

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 ——

メルマガ読者を爆増やし！

リスト取りコンテンツ作る部

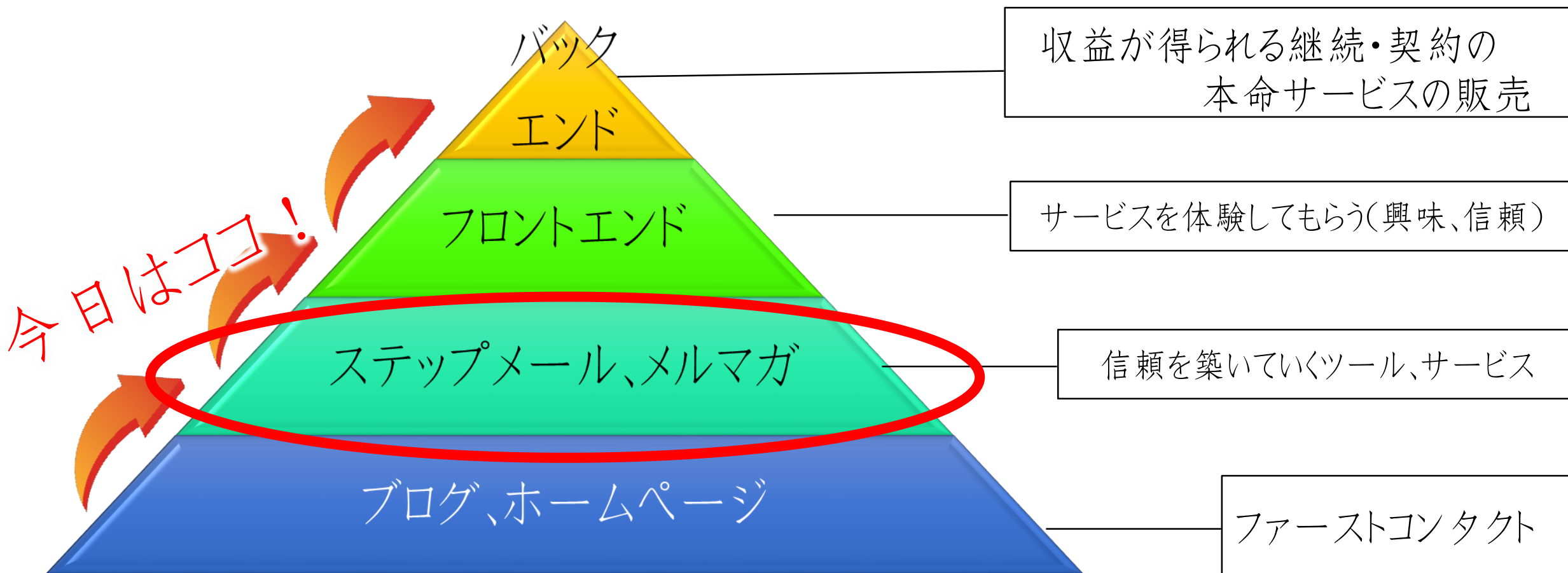
Business on-line salon



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

リストがあれば何でもできる！

■ 集客の仕組みを理解する。



リストがあれば何でもできる！

◆メルマガの読者 = 見込み客

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1万円と言われます！



リストがあれば何でもできる！

◆メルマガの読者 = 見込み客

広告で集めると

1リスト2000円前後かかります！

月50人 = 10万円 月100人 = 20万円



リストがあれば何でもできる！



◆メルマガの読者 = 見込み客

皆さんはどんな

見込み客集めのツールがりますか？

- メルマガ
- ステップメール
- 診断系
- プレゼント系

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

物語形式
自叙伝



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。



◆ 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 3日間限定などでフロント商品のオファー

【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

<短い信頼構築バージョン>

- | | | |
|----|----|-------------|
| 1話 | 本編 | |
| 2話 | 本編 | |
| 3話 | 本編 | + オフア-案内 |
| 4話 | 本編 | + オフア-リマインド |
| 5話 | 本編 | + オフア-締切 |

最近の傾向として本編を短めにするのも好まれます。その場合はこんな感じの構成に。



メルマガ・ステップメールの基本

<普通に信頼構築バージョン>

- 1話 本編
- 2話 本編
- 3話 本編
- 4話 本編
- 5話 本編 + オファー案内
- 6話 オファーリマインド
- 7話 オファー締切



最近の傾向として本編を短めにするのも好まれます。その場合はこんな感じの構成に。

メルマガ・ステップメールの基本

◆体験サービス



個人セッションのご予約 イベントセミナー一覧 電子コンテンツ ショップ お問い合わせ 契約サービス一覧

コース
【特別価格】体験個人セッション【60分】 変更

ご希望の日時を選択してください

前月 当月 翌月

日	月	火	水	木	金	土
7月19	20	21	22	23	24	25
					10:00 11:00 12:00	
26	27	28	29	30	31	8月1
		14:00 15:00 16:00 17:00 18:00 19:00 20:00	15:00 16:00 17:00 18:00 19:00 20:00	10:00 11:00 12:00 13:00 14:00 15:00 16:00	12:00 17:00 18:00 19:00 20:00	

住福純
自分ブランド構築コンサルタント
年経歴的増加教 TOP50
年間イベント最優秀 BEST50
年間予約実行教 BEST50

個人事業主が各々の技術・能力を最大限に活かし、社会を豊かにすると同時に自己実現できる様の中を作る。

ブランディング 集客 アメブロ 起業 コンサルタント

2008年よりインターネット業界に参入。個人でWebショップを始め、3ヶ月で月商50万円までいく。安売り競争の激しさに敗れ、2年と持たずに撤退。

その他のWebショップで活躍

自動返信メールで
予約フォームと
支払い案内



- ① 特別価格のコースを作る
- ② 限定公開にする
- ③ URLを自動返信メールに！

個人セッションのご予約 イベントセミナー一覧 電子コンテンツ ショップ お問い合わせ 契約サービス一覧

メール講座読者限定
スペシャルオファー

自分ブランド構築コンサルタント
住福純
年経歴的増加教 TOP50
年間イベント最優秀 BEST50
年間予約実行教 BEST50

個人事業主が各々の技術・能力を最大限に活かし、社会を豊かにすると同時に自己実現できる様の中を作る。

ブランディング 集客 アメブロ 起業 コンサルタント

2008年よりインターネット業界に参入。個人でWebショップ

オファー詳細ページ
(多目的フォーム)

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

ステップメールの登録

ファストアンサー & スコアって

なに？



◆ ファスト系ってなに？

Facebookなどで見る診断アプリのリザスト版。



回答してもらったことで自動的にメルマガに登録され、見込み客を増やすことができる。

アンサー → 診断、鑑定、プレゼント

スコア → 検定(点数を出せる)

◆ ファスト系ってなに？

徹底比較！

	気軽さ	拡散力	教育力	継続力
 ステップメール	○	△	◎	◎
 ファスト系 & スコア	◎	◎	△	○

◆ ファーストアンサー3タイプ

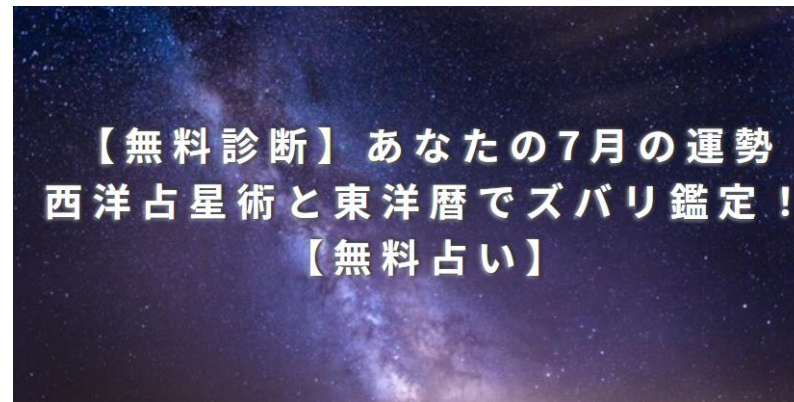
診断系

鑑定系

特典系



一度作ればOK
リピートは無い



定期的に作り直す必要がある
更新の度にやりたくなるのでリピートされやすい



◆ ファーストスコア（検定。点数を出す）



一度作ればOK！

◆ ファストスコアの新しい使い方

- ・養成講座の資格テスト
- ・セミナーの理解度テスト

リスト取りのためでなく、
コンテンツの一部にしちゃう！



流行る 診断ファースト系の



特徴





◆ 伸びないファスト系

- ① 「タイプ別」でなく「評価」
- ② 結果をシェアしたくない
- ③ 受ける前から答えが想像できる
- ④ おもしろくない (コンセプトや内容自体が)

◆ 流行るファスト系の特徴

- ① 「タイプ別」の診断である
- ② 友人の結果も気になる（シェアしたくなる）
- ③ どの結果でもおもしろい（評価でなく特徴）
- ④ 回答が来るまで予測できない

周りの方も巻き込んで
遊びたくなるような
結果の予測できない
タイプ別診断を作ろう！



◆ SNSとの相性抜群！

ファスト系は気軽さ、遊び感覚があるので…

見込み客が気軽に使ってる

SNSとの相性抜群！

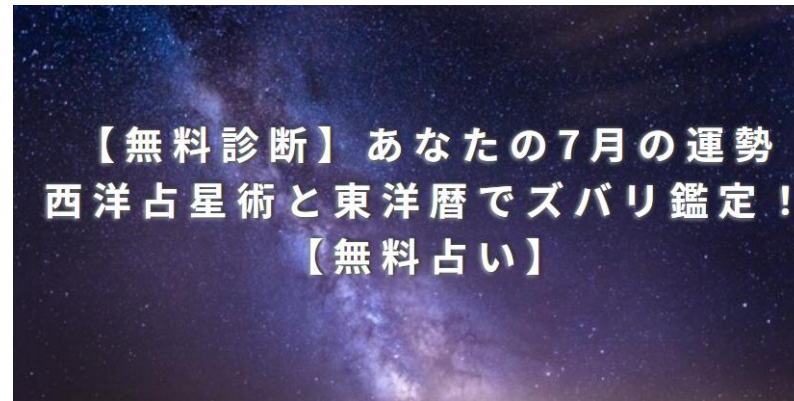
- いいね & フォロワー → 診断
- SNS広告 → 診断

◆ ファーストアンサー3タイプ

診断系

鑑定系

特典系

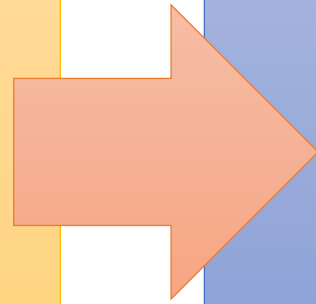


情報系業は「診断系」が作りやすいですが
物販や占いなどは「鑑定・特典系」でもOKです。

◆ ちなみに…

診断はAIでも作れます！

AIで
簡単な
診断アプリ



リザストで
詳細解説
ステップメール



[忙しさの正体タロット](#)

メルマガ・ステップメールの基本

◆ プレゼント系



動画セミナー/PDFレポート



オリジナルアプリ(AI)

新コンテンツの作成

登録される
コンテンツを作る企画力

「企画力」と言われると
難しく聞こえますが…

実はシンプルに3つの視点だけ

登録されるコンテンツの3つの視点

① 基本ニーズ

常時効く悩み

② 旬ニーズ

今だから刺さる

③ 言葉の刺さり方

見せ方・表現

①

基本ニーズを知る

時期を問わず、ずっと効くテーマ

基本ニーズとは？

ターゲットが普遍的に抱えている悩み

流行や季節に関係なく、
いつ発信しても一定の反応がある

住福（コンサル）の場合…
集客、ブランディング、キャッチコピーなど

基本ニーズの具体例

お金・時間・見た目・自信・人間関係・恋愛・
劣等感・居場所・健康・将来不安

この10個の悩みは、いつの時代も尽きません！

あなたのビジネス適した&得意な
角度を見つけて下さい

基本ニーズの見つけ方

お客様からよく聞かれる質問は
すべて基本ニーズのヒント！

「いつも聞かれること」や「最近多い質問」を
集めるだけでコンテンツの種は十分に集まります

②

旬ニーズを知る

今だから刺さる、瞬間的なテーマ

旬ニーズとは？

季節・流行・社会の空気感に
乗っているテーマ

「今、まさに」感じている人が多いほど
反応が一気に跳ねやすい

旬ニーズの具体例

- 年末年始の振り返り企画
- 新年度・新学期の準備
- 夏前のダイエット・イベント
- AI、Threads

旬ニーズを使うメリット

瞬間的に
登録者が **ドン** と増える

いまキテる！と思ったらすぐに作ること！
基本ニーズと組み合わせて使うのがコツ

③

言葉の刺さり方

同じテーマでも見せ方で結果が変わる

①②が合っていても登録されない理由

タイトルや見せ方が
ターゲットの「心の声」と
ズレているから響かない…

一般論の言葉 vs 心の声の言葉

「集客力アップ講座」

→ 一般論。他と同じに見える

「告知してもシーンとする…を卒業する方法」

→ 「これ私のことだ」と刺さる

心の声を見つける方法

ターゲットが実際に使う言葉を
そのままタイトルに使う

お客様の相談・質問のメモが一番の宝庫

表現テクニック① 診断・チェック形式

一方的な情報提供より
「自分はどのタイプ？」の方が
登録への抵抗が下がる

例：あなたを縛る『見えないルール』診断

表現テクニック② 変化を一行で伝える

「読んだら何がどう変わるか」が
一行で言えるかどうか

変化後の状態がイメージできないと
興味があっても登録までは動かない

表現テクニック③ 価値と難易度のバランス

無料なのに価値が高く感じる
「割安感」を出す

簡単すぎても安く見えてしまうので
そのバランス調整も企画力。AIと壁打ちもオススメ！

企画力 = この3つだけ

① 基本ニーズ

何を作るか

② 旬ニーズ

何を作るか

③ 言葉の刺さり方

どう見せるか

ではどんな新コンテンツを
作りますか？
じっくり企画しましょう。

新コンテンツの企画

- 何を作る？（システム、ファスト系、プレゼント系）
- タイトルと内容はどんなもの？
- いつまでに作りますか？
- 一か月でのリスト増目標は？

リストがあれば何でもできる！

登録者を増やす 12の方法

リストがあれば何でもできる！

◆登録者を増やす12の方法

- ①コンテンツ紹介の案内文(LP)を作りこむ
- ②サイトでしっかりと目立たせる！
- ③ブログを書いたたびに簡単な紹介を！
- ④SNSでもサラッと紹介しておく！
- ⑤登録者特典をつけておく
- ⑥定期的にコンテンツを紹介する



リストがあれば何でもできる！

◆登録者を増やす12の方法

- ⑦ 読者の感想と共にコンテンツ紹介
- ⑧ 新たな「入り口」を作る(診断・プレゼント)
- ⑨ 予告記事でしっかり誘導する
- ⑩ コラボセミナー、イベント開催
- ⑪ 広告をうつ！
- ⑫ 仲間や友人、知人に紹介してもらう



リスト取りコンテンツ作る部

しっかりと自分の
コンテンツの魅力を
アピールして下さい(^)/

それぞれの
コンテンツを
可能な限りシェアしよう！

リスト取りコンテンツ作る部

【ルール】

- ①メンバー全員を紹介しなくてOK
- ②でも最低3人は紹介してください
- ③SNS、ブログ、メルマガなど何でもOK
- ④紹介されないのは自分のせい(;'▽')
- ⑤紹介用定型文を作ってもOK



リスト取りコンテンツ作る部

◆今後のスケジュール

一度手が止まると仕上がるのが**超遅くなる**ので期限を決める！

【部としての期限】

7月半ばには仕上げ

7月末までにはスタート

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、
どんなコンテンツを作る？



【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

