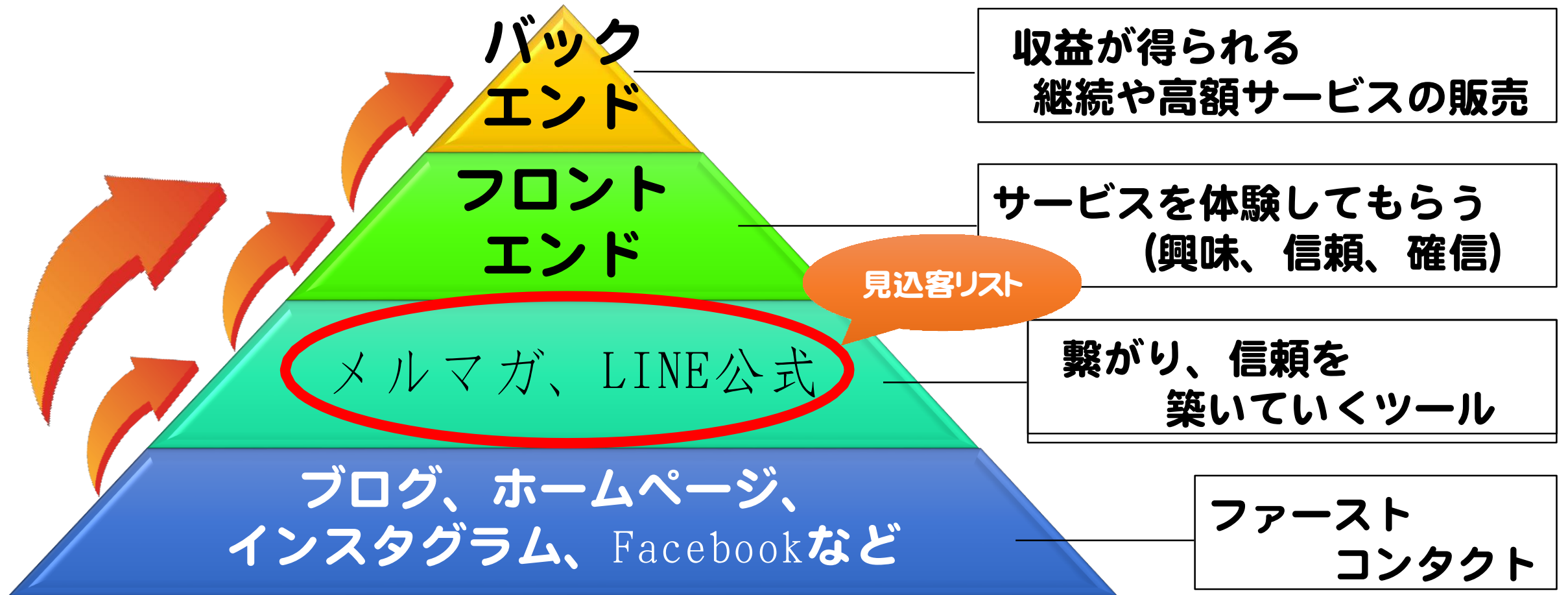
メルマガが行動ガチャ 100日チャレンジ

Business on-line salon



JEC 日本起業コンサルタント協会
Japan Entrepreneurship
Consultants Association

信頼を築いていくステップマーケティング



メルマガ100日チャレンジ

◆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**



なぜメルマガが最強集客術なのか？

直接届く

SNSのアルゴリズムに左右されず、読者のメールボックスに直接届く

何でも書ける

文字数制限なし。想いも、ノウハウも、ストーリーも自由に発信できる

関係構築しやすい

継続的に届けることで「先生」や「友人」のような信頼関係が育つ

販売力が高い

高額サービスも売れる。特に情報系・講座販売系は圧倒的に相性◎

メルマガ100日チャレンジ

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れるか

▶ リストの数が年収に直結する！

メルマガ100日チャレンジ



◆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100日チャレンジ

◆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100日チャレンジ

◆メルマガとLINE公式の違い

一言でいうと…



情報系職種向き

一人一人を
濃いファンにするツール

信頼構築や
意識改革向き



店舗系職種向き

お店や自身の
コミュニティを作るツール

案内や連絡の
ためのツール

メルマガ100日チャレンジ

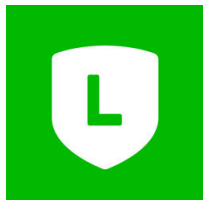
◆メルマガとLINE公式の違い

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100日チャレンジ

◆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100日チャレンジ

◆メルマガとLINE公式の違い

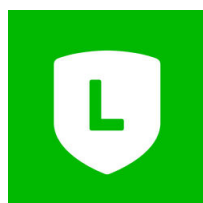
発信内容について

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100日チャレンジ

◆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100日チャレンジ

◆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

しっかり
価値教育が出来れば
高額商品も売れる！



LINEに
濃いリストを集約

質疑応答タイム



なぜ「毎日」書いたほうがいいのか？

▶ 存在感が増す

毎日届くことで「この人」として頭に刷り込まれる

▶ 信頼の蓄積速度が上がる

週1配信の7倍のペースで関係構築できる

▶ ネタ力・文章力が上がる

書けば書くほど上手くなる。筋トレと同じ

▶ 行動が習慣化される

「毎日書く人」というアイデンティティが生まれる



徳積みにも
な～む～



毎日配信すると…最初に何が起きるか

読者が減ります。どんどん減ります…

でも、これは正常な反応です

元々あまり興味がなかった読者が離れているだけ。

体で言うと「好転反応」みたいなもの。

むしろ、本当に読みたい人だけが残っていく過程です。

1ヶ月を過ぎたころから変化が起きる

～2週間

読者が減り続ける

～1ヶ月

減少が
ゆるやかになる

1ヶ月～

リストの「濃度」が
上がる

2～3ヶ月

集客の反応が
変わりだす！

とにかくコツコツ続けることが大事！

「リストの濃度」が上がるとは？

✓ 「この人のメルマガだけは読む」というファンが育つ

✓ 告知するたびに反応が来るようになる

✓ セミナーやフロントの申込みが増え始める

✓ 読者から質問や感想が届くようになる

これが「信頼の資産」です

発信は「徳を積む」こと

陽徳(ようとく)

人に見られる場で
行う善行

例:セミナー登壇、
SNS投稿、
講演など



陰徳(いんとく)

見返りを求めず
継続的に届ける善行

例:毎日のメルマガ
誰かのために書く
読まれなくても続ける



メルマガを毎日書き続けることは「陰徳」が積める！

陰徳を積み続けると…

見返りを求めず書き続けた先に
「信頼」と「売上」が自然についてくる

起業は「行動ガチャ」
ガチャを回し続けた人が、結果を手にする

やってみたらハズレのこともある。でも続けると…ある日突然「大当たり」が来る！

複数リスト戦略～1つじゃなくていい！

毎日1本のメルマガではなく、リストを分けてルーティン！

住福はこの3つをルーティンさせています！

01 一般向けメルマガ

新規読者・見込み客向け。
ノウハウやストーリーで信頼構築。

02 コンサル向けメルマガ

すでにコンサルに興味がある層向け。
より深い情報・事例を発信。

03 Premiumメルマガ

開封率が高い濃いファン向け。
特別情報・限定案内を送る。

毎日届けてOKな人・NGな人がいる

読者によって受け取り方は違います。それを理解してやっていくことが大事。

✓ 毎日OKな人

- 毎日楽しみにしているファン層
- 開封率が常に高い読者
- Premiumリスト登録者

⚠ 毎日NGな人

- 興味はあるが薄い見込み客
- 接触頻度に敏感な読者
- まだ信頼関係が浅い人

複数リストを使いこなすことで、最適な頻度を届けられる！

リザストではこれもメルマガにカウントできる！

セミナー参加者へのメール

イベント申込者への一斉配信(個別ではなく一括送信)

多目的フォームの申込者へのメール

フォーム経由の申込者全員への一斉メール

契約締結の契約者へのメール

契約者リストへの一斉配信

こういうメールも挟みながら100日を目指すといい！

配信日時・開封率の戦略

同じ時間に送り続けることで、ファンが定着しやすく信頼構築に繋がる

◎ 配信時間を固定する

毎日同じ時間に届けることで「この時間に来る」という習慣になる。ファン化の近道です。

▼ 週末・祝日は開封率が下がる

募集開始・締め切りはこの日を避けること。反応が悪くなる。

★ 週末は濃いリストに送る

開封率が高いPremiumリスト読者への配信に切り替えるなど工夫しています。

× 重要な告知は平日に

月～木が特に開封率が安定しやすい。売上に直結する告知はこのタイミングで。



Q,
どんなことを
書いたらいいですか？



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！！

タダでもいらぬものはいらぬ。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100日チャレンジ



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

8

お店やサービス
仕事関連の記事

■
■

2

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。

ベストでなくベター

100点ではなくてOK!

完璧主義を手放す!

◆ ベストでなくベター

お金ももらっていない。会ったこともない。好かれてもいないのに...

- キレイに書かないといけない
- 分かりやすく書かないといけない
- 気分を害さないように書かないとダメ

書き手の
思い込み！

◆ ベストでなくベター

お金ももらっていない。会ったこともない。好かれてもいないんだから...

- 中途半端でもOK
- 誤字脱字があってもOK
- 誰か気分を害しても残る人は残る

カッコよく見せたいとか
嫌われたくないという
心理は不要！

②ベストでなくベター

大事なことは…

- 書く習慣をつけるということ
- アウトプットをし続けるということ

→ 良記事が勝手に増えていく！

◆ とにかく時短

- スキマ時間にちよこ書き

- AIを使う

→ 自分の記事を沢山読ませる
文章はClaude、画像はGPT

告知ネタ10連発ジェネレーター



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メルマガが予告記事でしっかり誘導
- 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>

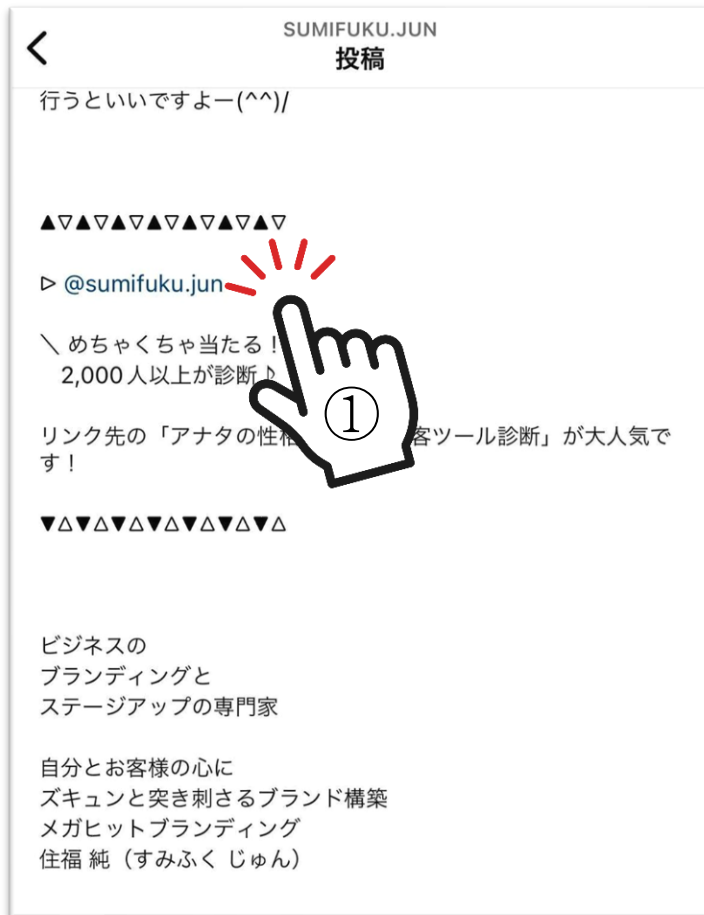


記事内で案内、プロフィールページのリンク張り付け、
サイドバーやメッセージボード→集客コンテンツへ

<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



メルマガ100日チャレンジ



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

100日チャレンジの進め方

STEP 1 まずは30日を目指す(ハードル低くスタート!)

STEP 2 リザストのセミナーメール・フォームメールも活用してカウント

STEP 3 複数リストをルーティンで回す(慣れたら挑戦)

STEP 4 配信時間を固定して、ファン化の仕組みをつくる

STEP 5 コツコツ続けた先に「信頼の資産」が積み上がる

A man and a woman are working out in a gym. The man is on the left, shirtless, wearing grey shorts, and is lifting a dumbbell. The woman is on the right, wearing a white sports bra and white shorts, and is also lifting a dumbbell. They are both looking towards the right. The background is a bright, modern gym with large windows and various exercise equipment.

グループで報告

メルマガ100日チャレンジ

予約投稿または即時投稿したら
「完了」など完了報告を
メッセージャーに送る。

メルマガ100日チャレンジ

自分との小さな約束を
守り続けることで自信がつき
自己肯定感も上がります！

→結果、信頼構築 & 売上げに繋がる！

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！



【6月開催 毎回am10—12時】

~~1日—起業オンラインサロン—夏マルシェ説明会~~

~~8日—リザスト×Claude-Codeで~~

~~情報資産を仕組み化セミナー★~~

~~15日—メルマガ行動ガチャ—100日チャレンジ~~

22日 メルマガ読者を爆増やし！リスト取りコンテンツ作る部

29日 夏マルシェ出店者向け 仕組み作り&作業会



【7月開催 毎回am10—12時】

6日 AI時代の自己ブランディング戦略セミナー

13日 お金のブロック外し！
強気な価格設定セミナー★

21日 マルシェ出店者 最終仕上げ！
セールス&クロージング練習会

27日 なんでも相談できちゃうグループコンサル

