

ネット起業バイブル！


第28号

発行会社: infomake 株式会社（インフォメイク）

<http://www.resale-rights-business.jp/>

ネット起業バイブル！バックナンバー（無料）

<http://www.top-marketer.com/NetBible/>

← の  ボタンをクリックすると目次が表示されます。
読みたい項目をクリックすると該当部分に移動します。

このレポートは再配布できます。

あなたのお友だちやお客様に、自由に配布してください。
メルマガ、ブログ、ホームページでの配布も可能です。
改変はできませんが、どのような方法でも配布できます。

再販権付き商品をプレゼント！

リセールライト「無料」メール講座を受講するだけで
再販権付き商品を無料でプレゼントします！

<http://infomakemarketing.com/e-course.html>

【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 Adobe Reader をダウンロードしてください。(無料)

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

【免責事項】

著者はこの E-BOOK を執筆するにあたり最大限の努力をしています。著者は、この E-BOOK の内容の精度や適用性、適合性、完全性についてはいかなる保証もいたしません。

この E-BOOK の情報は、教育を目的としているものです。したがって、この E-BOOK にあるアイデアを適用する場合の全責任は、利用者ご自身で負うものとします。

著者は、いかなる特定用途のためにもその保証(明示的であれ暗示的であれ)や商品性、適合性を否認いたします。著者は、この E-BOOK を使用することで直接あるいは間接的に発生する、直接的、間接的、懲罰的、特別、付随的、またはその他の派生的損害について、いかなる責任も負わないものとします。

また内容は現状のまま、保証なしで提供されるものとします。常に適任とされる専門家のアドバイスを求めるようにしてください。

著者は、この E-BOOK で記載されたサイト一覧やリンクの性能、有効性についてはいかなる保証もいたしません。全てのリンクは情報目的だけに用いられており、その内容や精度、他のいかなる目的についても保証されるものではありません。

infomake 株式会社 野村 晃正

執筆者 : infomake 株式会社 代表取締役 野村 晃正

ワードもエクセルも使えない初心者から、リセールライトをスタート
Yahoo・Google「リセールライト」1 位、2010 年 infomake 株式会社設立
2010 年 8 月より AllAbout(オールアバウト)公認 IT コンサルタント

infomake 株式会社(インフォメイク)

<http://infomake.jp/>

リセラーパーフェクトクラブ

<http://www.top-marketer.com/>

アーティクル infomake

<http://www.infomake.org/>

特商法に住所や名前を載せるのが怖い、 あなたへ

2011 年 4 月 1 日で、
会社を設立してから 1 年がたちます。

何だか感慨深いですね。

まだ僕は若いので、死ぬ時に悔いが残らないよう
どんどん挑戦して、飛躍していこうと思います。

これからもよろしくお願いいたします。

さて、本題です(^^)

「特商法に、住所や名前を載せるのが怖い」

そんなあなたへのコンテンツです。

いたずらされるんじゃないか...

家までこられるんじゃないか...

何か悪用されるんじゃないか...

いろいろ不安がある方もいるでしょう。

確かに不安な気持ちは分かりますが、

「特定商取引法とは何か？」

まず、考えてほしいと思います。

意外と、特定商取引法の認識の差が、

売れない原因だったりするからです。

特定商取引法(特定商取引に関する法律)とは、

特定商取引を公正にし、購入者等の損害防止を図り、
購入者等の利益を保護し、商品等の提供を適正にし、
国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

※参照：e-Gov(イーガブ)総務省

<http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S51/S51HO057.html>

**インターネットビジネスは、
特定商取引法の通信販売の部分に属します。**

そして、通信販売の必要表示事項として、
下記の項目があります。

- ・事業者の名称(法人)又は氏名(個人事業者)
- ・事業者の住所

- ・事業者の電話番号
- ・事業者の代表者氏名、又は責任者氏名(法人)

※参照: Wikipedia (ウィキペディア)

<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E9%80%9A%E4%BF%A1%E8%B2%A9%E5%A3%B2#.E9.80.9A.E8.B2.A9.E3.81.AB.E3.81.8A.E3.81.91.E3.82.8B.E5.BF.85.E8.A6.81.E8.A1.A8.E7.A4.BA.E4.BA.8B.E9.A0.85>

つまり、法律で決まっているということ。

でも、法律で決まっているから載せなさい
と言いたいわけではありません(^ ^)

法律で決まっているからという理由以外で
~~~~~

**特商法を載せるべき理由があります。**  
~~~~~

「特商法に、住所や名前を載せるのが怖い」

そう思う多くの方は、バーチャルオフィスを
検討したことがあるのではないのでしょうか？

バーチャルオフィスとは、

実際に入居することなく住所・電話番号を借り、
届いた郵便物は転送し、かかってきた電話には
オペレーターが対応するようなサービス。

※参照：Wikipedia（ウィキペディア）

<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%83%90%E3%83%BC%E3%83%81%E3%83%A3%E3%83%AB%E3%82%AA%E3%83%95%E3%82%A3%E3%82%B9#.E3.83.AC.E3.83.B3.E3.82.BF.E3.83.AB.E3.82.AA.E3.83.95.E3.82.A3.E3.82.B9.E3.81.AE.E3.82.B5.E3.83.BC.E3.83.93.E3.82.B9.E6.8F.90.E4.BE.9B.E5.BD.A2.E6.85.8B>

私のバーチャルオフィスに対する見解を話せば...

「だから、特商法は載せるべきなんですね！」

と理解してくれると思うので、お話します。

私は、バーチャルオフィスには反対です。

なぜなら、自分がお客さんの立場で考えたら、
普段自分が居ない場所を特商法に載せるなど
ありえないと思うからです。

個人でもお金をいただく以上、会社です！

どこの会社でも DM や勧誘電話、メールに
困っているのは確かです。

でも、それによってバーチャルオフィスを
使う企業がどれだけあるでしょうか？

それが、普通の企業、会社というものです。

個人事業だから、個人として取り組む。

だから、独立できずに副業のまま。

たとえ個人事業であったとして、
企業、会社として考えて取り組んでいく。

だからこそ、独立する夢が開ける。

そういうものです。

私は、最初から個人事業開業届も出して、
ちゃんと住所を記載しました。

商売として、当たり前だと思ったから。

特定商取引法表記のページを一度作って、
キャプチャーして画像化する。

といった対策をするのも良いでしょう。

逃げる方法、やらない方法を考えるよりも、
「最低限の対策」を考える方が生産的です。

ぜひ、これを機会に個人の方は、
自分が一企業、一会社であるということを
改めて認識してくださいね。

ただの独りよがりかもしれません

良かれと思っていたことが...

余計なおせっかいになった(笑)

あなたも、そんな経験はありませんか？

自分が良いと思っていても、
他の人も同じように良いと思うとは限りません。

相手の反応をしっかりと見ることが大切です。

「もっとブログタイトルは、こう変えようかな...」

「ホームページの構成を、こう変えようかな...」

「メルマガの構成を、こう変えようかな...」

あなたは、試行錯誤しているでしょうか？

確かに、常に改善することは大切ですが...

独りよがりになっていませんか？

つまり、自分で勝手に変えていませんか？

インターネットビジネスの最大の利点は、
数値(データ)を測れること。

- ・サイトへのアクセス数
- ・ページごとのアクセス数
- ・キーワードごとの検索数
- ・サイト滞在時間
- ・資料請求率
- ・商品の購入率
- ・URL のクリック率

など、あらゆる数値を測ることが出来ます。

数値を測っていない方は、こちらを読んで、
Google アナリティクスを導入してください。

http://blog.resale-rights-business.jp/201012/article_33.html

「アクセス数が〇〇だから、
ブログタイトルをこう変えてみよう！」

「サイト滞在時間が〇〇だから、
ホームページの構成をこう変えよう！」

「URL のクリック率が〇〇だから、
メルマガの構成をこう変えよう！」

あなたは、このようにして、

ちゃんと、数値(データ)を元にして、

~~~~~

改善しているでしょうか？

~~~~~

数値(データ)を測らずに改善しても、
それは改善ではないかもしれません。

ただの独りよがりかもしれません。

今すぐに、実践してくださいね！

あなたが行っているビジネスで…

あなたに質問です。

「あなたが行っているビジネスで、
もっとお金を稼いでいる人はいますか？」

ほぼ 100%の人の答えが、

「YES」

ではないでしょうか？

はい、私が言いたいことは…

「もし他の人がお金を稼げているのなら、
問題はあなたにある。」

「あなたが稼げていないのは、
選んだビジネスが問題なのではない。」

つまり、そのビジネスで成功しなければ、
他に手を出しても同じということです。

辛口なコメントかもしれませんが、
それが本当のことなのです(苦笑)

まず、これをやろうと決めたら
ある程度結果を出すまでやり続けること。

それから、次にチャレンジすること。

そうして、小さな成功体験を積み重ねる。

自分に少しずつ自信をつける。

いきなり、100 万円なんて大きな目標を
立てなくても良いんですよ。

目標を立てて、イメージすれば叶うなんて、
本の中だけの話ですから(笑)

まず、最初の 1 円です。

次は、1 万円。

そして、10 万円、30 万円。

100 万円とは、その先にあるものです。

もちろん、1,000 万円も、1 億円も同じ。

「1 歩ずつ進めば、出来ないことはない」

私はそう思っています。

最初から高い目標を掲げすぎず、
目の前の 1 歩に全力で取り組みましょう！

自分に自信を持てるようになって、
未来の結果にもつながっていきますよ！

なぜ、ブログでアフィリエイトしてはいけないのか？

質問です。

- ・あなたは、ブログを持っていますか？
- ・そのブログでアフィリエイトしていますか？
- ・もしくは、これからしようと思っていますか？

もし、上記のうち 1 つでも当てはまるなら、
続きをお読みください。

この記事をしっかり読んで理解すれば、
ブログを効率的に活用できるようになります。

もちろん、ブログだけに限りませんから、
他のサイト運営にも役立つでしょう。

まず、1 つ勘違いしてほしくないことは...

「全ての」ブログでアフィリエイトしてはいけない
というわけではないということ。

つまり、

アフィリエイトして良いサイトと
アフィリエイトすべきでないサイト

があるということです。

なぜ、OK と NG に分かれるのか？

その判断基準は「ブランディング」です。

もう少し詳しくご説明しましょう。

簡単に言うと

「ブランディング vs アフィリエイト報酬」

で、どちらを取るかという話。

両者を比較してみると...

ブランディング：個や会社をアピール
→ 長期的なお金

アフィリエイト報酬：他社をアピール
→ 目先のお金

私が、何を言いたいのか分かりますか？

ブランディングすべきサイトで、
~~~~~

アフィリエイトしないということです。  
~~~~~

ブランディングすべきサイトでは、
目先のアフィリエイト報酬を追わずに
メールアドレス(リスト)を取る。

メルマガなどコミュニケーションをとり、
信頼関係を築いて、資産に育てる。

長期的に、大きく稼いでいくためには、
絶対に「見込み客リスト」が必要です。

「リスト」という資産を築くのです。

アフィリエイト報酬は目先のお金です。

目先のお金ばかりを追いかけていては、
いつまでたっても大きく稼げません。

これだけでは漠然としていますので、
実際に弊社サイトの例をお見せしましょう。

弊社がどのように考えて分類しているか？

ぜひ、参考にしてみてください。

【個や会社をアピールするサイト】

＝ブランディングすべきサイト

＝メールアドレス(リスト)を取るサイト

infomake 株式会社
<http://infomake.jp/>

infomake 株式会社公式ブログ
<http://blog.resale-rights-business.jp/>

【個や会社をアピールしないサイト】

＝第三者的な立場のサイト

＝アフィリエイトなどをするサイト

アーティクル infomake
<http://www.infomake.org/>

WordPress 無料テンプレート
<http://wordpress-theme.jp/>

なりたい自分になれる方法

「誰かの役に立ちたい」

「稼いだお金を寄付できる器量を持ちたい」

先日、メルマガ読者さんから聞きました。

あなたも、そんな理想がありませんか？

何も恥ずかしがることはありません。

なりたい自分があるのは素晴らしいです(^^)

しかし実際は、思い通りにいかないことが
多いのではないのでしょうか？

あなたは今、理想どおりですか？

「どうぞ、理想は理想でしょ。」

「しょせん、夢は叶わないものだ。」

なんて、思う人も多いでしょうね。

でも、たった一度しかない自分の人生を
あきらめて過ごすなんて...

そんな寂しいことはありませんよね？

夢、目標、理想は、

憧れるものではなく、掴み取るもの。

私はそう思います。

あなたが、なりたい自分になるために
1 つエクササイズを試してみましょう。

テレビやオーディオを消して、
1 人で真剣にやることをおすすめします。

【なりたい自分になるエクササイズ】

まず、あなたが、よく電話したり会ったりする
5 人を書き出してみてください。

効果が半減しますので、ちゃんと
紙とボールペンを用意して書いてくださいね。

1 分くらい、そのリストを眺めてください。

はい、OK です。

では、次にあなたに質問です。

そのリストの人たちは...

「あなたの望む“生活”を手に入れていますか？」

「あなたの望む“お金”を手に入れていますか？」

「あなたの望む“人間性”を手に入れていますか？」

計算したり、想像したりしてみてください。

もう、私が言いたいことはお分かりですよね？

そうです。

あなたが望むものを既に手に入れている人と

付き合うようにすること。

逆に、望むものを持っていない人とは、
付き合わないようにします。

一緒にいる時間がもったいないし、
思考や行動に影響を受けてしまうからです。

恥ずかしいことかもしれませんが、

私はほとんど友達がいません。

昔から友達は少なかったのですが、
起業してからいなくなりました(笑)

起業家仲間と話している方が楽しいので、
自然に連絡をしなくなったら...

ほぼ友達ゼロになりました。

今、よく連絡を取る人たちはというと、
やはり起業家や社長さんばかり。

付き合う人のレベルが上がるにつれて、
自分の収入も上がっていきます。

こういうことを言うと、必ず...

「私には、人脈なんてありません。」

「野村さんだから、出来たんでしょ。」

という人がいます。

本当に残念な人たちです。

ひがんだり、出来ない理由を考えたって、
進歩がないのにね。

セミナーに行ったって良いんじゃない？

コンサルを受けても良いんじゃない？

まず、何か動いてみたら良いんじゃない？

私はそう思います、どうでしょうか？

あなたが望むものを手に入れている人と
接触する時間を少しでも増やす。

あなたが望むものを持っていない人とは
接触する時間を無くす(減らす)。

今日から、この 2 つのことを意識しながら
生活してみてください。

自然に自分が変化していくはずですよ。

あと、NG ワードも設けておきましょう(^^)

- ・だって...
- ・出来ない
- ・無理
- ・悪口
- ・愚痴
- ・文句
- ・不平
- ・不満

OK ワードはこちらです(^^)

- ・笑顔
- ・すごいね
- ・ありがとう
- ・うれしい
- ・出来る
- ・大丈夫
- ・やってみよう
- ・挑戦
- ・努力

あなたの成功を願っています！

素敵な自分になる 3 ステップ

メルマガで NG ワード、OK ワードが好評だったので、もう少し詳しくお話ししたいと思います。

「頑張って、○○しよう！」

と『行動』を変えようとする人が多いですが、実はこれってすごく難しいこと。

なぜなら、自分の本心では、それを出来とは思っていないからです。

『行動 → 思考 → 言葉』

行動を変え、思考を変えたら、言葉が変わる。

そう思っている人が多いのですが、実はこれって順番が逆。

というか、この順番だと大変(>_<)

なので、もっと楽に自分自身を変えたいなら、これを反対から考えてみてください。

『言葉 → 思考 → 行動』

言葉を変えたら、思考が変わり、行動が変わる。

つまり、こういうことです。

まず、成功する人の言葉に変えてみる。

すると、だんだん思考が変わってくる。

そして、やがて行動まで変わってくる。

実際、人間というのは意外と知らないうちに
ネガティブな発言をしているものです。

成功できないタイプの人の発言をしていては、
思考も行動も影響を受けてしまいます。

それでは、成功するはずがないですよね？

あなたも納得していただけますか？

もし納得していただけたのなら、
続きをお読みください。

ここからは実践していただきます。

「野村さん、やり方が難しいのでは...」

いいえ、そんなことはありません(^^)

小学生の低学年でも出来るくらい簡単で、
たったの 3 ステップだけ。

必要なものは、ボールペンと紙だけ。

※個人的には、コレクトから出ている
情報カードがおすすめです。

http://www.correct.co.jp/06cat/ip/ct_50.html
(品番:C-531)

信じるか信じないかはあなたの自由ですが、
真剣にやれば、本当に変化を実感できますよ！

さあ、以下のステップを実践してください。

■素敵な自分になる方法

【ステップ 1】

ボールペンで、紙(または情報カード)に
ネガティブワード、マイナスの単語を書く。

※文字が消えたり、こすれたりしますので、
必ずボールペンで書いてください。

(例)

- ・だって...
- ・出来ない
- ・無理
- ・悪口
- ・愚痴
- ・文句
- ・不平
- ・不満

【ステップ 2】

ポールペンで、紙(または情報カード)に
ポジティブワード、プラスの単語を書く。

※文字が消えたり、こすれたりしますので、
必ずポールペンで書いてください。

- ・笑顔
- ・すごいね
- ・ありがとう
- ・うれしい
- ・出来る
- ・大丈夫
- ・やってみよう
- ・挑戦
- ・努力

【ステップ 3】

1 と 2、両方の紙(または情報カード)を毎日持ち歩く。

家では、常に目に付く所に置いておく。

1 の単語を言わないように注意して、
2 の単語を言う回数を増やす。

どうですか？

簡単でしょ。

本当にやるか、やらないかだけ(^ ^)

あなたの成功を願っています！

とりあえず 100 万円？

「インターネットビジネスでお金を稼ぎたい」

素晴らしいことです。

どんどんチャレンジしてほしいと思います。

あなたは、もう既に始めていますか？

それとも、これから始めようと思っていますか？

どちらの方にも大切なお話をしようと思います。

もう既に始めている方は自分を見直すため、
これから始める方は良いスタートを切るため、

お読みいただけるとうれしいです(^^)

まず、あなたさんに質問です。

「何のためにインターネットビジネスをするの？」

答えはもちろん「お金を稼ぐため」でしょう。

何も恥じる必要はありません。

お金を多く稼ぐことは汚いことでもありません。

お金は感謝の対価として入ってくるもの。

(違法なビジネスは問題外ですが)

「お金が多い＝感謝が多い」ですからね。

さて、あなたにもう 1 つ質問です。

「あなたは、インターネットビジネスで
いくらくらい稼ぎたいと思っていますか？」

心の中で答えてみてください。

とりあえず 100 万円 ???

きっと、人それぞれの答えがあるでしょうが...

常識に戻ってください！
~~~~~

実社会のお勤めやビジネスに置き換えたら、  
それはありえる目標ですか？

その努力で、その意思で、そのスキルで、  
実現して当たり前の目標ですか？

とりあえず 100 万円...

100 万円って、そんなに軽いものでしょうか？  
~~~~~

会社に勤めて月に 100 万円稼ぐなんて、
大企業の役員クラスじゃないでしょうか。

はい、とりあえず 100 万円...

そんなに軽く発すべき言葉じゃないんです！

でも、がっかりしないでくださいね(^^)

もちろん、インターネットビジネスには
大きな可能性が秘められています。

大企業の役員に昇りつめることもなく、
月に 100 万円を稼ぐことは十分に出来ます。

より少ない労力で、より早いスピードで、
収入を増やすことも出来ます。

しかし、その前に忘れてはいけないこと。

常識でありえないことは、
~~~~~

インターネットビジネスでもありえない。  
~~~~~


片手間？

楽に？

とりあえず 100 万円ですか？

実社会ではどれくらい苦労しますか？

簡単に言いすぎじゃないですか？

一度、自分自身の心をを見直してみませんか？

もちろん、詐欺的な商材は悪い。

だけど、自分のそういう心を買わせている。

あなたは、気づくことが出来ていますか？

広告費 0 円、最高の集客法とは？

「あまり広告費をかけられないのですが、
どうしたら良いでしょうか？」

「何か良い解決法はありませんか？」

多くの方が、このような悩みを
持っているのではないのでしょうか？

あなたはとうですか？

**もし、広告費 0 円の集客法を知りたいければ、
続きをお読みください。**

オファーではありませんので(^^)

私は、資金ほぼ 0 円から今に至りますので、
お気持ちは良く分かります。

私が起業当初に使えたのは、以下だけです。

・ホームページビルダー＋ガイド本購入代金
10,000 円くらい

・ホームページテンプレート購入代金
10,000 円くらい

・パソコン購入代金
50,000 円くらい

・リセールライト(再販権付)商品購入代金
20,000 円くらい

毎月の契約社員の給料だけで生活して、
使えるお金はネットビジネスに使いました。

ネットビジネスで稼いだお金はすべて、
ネットビジネスに使いました。

では...

「広告費を使えないときは何をすべきか？」

答えを自分で導き出していただくために
1 つヒントを差し上げましょう。

商売の鉄則です。

お金がある人は、お金を使う。
~~~~~

お金がない人は、知恵と労力を使う。  
~~~~~

お金がある人だって知恵を使うのですから、
それ以上に知恵を使わないといけません。

お金がある人だって労力をかけるのですから、

それ以上に労力をかけないといけません。

「知恵も労力も使えないし、お金もない」

そんな人は起業すべきではありません。

そんな薄い情熱では、お客様にも失礼です。

はい、それではもう一度質問します。

「広告費を使えないときは何をすべきか？」

答えは出ましたか？

1 つ私から答えをお伝えするとすれば...

SEO(検索エンジン上位表示対策)

Yahoo や Google などの検索エンジンで
「お金になるキーワードで」上位表示されれば、
0 円で集客することが出来ます。

お金がない人は、知恵と労力を使う。

SEO を勉強するという「知恵」を使い、
作業するという「労力」を使うということ。

別に、Twitter や Facebook でも良いですが、
SEO は絶対にやっておくべきです。

「何か、SEO って難しそうだな...」

そんなのは、やらない理由になりません！

思い出してくださいね。

お金がない人は、知恵と労力を使う。

無料で集客できる方法があるというのに
「自分を理由」にしてやらない選択をしない。

知恵と労力を使って、やるべきなのです！

特に、お金がない人こそ。

私も、起業当初から SEO をやっています。

ワードもエクセルも使ったことがない時から
ずっと勉強しながらやっています。

あなたがやらない理由はありますか？

ワードは使ったことがありますよね？

エクセルは使えますか？

もし、答えが YES なら...

SEO をやらない理由はありませんよね？

**だって、あなたのスキルは既に、
私が SEO を始めた頃より上なのですから！**

私は、今まで独学で SEO をやっていますが、
ある程度の効果は出ています。

**高額な教材やセミナーなどは一切使わず、
この 1,500 円くらいの本を読んだだけです。**

⇒ <http://infomakemarketing.com/seo.html>

あとは実践しながらコツコツやりました。

「本当に実績が出ているのか？」

と疑っている方もいると思いますので、
証拠をお見せしましょう(^^)

自分のサイトの順位をチェックしたい方は、
こちらのサイトが便利です。

⇒ <http://broadentry.com/rankingchecker/>

サイト上で順位を見ることが出来るので、
インストールなど面倒なことはありません。

※2011 年 4 月 15 日現在

■ホームページ 1

アーティクル infomake－無料で集客＆無料で記事利用
<http://www.infomake.org/>

Google:「**無料 集客**」1 位／8,160,000 件中
Yahoo:「**無料 集客**」1 位／8,160,000 件中

■ホームページ 2

リセールライトで初心者が稼ぐには？
<http://www.resale-rights-business.jp/>

Google:「**リセールライト**」1 位／266,000 件中
Yahoo:「**リセールライト**」1 位／265,000 件中

■ブログ

<http://blog.resale-rights-business.jp/>

Google:「**リセールライト**」2 位／266,000 件中
Yahoo:「**リセールライト**」2 位／265,000 件中

※どちらも 1 位は自社のページですが(笑)

さあ、あなたも SEO を始めませんか？

お金が回ってきたときに笑いが止まらないほど
おいしいことになりますよ(^^)

まず、これで勉強してみてくださいね！

⇒ <http://infomakemarketing.com/seo.html>

「SEO って、やっぱり難しそう...」

あなたは、そう思っていますか？

でも SEO って、意外と簡単です。

「なんだ、SEO ってそんな簡単なことか！」

とっていただくために、次で続きをお話します。

簡単！SEO に重要な 3 つの要素

先ほどは、広告費 0 円で集客できる SEO は、必ずやるべきだというお話をしましたね。

もう少し、SEO についてお話します。

いろんな SEO の意見はあるでしょうが、私なりの SEO の見方になります。

ちゃんと実績は出していますので、間違いではないと思います(^^)

まず、SEO に重要な要素は 3 つです。

【1】サイトのタイトル

【2】サイトの内部構造

【3】外部リンクの質と数

この 3 つのポイントだけ理解しておけば、そんなに大きく外すことはありません。

ただ、これだけの説明で分かる人は、天才だと思いますので...

それぞれ詳しくご説明しますね(^^)

【1】サイトのタイトル

ホームページやブログにつける
タイトルをしっかりと考えるということです。

ポイントは 2 つだけです。

・検索数が多いキーワードであること

・購買意欲が高いキーワードであること

つまり、簡単に言うと

検索回数が少 → アクセス数も少 → 儲からない

検索回数が多 → アクセス数也多 → 儲かる

また、

購買意欲が低 → 購入率が低 → 儲からない

購買意欲が高 → 購入率が高 → 儲かる

【2】サイトの内部構造

訪問者に見やすく、訪問者に親切に作る。

本質は、これ 1 つだけです。

なぜ、サイトの上や左にメニューがあるのか？

なぜ、フッターにメニューがあるのか？

なぜ、トップに戻るリンクがあるのか？

なぜ、画像に ALT タグを入れるのか？

なぜ、なぜ、なぜ...

すべてこの本質につながるのです。

【3】外部リンクの質と数

これは自分ではコントロールしにくいので、
一番最後に考えましょう。

1 と 2 をやったあとに考えれば良いです。

これも、ポイントは 2 つだけです。

・有益なサイトからリンクされているか？

~~~~~

・多くのサイトからリンクされているか？

~~~~~

相互リンクサービスを利用しても良いです。

おすすめはこちら

⇒ <http://linkmost.com/>

ただ、ここはお金をかけても良い所です。

(1 と 2 をやっている前提で)

ディレクトリ登録サービスに登録したり、
SEO 代行業者にたのんでも良いです。

(もちろん信頼できる業者に)

単語が難しくて分からないという方は、
これを読んで、勉強してみてくださいね！

⇒ <http://infomakemarketing.com/seo.html>

**SEO であれば、お金をかけなくても
知恵と労力を使えば結果を出せます。**

ぜひ、チャレンジしてくださいね。

SEO に強いサイトタイトルの付け方

先ほどは、SEO に重要な 3 つの要素をお話しました。

【1】サイトのタイトル

【2】サイトの内部構造

【3】外部リンクの質と数

それぞれについて、大まかにはお話しましたが、さらに詳しくお話していきます。

まず、

【1】サイトのタイトル

について解説していきます。

何事も基礎が分かっていると
情報を有効に活用することが出来ません。

もし、あなたが SEO の基礎を知らないなら、
まずこちらの本を読んでくださいね。

⇒ <http://infomakemarketing.com/seo.html>

■SEO に強いサイトタイトルの付け方

【ステップ 1】メインワードを決める

以下のツールで、自分のサイトに関する
キーワードの月間検索数を調べます。

「ダイエット」「ネット起業」のような
ビックワードを入力して調べてみましょう。

Google キーワードツール

<https://adwords.google.co.jp/select/KeywordToolExternal>

検索回数が月間 3 万回以上あれば OK です。

最低でも月間 1 万回以上はほしいですね。

ステップ 1 で、
サイトのメインワードが決まります。

【ステップ 2】スモールワードを決める

「ダイエット ○○」「ネット起業 ○○」
など○○に該当するキーワードを選びます。

これをスモールワードと言います。

購入につながりそうなスモールワードを
選ぶことがポイントです。

例えば、○○実践日記なんてキーワードでは、購入につながることはありません。

ステップ 2 で、
メインワード＋スモールワードが決まります。

【ステップ 3】競合サイトをリサーチする

ステップ 2 のメインワード＋スモールワードを Google に入力します。

検索結果の 1 ページ目に表示されるサイトをリサーチします。

そのライバルサイトに勝てそうなら、
そのメインワード＋スモールワードで GO です。

【ステップ 4】サイトのタイトルを決める

メインワード＋スモールワードを上手くつなげて
サイトのタイトルを決めます。

メインワードが一番左にくるようにして、
スモールワードもなるべく左に来るようにします。

キーワードの含まれる比率を上げるため、

キーワード以外の文字は少なくしましょう。

例えば、弊社のサイトなら、

メインワード:リセールライト

スモールワード 1:初心者

スモールワード 2:稼ぐ

サイトのタイトル:

リセールライトで初心者が稼ぐには？

**さあ、今すぐあなたも
SEO に強いサイトタイトルに変えましょう！**

たったこれだけで、サイトのアクセス数が
何倍も増える可能性がありますよ！

※あまり頻繁に際とタイトルを変えすぎると
スパム判定されますのでご注意ください。

SEO に強いサイト構成の作り方

SEO に重要な 3 つの要素は

【1】サイトのタイトル

【2】サイトの内部構造

【3】外部リンクの質と数

先ほどは、

【1】サイトのタイトル

SEO に強いサイトタイトルの付け方

についてお話をしましたね。

それでは、次に

【2】サイトの内部構造

SEO に強いサイト構成の作り方

について解説していきましょう。

まず、1 番大切な考え方をお話します。

サイトを作る際に 1 番大切な考え方とは...

いくら SEO が強くても、上位表示されても、
~~~~~

反応が取れないサイトは無意味である。  
~~~~~

売れないサイトにアクセスを流しても、
穴の開いたパケツに水を注ぐのと同じ。

まずは穴をふさいで、ちゃんと
水が溜まるようにしないとダメです。

目的は売上を上げることです。

SEO で上位表示することでもなく、
アクセスを流すことでもありません。

では、

「反応が取れて、SEO 的にも良いサイトは、
どうやって作ったら良いのか？」

答えは簡単です！

反応が取れるサイトの『型』があります。
~~~~~

『型』を詳しく知りたい方はこちら

⇒ <http://infomakemarketing.com/homepage.html>

つまり、ここにはこういうものを入れる、  
どういう構成にするなどが決まっています。

まず、その『型』に沿ってサイトを作り、  
データを見ながら修正していくのです。

自分の想定でゼロから作るなんてことは、  
絶対にしてはいけません。

労力がかかるわりに、結果は出ません。

非常に効率が悪いのです。

## ■反応が取れ、SEO 的にも良いサイトの型

主なものをご紹介します。

- ・右上に電話番号／営業時間
- ・左上か右上にサイト運営者の写真
- ・サイト上部のメニューは 5～7 個
- ・情報サイト／企業サイトは 2 カラム(左メニュー)
- ・物販サイト／通販サイトは 3 カラム(左＋右メニュー)
- ・フッターメニューをさりげなく入れる

図解を見たい方はこちらが役立ちます。

⇒ <http://infomakemarketing.com/homepage.html>

何事も、上手くいっている人や物を真似して、  
応用した方が早く結果が出ます。

自分でゼロから生み出そうとするのは無謀で、  
ただの自己満足でしかありません。

ビジネスに『発明』は不要です。

上手くいっていることを『応用』するのです。

せっかく自分より前に失敗して、検証して、  
結果を確かめてくれている人がいるのです。

それを参考にすれば、失敗の回数を減らし、  
より早く、より良い結果を出すことができます。

## アイデアを出す 3 ステップ

「良いアイデアがあれば、もっと稼げるのに...」

「アイデアがどんどん浮かんだら、いいなあ...」

あなたは、そう思ったことはありませんか？

私は特に意識したことはありませんでしたが、  
自然にアイデアは出てきます。

先日、何人かでアイデアを出す方法について  
話し合う機会がありました。

そこで、自分はなぜアイデアが出るのか、  
他の人はどのようにアイデアを出しているのか、

共通するパターンが見えてきましたので、  
あなたにもシェアしようと思います。

きっと、この方法を取り入れていただければ、  
どんどんアイデアが浮かぶと思います！

### ■アイデアを出す 3 ステップ

もちろん、アイデアの出し方は様々あります。

人によって、方法も異なるでしょう。

しかし先日、話し合っていて、  
ある共通するパターンを見つけました。

そのパターンは簡単、下記の 3 ステップです。

## 【ステップ 1】

「パソコン(または仕事場)から離れる時間を作る」

アイデアは、作業や仕事をしている時には  
なかなか生まれにくい。

逆に、作業や仕事から離れているときに  
アイデアが浮かぶことが多いようです。

なるべく、作業や仕事から離れる時間を  
増やす努力をしましょう。

## 【ステップ 2】

「商売上手だな、上手い売り方だなと感じたら、  
自分に置き換えて考え、考える時間を増やす」

インターネットでの事例に限らず、  
実社会のビジネスもすべて参考になります。

電車の中、テレビ、チラシ、お店...

常に商売上手だな！と感じる感性を磨いて、  
考える時間を増やしましょう。

## 【ステップ 3】

「ビジネスについて話せる人、機会を増やす」

一人で机に向かっているときよりも、  
人と話しているときにアイデアが浮かぶことが  
多いようです。

アウトプットすることで頭の中が整理され、  
アイデアを生み出すことにつながるのでしょう。

自分のビジネスについて話せる仲間や  
そういう人が集まる場に参加しましょう。

セミナーや交流会などもいいですね！

1. パソコン(または仕事場)から離れる時間を作る

2. 商売上手だな、上手い売り方だなと感じたら、  
自分に置き換えて考え、考える時間を増やす

3. ビジネスについて話せる人、機会を増やす

どれが最も自分に適しているかは分かりません。

私は特に 2、次に 1 でアイデアが浮かびます。

全てを完璧にやろうとしなくても大丈夫です(^^)

1 つでも 2 つでも素晴らしい効果が出ますから、  
ぜひ、あなたも試してみてくださいね！



# メルマガ、ブログ、無料レポート、ステップメールを組み合わせて収益を得る方法 1

ちょっと長いタイトルですが(^^)

「メルマガ、ブログ、無料レポート、ステップメール」

この 4 つをを組み合わせる収益を得る仕組みをお話しましょう。

混乱している方も多いと思いますので。

まず、用意するものをご説明します。

## 【用意するもの】

メルマガ、ブログ、無料レポート、ステップメール  
を組み合わせる収益を得るために...

用意するものは、以下の 4 つです。

### ■メルマガ

無料のメルマガスタンドは、メールリストを  
自分で管理できないのでおすすめできません。

一斉配信できるメールシステムを使って、メルマガを配信するほうが良いでしょう。

私が使った中でのおすすめは、以下の 2 つです。

低コストで導入したい方はこちら

<http://infomakemarketing.com/mailemailsystem.html>

届きやすい配信システムはこちら

<http://infomakemarketing.com/expert.html>

## ■ブログ

アメブロなどの無料ブログで十分でしょう。

もちろん、ホームページでも代用可能です。

## ■無料レポート

無料レポートを書いて、  
無料レポートスタンドに登録しましょう。

私が使った中でのおすすめは、以下の 4 つです。

Xam(ザム)

<http://xam.jp/>

スゴワザ

<http://www.sugowaza.jp/>

メルゾウ

<http://mailzou.com/>

激増

<http://www.gekizou.biz/>

## ■ステップメール

無料の配信スタンドは、機能が少なかったり、使い勝手が悪いのでおすすめできません。

私が使った中でのおすすめは、以下の 2 つです。

低コストで導入したい方はこちら

<http://infomakemarketing.com/mailsystem.html>

届きやすい配信システムはこちら

<http://infomakemarketing.com/expert.html>

次で、どのように組み合わせるかという流れをご説明します。

## **メルマガ、ブログ、無料レポート、ステップメールを組み合わせて収益を得る方法 2**

メルマガ、ブログ、無料レポート、ステップメール  
を組み合わせて収益を得るために...

先ほどは、用意するものをお話しました。

それでは、どのように組み合わせるかという  
流れをご説明していきます。

### **■メルマガ、ブログ、無料レポート、ステップメール を組み合わせて収益を得る方法**

#### **【ステップ 1】**

ブログにリスト取得フォームを入れる  
無料レポートスタンドに登録する

↓

#### **【ステップ 2】**

集まったリストにステップメールを配信

↓

## 【ステップ 3】

ステップメールの中で販売サイトに誘導

↓

## 【ステップ 4】

メルマガで他の商品をオファーする  
メルマガで役立つ情報を配信する

つまり、ブログや無料レポートスタンドから  
リストを集めてステップメールで売る。

そして、メルマガでも役立つ情報を届けたり、  
他の商品をオファーしたりする。

ということです！

ステップメールからも、メルマガからも、  
両方から収益が上がるようになります。

ダブルインカム Double Income(^^)

もちろん、ステップメールがなければ、  
ステップ 2・3 を飛ばしても構いませんよ。

ステップ 1→4 でも OK ということです。

私がいつも言っていることですが、  
収益の掛け算を復習しておきましょう(^^)

**収益＝リスト数×オファー个数×オファー回数×人の数**

それぞれを少しずつ増やしていけば、  
自然に収益が上がっていきます。

人の数というのは、スタッフや外注さん、  
パートナーの人数ということです。

最初は 1 人で始めても十分ですから、  
将来的に考えていけばよいでしょう。

**1 つ注意しなければいけないのは、  
1 つがゼロであれば、全体もゼロということ。**

収益は掛け算ですから、どこかがゼロなら  
答えもゼロになってしまうのです！

全ての商売に共通する原理原則をお話します。

超重要なので、ポストイットに書いて、  
パソコンのモニターに貼っておいてください。

**その商売が、何と何の掛け算で成り立っているか考え、**  
~~~~~

それぞれのパーツを強くしていく。
~~~~~

私はこれを意識してビジネスをしています。

なので、何のビジネスをやっても、  
売上を伸ばす自信があります。

飲食店でも、清掃業でも、電器店でも、  
植木屋でも、本屋でも、美容院でも...

何の商売でも同じです。

何と何の掛け算で成り立っているかを考えて、  
それぞれを伸ばす、確率を上げる。

単純なことなんです。

私には、○○がないから...

と言って動かないのが一番良くないです。

まず、出来ることから動いて始めてみる。

それが、成功する人の共通点です。

はじめの一步が一番重いと思いますが、  
勇気を出して一步踏み出してみましょう！

## 後発組でも成功できる？できない？

「後発組でも成功できるのでしょうか？」

「すでに稼いでいる人がいっぱいいるので  
今から参入しても遅いのではないですか？」

あなたは、そのように思いますか？

もし、少しでも“後発”という言葉に  
引かかったなら続きをお読みください。

まず、厳しいことを言っておきます。

スタートが遅くなるほど、さらに後発になる  
~~~~~

そう。

スタートが 1 日遅くなれば、1 日後発になる。

あなたは気づいているでしょうか？

後発組でも～ なんて言ってる暇があったら
1 日でも早く始める。

これが正解です！！

もちろん、後発が全く影響しないかといえ
ばそんなことはありません。

後発が不利になるビジネスもあります。

後発が不利になるかどうかの判断基準は...

時間が参入障壁になるか、ならないか
~~~~~

例えば、

お客様の声を何年間もコツコツと集め続ける。

何年間もしっかり運営しているという実績。

サイトに掲載する写真が増え続ける。

弊社は、このようなことを実践して  
ライバルが来ても勝てるようにしています。

情報ビジネスでも、それ以外でも意識しています。

「やっぱり、後発組だと無理なのかな...」

そう思っているあなた。

後発組でも、影響しないビジネスもあるので  
安心して下さいね。

後発組でも、影響しないビジネスとは...

## 情報教材

情報教材を作っていくビジネスであれば、  
後発でも、ほぼ影響はありません。

なぜなら、1 つの商品を育てるのではなく、  
商品を量産して稼ぐビジネスモデルだから。

「そんなに簡単に売れる商品は作れない？」

いいえ、そんなことはありません。

正しい方法を知り、それを実践すれば、  
売れるべくして、売れる商品を作れます。

売れる商品を作るノウハウをマスターすれば、  
どんどんキャッシュポイントを増やせます。

売れる商品を量産していくことができれば、  
後発組でも、勝てるのです！

## 80 歳エクセル

あなたに 80 歳エクセルをシェアします。

### 80 歳エクセルって何？

寺子屋の方しか分からないと思うので(^^)  
80 歳エクセルについて少しご説明しますね。

80 歳エクセルとは、

自分のビジネスと自分の周りの環境を  
80 歳までシミュレーションするためのもの。

活用法は、次号で詳しくお話しますので、  
まず下記の 3 つのステップをしてください。

### 【1】80 歳エクセルをダウンロード

⇒ <http://infomake.jp/80exel.zip>  
(右クリック → 対象をファイルに保存)

### 【2】80 歳エクセルをプリントアウト

### 【3】80 歳エクセルに記入

## ■80 歳エクセルの記入項目の説明

・年度(4 月～3 月)  
何年度かを記入

・自分  
自分の年齢を記入

・子供  
子供の年齢を記入

・親  
親の年齢を記入

・家庭生活  
子供の入学、親の介護などを記入

・ビジネス年商  
その年度のビジネスの目標年商を記入

・達成年商  
その年度に達成した年商を記入

・社員数  
その年度の目標の雇用社員数を記入

・達成社員  
その年度に達成した社員数を記入

・リスト数  
その年度の目標のリスト数を記入

・達成リスト  
その年度に達成したリスト数を記入

・資産収入

その年度の目標の資産収入を記入

・達成資産

その年度に達成した資産収入を記入

まず頑張って空欄を埋めてみてください。

ただし...

目的は、完璧に埋めることではないので、  
~~~~~

必ず、1 つでも書いてみてください！
~~~~~

プリントアウトして、1 つでも書いたか？

プリントアウトせず、1 つも書かなかったか？

これで、あなたの未来が決まります！

あなたの未来が変わります！！

だから、必ずやってくださいね。

次号では、詳しい活用法をお話しますので、  
お楽しみに(^^)

# **株式会社夢丸 伴 智樹**

執筆者：株式会社夢丸 代表取締役 伴 智樹

2008 年に後発組は儲からないと言われる中、情報起業にチャレンジ  
わずか 3 年で 6 億円の売り上げを達成した、情報販売のエキスパート  
社員数も 10 人に増やし、チームプレイで売れる商品を次々に量産

株式会社夢丸

<http://www.yumemaru.jp/>

投資理論の無料購読

<http://infomakemarketing.com/toushi.html>

## マインドセットって大事？

珍しくマインドのお話をします(笑)

先日まで弊社でキャンペーンを行っていました。

たくさんの方々のご視聴、  
サービス購入誠にありがとうございました。

また、コメントもたくさん頂きまして  
本当にありがとうございます。

そのコメントを読ませていただいて  
気が付いたことをお話しします。

コメントの中で目立ったのが、

「知ってはいたけど、やってはいなかった。」

「もう情報販売は儲からないと思って諦めていた。」

というものでした。

こんなこと書くと生意気と思われるかもしれませんが、私は、

諦める

というのが嫌いです。

まして、

何もしないで諦める

のは、もっと嫌いです。

私は、いつもスタッフにこう話しています。

諦めなければ何事も必ず成功する。

他人が成功していて自分が成功しないのは努力不足だ。  
と。

うちのクライアントさんでもいます。

ジョイントベンチャー先を探すにあたって、

「自分は会社ではなく個人なので  
相手にしてもらえないわけがありません。」

大丈夫です。

同じ状況の方でも、しっかり成功していますから。

とりあえず、



やる前から諦めないでほしい。

本当にこう思います。

もし、私が数年前、以前に勤めていた会社を  
やめて起業するのに躊躇していたら？

きっと今の自分はいなかったと思います。

経済的なことはもちろんですが、  
仕事のやりがい、毎日の生きがい。

全てが大きく違っていたと思います。

人間は環境の変化を嫌う動物だと言われていますが、  
今の状況を打開したいと考えるのも人間です。

もし、今あなたが非常に前向きな気分でののなら...

きっと今がチャンスなのだと思います。

## 動画マーケティング

先日弊社で動画を使ったキャンペーンを行いました。

その後、弊社のクライアントさんから  
次のようなご質問をいただきました。

「やはりこれからは動画を使ったマーケティングが  
主流になるのでしょうか？」

「私でも同じことを出来るのでしょうか？」

動画を使ったマーケティング手法は、ずいぶん前からありました。

いつからというきちんとしたデータはありませんが、恐らく  
ネット回線が ISDN から ADSL に変わったくらいからではないでしょうか？

(ISDN では物理的に不可能だと思いますので)

弊社がここ最近、  
動画マーケティングに力を入れている理由は単純です。

同業者さんが動画マーケティングを使い始めたから。

特にプロダクトランチ(プロダクトローンチ)という手法ですね。

もっと簡単に言ってしまうと、真似です^^

マーケティングというと、みなさん  
目新しいことをしなくてはいけないと考えてしまいますよね？

ですが、弊社の場合は違います。

既に成功した実績のあるマーケティング手法であれば  
まずは、同じことを試してみます。

同じことを試してみることによって  
仕掛け主がどこに目的を隠しているのかが分からないからです。

そして、それでそこそこの成果を上げることが出来れば、  
次は自分の強みを生かしたオリジナルの手法に変えていきます。

弊社は、社内に撮影・編集部隊がいます。

プロダクトランチというマーケティングでの強みは、  
お客様の生の声を生かした動画を配信できる。

それも即日ということです。

動画部分が外注であれば、それは難しいですが...

それでは、自分で撮影できないと  
これらのマーケティング手法は出来ないのでしょうか？

いいえ、違います。

今はハンディカムが性能が飛躍的に伸びています。

ハンディカムと、windows ムービーメーカーがあれば十分です。

個人の方でも、十分に可能です。

まず、目新しいマーケティング手法が出てきたら  
それを試してみる(分析する)

そして、それを自分で実践するとしたら  
どうすれば良いかを考えてみる。

そうすれば、新しいマーケティング手法で  
売り上げを伸ばすことが出来るようになります。

# **株式会社夢丸 山戸 久美子**

執筆者：株式会社夢丸 山戸 久美子

パソコンを触った事すらない状態で、事務職として株式会社夢丸へ入社  
コピーライティングの才能を開花させ、コピーライターとして活躍中  
2 年半で 30 本以上のセールスレターを手がけ、通算売上は 6 億円以上

超実践型コピーライティング講座 DVD

<http://infomakemarketing.com/writing.html>

6 億円を売り上げた超実践型コピーライティング  
彼女の勉強法の全てを公開した無料動画

<http://infomakemarketing.com/copyr.html>

## **月商 3000 万円を超えた秘密**

infomake の野村さんの「会社が設立から 1 年経った」  
との記事を読み、時間の早さを感じました。

私も来月で夢丸に入社して 3 年になります。

3 年前は自分がパソコンの前に座って仕事をしているなんて、  
夢にも思いませんでした。

ご存知の方もいらっしゃるかも知れませんが、  
私は全くパソコンのスキルがありません。今も・・・(笑)

頭の中が真っ白な状態から、今の世界を 1 からではなく、  
ゼロから学び、全てを自分の中に吸収してきました。

今はインプットとアウトプットを繰り返して、  
さらにノウハウやスキルを吸収していています。

何事も吸収するだけでは自分の身にはなりません。

吸収して、自分の言葉で人に伝えたり、  
実際に行動に移すことで始めて自分の身になります。

素晴らしい情報を得ても、  
知っているだけでは知らないことと変わりません。

夢丸では、今まで様々な情報を配信してきました。

しかし、意外に問い合わせや反応が少ないのです。

「誰も興味を持っていないのかな」

と思いきや、セミナーなどで直接お会いすると

「あの～すごく気になっていたんですけど・・・」

と質問されることが多々あります。

分からないことを聞かずに終われば、何も解決されません。

“疑問が出る”というのは素晴らしいことです。

ここが知りたいと思うということは、  
それだけあなたの中に情報がある証拠です。

## コピーライティングの可能性と命取りとは？

私は一応、コピーライターとして活動しておりますが、  
こんな質問をいただきました。

「情報商材用のコピーライティングって、  
リアルビジネスでも通用しますか??」

単刀直入に申しますと、  
**コピーライティングは何にでも通用します。**

情報商材用のコピーライティングなんて存在しません。

私が販売しているのは、情報商材用のテンプレートです。

**もちろん、そのテンプレートに沿ってレターを書けば、  
簡単にコピーライティングが出来ます。**

⇒ <http://infomakemarketing.com/writing.html>

でも、そもそもコピーライティングは何のためにあるのか...

そこを考えていただきたいのです。

コピーライターとは、商品や企業を宣伝する  
広告文を考える職業です。



ただ、宣伝と言っても目的が違えば表現も異なります。

商品を宣伝するというのは、一例であって  
それが全てではありません。

私は人の心に訴えかける言葉を話す人は、勉強したら、  
きっと優れたコピーライターになるんだろうな、  
と勝手に思っています。

小学生の作文でも、驚く表現を使う子がいます。

もう感性の問題ですね。

でも、だからと言って  
あなたが出来ないわけではありません。

この世の中はウソばかりで、正直者は馬鹿をみる。

金持ちは皆ずる賢くて、貧乏人は恥ずかしい。

ひがみ、妬み、裏切り、挫折、孤独感...

暗いことばかりですね。

経験を積み、いろんな人と接すれば接するほど、  
嫌な思いもいっぱいします。

でも、本当はそうじゃない。

自分はそうじゃない。

人は痛みを覚えると、臆病になります。

ウソをつかれると、信じられなくなります。

でも、人に優しくされると、とても嬉しくなります。

コンビニでドアを押さえてくれていた人がいました。

落とし物を走って追いかけて、届けてくれた人がいました。

とびっきりの笑顔で「ありがとう」と言われた。

ちょっとした事でも、人は嬉しくなりますよね？

だから、自分も人に優しくするんです。

人に優しくされれば、自分も優しくしたくなりますよね？

さて、この話とコピーライティングとどんな関係があるのか。

私、思うんです。

気持ちって伝わるって。

ですから、**あなたが書いたコピーライティングは  
気持ちで伝わるんです。**

騙してやろう

と思えば、見る人は

騙されるものか

と思うんです。

この商品本当に良いものかな...

と思えば、見る人も

本当にこの商品良いの？

って思うんです。

だから、私は自分が**コピー**を書く商品は、  
良いところをいっぱい探します。

悪いところも隠しません。

**自分がこの世の中で誰よりも、その商品の良さを理解し、  
必要としている人に届ける。**

それが人に届くコピーライティングです。

さて、長くなってしまいましたが、  
優れたコピーを書くための勉強法をご紹介します。

あなたは、アマゾンをご存知ですか？

日本最大級の通販サイトです。

<http://www.amazon.co.jp/>

アマゾンでは、購入者がレビューを書けます。

そのレビューを見ると、

- ・購入者が何を期待してその商品を買ったのか
- ・そして、実際はどうだったのか

が分かります。

それがどうして勉強になるのか？？

例えば本であれば、その著者の社会的イメージがあります。

さらに、タイトル、キャッチコピー、レビューを見て  
購入する人が多いです。

本、レビュー

この二つがあれば、

- ・お客様がその商品に何を求めて買ったのか
- ・どう思ったのか
- ・なぜそう思ったのか

この 3 点が分かります。

要するに、

- ・どんなイメージが何を期待させるのか
- ・どんなタイトルがどんなイメージを持たせるのか

が分かります。

人の捉え方って、本当にそれぞれ違います。

でも、その捉え方の多くを知ること、

- ・どんな表現が相応しいのか
- ・どんな言葉が適しているのか

そのヒントが得られます。

コピーライターの命取りは、狭い視野です。

私たちは、たった一人の人間に何かを売る訳ではありません。

適した人間に、適した商品を届けるのがコピーライターです。

少し分かりにくいお話だったかも知れませんが、  
何となく...でもご理解いただければ嬉しいです。

## 起業したいと思っているあなたへ

番外編で、夢丸がどんな会社か  
ちょっとご紹介させていただければ嬉しいです^^

お時間がある方はお付き合いください。

あなたは、起業することを目標に頑張っていますか？

一人でビジネス展開していく予定でしょうか？

もし、人間関係の煩わしさなどを理由に、  
一人での**起業**をお考えなのであれば、  
ちょっと聞いていただきたいのです。

株式会社夢丸は、約 4 年前に伴が、  
副業で投資のシステムを販売したことから始めました。

本業での収入を大きく上回り、  
脱サラをして前の職場を辞めてしまった後輩と一緒に、  
プレハブを事務所として看板を立てました。

それから、1 ヶ月もしないうちに私が入社。

面接時に、事務所にはトレイもなく、  
「トイレが付いてから出勤してね」  
の言葉が今でも笑い話です。

私が入社し、投資以外の情報商材を扱うようになり、  
後発組でありながら、売り上げを確実に伸ばしていき、  
さらにスタッフを増員。

去年の 11 月に昔の事務所の 4 倍はある  
キレイな新事務所に引越し...  
(トレイは 2 つあります 笑)

現在、スタッフは 10 名。

スタッフを抱えることは大変です。

売り上げを維持するだけではいけない。

最低限、スタッフの給料は絶対に稼がなければいけない。

夢丸が潰れて、スタッフを路頭に迷わせるわけにはいかない。

きっと、社長のプレッシャーは計り知れないと思います。

私は、夢丸の成長を社長の一番近くで見てきました。

ネットビジネス業界に参入する方は、  
人間関係が煩わしいので、一人で起業したい、  
という方が多いように感じます。

でも、私はこの世の中に大勢の人間がいるからこそ、



ビジネスは生まれ、お金が巡るのだと思います。

人に雇われるのは嫌だ、という方もいると思います。

でも、私は思うんです。

人間が嫌いな人が人間相手に商売なんて出来ない。

私もそうですが、会社に雇われているということは、  
自分が一番喜ばさなければいけない人間は社長です。

社長が喜んでくれるのは何だろうと考えると、  
新しい企画の成功であったり、他のスタッフの成長だったり、  
夢丸の商品でお客様が喜んでくれたりすることです。

だから、私達スタッフはそれを一生懸命するんです。

人を喜ばせることが出来ない人間は、  
人に喜ばせてもらえません。

人に必要とされない企業は、  
人に必要なものを与えられていません。

私は今まで勤めた職場で、会社のことをここまで考えたことは、  
正直ありませんでした。

うちの伴は仕事が楽しいと言います。

「夢丸をもっともっと大きくしたい」

「皆にいっぱいボーナスを払いたい」

「夢丸に入社して良かったと思ってもらえたら幸せだから」

昔、こんなことも言っていました。

「うちのスタッフって、本当に皆個性的で楽しいよね～」

と。

私はこの言葉を聞いて、  
うちの代表はスタッフをよく見ていると思いました。

どのスタッフがどんな人で、  
どんな考え方をしているか分かっている。

だからこそ、個人の才能と能力に合わせた仕事を与え、  
結果に導かせてくれるのです。

私にコピーライティングの基本を教えてくれたのは、  
他の誰でもなく、伴です。

人って、良いですよ。

企業って良いですよ。

会社が人を選ぶのではなく、人が会社を選びます。

スタッフがその会社でどう働くかは、会社次第。

従業員満足度の高い企業は、顧客満足度も高い。

顧客満足度が高ければ、その企業は当然！儲かります^^

そんな企業ばかりになれば良いな～って  
私は思っています。

## この3つの中で、自分の思いが一番伝わるものはどれ？

あなたは、

- ・対面
- ・電話
- ・メール

この3つの中で、自分の思いが一番伝わるものはどれだと思いますか？

恐らく、対面だと思われたと思います。

でも、実は自分の思いが一番伝えられるのは、**メール**。

すなわち、文字です。

その理由は、

**考え、書き直し、決意し、出せるから。**

対面は相手の反応が一番よく分かりますから、その対応次第で出方や言い方を変えられます。

だから、歩み寄り、伝え、受け入れる  
という意味では一番適しています。

電話も対面ほどではありませんが、  
相手の声のトーンや、返答を聞けるというのは、  
メールとは違ったメリットがありますね。

しかし、**文字だからこそ伝えられるメリットも**  
たくさんあります。

コピーライターには言葉の引き出しが必要、  
言い回しが大切

才能だ

才能だ

と言われますが、私にはそんなものありません。

私のコピーを読んだことがある方は分かると思いますが、  
私は**難しい言葉は一切使いません**。

たとえ、自分が書くレターの商品が専門的で難しいものでも、  
その分野をある程度知っている人が分かるような用語しか  
使いません。

聞いたこともないような用語(医療用語など)が出てきた場合は、

その言葉を使う前に、それが何なのか**誰でも理解出来るように説明を加えます。**

だって、難しい言葉が並んでいたら、眠くなるじゃないですか。

私がそうだから、そういう人もいっぱいいると思います。

もちろん、ターゲットによって多少は変えますが、  
基本的には、**誰にでも伝わる言葉**を使います。

私達が相手にするのは、専門家でもお医者さんでもありません。

一般のネットユーザーです。  
私達のような。

だから、私達に分からない言葉は相手にも伝わらないと  
想定しています。

私達は、人に伝えるための言葉をたくさん知っています。

- ・人に感謝を伝える言葉
- ・気持ちを伝える言葉
- ・悲しみを表現する言葉

全く同じ日が二度と来ないように、同じ体験をしても  
感じ方も、伝え方も、言葉も変わります。

それでも“それ”表現する言葉を知っています。

今の気持ちを表現することは誰にでも出来ます。

しかし、残念なことに表現しない人が多いですね。

- ・感謝の言葉を伝えない人
- ・愛の気持ちを伝えない人
- ・謝罪できない人(これは私もです...)

こんなことを言っても、どうぜ伝わらない

こんなことを言っても、どうせ疑われる

こんなことを言ったら笑われる

嫌われる

馬鹿にされる

伝えられない理由はいくつもあると思います。

でも、伝えない意味は、あなたの中にしかありません。

相手がどう思うかなんて伝えてみなきゃ分からない。

言葉にしないと伝わらない思いもある。

そんな簡単なことなのに

「たくさんの人に商品を買ってもらえる  
コピーライターになりたい！」

ってそれは、難しいです。。

ビビッてたら何も伝えられない人間で終わります。

だから、今日から少しずつ思いを言葉にしてみませんか？

まずは

「ありがとう」

から。

机の上で勉強するよりも、  
ずっと得られるものがあると思いますよ。



## ぶれないセールスレターの書き方

私が作ったコピーライティング講座へのご質問をご紹介します。

超実践型コピーライティング講座 DVD

⇒ <http://infomakemarketing.com/writing.html>

「伝えたいことが伝わっていない気がする」

「セールスレターの内容がぶれてしまう」

あなたも、そう感じたことがありますか？

これは、セールスレターに限りませんよね？

メルマガでも、  
アフィリエイト用のブログでも、

夫婦での会話や友達との会話だってそうです。

「自分の伝えたいことが伝わらない」

「どうやって伝えたら良いのか分からない」

なぜ、それが難しいのか？

それは、伝えようとするからです。

意味不明ですね。

では、どうすれば良いのか？

それは

ゴールを決めて伝えること  
~~~~~

要するに、あなたの言葉を聞いて

相手にどう思っ欲しいのか？

というゴールを決めるのです。

「何だろう...気になるなあ。詳しく知りたいな」

と思ってリンク先に誘導させたいのか？

それとも

「この方法なら私にも出来る！早く買わなきゃ！」

と思って今すぐ申し込みボタンを押して欲しいのか？

日常の会話も同じです。

「この人のためなら、
ちょっと無理してでも頑張ってみようかな」

と部下に進んで残業させる...とか。

「いつも私のことを思ってくれて、私幸せ...」

と恋人に思ってもらう...とか。

ゴールを決めなければ、スタートは切れません。

そして、ゴールにたどり着くために通過点を用意する。

ただの長い道のりでは、
最後までたどり着く人はいなくなります。

「何を伝えたいか」

ということよりも

「どう思って欲しいのか」

そして

「どんな行動に出て欲しいのか」

という目的をはっきりさせる。

そうすれば、ぶれないセールスレターを書けます。

あなたも日常生活の中で、

身近な人に

「どう思って欲しいのか」

または

「どんな行動に出て欲しいのか」

という部分を意識して、
伝え方の練習をしてみてくださいね。

サンタ営業メソッド開発者 佐藤康行

執筆者：サンタ営業メソッド開発者 佐藤 康行

「お客様から奪うのではなく、与える」サンタ営業メソッドの開発者
15 歳で上京、皿洗いからスタートし、営業でトップセールスとして活躍
レストラン「ステーキのくいしんぼ」を創業し、70 店舗以上に全国展開
教育教材の販売では世界 No.1 の実績を持ち、自身の著書は 70 冊超

サンタさん営業ドロボー営業

<http://infomakemarketing.com/santa.html>

解説者：YS コンサルタント株式会社 代表取締役 岡田 基良

大手生命保険会社の最下位営業所長時代に、サンタ営業メソッドを実践
1 年足らずで全国 1,000 営業所中トップとなり、13 年間トップを維持する
ANA、住友生命、アリコジャパンなど多数のコンサルティング実績を持つ
過去 1 年で 13 社の業績を V 字回復させ、企業研修リピート率 95%以上

トップセールスの DNA

<http://infomakemarketing.com/topsales.html>

【売上 3 倍セミナーNo.6】見込み客はどこに いるのか？

「2ヶ月で売上3倍にする」第6回目の配信です。

前は、

「これだけ頑張ったことはない、
これだけ自分の能力を出したことはない、
これだけ我を失くして、本当にお客様のため、
目の前にいる人のためだけに過去にやった記憶はない、
というくらやる。」(佐藤康行)

というフレーズがありました。

では、「お客様」になりそうな「見込み客」とは
いったいどこにいるのでしょうか？

今回のテーマは

「見込み客はどこにいるのか？」

です。

■第6回「見込み客はどこにいるのか？」

講師・佐藤康行：

「見込み客のを見つけ方を教えてください、という人がいる。

前回話したように、やり方はいくらでもある。

しかし、それ以前にまず大切なのは、
その辺に歩いている人を全部あなたの見込み客と思ってやるということ。

どこに行っても、そう思ってやる。

レストラン行ったら必ず店員、ほかのお客様さえも
自分の見込み客と思うこと。

思えば必ずそういう言葉や動きになる。

必ずなんとか話しかけなきゃいけないという気持ちになる。

今、選挙が近づいてる。

選挙は、投票の期日が決まっているから、
本当に当選したい人は、どこで食事しようが、
「よろしくお願いします」とやっていないか？

恥ずかしいだとか、人がどう思うなんて考えてられない。

そんなことを考えている人は落選する。

営業・仕事を、あなたの選挙運動だと思って、そういう動きを試みる。

これだけ頑張ったことはない、これだけ自分の能力を出したことはない、
これだけ我を失くして、本当にお客様のため、
目の前にいる人のためだけに過去にやった記憶はない、というくらやる。

だから、YSコンサルタントで打ち出している
「サンタの心」が大事になる。」

■本日のワンフレーズ

「その辺に歩いている人が全部あなたの見込み客。
どこに行っても、そう思ってやる。
レストラン行ったら必ず店員、ほかのお客様さえも
自分の見込み客と思うこと。
思えば必ずそういう言葉や動きになる。」(佐藤康行)

現在の能力で、仮に100人にセールスして1人契約を
いただけるのであれば、300人にセールスすれば
3人から契約をいただける計算になります。

3倍です。

売上を上げるために、
見込み客を増やすというのは誰もが思いつくことです。

では、どうやって増やすのか？

業界・商品・売り方によって方法は
異なるでしょうし、あらゆることが可能でしょう。

しかし、それ以前の根本的なこととして

「その辺に歩いている人が全部あなたの見込み客」

だという地点から出発すると、
その時点から世界の見え方が変わってきます。

今から、やってみてください。

ただし、そこで「サンタの心」がなければ、
単に押し売りになりますので、ご注意を。

【売上 3 倍セミナーNo.7】あなたの商品でお客様を喜ばせる

「2ヶ月で売上3倍にする」第7回目の配信です。

前は、

「これだけ我を失くして、本当にお客様のため、
目の前にいる人のためだけに過去にやった記憶はない、
というくらやる。だから、「サンタの心」が大事になる。」

ということが言われました。

では、ただお客様を喜ばせるのが、「サンタの心」なのか？
といえば、そうではありません。

多くの人が勘違いしやすいポイントについて、
今回は説明してもらいたと思います。

今回のテーマは

「あなたの商品でお客様を喜ばせる」

です。

■第7回「あなたの商品でお客様を喜ばせる」

講師・佐藤康行：

「その辺に歩いている人を全部あなたの見込み客と思ってやる。

レストラン行ったら必ず店員、お客様さえも自分の見込み客と思う。

知らない人が話しかけても、
ものすごく感じがよくて、笑顔が素晴らしくて、
話もよかったら、ウェルカムではないか？

なおかつ、その態度だけでも何かを学べるという人ならば、
あなたから仲良くなりたいのではないか？

みんな同じなのだ、人間は。

だから、今日からそうなるのだ。
ほかでもない、あなたが。

本当に「サンタの心」でいったならば、
誰から見ても大歓迎となる。

しかし、ただ会って、世間話をして雑談して帰ってくるのではない。
それでは、いくら会っても会ったことにはならない。

売上を上げる。収益を上げる。
商品が売れなければ、絶対、売上は上がらない。

当たり前のことだ。
しかし、当たり前のことをやってない人が多い。

お客様と話をして、お客様に喜ばれた、と言って

ニコニコして帰ってくる。

何をやっているのか。

ただ喜ばせるのが、目的ではない。
そうならば、いくらでも喜ばせられる。

金をばらまけばいい。誰でも喜ぶのではないか？

そんな愚かなことはしない。

あなたの商品を一生懸命勧めて喜ばれること。
そのために会いに行っているのであり、世間話をするためにいくのではない。

当たり前のことだが、勘違いしている人がことのほか多い。」

■本日のワンフレーズ

「あなたの商品を一生懸命勧めて喜ばれること。
そのために会いに行っているのであり、
世間話をするためにいくのではない。」(佐藤康行)

ドロボーもサンタクロースも、大きな袋を担いで
夜に他人の家に入っていくシルエットだけ見ると似ています。

しかし、ドロボーが自分の欲望を満たすために奪おうとする一方で、
サンタは与えることで、相手を喜ばせようとします。

「サンタの心」とは与える心。

そう言うとシンプルですが、シンプルであるがゆえに勘違いも生まれます。

相手を喜ばせるといっても、
限られた寿命の中で命ともいえる相手の貴重な時間を奪って世間話をしたり、
相手の本当のニーズを満たすことなく、何かモノやカネを渡しても、
それで誰かが本当に喜ぶのでしょうか？

「サンタの心」の営業とは、
あなたの商品・サービスで、お客様を本当に喜ばせることです。

【売上 3 倍セミナーNo.8】反省は、無駄な時間

「2ヶ月で売上3倍にする」第8回目の配信です。

前回で、

「あなたの商品を一生懸命勧めて喜ばれること。
そのために会いに行っているのであり、
世間話をするためにいくのではない。」(佐藤康行)

ということが語られました。

「サンタの心」といっても、ただ相手を喜ばせるのではなく
「自分の商品を通じてお客様を本当に喜ばせる」のです。

では、「自分の商品を通じてお客様を喜ばせる」には
何をどうすればよいのか？

事前や事後に、いろいろと考えがちな思考タイプの方には、
今日の内容はうってつけです。

今回のテーマは

「反省は、無駄な時間」

です。

■第8回「反省は、無駄な時間」

講師・佐藤康行：

「サンタの心」が大切。

しかし、「何がサンタの心だろうか？」と
ただ考えているだけで動かないのでは何にもならない。

考えると動けなくなる。

手当たり次第に、1分も無駄なく動いていく。

YSコンサルタントの営業プログラムを持っているなら、
それを歩きながら聞き、聞きながらなおかつ声をかける。

それくらいの動きが必要。

座りながら聞く必要はない。

1分も無駄にしない。

今までの行動パターンを改良するには、ああだこうだ考えない。

動けば改良なのだ。

声をかけられない、どうしたら声をかけられるだろう、なんて考えない。

声をかければいい。

そうしたら、反省も改善も同時にした、ということになる。

動けばいい。

反省は、無駄な時間。

そんな暇があったらすぐやる。

そうしたら、その中にすべて反省も改善も入っている。
余分な時間がなくなる。

なかなかクローキングできない人は、クローキングする。
反省なんかしてる暇はない。

そこから出る改善と、何もやらないで一人で考えるのとでは違う。
やってみてどう反応があった、だから次にはこうやる、
とやったら本物の改善。

やらない人がいくら考えても、改善でも何でもない。

それは架空の話だ。

ああ、こうすれば、こうなるんだな。
こういうふうに言うと嫌われるんだな。
それを身をもってわかるのが、本物。

そうすると、あなたの直観力が磨かれていく。」

■本日のワンフレーズ

「今までの行動パターンを改良するには、ああだこうだ考えない。
動けば改良なのだ。声をかけられない、どうしたら声をかけられる
だろう、なんて考えない。声をかければいい。
そうしたら、反省も改善も同時にした、ということになる。」(佐藤康行)

いくら頭で考えていても、
動かなくてはお客様に会うこともできず、
話すこともできず、喜ばせることもできず、
売上があがることもありません。

頭が生み出す空想は、行動を制約します。

まず、動く。
そのことでどうなったか見ながら、
また動く。

その動きの流れをとめないことです。

【売上 3 倍セミナーNo.9】3 倍くらいは楽々

「2ヶ月で売上3倍にする」第9回目です。

前は、

「反省は、無駄な時間」

というテーマでした。

考えすぎて、動けなくなっている方々に
大きな気づきをもたらしたのか、
予想外に多くの反響メールをいただきました。

メールをお送りいただいた皆様、
本当にありがとうございます。

メールを送ったという時点で、すでに動いています。
この流れで、売上3倍に向けた具体的行動に向かってください。

さて、今日のタイトルは

「3倍くらいは楽々」

です。

■第9回「3倍くらいは簡単」

講師・佐藤康行：

「能力は今のままで、売上を3倍にするにはどうしたらいいか？

3倍の人に会って、勧める。
ただそれだけ。できたら売上3倍。

3ヶ月分の仕事を1ヶ月に凝縮すればいい。

数字上、理論は成り立つのでは？

「たくさん」という抽象的なことではだめ。
本当に3倍にする。

「そんなにうまくいかない」などと
やる前にごちゃごちゃ言わない。

「3倍の人に会うなんて時間的に無理だな」

などと、実際やる前に無理だと思ふべきではない。

勘違いをしてはいけない。
3倍の時間を増やせ、と言っているのではない。
3倍の人に会って、勧めなさい、と言っている。

そこに焦点を絞って、目標を定めて動かさなければ、
やり方はいっぱい出てくる。

例えば、前の晩に地図を見て、無駄な動きをなくしていく。

10分間、タイマーで時間を区切って、紙とペンを用意して集中して無駄な時間を削るアイデアを20個でも30個でも出してみる。

出てくるはずだ。

それでも、自分一人で出来なければ、あらゆる人の知恵を借りる。

無駄な時間を全部省いて、その時間を使って人に会う。

3ヶ月分を1ヶ月に詰め込む。
遊びを返上して、寝る時間も、これくらいにしてやる、と決意をしてみる。

私は、皆さんの仕事ぶりは見ていない。
しかし、3ヶ月の仕事を一ヶ月に入れることくらいは、たぶん楽々できると思う。」

■本日のワンフレーズ

「無駄な時間を全部省いて、その時間を使って人に会う」(佐藤康行)

実際の行動に向けたシンプルな課題の提示です。

3倍の人に会ってセールスをする。

そのために、無駄を削り、時間を捻出するアイデアを出す。

難しいところはまったくありません。

「時間がない...」

「やみくもに動いたって疲れるだけ...」

「3倍の人に会って、2.5倍しか売れなかったらどうする？」

そう考えて結局何もしないのは、
それこそ、思考の時間とエネルギーの無駄づかいでしょう。

まず、紙とペンを用紙して、
無駄な時間を減らしてお客様に会う時間を増やす方法を
20個書き出してみてください。

【発行会社について】

発行会社: infomake 株式会社(インフォメイク)
〒275-0001 千葉県習志野市東習志野 1-11-21-102
代表取締役 野村 晃正

AllAbout(オールアバウト)プロフィール登録専門家
<http://profile.allabout.co.jp/pf/infomake-nomura>

[お問い合わせ]
<https://www.formzu.net/fgen.ex?ID=P65771439>
047-407-0163／080-1118-3751

最後までご覧いただき、ありがとうございました。

こころを込めて

