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、リストの状況

【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

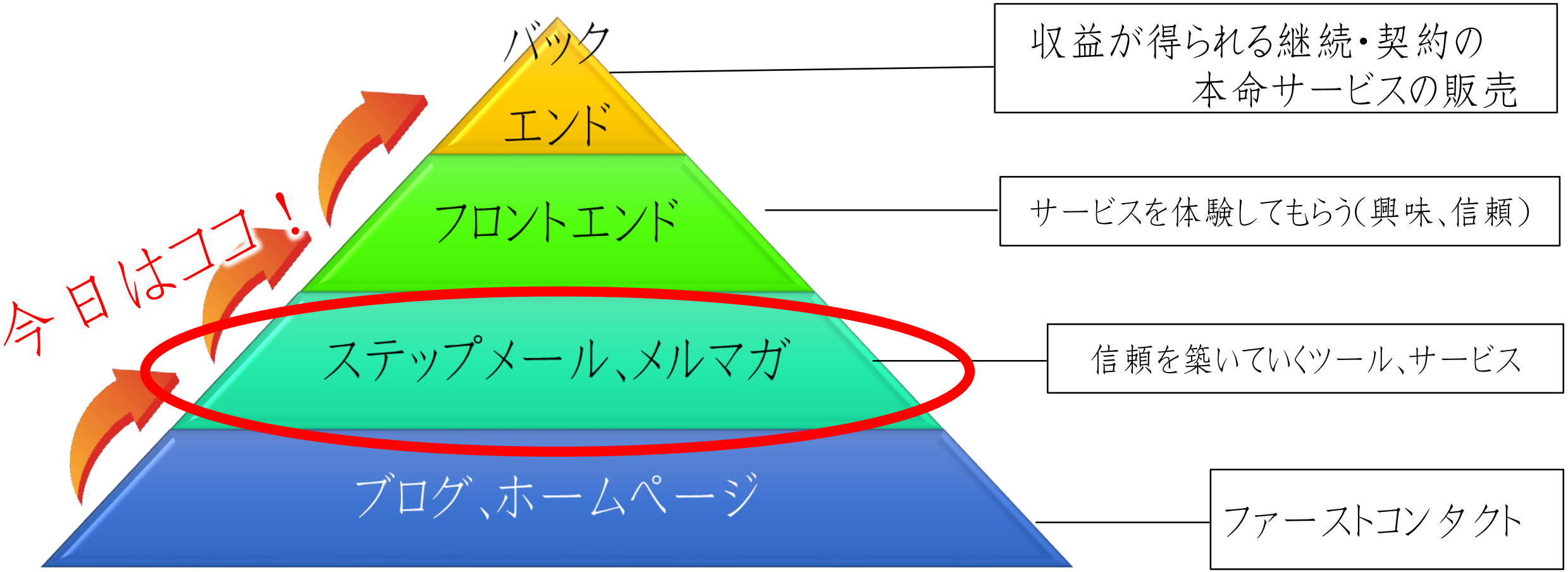
LINEステップ配信or
ステップメール作る部

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



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では結局メルマガが**不動の最強集客術**



メルマガ&LINE公式集客

◆ LINE公式

メルマガみたいなLINE。ユニークな機能が沢山！
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！



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

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

メルマガ&LINE公式集客

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◎

メルマガ&LINE公式集客

◆メルマガとLINE公式の違い

	一言でいうと…
 情報系職種向き	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**
店舗系職種向き	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
 情報系職種向き	信頼構築 長く繋がり続ける
店舗系職種向き	コミュニケーション 初回購入

必要となる
タイミングまで
繋がりやすい！

返事も気軽に
貰いやすく
反応も早い！

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
 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◎

長文でも
面白ければOK

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
 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

【売れるの法則】
オファー内容×
認知度×信用度

特に安価なモノ
であれば反応も
早く面白い！

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

④3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　＋　オファー案内
4話　本編　＋　オファーリマインド
5話　本編　＋　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

＜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



オファー詳細ページ
（多目的フォーム）



ステップメールの登録



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
③URLを自動返信メールに！

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。
回答してもらう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	◎	◎	△	○

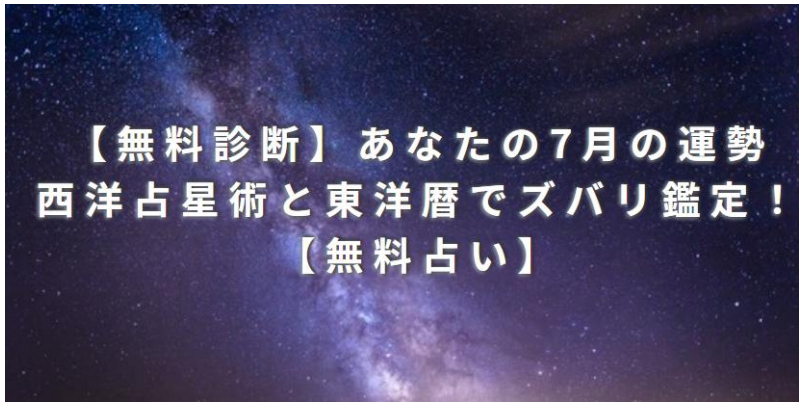
◆ ファストアンサー3タイプ

診断系



一度作ればOK
リピートは無い

鑑定系



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

特典系



◆ ファストスコア（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！

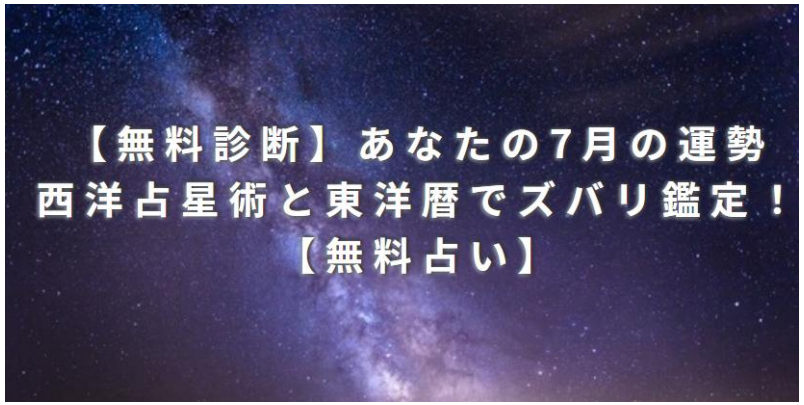
- いいね＆フォロー → 診断
- SNS広告 → 診断

◆ ファストアンサー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)

LINE公式アカウント

● 注目の機能

ステップ配信



＜簡易的に作るなら…＞

- 自己紹介やサービスの特徴を順次伝える配信
- オススメのブログ記事などを定期的に配信
- 間隔を開けて週１や月１でクーポン配信などもアリ

LINE公式アカウント

● 注目の機能



ステップ配信

＜フロント（体験）サービス申込の自動化＞

①ノウハウ・事例紹介がメイン

②フロントサービスへ繋がるように信頼構築

③毎日～３日に一回くらいの頻度で配信設定

LINE公式アカウント

● 注目の機能



ステップ配信

＜バックエンドの価値教育＞

①サービス紹介・Q&A・事例紹介がメイン

②サービスの魅力、意外な効果効能の教育

③毎日配信。５日程で終わらせてOK

LINE公式アカウント

● 注目の機能



ステップ配信

＜リピート＆フォローとして＞

①新規で来た方へのフォロー

②セミナーのフォロー、話したことの復習

LINE公式アカウント

● 登録特典もオススメ

→動画や音声、PDF小冊子など





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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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…

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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。

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

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

コンテンツ企画ワーク

ステップメールまたは
ステップ配信の企画

例）
集客や売上で悩んでる人に
具体的な道筋の考え方を伝え
住福は頼りになると感じてほしい

1、ターゲットと配信の目的（どういう人をどんな状態にしたい）

2、ステップ配信のテーマやタイトル

例）
100人以上が成功した
ステージアップのやり方
教えます！

3、登録特典と特別オファーの考察

特典：動画、PDFレポート、サービスクーポンなど。
オファー：体験、動画、オンサロなど

例）
特典:LINEステップ
配信のはじめ方
オファー:オンサロ

コンテンツ企画ワーク

ステップメールまたは
ステップ配信の企画

4、何をどんな順番で伝えていくのか

あくまで一つの例です。
オファーなど無しで
簡潔に作ってもOK！

0	**登録時挨拶**
1	ノウハウ＋事例紹介
2	ノウハウ＋事例紹介
3	ノウハウ＋事例紹介
4	ノウハウ＋事例紹介
5	ノウハウ＋事例紹介
6	**ノウハウ＋事例紹介**
7	まとめ＋お礼、オファー予告
8	オファーの案内、他との方との違い
9	自分自身の経験やビフォアフター
10	サービスへの熱い想いや使命など

コンテンツ企画ワーク

ステップメールまたは
ステップ配信の企画

4、何をどんな順番で伝えていくのか

例）
100人以上が成功した
ステージアップのやり方
教えます！

0	登録時挨拶「自己紹介＆お客様の声、P案内」		
1	ノウハウ＋事例紹介「最初にやるべきことは？」	6	ノウハウ＋事例紹介「一番こだわるコトは？」
2	ノウハウ＋事例紹介「ゴールを決めた後は？」	7	まとめ＋お礼、オファー予告「まとめ」
3	ノウハウ＋事例紹介「コンセプト作りの3要素」	8	オファーの案内、他との方との違い
4	ノウハウ＋事例紹介「バックエンドの解釈」	9	自分自身の経験やビフォアフター
5	ノウハウ＋事例紹介「ブログやSNSは何番目？」	10	サービスへの熱い想いや使命など

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ブログを書くたびに簡単な紹介を！
④SNSでもサラッと紹介をしておく！
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】

11月中には仕上げ

12月半ばにはスタート

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？



【今日から受付開始】



「自分をアップデートさせよう！」がテーマ

【11月開催　毎回am10―12時】

~~11/2 LINEステップ配信orステップメール作る部~~

11/9 おやすみ

11/16 セールス＆クロージング勉強会

11/24 マルシェ直前！出店者向け 最終確認＆リハ作業会

11/27 ★冬マルシェ本番！ am10:00～15:00

