

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講

アメーバブログ集客講座

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

【推奨環境】

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。

できない場合は最新の AdobeReader をダウンロードしてください。（無料）

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。

下記の点にご注意戴きご利用下さい。

このレポートの著作権は作成者の Infreest (インフリースト) に属します。

著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

このレポートの開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。

このレポートは秘匿性が高いものであるため、著作権者の許可なく、この商材の全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

目次

第1部：ビジネスの全体像	4
1：ポジショニング	4
2：タイトル	5
3：プロフィール	5
4：コンテンツの充実化	5
5：メルマガに登録をしてもらう	6
第2部：ポジショニングの明確化	8
第3部：売れるブログのタイトル	11
第4部：正しいプロフィールの作り方	13
第5部：売れる記事の書き方	16
売れる記事の書き方（捕捉）	21
第6部：超即効アクセスアップ法	22
・A：更新頻度	22
・B：読者登録	23
・C：いいね・ペタ	24
第7部：アクセスアップを10倍効率よくする方法	26
第8部：メルマガの登録率を上げる	28
第9部：最優先であなたがやるべきこと	31
第10部：メルマガを活用しなければならない理由	32
第11部：高額な契約を取るために	36

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

第1部：ビジネスの全体像

ブログでの集客からクライアント獲得までは、以下の7ステップで行っていきます。

◆ブログ

- 1: ポジショニング
- 2: 売れるタイトル
- 3: プロフィール
- 4: コンテンツの充実化
- 5: メルマガリスト獲得

◆メルマガ

- 6: 信頼関係の構築（価値観の共有）
- 7: セールス

1～5がブログでの作業、6～7はメルマガでの対応になります。

1: ポジショニング

あなたが何をしている人なのか、読者に明確に伝わるように、あなた自身の土台を固めてもらいます。

何のビジネスをしているのか？どんなビジネスなのか？

これは、ほとんどの人が曖昧にしており、それにより読み手に全く伝わっていないのが現状です。

分かりやすく言うと客観的に見て、何をしている人かよく分からない。

つまり、『集客以前の問題』の状態の人が多いです。

そのため、まずはここをきちんと具体的にします。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメーバブログ集客講座

2：タイトル

あなたのブログの文章を読んでもらえるかどうかはここで決まります。
どんなにアクセスを集めても、読んでもらえなければ無いのと同じです。
実際にブログへアクセスを集めても読者さんの8割は6秒～8秒であなたのブログから離れていきます。
例えば、1日に100人のアクセスがあったとしても文章を読む人は20人程度です。
驚くかもしれませんが、それほど読まれていません。
逆に、タイトルをしっかり作りこむことでこの読まない壁を乗り越えることができます。

3：プロフィール

プロフィールをきちんと作り込まない人は多いです。
また、作り込んでいても自分のブランディングを下げる作り方をしている人がとても多いです。
読者さんは気になるブログがあるとほとんどの人が、あなたのプロフィールを見ます。
せっかく、タイトルに魅力を感じてブログを読もうとしても、プロフィールで全てをダメにしていたら勿体ない・・・
そんなことがないようにブランディングを最大限に高めるプロフィールの作り方をお伝えしていきます。

4：コンテンツの充実化

これは、ブログ記事の充実化です。
多くの人は、1～3までをやらずに、コンテンツの充実化を進めます。
お気付きだと思いますが、1～3でブログの方向性が決まります。
この前提が無いまま、いくら記事数を増やしても目標が定まらない記事が漠然と増えていくだけで読者さんに一貫性のあるコンセプトなど伝わりません。
アレコレと話題が変わっていては、読者さんもついていけず、いずれあなたのブログを見なくなります。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメバブログ集客講座

人を引き込む文章とは何か？

読みたくなる文章、信頼度が上がる文章の書き方などを、分かりやすく、すぐに実践できる形でお伝えして行きます。

5：メルマガに登録してもらう

これで、集客は完了します。ここがポイントです。

集客とは、メルマガに登録してもらうことが目的です。

多くの人が勘違いしていますが、集客はブログの読者登録数を増やすことや、アクセスを集めることだと思いがちです。

間違えないで欲しいのは、それは集客の「手段」であり、「目的」ではありません。

集客の目的は、あくまでメルマガ読者を増やすことです。

私が「集客」と言う場合は『集客＝メルマガ読者を増やす』です。

この公式がすぐに出てくるまで、この概念を頭に叩き込みましょう。

実は、ブログのアクセスが 1000 や 1 万とかあってもメルマガの登録がなければ意味はありません。

アクセスがたくさんあってもメルマガに登録してもらえないのであれば、見込み客ではないアクセスが大量にあるだけです。

つまり、属性が合っていない。

例えば、1 万アクセスでも 1 日に 1 人しかメルマガに登録がないより、1 日 100 アクセスでも、10 人がメルマガ登録してくれたほうが集客は成功です。

上記の 1～7 の全体像にも書いていますが、セールスは基本的にメルマガで行います。

「ブログで売るのはダメですか？」とよく聞かれますが、アメブロの場合、ブログ内で過度に売込みをすると記事の削除や最悪はアカウント削除の可能性があります。

最近では少し落ち着いていますが定期的に、一斉取り締まりみたいに大量のアカウント削除がありますので、できるだけ被害に合わない対応をお勧めしています。

私は過去にブログを削除された経験はありません。

記事の削除はありますが・・・

基本的に売り込みをしなければ削除されることはないので、ご安心ください。

それに、ブログはセールスには向きません。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

最もセールスに適した媒体はメルマガです。

ブログで10万稼げるなら、メルマガを使えば100万稼げると言われるように、メルマガの威力はどの媒体よりも強力です。

これはブログだけではなく、他の媒体にも共通します。

フェイスブック、ツイッター、ラインなどSNSはその本質が繋がることなので、販売には向きません。

優秀なマーケッターであれば、基本的にSNSなどで売り込みはしません。

それらの媒体は、基本的にメルマガに登録してもらうために活用することで、しっかり売れるようになります。

ブログやSNSで下手な売り込みをすると、嫌われることや、ブランディングを下げただけでなく、最悪はアカウント削除にもなるので絶対にやめましょう。

- ・アメールは販売ではなく集客が目的
- ・集客とは、メルマガに登録してもらうこと
- ・アクセス数を増やすことはメルマガ登録への手段

このことは、絶対に忘れないでください。

今後、あなたが高額な契約をどんどん成約するために重要な考え方です。

第2部：ポジショニングの明確化

これから本格的に集客講座を進めていきますが、ブログを更新する前に、最初にしなければならぬことがあります。

それが、「ポジショニングの明確化」です。

ポジショニングとは、あなたがビジネスをしていく活動の場です。

あなたが、どんな分野のビジネスをして顧客を獲得するのか？

どんなビジネスで独立起業していくか？

この部分を明確に伝えなければ、お客は絶対につきません。

マーケティングの世界では「ビジネスの9割は、ポジショニングで決まる」というほど、重要で避けることのできないポイントです。

それでは、難しい説明は抜きにして、さっそく進めていきます。

ポジショニングを決めるためのステップは、大・中・小の3つのポジションを明確にし、絞り込んでいきます。

例えば、コンサルタントの場合に、大ポジションは「ビジネスコンサルタント」です。

これだと、どうしても抽象的なので何をしているのかが伝わりません。

そこで、大ポジションからさらに絞り込みます。

中ポジション「コーチ・コンサルタント専門の講師」

絞り込みにより、ターゲットが明確になりましたので、コーチ・コンサルタントの人が、そのブログを見ると思わず気になってしまいます。

しかし、これでもまだまだ足りません。

「何をするのか」は、まだ曖昧です。

そのため、さらに絞り込む必要があります。

小ポジション「コーチ・コンサルタント専門、アメブロとメルマガを活用する集客講師」

ここまでの絞り込みによって「誰に」「何を」提供する人なのかが明確になりました。

これが、ポジションの明確化です。

大ポジションと小ポジションを比べてみると、伝わりやすさの差が一目で分かります。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメーバブログ集客講座

- 大ポジション「ビジネスコンサルタント」
- 小ポジション「コーチ・コンサルタント専門、アメブロとメルマガを活用する集客講師」

ポイントは、『絞り込み』です。

絞り込みにより、明確になるため読者に、こちらの意図が一瞬で伝わります。

「絞り込むと、お客さんが減るだろ！！」という事を言う方もいますが、絞り込みをしなければ、あなたはライバルとの差別化ができず、大勢の中に埋もれてしまい、見つけてもらえません。

それでは、資金力やブランド力のある人だけにお客さんは集中していき、あなたは誰にも気づかれないまま消えてしまいます。

絞り込めば、絞り込むほど良いです。

少し考えてみましょう。

例えば、コーチやコンサルタントの仕事は、1回の契約で数十万円単位の利益を得るのは当たり前です。

だから、月に2~3人程度のクライアントと契約が決まれば、普通のサラリーマンより多い収入を得ることができます。

ポジショニングでの悪い例ですが、

「夢実現コーチ」

「目標達成コーチ」

「マーケティングコンサルタント」

「スピリチュアルカウンセラー」などなど・・・

これらは全て、大ポジションをそのまま提示しているだけです。

ブログにアクセスがあっても、あなたの考えはまず伝わらないと思ってください。

そして、それ以前に記事を読まれない可能性も高いです。

「抽象的」とは、ぼんやりしているということです。

ぼんやりしたものを提示すると、ぼんやりとしか伝わりません。

明確に伝えるにはより絞り込み、より具体的にすることは必須です。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アマーバブログ集客講座

私のクライアントさん（Aさん）を例にします。

Aさんは「起業支援コーチ」として活動していましたが、3ヶ月間の活動でクライアントはゼロです。

そこで、「誰の」「何の」起業を支援するのかを明確にすることから始めました。

Aさんは、コーチングをする仲間にダブルワークの女性が多く、それらの人たちが上手く集客ができていないことを知っていました。

そのため、まずはその人たちを成功させることに特化したポジショニングを考えていきました。

そしてできたのが大ポジション「起業支援コーチ」

中ポジション「コーチングで独立するための、集客力アップコーチ」

小ポジション「ダブルワークで忙しい30代の女性専門、集客力を倍増して90日で独立できる集客コーチ」

ここでのポジショニングの特徴ですが、まずは、本業とコーチングの両方を行うダブルワークの女性にターゲットを絞ったこと。

そして、集客力を倍増し、コーチングでも安定した集客ができることで、90日で独立するという短期的に成果を出すことを希望している人に的を絞りました。

このように、具体的に何をして起業支援をするのかを明確化しました。

今では、たくさんの女性起業家がAさんに学び、ダブルワークから解放されて、独立起業に成功しました。

今のあなたのポジションはどうなっていますか？

今回の内容から、ポジショニングを考えて、あなただけの『独壇場』を築いてください。

今後もお伝えしていくさまざまなテクニックもそれを支える土台として、ポジショニングがしっかりとできていない場合は、効果を引き出すことができません。

ここは絶対に外せないポイントなので、必ず真剣に取り組んでください。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

第3部：売れるブログのタイトル

売れるブログのタイトルの考え方としては、「具体的なターゲット」+「具体的なメリット」この2つを含んでいることが重要です。

ブログの世界というのは、とても厳しいものです。

ほとんどのブログ・ホームページは、アクセスがあっても、6～8秒でユーザーの8割は離れていきます。(近年では3秒とも言われます)

普通のブログで1日に100アクセスある場合は、80人もの人が文章を読まずに離れてしまうのです。

それ程、あなたのブログは読まれていない・・・

それでは、どうすれば多くのユーザーから「読みたい!」と思ってもらえるか??

ここで重要になるのが、「タイトル」です。

「具体的なターゲット」+「具体的なメリット」

この2つが含まれていることで読者さんに「私のためのブログだ!」と思ってもらえることができるのです。

ブログのタイトルが明確であるほど読者のニーズと一致しやすくなるので、それにより、濃い読者が増えやすくなります。

濃い読者が増えることで、文章を読んでくれる人の割合も上がります。

1000アクセスで2割しか読んでいない場合は実際に文章を読んでいる人は200人です。

しかし、濃いアクセスを集めた場合、アクセスが500アクセスと半分に減っても5割の人が読んでくれるなら、実際に文章を読んでいる人は250人になります。

つまり後者の方が、ブログの影響力があり、集客として成功していると言えます。

これにより、アクセス数だけを確認していることがいかに無駄なことか分かります。

集客とは、ただ単にアクセス数を増やすことではありません。

『メルマガに登録してもらう』ことが唯一で最大の目的です。

そのために必要なのが、濃い読者さんからのアクセスです。

なお、タイトルには数字が含まれていると良いです。

3ヶ月以内に独立できる～

1ヶ月で300人の読者を集める～

などなど・・・

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメブロ集客講座

数字が含まれると具体的で、客観的になり、よりイメージしやすくなります。
大切なことは、とにかく『明確である』ことです。

あなたのブログは誰に向けて書いていますか？

それを読んだ読者さんにはどんなメリットがありますか？

「誰に」「何を」伝えるのか。

ここは絶対に曖昧や、ぼんやりとさせないでください。

アメブロで多くの人々のブログを見ていると分かりますが、万人向けのタイトルの人ほどブログは注目されていません。

この内容を踏まえて、ブログタイトルをもう一度考えてみてください。

しっかりと作り込んだブログタイトルに大量の濃いアクセスが集まるようになると・・・
考えただけでワクワクしますね。

第4部：正しいプロフィールの作り方

プロフィールについては、真剣に考えていない人がとても多いです。

しかし、実はブログのプロフィールは意外と見られます。

あなたのブログにアクセスした読者はブログタイトルが気になり記事を読み、そして気に入ってくれた場合・・・

この時の読者の心理は、「このブログはどんな人が書いているのだろうか？」です。

つまり、プロフィールの内容次第では「なんだ、ブログ内容の割に魅力的な人ではないな・・・」と感じて、読者とならないこともあります。

良いブログタイトルにすると、アクセス数も増え、比例してプロフィールを見られることも多くなります。

ところで、プロフィールを書く理由は何だと思いませんか？

理由は大きく分けて2つあるのですが、

- ・理由1：読者に「私が探していたのはこの人だ！」と思ってもらうため
- ・理由2：親近感を与えるため

まず、理由1ですが、「私が探していたのはこの人だ！」と思ってもらうためにはあなたを求める属性に合った差別化が必要です。

誰でも良いのではなく、あなたでなければダメだと強く感じてもらうこと。

差別化のためにやるべきことは、他のライバルとは違う特技・特殊能力・長所の提示や「〇〇専門」などで専門性をアピールし、知識・経験・情報など、あなたが差別化できるものは具体的に示しましょう。

例えば、

- ・コーチ・コンサルタント専門の集客
- ・アメブロとメルマガだけに絞って解説
- ・アメブロ集客の成功をきっかけにコンサルタントを開始
- ・コンサルタント活動1ヶ月で50万円以上の利益を獲得
- ・無駄のない、初心者でも分かりやすい具体的なノウハウ提供
- ・誰でも簡単にできる内容（逆に知らない誰もできない）

などが差別化になります。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

実は差別化のポイントは、もの凄く高度なことを示す必要などなく、あなたが持っている知識や技能の表現を少し変えて伝えてあげるのです。

例えば、掃除が得意な専業主婦の方だと「365日いつでも埃のたまらない部屋作りができる」
ダイエットの知識がある方だと「食べても運動しなくても太らない方法を知っている」
などなど・・・

誇張は必要ないので、当たり前的事实でも、ユニークに伝えることがポイントになります。
あなたが、どんな人間で何ができるのか？

この部分は読者にしっかりと伝わる必要があります。

なぜなら、属性を合わせる事が大切だからです。

2つめの理由の、親近感を与える方法は、「ストーリー」と「自己開示」により、伝えます。

これは、自分自身のストーリーを書き、その中では自分自身をさらけ出すのです。

そして、人を惹き付けるストーリーで重要なポイントは過去と現在のギャップの大きさです。

「暗い過去を乗り越えて、明るい現在がある」

どん底からの成功、いわゆるサクセスストーリーというものです。

暗い過去をさらけ出すことはとても重要です。

カウンセラーなど、心理学に詳しい人は親近感を得るためにこの手法をよく使います。

自分自身の駄目な部分をさらけ出すのです。

私の場合は、サラリーマン時代は長時間労働や転勤の恐怖により時間の自由、場所の自由、精神的な自由がなく、独立起業直後は収入が安定せずにお金の自由がない生活を送る。

と、欠点や暗い過去を出しながら、そこから現在までの話を書いています。

苦手なことといえば、

単調な繰り返し作業が苦手

早寝早起きができない

食べ物の好き嫌が多い

実は、人見知りで自分の話をするのが苦手

などなど・・・

たくさんありますが、このようにいくつか書いていくと親近感を持ってくれます。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

また、普段のブログ記事の中でも欠点をあえてさらけ出すというのは使えるテクニックですので、たまに書いてみてください。

ここまでで、プロフィールの2つの目的を達成できるようになりますが、もう1つ押さえておきたいことがあります。

それは、『理念』を掲げることです。

あなたのビジネスに対する熱い想いや、そのビジネスの活動をするきっかけなどを嘘偽りなく書きましょう。

理念をうまく表現するための考え方ですが、普段あなたが「何を見て」「何を感じ」「何に葛藤するのか」これらを真剣に考えると理念を表現しやすくなります。

まとめると、魅力的なプロフィールの書き方とは、

- ・見込み客の属性に合わせた差別化
- ・専門性の提示
- ・過去～現在でギャップのあるサクセスストーリー
- ・駄目な自分をさらけ出す
- ・理念を掲げる

これらを含めた、あなただけのプロフィールを完成させてください。

第5部：売れる記事の書き方

いくらアクセスを集めて、ブログ記事が読まれても「つまらない」「役に立たない」と思われたら読者は定着しません。

定着する読者を増やすことの方が、目先のアクセス数より重要になります。

読者が定着していれば、毎日のアクセス数も安定しますし、安定するということはブログを訪れて数秒で離脱した人ではなく、記事を読んでいる人がどれだけいるのか把握するバロメーターになります。

では、読者が定着しない文章とはどんなものでしょうか？

それは、知識提供「だけ」をしている文章のことです。

ビジネス用としてブログを活用するのであれば、もちろん知識提供は大切です。

しかし、それだけでは読者は定着してくれません。

理由は、つまらないから・・・。

大学教授などは分かりやすい例です。

彼らは膨大な知識を持つ学問の権威であり、その話を聞けることは本来とても素晴らしいことなのですが、そのほとんどが人気はありません。

なぜなら、堅苦しい話だけを聞きたい人など、ほとんどいないからです。

テレビ番組もそうですが、堅苦しい教養番組などは、だいたい視聴率が低いのが当たり前です。

それに、知識提供だけをされると人はなぜか悪い印象を受けてしまうこともあります。

それでは、人が読みたくなる文章はどうやって書くのか？

それは「経験」や「ストーリー」で語ることです。

経験で語るとは、提供する知識は自分がどう実践してどんな結果になったのかを話すのです。

ここには、数字が含まれているとさらに良いです。

具体的な数字で表現するとイメージしやすく、客観的事実を伝えることもできるので信憑性も増します。

「こうすればメルマガに登録してもらえます！」だけでなく

「こうすると、私は1日で5人メルマガ読者が増えました！」という感じです。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

知識提供が多い場合は、抽象的な内容から具体的に説明できるので、読者に伝わりやすくなります。

次に、ストーリーで語るとは？

これは提供したい知識内容と1日の出来事を掛け合わせます。

例えば、マーケティングを教える場合ですが、ショッピングモールに行って、売れている店舗と売れていない店舗を見て感じた事をマーケティングの目線で解説します。

反応が良いコピーライティングの手法として「日常をユニークに表現する」ということをしますがストーリーで語るとは、まさにこれと同じです。

人はストーリーが好きです。

ストーリーは読まれやすく、イメージしやすく、そして何より、人はストーリーを信じます。

ビジネスにおいて高額のサービスを提供することが多い場合は、信頼関係の構築がとても大切なのですが、自然とそんな関係になれることが、ストーリーの魅力です。

この2つを意識して文章を書くとき非常に反応が良いのでぜひ実践してみてください。

それでは、読者に読まれる文章の『型』を紹介します。

- ・STEP1：意外性のある意見の提示
- ・STEP2：理由
- ・STEP3：具体例
- ・STEP4：まとめ

この流れを守って書いていくと間違いなく反応の取れる文章ができます。

STEP1：意外性のある意見の提示

例えば、お金の話をする際に、「貯金は無駄」だと提示します。

多くの方は、貯金をすることは当たり前だと思っているので「えっ？なぜ？」と疑問に思います。

これが意外性です。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメンバーブログ集客講座

STEP2：理由

続いてそれに対する意見として、何年もかけていくらお金を溜め込んでみても、どこかでそのお金を使う時がきます。

当たり前ですが、使った時点でそのお金は無くなり、手元には残りません。

そして、再度同じ金額を貯めるにはまた膨大な時間が必要になる。

貯金だけをしている人は、お金を増やす術を持ってない。

お金を増やす術を持たない人は、結局は今持っているお金をほとんど使えないし、使えなければ無いのと対して変わらない。

少しずつ貯めていくよりも、大きく稼ぐ方法を今から学ぶべきでは？

そうすると、いざ貯金を使い切るくらいの出費があったとしても、またすぐに同じくらいのお金を稼ぐことができる。

だから、いつでもお金を稼ぐことができるので、例え無一文になっても、お金で悩むことは無い。

なぜなら、またすぐに大金を稼ぐことができるから。

STEP3：具体例

1千万円以上も貯金をしていたけれど、新築の一軒家を購入し、住宅ローンは35年の長期コースで手元のお金はあっという間に消えていき、ローンの返済に追われ続け、いつまでもお金が貯まらなくなった人の話や、破産状態に追い込まれたアメリカの不動産王ドナルド・トランプが、たった1年でまた億万長者に返り咲いた話など。

他にも、毎月1万円を貯金して1年後に貯まっているのは12万円で10年間で120万円しか貯まらない。

でも、1万円を運用した場合、月利1%、3%、5%それぞれで同じく10年後には、以下のような金額になります。

1% = 232万円

3% = 1157万円

5% = 7306万円

このように数字を含めた具体的な事例を提示します。

私自身、貯金をしている意識はほとんどありません。

ただ、物欲もなく、服や時計、アクセサリなどもほとんど買いませんので、

勝手に貯まっていますが・・・。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アマーバブログ集客講座

仮に今日これから無一文になり、これまでの人間関係を全て失っても、3ヶ月程度でサラリーマン以上の収入を得られる仕組みを作ることができます。

そのための具体的な方法は、いくつでも持っています。

など、自分自身の話を例にして、話すのも良いでしょう。

STEP4：まとめ

チマチマと貯金をするより、今から自分自身のスキルアップに投資をして、いつでも好きなだけお金を稼ぐことができる力を手に入れるべきだ。

かなり大まかな流れになりましたが、これが一連の流れです。

意外性のある意見を提示することで読者に興味付けをし、理由を説明して、先を読みたくなるようにします。

具体例により、イメージしやすくし、客観的な事実も含めて信憑性を増していきます。

そして、最後に一連の流れをまとめて価値観を共有します。

すんなりと読み終えることができれば、次の記事もまた読みたいと思ってくれる可能性が高くなります。

この「型」を使うことで、あなたの文章に説得力が増します。

そして、読者はあなたに興味を持ちます。

記事を読んでくれる読者も増えるのでメルマガの登録率も上がります。

文章の書き方というのは、人それぞれ自由ですが書き慣れないうちや、書き方が分からない場合はまずは、この「型」を使ってみてください。

記事が増え、コンテンツが出来上がればブログもしっかりとした形になります。

アクセスも集まることで、売れるブログの土台が出来上がります。

あなたがビジネスをするための土台です。

この土台がしっかりと出来上がっていれば、今後お話しするテクニックの効果が最大限の威力を発揮することになりますのでぜひしっかりと作り込んでみてください。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメーバブログ集客講座

なお、アメブロは無料ブログサービスの為、通常は余計な広告が表示されますが、「Amebaプレミアム」により消すことができます。

有料なので、月額 1008 円は必要ですが、ブログの見た目をスッキリさせて、独自性を出したい場合は外すと良いです。

メルマガの登録率を上げる場合にも、余計な広告などは無い方が、読者がすんなり登録してくれます。

この広告外しは、必須ではありませんが、ビジネスの必要経費として実践してもらいたいと考えます。

売れる記事の書き方（捕捉）

パソコンの前に座り、さあ文章を書こうと思っても頭の中でまとめきれないことがあります。

そんな時には一旦パソコンを閉じ、紙とペンを準備して下書きをする事をお勧めします。下書きとはいえ、一字一句を全て書くのではなく、以下の3つを書けるだけでも十分です。

- ・ テーマ
- ・ 概要
- ・ 流れ

パソコンからはブルーライトというものが出ていて、これは人間の交感神経を刺激し、意識を覚醒させる働きがあります。

パソコンを使っていると、人は呼吸が浅く途切れ途切れになり、落ち着きがなくなることや脈拍にも変化が出ます。

目の筋肉が硬直して、常に緊張状態になります。

つまり、頭の中を整理するには適さない状態です。

そのため、一度パソコンを閉じてみて、リラックスしたうえで頭の中を整理してください。

そして、テーマ、概要、流れの3つを意識しながら紙に下書きをしてみましょう。

それを見ながらパソコンのキーボードで打ってみると驚くほど簡単に文章が書けるようになります。

そんなことをすると、時間がかかりそうだと思うかもしれませんが、「急がば回れ」というように文章が書けずに、悩み続けるよりは無駄な時間が省けることが分かります。

そして、記事の質も全体的に上がります。

私のクライアントさんでも、もともと文章を書くのが苦手だと言っていた人の8割以上はこれで書けるようになっていきます。

パソコン作業ばかりだと、目や肩もこりまくりで体にも良くないですからね。

かなり有効な方法ですので、ぜひ試してみてください。

なお、文章を読む場合もパソコン上では紙に比べて、理解度が3分の1程度まで落ちるそうです。

第6部：超即効アクセスアップ法

アメブロの魅力はたくさんありますが、どの媒体と比べても、属性に合わせたアプローチが簡単なことが大きな魅力の1つです。

匿名性があるので、ある特定テーマに絞って記事を書いている人も多く、ピンポイントで属性を合わせて、アプローチすることができます。

アメブロでアクセスを増やす方法はだまかに分けると以下の3項目です。

- ・A：更新頻度
- ・B：読者登録
- ・C：いいね・ペタ

「読者登録、いいね、ペタなんか前から知っている」と思うかもしれませんが、使いこなせていない人は多いです。

と言うよりも、全く使いこなせていませんね。

少しだけアプローチの方法を変えるだけで反応が何倍にも増えるので、ぜひ最後まで読んでください。

- ・A：更新頻度

多ければ多いほど、アクセス数やメルマガ登録人数が増えます。

更新を数日間しないと、メルマガ登録数は減りますし、更新した後は、明らかに増えます。

ブログを開設したばかりの頃などは特に顕著です。

記事数も少なく、コンテンツ不足なので、ブログを見つけてくれても「役立つブログ」とは思ってもらえません。

記事が3つしかないブログを見ても、「これは私が探していたブログだ!」とは思いませんからね。

そのため、最初の頃は特に更新頻度を高くして記事数を増やす意識を持ってください。

ブログは、1日1記事でないとダメということはありません。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメバブログ集客講座

私もブログは複数運営していますが、開設直後は、1日で5記事くらい書いて、とにかく記事の量を増やすことを意識します。

最終的には、質を重視するべきですが、最初はず量を重視です。

・B：読者登録

アメブロの中で一番効果的です。

こちらから、誰かのブログに読者登録をすると一定数の人が登録返しをして、あなたのブログの読者になってくれます。

読者数が増えると、当然アクセス数も常に高い水準で安定します。

読者登録をする際には、少し意識したいコツがあります。

自分と同じ属性にアプローチをするのは当たり前で、更にもう少し踏み込んでみます。

あなたの属性に当てはまりそうな「キーワード」を細分化して、そのキーワード毎に、登録後の反応を測定していきます。

効率的に読者数を集めるには、かなり有効な方法ですが誰もやってないですね。

私の場合は、

- ・ 起業
- ・ コーチ（コーチング）
- ・ 集客
- ・ ビジネス
- ・ コンサル（コンサルティング/コンサルタント）

などなど・・・

これらが、属性に合ったキーワードですが、それぞれのブログにアプローチをしてどれが最も反応が高いかを見極めます。

見極めが出来たら、そこからは1点集中です。

成功パターンが分かれば、徹底的にやり続けるのは基本です。

これをやれば、濃い読者がどんどん増えます。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメバブログ集客講座

・C：いいね・ペタ

同業者のブログ読者にアプローチしてください。

まず、人気のある同業者のブログをいくつか見つけて把握します。

その後、そのブログの読者に順番にアプローチしていきます。

なお、これだけで1日10人以上も読者登録が増えることもあります。

同じジャンルで、しかも読者登録をしているということは情報を求めている、意識が高い人である可能性が高いのです。

・読者登録：50人/日

・いいね：300人/日

・ペタ：500人/日

合計で850人の属性の合ったアメブロユーザーに毎日アプローチできます。

集客に困るなどありませんね。

そしてもう一点、このアプローチ方法の最重要ポイントをお伝えします。

それは、必ずアクティブユーザーだけを選ぶ事。

ブログはあっても、何ヶ月も更新していない放置ブログに読者登録をしても無意味です。

私の場合、1ヶ月以上更新していないブログにはアプローチしません。

実は、アメブロで集客のために活動していることはこれだけです。

コメント回りやアメンバー申請は、効果が感じられないのでしません。

無駄なことは一切やる必要なしです。

できればWordPressを最初から使うことをお勧めしますが、レンタルサーバーの契約などがどうしてもできない場合は、まずはアメブロから始めて下さい。

SNSとの連動や、検索エンジンからアクセスを集めることも重要ですが、前に進むことが重要です。

最短最速で結果を出し、あなたのビジネスを軌道に載せるためには、余計なことを全て排除し、アメブロだけを徹底攻略してもいいです。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

私がコンサルタント業を開始してから、月収 100 万円を超えるまでのアクセス手段はアメールからだけという実績もあります。

第7部：アクセスアップを10倍効率よくする方法

濃いアクセスだけを集める方法の記事更新、読者登録、いいね、ペタについてお伝えしましたが、記事更新は、ある程度のコンテンツが増えれば1日1回でもブログを更新すればいいので、問題ないですが、読者登録、いいね、ペタについては、数がとても多く、毎日膨大な時間を必要とします。

属性に合わせて読者を探し、登録するまでに1件あたり1分かかる場合、50件で50分、いいね300件、ペタ500件では、それぞれ1件あたり30秒かかるとして全部で4時間休みなく作業しても、合計で4時間50分も必要になります。

忙しい生活の中で毎日この作業をし、さらにブログの記事の更新も・・・そんなことは無理ですね。

さらに、アプローチする相手の質を上げるため、一定期間更新していないブログを避けるための選定時間も含めると・・・もう考えただけで泣きそうになりますね。

ところが、アメブロで集客をして、大きな収入を上げている人は、ほぼ全員が毎日この作業をしています。

もちろん私もこの作業を毎日しています。

それでも、必要な実作業時間は10分もかけていません。

そのためのツールがあります。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメンバーブログ集客講座

・[アメンバーキング 2](#)

上記のページに、機能は十分に書いていますのでそれ以上の説明は不要と思いますが、このツールを使うことで超効率的に、自動で濃いアクセスだけを集めることができます

そして、更新を一定期間していないブログにはアプローチしない機能もついています。
(これはとても重要です)

このツールを活用すると、日々の作業がとても楽になります。
スタートボタンをワンクリックすれば自動で読者登録、いいね、ペタをしてくれるので、その間に食事やお風呂、メルマガを書いたりできます。
ちなみに私のブログテンプレートもこのツールの機能を使い、ボタン一つで作りました。

面倒な単純作業でツールを使うのは、ビジネスでは基本です。
作業の効率化のためには必須ですね。

私の毎月の固定費のうち 2980 円が、このアメンバーキング 2 の使用料です。
費用対効果を考えれば、使わない理由がありません。
無料のお試し期間もあり、私のコンサル生は全員使っていますので、必ず使ってください。

第8部：メルマガの登録率を上げる

メルマガ登録の募集をする場合には、基本的にブログ記事の下にリンクを貼って行います。記事を読んでもらった人に対して、「もっと詳しく知りたい人はこちらどうぞ」という感じ

です。メッセージボードに登録ページへのリンクを貼るのも反応があるので、良い方法です。

戦略的に作り込んだブログであれば、登録用フォームをブログ記事の最後に設置しておくだけでも多少反応はありますが、それでも、申し込みページをきちんと作った方がより効果的で安定的にメルマガに登録してもらえます。

登録用ページを作る際に意識すべきことは、以下の5項目です。

- ・ 緊急性
- ・ 希少性
- ・ 登録特典
- ・ 数字、データ
- ・ 明るい未来の提示

緊急性とは、時間制限や人数制限のことです。

これは基本中の基本なのですが、一般の人にも既に慣れているので「そうは言っても、どうせ続けるんでしょ？」と思われま

す。緊急性を提示する場合は、正当な理由も合わせて入れる必要があります。

人数制限の場合は、サポートに限界があるからという理由は理解されます。

クライアントさんが増えてくると分かりますが、人数増えすぎると、本当にサポートが大変になるので自分の限界値もいずれ把握する必要があります。

なお、時間制限と人数制限を比較すると時間制限の方が効果は高いです。

ただし、メルマガ登録に時間制限を設けるのはシステムの問題で高度な設定が必要になるので、日程が決まっているセミナーなどに活用すると効果的です。

希少性とは、ここでしか手に入らないものや、珍しいものを提示することです。

この業界であなたにしか提示できないものや希少価値の高い情報を持っていることを伝えると人はそれに反応します。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

希少性を作り出すための効果的な考え方は、「組み合わせ」をうまく使うことです。属性に合わせた専門的な知識と、あなたが個人的に詳しい分野の知識を組み合わせ、新しい価値へと変えて作り出します。

趣味や過去の経験など、1つの知識だけでは珍しくないものでも、複数の知識を複合して作り出したものは、他のライバルに簡単には真似されません。

私の場合では、サラリーマン時代の知識や、中古車販売業、セミナー講師、そして、インターネットマーケティングなど、これまでに経験してきた様々なビジネスの知識を組み合わせることで自分の独壇場となるものを作りだし、希少性を生み出します。

数字・データとは、これも基本的なことですが、多くの人は曖昧にしか提示していません。ヘッダーの重要な部分に含ませるとか、クライアントの変化を表すデータなどで事実を具体的かつ客観性を持たせて伝えるためには数字・データが必要です。

なお、抽象的なテーマの場合は具体的に表現するため数字・データはとても役に立ちます。

例えば、「コーチで成功する方法」と言っても、漠然としていてよく分かりません。

そこで、「ゼロからスタートし、1ヶ月以内に1件目を成約できる5ステップ！コーチングマスター講座」のように、数字を含めて具体的で、何を、どのようにして、どんな結果になるのかが分かるようになります。

最後に、明るい未来を見せること。

これが出来ている人は、とても少ないですね。

最も効果があるものですが・・・

セールスでもとても効果的に使える技で、何か商品売りたい場合、機能や特徴などの優位性ばかりを延々と説明するより、それを手に入れることで得られる明るい未来を実際に手に入れたように具体的にイメージさせるほうが、圧倒的に反応が取れます。

状況によっては、商品の説明など一切不要で売れます。

メルマガの登録程度であれば、その効果はさらに大きく期待できます。

あなたのメルマガを読むことにより、どんな明るい未来が手に入るのか？

それとは逆に、メルマガを読まないことにより、どんな暗い未来、不幸な未来へと進むのか？

ここを強烈にイメージさせることにより、人は思考が麻痺して盲目的に動いてしまうのです。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

そして、ここでも使えるのが「ストーリー」です。

ストーリーを織り交ぜることにより、人は疑似体験のように、鮮明にその風景をイメージすることができます。

人はストーリーが好きなので、ストーリーは読まれます。

そして、ストーリーを信じます。

メルマガ登録の募集ページに上手く、あなたのストーリーを織り交ぜることにより、登録率がびっくりするほど上がります。

この内容は、メルマガ登録ページに限らず、無料セッションやセミナーの参加募集など色々な場面でも使えますので、ぜひ実践してみてください。

第9部：最優先であなたがやるべきこと

ビジネスを始めて独立レベルで稼ぐためには、メルマガ登録者リストを集めることが必須ということは理解できていますか？

メルマガに登録してもらうために、登録ページ（LP）で意識するべきことは

- ・ 緊急性
- ・ 希少性
- ・ 登録特典
- ・ 数字、データ
- ・ 明るい未来の提示 だと、説明しました。

極端に言うと、最低限のリストを確保してしまえば、あなたが売り上げに困ることは無くなります。

多くのブログ運営者は集客の意味もよく分からない状態で、ブログのアクセス数だけに気を取られています。

しかし、あなたは結果を出すためのマーケティングに意識を切り替え、まずは、最優先で最低 100 リスト獲得する事に集中してください。

これで、あなたの収入が決まります。

リストマーケティングを知っている人からすると「えっ？ たったの 100 リスト？」と思うことでしょう。

メルマガで高収入を得るには、最低でも数千リストや 1 万リスト以上の獲得が必須だと思っている人は非常に多いです。

ところが、私のやり方では、最初は 100 リストで十分です。

なぜなら私も、コンサルタントとして開業直後、1 ヶ月ほどで 50 万円以上の利益を出したときのリスト数は 100 人以下です。

さらに、単発のまぐれ当たりではなく、その後も売り上げは増えています。

今では、もっと多くの方が私のメルマガに登録してくれています。

全てを計算したうえでの用意周到なマーケティング戦略により、少ないリストからでも安定収入に繋げることは可能です。

なお、100 リストであれば、きちんとブログを作り込めば、1 ヶ月もかからず集めることができます。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメーバブログ集客講座

第10部：メルマガを活用しなければならない理由

私は基本的に、ブログ×メルマガで収益を上げています。

実は SNS もアカウントは複数持っているのですが、たまにしか更新していません。

そして、販売など一切しません。

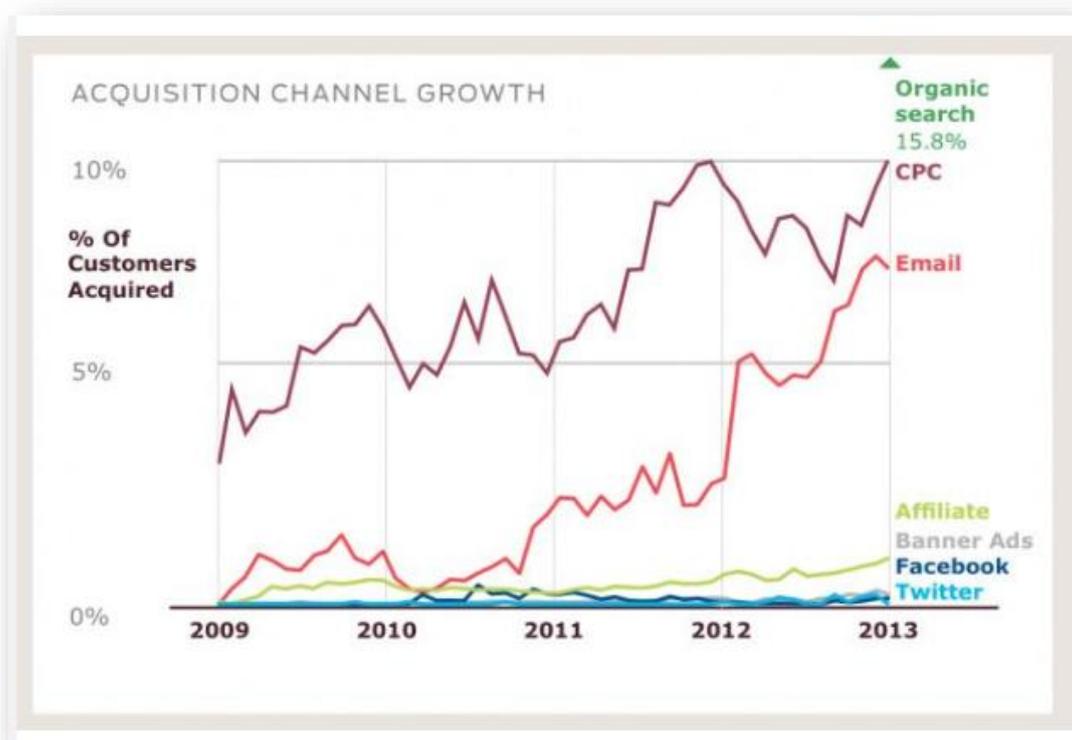
基本的に SNS は物売る媒体ではなく、ブログやメルマガ登録ページにアクセスを送るために使うべきです。

その理由は・・・

単純なことです、メルマガ以外ではほとんど売れないからです。

ウェブマーケティングの世界で販売をする場合、PPC 広告とメルマガが、圧倒的な販売力を持っている事は、しっかりとデータで示されています。

こちらのグラフをご覧ください。



引用元⇒ <http://wired.jp/2013/07/05/email-crushing-twitter-facebook/>

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメーバブログ集客講座

グラフを見れば、販売力の差は明確でメルマガと PPC 広告が圧倒的です。
なお、PPC 広告とは、広告費をかけて検索エンジンから販売サイトに誘導する方法です。
そのため、アクセスを増やせば増やすほどお金がかかります。

フェイスブックやツイッターなどの SNS で無料オファーやアフィリエイトのリンクをスパム的に何件もアップしている迷惑な人は未だに多いですが、ほとんど誰からも相手にされていません。

相当な労力を使っても、月に 1~2 万円のお小遣い稼ぎが何とかできる程度です。

(私が契約を取るまでの労力は、それら半分以下です)

セミナーの募集には使えますが、それでもメルマガの方が圧倒的に反応率は高いです。
考えてみると分かりますが、SNS から何かを購入した経験はありますか？
あると答える人は非常に少ないはずです。

アメブロの規約でも、基本はブログ内では販売禁止です。
もともと無料ブログは売るための媒体には適さないので、メルマガに比べると圧倒的に売れにくいです。

生活に困らないレベルの収入を得るためにももっと大きな収入を得るためにもメルマガの活用は必須となります。

「フェイスブックで稼いでいます！」

「ツイッターで稼いでいます！」

「ブログで稼いでいます！」

と言っている人も、実はそれぞれの媒体で「集客」や「ブランディング」をしているだけで大きな売り上げを出しているのはメルマガです。

「フェイスブックで稼ぐ」や「ツイッターで稼ぐ」などの商材を販売している人も、必ずメルマガでその商材を売っています。

ネットショップでも、大きく売れているショップはサイトよりもメルマガからの売り上げが大きいことも珍しくありません。

今のところ、インターネットを活用する場合にメルマガよりも効率的で大きく利益を出せる媒体は存在しないので、絶対に外すことはできません。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

そのため、基本戦略は、ブログ（WordPress or アメブロ）×メルマガを第一優先で仕組みを構築し、土台が完成して余裕ができたなら SEO や PPC を導入するのが、早く大きく稼ぐための王道です。

私のクライアントさんにもフェイスブックを使っている人はたくさんいますが、ブログにアクセスさせるために使ってもらっています。

そして、販売は、メルマガで行います。

私がリストマーケティングを開始して1年程たった頃です。

読者数 1000 人以下のメルマガで 30 万円の商品のプロモーションをした際には、たった 2 通のメールで 5 人が申し込んでくれました。

こんなに効率よく結果を出せるのは、メルマガだけです。

メルマガ配信スタンドは、色々なサービス会社がありますが、私がお勧めしているのは、エキスパートメールです。（通称エキスパ）

・[エキスパートメール](#)

EXPA エキスパート

ヘルプ オペレータ ログイン

料金プラン / 申込 選ばれる理由 機能一覧 セミナー情報 よくある質問

インターネットビジネスのすべてが
エキスパだけで完結!
2万社以上の導入実績！ ネットビジネスに必要な機能全部入り！
▶ 利用スタート (無料)

新規契約の相談はこちら
専任スタッフが対応します！ ▶ クリック

エキスパのお問い合わせ
使用方法などの質問はこちら ▶ クリック

到達率専用ダイヤル
到達率が下がったと感じたら ▶ クリック
※ログインが必要です

よくある質問

- 1 利用開始までどれくらい時間がかかりますか？
- 2 体験版や試用期間はありますか？
- 3 無登録後でも、メール配信プランの追加は出来ますか？

EXPA メール配信機能あり

人気No1プラン
¥18,700 (+税)
本格的なメール配信サービスを

EXPA メール配信機能なし

お試しプラン
¥2,970 (+税)
まずは安いお値段で試しに

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

到達率の悪いメルマガ配信スタンドだとメールを送信しても迷惑メールフォルダに入るか、それ以前にメールが届かないという最悪の事態もあるので配信スタンドを選ぶ時には注意が必要です。

これまでに、多くのメルマガスタンドを見てきましたが、エキスパが一番使いやすいし、到達率も安定しています。

まだ、メルマガの準備をしていなければ、エキスパを使えば、まず間違いありません。初めて有料のメルマガスタンドを使う場合は、エキスパ・メール・クラウドでも十分です。

月額 2970 円と、超激安な価格設定ですし、私の月々の固定費の最後がこのエキスパです。月額で何万円もする配信スタンドもありますが、そこまで高価なものにしなくても、エキスパだけで十分です。

メルマガ読者の獲得は、アメール集客の最大の目的で今すぐ始めるべきなので、まだ使っていない場合は、早めに導入する事をお勧めします。

・ [エキスパ・メール](#)

第 11 部：高額な契約を取るために

安いプランしか受注できない人には共通点があります。
それは、手当たり次第に売ることばかり考えているということです。

ビジネス交流会などに参加している人に多く見られますが、名刺交換をしたら、後日アポ取りをして、そこからは、すぐに自分の商品を売り込む人がいます。
相手の状況などはお構いなしで、とにかく売りたいくて仕方がない・・・

私が以前会った人で、とにかく商品を売りつけようと必死な人がいました。
会うのは2回目で、お互いのことなど何も知らない状態で必死になって説得をしてきて、「買わないやつはバカだ！」みたいな勢いで来ました。
完全に怪しい人です。

そんな人から商品を買いたいなんて思いません。
この前会ったばかりの人に、いきなり売り込まれても基本的に相手は警戒します。

前提条件として、何よりも大切なのは信頼関係です。

相手に自分の事を信頼してもらい「この人なら大丈夫だ」と安心してもらう必要があります。
必要なのは信頼関係ですが、あなたのファンになってもらうくらいの気持ちが必要です。

あなたの事を心から信頼し、あなたの言葉を頼りにする人は、商品を紹介したときに、仮にそれが高額なものであってもあまり悩むこともなく、商品を購入してくれます。
過度な売込みなどは不要で「これはお勧めですよ」と言うだけでも本当に売れます。

私のクライアントさんは、短期間で成果を出す人が多いのですが、やっている事は単純明快です。

きちんと集客してファンを作り、例え高額でも欲しくなるプランを提供する。
実はこれだけです。
そうすると、月収 100 万円もそんなに高くない壁になります。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメールブログ集客講座

20万円のプランの場合は、月に5人が買ってくれれば達成です。

50万円のプランの場合は、月に2人、100万円のプランなら月に1人で達成です。

そして、実際に100万円のコンサルティング・プランは売れます。

メルマガ読者が少なくとも毎月100人増えるとして、そのうち2~3人が購入してくれれば、サラリーマンの月収くらいは余裕で超えます。

100人と言えば、それなりに広いセミナールームが満席になるくらい的人数です。

その中の数人さえも反応してくれないのであれば、相当な問題があります。

私はアフィリエイトでは30万円の教材を月に2~3人にコンスタントに販売していましたが、高額商品の売り方を知っていれば、数十万円の商品を数人に買ってもらうことなど全然難しくありません。

メルマガ読者が毎月100人増えて、その中からたった2人が50万円のプランを購入してくれるだけで、月収100万円です。

この流れを仕組み化し、集客に力を入れてメルマガ読者が毎月200人増えれば、収入は倍の200万円です。

資金に余裕ができれば、広告費を使いアクセスを集めることで、大量のメルマガ読者を獲得でき、爆発的に利益を増やせます。

その中の一部の人が、本当のファンになってくれるだけで特に売り込みも必要ありません。

「よかったらどうぞ」この一言で売れるようになります。

お客さんからしても「売りつけられた」という意識がないのでブランディングも崩れません。

これは対面でのクロージングの時にも役立ちます。

契約前のクロージングについての会話術ですが、相手の言い訳を潰して、反論の余地が無くなったところで契約に持っていく技術がありますが、これは人によってはものすごく嫌がられます。

私は異業種交流会で知り合った人とのアポが嫌いになったのは、実はそれが原因です。

ブログ×メルマガマーケティングマスター講座

補講：アメーバブログ集客講座

しっかりしたファン化ができていれば、そんな技術を駆使する必要もありません。

普通に会話をした後にプランの説明をして、「こんな感じですが、どうでしょう？」というだけで、成約できてしまいます。

飢えたハイエナが獲物に食いつくように、しつこく食い下がる必要などありません。

コーチ・コンサルタントのように、人と接する仕事をするのであれば、売り込む技術よりも、まずは人の心を掴む技術を学ぶべきです。

最終的には購入してもらうことが目的だとしても売る事はそれほど考える必要がありません。

あなたのファンが増えれば、あなたの商品は勝手に売れていきます。

それができるようになり、販売のノウハウをかけ合わせるができるようになれば、その時には「売る」ということは、健全であり、あなたに大きな利益をもたらしてくれます。