

ネット起業バイブル！

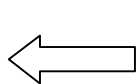
第35号

発行会社:infomake 株式会社（インフォメイク）

<http://infomake.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

執筆者: infomake 株式会社 代表取締役 野村 晃正

Yahoo・Google「リセールライト」1 位、リセールライト日本第一人者
2010 年 8 月より AllAbout(オールアバウト)プロフィール登録専門家

infomake 株式会社
<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/>

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

あなたが1番捨てるべきものとは？

あなたが1番捨てるべきものとは？

少し考えてから、先を読んでみてください。

あなたは、これを捨てることで...

- ・時間が増えます
- ・やるべきことに時間を使えます
- ・経営者は売上が上がります
- ・グチが減ります
- ・不平、不満が減ります
- ・プラス思考になります
- ・性格が明るくなります
- ・会話の聞き上手になります
- ・・・などなど、良いことづくめです(^-^)

こんな良いことが起こったらいいな！

というあなたは、続きをお読みください。

あなたが、1番捨てるべきものとは、

「テレビ」です。

特に、毎朝、毎晩、何気なく見ている...

「ニュース番組」なんて最悪ですよ！！

殺人、強盗、強姦、横領、脱税、増税、裁判、

原発、放射能、政治批判、不況、年金問題、

汚職、税金、洪水、自殺、浮気、不倫、

...

断言します！

90%以上、マイナスの話題です。

みんな、こんなものを毎朝、毎晩頑張って
見続けているんですね！

こんなマイナスのものをを見ていて、
プラス思考になろうなんて無理な話です。

職場や家庭でのニュースに関する話題なんて
どうせこんなもんでしょ？

- ・あの殺人事件は...
- ・あいつは横領なんてしやがって...
- ・増税かよ、ちくしょう...
- ・原発こわいな...
- ・放射能どうしよう...
- ・政治家なんてクソだね...
- ・いやあ不況で困っちゃう...
- ・年金もらえるのかな、払いたくねえ...
- ・議員のくせに汚職してんじゃねえよ...
- ・税金また上がるのかよ...
- ・洪水、大変そうだな...
- ・自殺したくなる気持ちも分かるな...
- ・浮気なんてチャライね...
- ・不倫して離婚、ざまあみろ...

テレビやニュースばかり見ている結果。

グチ、不平、不満...

マイナスの会話、マイナスの思考ばかり
という環境になるわけです。

事実、私は一切ニュースを見ません。

食事の時などにテレビがついていると
すごくマイナスのエネルギーを感じます。

ニュースを見なくなって気付きました。

「ちゃんとニュースを見ておかないと
世間から取り残されてしまいますよ。」

「ちゃんとニュースを見ておかないと
職場での会話についていけませんよ。」

きっと、そういう反論もあるでしょう。

でもね、最初に書いたメリットのうちの
最後の一つを見てみてください。

・会話の聞き上手になります

私は、このように対応しています。

相手：野村さん、知らないんですか！？

私：ええ、あんまりテレビ見ないので。

それって、どんなことなんですか？

ぜひ、教えてください！

相手は、話していてうれしいはずですよ。

結果、知らないことで話題も増えるし、
私も聞き上手になるわけです(^-^)

テレビやニュースを見るのをやめましょう！

もう一度、おさらいしておきます。

テレビやニュースを見なくなると...

- ・時間が増えます
- ・やるべきことに時間を使えます
- ・経営者は売上が上がります
- ・グチが減ります
- ・不平、不満が減ります
- ・プラス思考になります

- ・性格が明るくなります
- ・会話の聞き上手になります

少しフォローですが、テレビを一切見るな
というわけじゃないですよ(^-^)

参考までに、私が見ているテレビ番組を
下記に書いておきますね！

- ・カンブリア宮殿
- ・踊るさんま御殿
- ・ブラマヨのアツアツ
- ・やべっち FC
- ・サッカーの代表戦
- ・私が恋愛できない理由

お笑い、サッカー大好き(^▽^)/

全部、録画して CM をスキップして見ます。

年金はもらえるのか？

この前、朝ごはんを食べているときに
家族がニュースをつけていました。

テーマは「**年金問題**」でした。

コメンテーターの方が、ああだこうだ
うるさくわめいていました。

みんないろんな意見があるのでしょう。

きっと、あなたにも
年金に対する意見があると思います。

まあ、たいてい年金の話題になると
グチになるのですが（苦笑）

果たして、**年金はもらえるのか？**

私は、年金はもらえないと思います。

もらえないというよりも、
もらえない前提で人生設計をしています。

年金をもらえなくても生きていけるように
自分で積み立てをしています。

もちろん、日本の金融機関ではありません。

いつ破綻するか分からないような国に
お金を預けるわけにはいきませんからね。

私は、投資顧問でも FP でもないので
詳しくはお話しません。

法律上、話さないほうが良いと思うので。

「もし、年金をもらえないとしたら、
どのように資産運用していけばいいか？」

ご自身で、じっくり考えてみてください。

私は、他人に人生を握られるのが大嫌いです。

実際、年金が出るか出ないかなんて、
私がどれだけ抵抗したって変わりません。

あなたが抵抗したって変わりません。

自分でコントロールできないことに悩むな！

自分でコントロールできることを考えろ！

私は常に、これを意識して生きています。

大切なこのレポート読者のあなたにも
ぜひ、意識して生きてほしいと願います。

年金、税金、会社の給料、リストラ...

これらは、自分でコントロールできません。

そんなことに「体」も「心」も縛られず...

自分で収入をコントロールするのです！

自分で仕事をコントロールするのです！

これからの時代、勤めているのはリスク。

自分でビジネスや副収入を持つのがベスト。

私は、そう考えます。

できない、難しいと言ったらそこで終わり。

できないという思考になってしまう。

どうしたらできる？？という発想になれば
できるための方法が浮かんでくる。

浮かんでくるまで考え続ける。

途中であきらめない。

ゴチャゴチャ文句や不平不満を言っている。

そんな暇があるなら、自分で稼ぐ。

その方法を考えて、行動する。

みんなで自由と幸せを手に入れましょう！！

嫌いで嫌いでしかたない

これは深い話です。

普通のメルマガのように流し読みしても
きっと理解できないと思います。

でも、すごく大切なことです。

他のメルマガを全部解除してしまっても
じっくり読む価値があります。

人生という長いスパンで見たときに
大切になることです。

目先の小銭稼ぎの話ではありません。

自分の価値観を入れずに【素直に】読めば、
あなたにブレークスルーが起きますよ！

さあ、行ってみましょう^^

「あなたさんは、自分が好きですか？」

「自分が嫌いで嫌いでしかたないですか？」

ビジネス、お金、収入、生活、人間関係...

全ての望むものを手に入れるには、
自分を好きになることがとても大切です。

自分が好きな人、自分が嫌いな人。

同じ行動をしても、結果が 180 度変わります。

もし、今より自分の理想に近づきたいなら
ここから先を読んでください。

学生時代を思い出してください...

「あなたは、学校で集合写真を撮ったとき
誰に一番最初に目が行きましたか？」

自分ですよね？

みんな自分に一番関心があるのです。

本当は自分のことを好きになりたいのです。

人間ですから、良い所も悪い所もあります。

でも、まず自分の良い所も悪い所も認めて
受け入れてあげましょう。

悪い所は直していけばいいのです。

必死に改善するのです！

「自分の心の中が、一番よく分かりますよね？」

「他人より、自分の心の方が分かりますよね？」

自分の心を知り、自分を好きになってこそ、
他人の心を知り、他人を好きになれるのです。

自分を認められるから、他人を認められる。

世界には、60 億人以上？の人間がいます。

この 60 億人というのも【1 人という人間】が
60 億人集まっただけの話。

自分という【1 人】の人間を愛せるからこそ
他人を愛することができるのです。

他人を愛する人は、他人からも愛されます。

あなたも、自分を好きでいてくれる人を
心の底から嫌いになることはないですよ？

人間って、そういうものです。

商売というのはお金だけではありません。

人は感情で物やサービスを買います。

嫌いな人から買うことは少ないでしょう。

1 度買っても、買い続けられないでしょう。

商売は好きになってもらうことが原点。

そのためには、まず自分からお客さまを好きになることです。

いきなり全てを変えなくてもいいのです。

まず、自分の良い所も悪い所も認めてあげる。

受け入れてあげる。

そうすれば、少しずつ自分を好きになれます。

自分を認められるから、他人を認められる。

そして、他人を好きになっていきます。

やがて、嫌いな人がいなくなっていくます。

最後にあなたにこの言葉を送ります。

「嫌いな人の数＝自分の器量」

じっくり考えてみてください。

いまいち大きく稼げていない理由

今日の話は少しレベルが高いので
月に数十万円稼いでいる人向けです。

レベルが高い話ですが、分かる人には
数千万円の価値があるでしょう。

いまいち売上が上がらない。

いまいち突き抜けられない。

もし、あなたがそんな現状なら
この話は非常に参考になるはずです。

いまいち大きく稼げていない理由は
たったの 2 つです。

- 【1】やるビジネスが間違っている
- 【2】儲ける仕組みができていない

それぞれ解説していきましょう。

【1】やるビジネスが間違っている

やるビジネスが間違っているとは、
一言で言えば...

PPC 広告を打てないビジネスは間違い。
~~~~~

インターネットで【大きく】稼ぎたいのに  
PPC 広告を打てないビジネスをやる。

もしくは PPC 広告を打ちにくいビジネスを  
必死にやる。

※月 100 万以上稼がなくてもいいなら  
別に PPC 広告を使わなくてもいいです。

意味が分かりません。

**大きく、効果的に、広告を打てなければ、  
大きく稼ぐことなんてほぼ不可能です。**

無理やり PPC に通そうとしてもだめです。

そういうビジネスは、たいして儲かりません。

**普通に PPC に出せるビジネスをしましょう。**

そういうビジネスの方が、断然儲かります！

普通に PPC に出せるビジネスとは...？

検索して自分で調べてみてください。

何でも教えて～では、身につけませんから^^

## 【2】儲ける仕組みができていない

簡単に言えば、

**広告費より、売上が上回る仕組みを作る。**

いくら広告を打っても、受け皿が無ければザルのようにお金が流れていきます。

ちゃんと穴にはふたをしないとね^^

単品じゃなくて、クロスセル、アップセル、リピート、キャンペーン、紹介...

**全体の仕組みとして【黒字化】するのです。**

黒字の仕組みが完成したら、  
**あとは、【広告費を増やす】だけです。**

**【広告費と売上が比例】します。**

ジャンジャン広告費をぶち込んで、  
ガンガン回していきましょう。

人、モノ、金、を回すということです。

# インターネットで月100万以上稼ぐ「型」

考えてみてください。

もし、あなたが空手を習うとしたら  
最初に何を教わると思いますか？

答えは簡単...

「型」です。

空手などでも基本は「型」です。

「型」ができれば実践で勝てません。

ある程度までは強くなることができても  
超一流になることはできない。

だから、強い人ほど「型」を大切にする。

インターネットで稼ぐのも同じことです。

私もいろいろな経験を積んできました。

成功も失敗もたくさんです^^

やり続けていると「型」が見えてきます。

インターネットで稼ぐ「型」ですね。

先ほどの大きく稼げない理由とも通じますが、  
1 つずつ見ていきましょう。

## 【ステップ1】PPC 広告を出す

無理やり PPC 広告に通すビジネスはだめです。

普通に PPC 広告に出せるビジネスをしましょう。

何でか？

今は聞かずに、素直に納得してください。

空手の型だって、何で今その動きなの？

って分かりませんよね。

上達してから、初めて分かることなのです。

この PPC 広告のことも同じ。

月 100 万以上稼げるようになってから  
なるほどと分かるようになります。

※その時も PPC 広告が今と同じ状況かは分かりません。

ビジネスはスピードと時流も大切です。

月にいくら広告費を使っているのかな？

という視点で PPC 広告のスポンサーサイトを見てみてください。

数百万円も広告費を使っているような会社は【大きく】儲かるビジネスをしています。

それをヒントにしましょう。

自分は、どういうビジネスをするか？

自分は、どんな仕組みを作るのか？

教えて身につくものでもありませんから自分で考えてみてくださいね。

もし会ってお話しする機会がありましたらその時にでも聞いてください^^

## 【ステップ2】PPC 広告から黒字になる仕組みを作る

一言で言えば、



広告費より、売上が上回る仕組みを作る。

いくら広告を打っても、穴が開いていてはザルのようにお金が流れていきます。

穴にはふたをしないとイケません^^

正直、ここが一番しんどいところ。

仕組みの精度を上げて【黒字化】するのは並大抵の努力では無理です。

常にその仕組み、ビジネスモデルを観察して1つ1つ地道に、コツコツ直す必要があります。

情熱、好き、楽しい、といった感情が不可欠。

単品じゃなくて、クロスセル、アップセル、リピート、キャンペーン、紹介...

そんなもんだけじゃありません！

メールの一文字、電話の一言、笑顔、表情、声のトーン、感謝、丁寧さ、時間...

1つ1つ地道に、コツコツ改善するんです！

売上は、すべて掛け算で成り立っています。

1 つでも多くの売上の掛け算を見つけて  
1 つでも多く、その精度を上げる。

そうすれば、やがて【黒字化】します！

### 【ステップ3】PPC 広告の広告費を増やす

仕組みを黒字化できたら、あとは簡単です。

あとは、【広告費を増やす】だけ！  
~~~~~

そうすると【広告費と売上が比例】します。

ジャンジャン、ガンガン広告費をぶち込んで、
ビジネスを回していきましょう！

人、モノ、金、を回すということです。

一番の敵は【お金への恐怖】です。

こんなに広告費使って大丈夫なのかな？

というお金に対する恐怖が最大の敵です。

実際は、仕組みは【黒字化】しているので
つぎ込めばつぎ込むほど儲かるはず。

なのに、お金への恐怖が邪魔をする。

人、モノ、金、が回っていれば大丈夫！

ガンガン攻めていきましょう！！

最後に復習しておきます。

インターネットで月 100 万以上稼ぎたい人。

もう少しで月 100 万以上稼げそうな人。

保存して、何度も読んでくださいね！

私が回り道したからこそ断言します。

これが大きく稼ぐ一番の近道です！

【ステップ1】PPC 広告を出す

普通に PPC 広告に出せるビジネスをする

【ステップ2】PPC 広告から黒字になる仕組みを作る

広告費より、売上が上回る仕組みを作る

【ステップ3】PPC 広告の広告費を増やす

あとは、【広告費を増やす】だけ！

どこでもデータ共有できる！SugarSync(シュガーシンク)とは？

「せっかく家でプレゼン資料を作ったのに
会社に持っていくのを忘れてしまった！」

「家のパソコンで会社の資料を整理したが
会社のパソコンにデータを移すのが面倒！」

あなたも、そんな経験ありませんか？

でも、どこからでも、どのパソコンからでも
データを共有できたらいいと思いませんか？

実は、それを実現する方法があります。

クラウド(サーバー上)でデータ管理すれば
どこからでもデータを共有できます。

「便利そうだけど、なんだか難しそう。」

「便利そうだけど、高いんじゃないの？」

と思っているかもしれませんね。

でも、そんなことはありません。

非常に簡単ですし、無料で利用できます！

私が最近、一番役に立っているサービスをご紹介します。

そのサービスとは...

SugarSync (シュガーシンク)

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

SugarSync (シュガーシンク) のメリットを一言で言うと...

- 職場と自宅のパソコン (複数のパソコン) を全自動で、常に同じ環境に保つことができる！
- ファイルの古い、新しいを気にせずに自宅のパソコンで会社の仕事の続きができる！
- ディスクにバックアップする手間を減らし、クラウド上で安全にデータを保存できる！

他にも、SugarSync (シュガーシンク) ではいろいろなことができます。

- ・あらゆる PC / スマートフォンに対応
- ・全自動「同期」機能
- ・リンクひとつで重たいファイルも共有
- ・ストレスの少ないスムーズな操作性

- ・パソコンが壊れても、クラウド上で安全に保管
- ・暗号化による、安全なファイル管理
- ・古いファイルを自動的に保存、簡単に復元

私は、SugarSync(シュガーシンク)のおかげで
データのバックアップを気にしなくなりました。

自宅でもオフィスでも、常に最新のデータを
SugarSync(シュガーシンク)で共有できます。

作業効率が上がり、無駄な時間が減り、
安全にデータを保存できるようになりました。

100 回聞くよりも、実際に 1 回使ってみた方が
いかに便利かを実感してもらえと思います！

なんと、**無料**でも「5GB」まで使えますので、
ぜひ使ってみてくださいね！

今なら、下記のリンクから「**無料**」登録すると
「**500MB**」の容量が**無料**でプレゼントされます！

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

しかも、**無料**で 5GB まで使えます！

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

これから先、ネットビジネスで生き残る人は？

あなたに質問です。

「これから先、ネットビジネスで生き残る人は？」

答えは3文字。

簡単です。

あなたも考えてみてください。

今月100万円稼げたとかでは意味がありません。

お小遣い的な発想なら良いですが(苦笑)

企業として、会社として存続し続ける。

企業として、会社として成長し続ける。

そのためには、「稼ぎ続ける」という考え方が
非常に大切になってきます。

短期的視点しかない企業は、すぐ倒産します。

個人の方でも同じです。

「稼ぎ続ける」という長期的視点を持つことで
ビジネスが発展していくのです。

会社は安定させようと思った時点で「死」です。

周りは成長していて、インフレも進んでいるので
【安定＝死】なわけです。

常に【成長＝発展】するのが必須です。

さて、話がそれたので戻しましょう^^

生き残るためには、

【成長し続ける】

【稼ぎ続ける】

ことが大切ということだけ覚えてください。

それでは、本題の

「これから先、ネットビジネスで生き残る人は？」

答えは...

生きたリストを持ち、増やし続けている人・会社
~~~~~



ちゃんとしたリストを持っていれば...

- ・アフィリエイトをして稼ぐことも可能です。
- ・自社の商品を販売することも可能です。
- ・広告費をかけずに売り上げをあげられます。
- ・その業界で影響力を持つことができます。
- ・JV がしやすくなり、人脈が広がります。

などなど、数多くの強みがあります。

逆に、リストがなければ...

- ・常に広告費をかけないと売上があがらない。
- ・常に新商品を開発し続けないといけない。
- ・常に走り続けないといけない。
- ・常に精神的に不安で、夜も安心して眠れない。

まさに、ラットレースというやつです。

車輪の中を回り続けるネズミのようになります。

いつまでも苦しみながら走り続けられる人間など  
どこにもいません。

だから、やがて稼げなくなり、倒産するのです。

リストが大切という話は、もう聞き飽きた。

そんな方も多いでしょうね。

でもね！知っていると出来ているは違います。

聞かない人ほど実践できていません。

「リストが大切なのは知っている。

でも、リストは集めていない。

早く稼げそうなマニュアルばかり買っている。」

あなたも思い当たりますか？

ちゃんとリストの重要性を分かっているから  
そんな行動を取るんです。

本当は、分かっているんです！

人間、分かったと思ったらそこで終わり。

もうそこから成長することはありません。

常に謙虚に、常に素直に。

でも、自分の芯はしっかりと持つ。

目先のお金を求める人は、いつまでも稼げない。

長期的な視点で努力する人は、一気に飛躍する。

それが、ビジネスの真理です。

今、生き残っている人は間違いなくリストを  
たくさん持っています。

お金で買い集めたカスみたいなリストではなく  
ちゃんと生きたリストを持っています。

もちろん、弊社もそうです。

これからもどんどん生きたリストを増やします。

あなたはどうしますか？

- ・稼げるノウハウを探し続ける。
- ・リストを集める。

どちらが良いかはもうお分かりですよ？

あとは、あなたが決めてください！

# **株式会社 夢丸**

執筆者：株式会社 夢丸

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/>

6 億円を売り上げたセールスレターテンプレート  
超実践型コピーライティング講座 DVD

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

彼女の勉強法の全てを公開した無料動画講座

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

## その仕事、重要ですか？（山戸久美子）

どうしてもモチベーションが上がらない  
または続かない方のために、  
私が心がけていることをお話しさせていただきます。

人はどんなときに底知れない力を発揮するのか？

それは、自己実現欲求が強く出たとき。

マズローの5大欲求の最も上にあるのが、  
自己実現欲求です。

最も下にあるのは「1:生理的欲求」であり、  
生命維持に必要なものですが、

おそらくこのメールを読まれている方で、  
この部分の欲求を満たされていない方は  
いないと思います。

次に「2:安全の欲求」が来ますが、  
ここも満たされていなければ、  
メールを読むところではないと思います。

そして、次は「3:属性と愛の欲求」ですが、  
生理的欲求と安全の欲求が満たされることで、  
現れる欲求だといわれています。

次に、「4:承認(尊重)の欲求」です。

自分の価値を認めてもらいたいという欲求です。

次は「5:自己実現の欲求」になるのですが、  
先にお話した4つのどの欲求が満たされても、  
自己実現欲求が満たされるのは難しいと言われます。

マズローによると、先の4つの欲求と、  
自己実現欲求は別物だと言われています。

さて、私が何を言いたいかと申しますと、  
起業家には、自己実現の欲求が強い人が多い  
と私は感ずます。

さらに言うなら、成功している人の共通点は、  
自己実現欲求が強いと感じています。

ウィキペディアには、自己実現理論について

「自分の持つ能力や可能性を最大限発揮し、具現化して  
自分になりえるものにならないという欲求。」

と書いてあります。

<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E8%87%AA%E5%B7%B1%E5%AE%9F%E7%8F%BE%E7%90%86%E8%AB%96>

私を含む多くの人間は、

きっと承認の欲求すら満足に満たされず、  
自己実現欲求まで手が届いていないのではないのでしょうか。

モチベーションを下げないように・・・と頑張るばかりで、  
モチベーションが上がることを探せていない。

嫌なことを避けてばかりいて、  
その先の楽しいことには気付くことすら出来ていない。

そんな気がして仕方ありません。

例えば、毎日パソコンに向かって目が疲れて、  
手が疲れて、帰りはいつも終電でくたくた・・・

と外側だけ見てしまっっては  
「大変だね」で終わってしまいます。

しかし、

自分を必要としてくれている会社があって、

自分がすべき仕事があって、

会社からお給料がもらえて、

家族に温かいお家に住ませることが出来て、

ごはんをお腹いっぱい食べさせてあげられている

・・・と考えると、とても幸せだとは思いませんか？



セールスレターを書くときに  
ただ広告文を書こう、これが仕事だから・・・

と思って書いてしまっっては  
読んだ人の心を動かす文章は書けません。

目の前にある作業に追われるのではなくて、

「なぜ、今これをしなければいけないのか？」

「なぜ、これが必要なのか？」

そう考えてやるべきことを1つずつ片付けていくと、  
いつの間にか形になっているはずです。

私は、セールスレターを書くときには、

「なぜ、このセールスレターを書くのか？」

を考えます。

答えは、商品を買いたい、買って欲しいから。

さらに

「このセールスレターを読んだ人にどう思って欲しいのか？」

と考えます。

答えは、心から「欲しい！」と思って欲しいから。

そして

「この商品を手にした人にどうなって欲しいのか？」

という部分をゴールにします。

答えは、あなただけのものです。

忙しい毎日、遠くのゴールばかりを見てしまって、  
足元は何も片付いていない、全然前に進めていない  
と思ってしまうこともあると思います。

先日、そんなメールをメルマガ読者様からいただきました。

そんなときには、ぜひ・・・

一休みをして

考えていただきたいと思います。

今、目の前にある仕事が  
どれだけ価値のあるものなのかを！

# **以外に簡単、あなたもできる情報販売！** **（野作良）**

あなたは情報販売を、難しい、自分にはできない  
とお考えですか？

- ・起業に大きな資金が必要そう
- ・人を惹きつけるセールスレターなんて書けない...
- ・そもそも人に売る有益な情報なんてないっ！

でも、もしその**情報販売**が自分にも簡単にできるとしたら...

それでもあなたは何もせず、  
インターネットで稼ぐことを諦めますか？

様々なノウハウが溢れかえる中、  
なかなか稼げない**アフィリエイト**を続けますか？

**情報販売...**

それは、あなたの**アイデア**と**行動**さえあれば、  
稼ぐことのできる**ビジネス**です。

あなたもその**情報販売**を  
リスクなく、簡単にできるとしたら...

インターネットは面白いもので、  
2 万円、3 万円もする成功ノウハウが  
飛ぶように売れたりします。

これが本屋ならどうでしょう？

2 万円もする本を簡単には買いませんよね。

なぜ売れるのかと考えると、インターネットは  
情報に高いお金を出してもモトが取れる、

というかノウハウを知れば  
もっと儲かるからじゃないでしょうか。

さらに面白いのは友達にお得な情報を教えても

「役に立ったよ。ありがとう」

という言葉が返ってくるだけですが、  
インターネットならお礼としてお金が返ってきます。

ちょっとした情報でもその人にとって  
役に立つ内容ならお金が発生するのです。

▼悩みを解消するノウハウ

情報を売るといっても、  
別に成功ノウハウだけが情報ではありません。

例えばハゲで長年悩んでいる人はハゲについて、  
髪の知識が豊富だと思います。

それについての情報を書けばハゲ初心者？  
の方にとって貴重な情報になるでしょう。

人の悩みや疑問を解消する情報は全て貴重な情報です。  
だから売れるのです。

あなたが情報を書こうと思った時、  
この様なことで悩むかもしれません。

- ・一体何を書けばいいのかわからない。
- ・人がお金を出してまで買ってくれるような情報なんてない！
- ・自分の趣味・知識が情報として売れるとは思えない。

しかし趣味や仕事の話でも、  
その内容が悩みや疑問を解消する内容なら大丈夫。

恋愛・結婚で悩んでいる人は絶対モテるノウハウがあれば  
喜んでお金を出すでしょう。

ニキビや肌荒れで悩んでいる人は、  
美肌になれる方法が知りたいはずです。

コンプレックスの悩み、性格の悩みやお金の悩み。  
運の良し悪し。

人は本気で知りたい深刻なこと、悩みが解決するなら  
お金を出すのではないのでしょうか？

インターネットの成功ノウハウが売れるのは、  
お金儲けの方法・インターネットで  
稼ぐコツを知りたい人がいるからです。

他の情報だって知りたい人はたくさんいます。

誰もが幸せになりたい、悩みを解決したい、  
豊かになりたい、得したいと思っています。

あなたにとって、好きな事は何か。

専門的な知識、豊富な知識は何か。

自分の悩みを解消した経験・人の悩みを  
解決できる情報は何か。

どんなに考えても自分に有益な情報がないのであれば、  
需要のある有益な情報を持った先生や専門家はいないか？

そこをじっくり・・・

とにかくじっくり考えれば、  
きっと売れる情報はあはずです。

しかし・・・

情報があっても、  
あなたはこんなことを思うかもしれません。

・文章がうまく書けない  
書くのが苦手なので自分には無理

・自分はノウハウを書いたり  
人に何かを教えるほど立派じゃない

ここで私は何度も挫折しかけました^^

でも大丈夫です。

インターネットで個人のホームページを  
いろいろと見てください。

どれもがすぐれた文章でしょうか？

下手な文章を書いている人もいますよ？（私も含む）

それに文章が下手でも、  
情報が相手に伝わればいいのです。

おいしいラーメン屋が知りたい人は、

店の名前と場所がわかれば満足します。

それから情報の宝庫である本屋。

毎日多くの本が出版されていますが、  
どれもが役に立つかというと、  
決してそうではないですよ？

つまらない内容の本もあります。

むしろテレビや雑誌で知った内容の方が  
役に立つことだってあります。

誰かの一言ですごく元気になったり、  
悩みが解決したことはありませんか？

こう考えると、情報販売にとって  
文章は絶対に上手である必要はありません。

それに情報販売は本を書くのではなく、  
知識や体験を売るのです。

情報の内容だって、あなたが思う以上に  
人の役に立つことかもしれません。

そしてあなたが立派な人じゃないなら  
逆にチャンスです^^



立派な人が成功した話より  
失敗ばかりでダメ人間だった人が成功した話の方が  
知りたくなるものです。

インターネットで活躍している方の多くは  
ごく普通の方だったりします。

普通の人の話だからこそ面白いのです。

あなたも胸を張りましょう^^

**悩むよりとりあえず行動です。**

まずは考えることから。

そして、あなたのアイデアや人の悩みなどを解決する、  
欲しい情報を気楽に書いてみましょう。

ネタ帳も用意するのも良いかもしれませんね^^

あなたの閃きとアイデア次第で、  
情報販売は儲かります。

情報収集ばかりで、なかなか稼げずにいるあなた。

**今度は収集する側ではなく、  
売って稼ぐ側になりませんか？**

## **消費する唯一の理由(橘亜樹良)**

全ての消費行動の目的は同じ。  
というお話をしたいと思います。

人はなぜ、どんな時に、どんな理由でお金を使うのでしょうか。

お腹が空いたから？  
痩せられそうだから？  
健康になりたいから？  
ファンだから？  
お金を増やせそうだから？  
なんとなく暇だから？

・  
・  
・

私は、  
何かを購入したり、サービスを使ったりする時には、  
どんな状況においても、  
同じ目的で行われていると考えています。

その目的とは

**「感情を変えること」**

です。

消費行動に限らず、  
人間が行動するときにはいつも  
この原則が働いているように思います。

わかりにくいですか？  
ちょっと具体的に説明しますね。

例えば...

ダイエットプログラム、サプリ、健康食品  
などを購入する場合

これは、商品それ自体、  
ではなく

痩せることによって  
・もっと自分に自信が持てる  
・異性にモテる  
...

健康になることによって  
・痛みのない生活が送れる  
・もっと元気に生活できる  
・旅行やスポーツも好きなように出来る  
...

と、以上のようなことによって、  
「今よりもっと幸せになれるんじゃないか」と考え、  
その感情の変化を求めて購入しています。

FX や株式の投資なんかも、  
お金を増やすことそのものではなくて、

お金が増えることによって得られる  
安心感、優越感・・・  
といった「気持ち」が欲しいからです。

ゴルフ場で使用料を払うのも、  
スキー場でリフト券を買うのも  
そのためのグッズを購入することも、  
それによって得られる気持ちの変化が欲しいから。

アミューズメントパークや映画なんて  
まさにそうですね。

アトラクションに乗って楽しい！  
映画を観て感動！

そういった感情の変化を  
例外なく誰もが欲している訳です。

そういった、感情の変化が得られると思っているから、  
あなたの商品を購入しようと思うのです。

商品自体が欲しいのではなく、  
それを手に入れることで得られる  
「感情の変化」が欲しいのです。

全ての消費行動は、

この原則に基づいています。

人は感情でものを買います。

### 価値＝感情の変化の大きさ

ということは、  
その感情の変化を大きくさせられればさせられるほど。  
あなたの受け取ることが出来る報酬は増えていきます。

逆に言うと、  
自分で感情のコントロールが完璧に出来るなら、  
あなたはもう、お金を使わなくて良くなるということです。

人間でいる限りまず不可能でしょうけど。

# YSコンサルタント 株式会社

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

サンタ営業の秘密

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

サンタマーケティング・ビジネスコース

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

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.36】会社の真の決定権者とは？**

それではメールセミナー第36回

「**会社の真の決定権者とは**」をお届けします。

### ■第36回「会社の真の決定権者とは」

講師・佐藤康行：

「会社にとって、真の決定権者は誰か。

商品や会社の組織など、  
いろいろなことを決定するのは誰なのか。

経営者、社長だろうか？

それとも株主だろうか？

いったい誰が会社の真の決定者なのか？

会社の真の決定者、それはお客様に他ならない。

会社が残るか残らないか、存亡を決定するのは  
お客様以外ない。

お客様が来なくなったら、会社はつぶれる。

だから、経営者はお客様の代弁者でないといけない。

だから、お客様の要望をいろいろな形で、例えばアンケートのハガキなどを集めて、それを社長が常に見て、手を打っているところは事実伸びている。

無視している会社はすでに危ない。

毎日毎日お客様の声を聞いていなくてはならない。  
それに対してどう手を打つか、日夜そこを見ている。

社長はお客様の命令に従って動いていくのであって、  
そのために会社を変化させたり、それに対して従業員にモチベーションを起こしたりしてやっていく。

もちろん、社長が全部、社員のやっていることをできるに  
越したことはないが、会社の規模が大きくなるとそれはできない。

そのときにはお客様の声に対して、そのために研究してもらう。

だから、社長は常に透明でなければいけない。  
お客様の声に対して、透明でなければいけない。」

## ■本日のワンフレーズ

「社長は常に透明でなければいけない。  
お客様の声に対して、透明でなければいけない。」

（佐藤康行）



「会社の真の決定権者は誰か？」

そう問われると、社長、経営者、会社を所有している株主と答える人が多いのではないのでしょうか。

しかし、今回のメールセミナーで語られているように、

**「会社の真の決定権者はお客様」**

なのです。

社長が従業員に何かを命じるとすれば、それは、お客様の代弁者として命令するのです。

社長がお客様に対して透明になれているかどうか、それは会社が繁栄しているかどうかでわかります。

あなたが今、社長であれ、従業員であれ、フルコミッションの営業マンであれ、フリーランスであれ、本質は同じです。

「真の決定権者」に常に目が向けられていますか？

## **【売上 3 倍セミナーNo.37】売上3倍のための三つの要素**

売上3倍メールセミナー、  
「売上3倍のための三つの要素」をお届けします。

### ■第37回「売上3倍のための三つの要素」

講師・佐藤康行：

「売上を3倍、さらに5倍にするためには、  
三つの要素が必要だ。

それは、

- (1)ターゲットを絞る
- (2)訪問件数を増やす
- (3)販売能力を磨く

この三つのことだ。

一つ目の「ターゲットを絞る」とはどういうことだろうか？

効率よく売上をあげるには、どこにお客様がいるのか  
熟知していなければならない。

たとえば、あなたが海に魚釣りに行ったとしても、  
魚のいない場所に釣糸を垂らしていたら、

何時間待っても魚は釣れないだろう。

ニシンがいる場所、イワシがいる場所、イカがいる場所があるように、  
あなたの商品を買うお客様のいる場所というのがあるはずだ。

それをいかに見つけてその場所に行くかということ。

あなたの商品を買うお客様はどこにいるのか？

また、朝に行ったら釣れる場合や  
夜に行ったら釣れる場合などもある。

そのことを知ること。

「ターゲットを絞る」とは、あなたの商品を買ってくれそうな人が  
もっとも多くいる場所、名簿、地域などを絞っていくことだ。

そして、二つ目の訪問件数を増やすとは、ターゲットを絞った後に、  
そのターゲットに対して数多く訪問するということ。

魚がいる場所を知り、そこに繰り返し釣糸を垂れる、  
もしくは網を曳く。

実にシンプルだが、そうすれば釣れないほうが不思議なくらいだ。」

## ■本日のワンフレーズ

「効率よく売上をあげるには、どこにお客様がいるのか  
熟知していなければならない」

(佐藤康行)

イワシを獲りたいのに、池や川やプールで釣りをする人はいません。

それこそ笑い話でしょう。

しかし、ひとたび営業の仕事となると、どうでしょうか。

あなたの商品を(少なくとも今すぐには)必要としていない人に対して、  
見当違いな営業、強引なセールスをしてしまう営業マンは  
決して少なくありません。

**「あなたのお客はどこにいるのか？」**

この問いに瞬時に答えられたでしょうか？

もし、瞬時に答えられないとしたら、  
その答えが正しい、間違っているという以前に、  
自分自身でじっくり考えたことがないため、  
そもそも答えられないのではないのでしょうか。

二つ目の「訪問件数」を増やす、とは、  
もし、あなたが訪問・対人での販売をしていないなら、  
「訪問」を「電話」「Eメール」「手紙」「ダイレクトメール」など  
あなたの商品の販売スタイルにあわせて読み替えてもいいでしょう。

ぜひ、ご自分の商品、販売方法にこのシンプルな原則を  
あてはめてみてください。

## **【売上 3 倍セミナーNo.38】売上3倍のための三つの要素(その2)**

前回のメールセミナーでは、売上を3倍にするためには「三つの要素」が必要だと言われました。

それは...

- (1)ターゲットを絞る
- (2)訪問件数を増やす
- (3)販売能力を磨く

この三つでした。

(1)と(2)については、前回語られましたので、今回は、(3)の販売能力を磨くということについて話してもらいたいと思います。

### **■第38回「売上3倍のための三つの要素(その2)」**

講師・佐藤康行：

「『販売能力を磨く』とは、  
どのようにお客様に説明したらよいのか研究し、  
その能力を磨くということだ。

魚釣りのたとえで言えば、餌は何がよいのか、

道具は何がよいのかということだ。

あなたの営業を魚釣りにたとえた場合、  
どのような餌や道具を使っているだろうか？

そして、釣竿だけでなく、網でとるという方法もある。

販売スキル、テクニック、心構えのレベルを  
高めていくということだ。

ターゲットを明確に決め、販売件数を増やし、  
あなたの能力をたかめていく。

この3つのこと絶えず、たゆまずやっていけば、  
あなたの営業成績は3倍、5倍と伸びていく。

ぜひ、このシンプルなことを忠実に守ってみてもらいたい。

実は、売上げを20%、30%伸ばすことよりも、  
2倍、3倍、5倍にすることのほうがはるかに簡単なのだ。

なぜなら、20%、30%売上を伸ばそうとすると、  
あなたの能力も営業のやり方も変えずに、ただ今までよりも  
長時間一生懸命にやることによって達成しようとするはずだからだ。

しかし、3倍や5倍にあげようとするれば、  
あなたの今までのやり方を全部やめて、  
まったく新しい販売方法や提案の仕方を考えざるをえなくなる。

方法が変われば、さほど労力を変えずに  
何倍もの売上をあげることができる。」

## ■本日のワンフレーズ

「(売上を)3倍や5倍にあげようとするば、  
あなたのこれまでのやり方を全部やめて、まったく新しい販売方法や  
提案の仕方を考えざるをえなくなる」

(佐藤康行)

販売方法、提案の仕方がまずければ、  
休みなしで長時間働き、一生懸命がんばっても、  
今より20%、30%増が限界でしょう。

売上を3倍にするには、

「これまでのやり方を全部やめて」

効果のある販売方法、提案の仕方を考える必要があります。

また、逆に「売上を3倍にする」という目標設定が、  
知恵やアイデアが出てくるきっかけとなるのです。

## **【売上 3 倍セミナーNo.39】3割増より3倍増を目指す**

### ■第39回「3割増より3倍増を目指す」

講師・佐藤康行：

「2割、3割売上を上げようとする、だいたいが頑張りだ。

自分のやり方はそのまま、ただ長い時間働くというパターン。  
だから、体は疲れるし大変だ。

ところが、「3倍にしよう」といきなり言ったら、  
今までの延長線上では達成できないことがわかる。

今までの自分を全部捨てて、  
まったく違う次元からやらなければならない。

発想も狙う客層も全て変えなければならない。

私の場合、自分を変える時は、洋服から持っている本から全部を捨てた。

今までとは違うところからスタートした。

スタートラインを変えることだ。

人によって収入も全部違う。



収入が増えたら、今度はその収入をもっといろんなものに使えるわけだ。

もっと速く行く交通手段を使える、とか。  
お客様をたまには食事に誘える、とか。  
場合によっては秘書を置く、とか。

いろいろなものにお金を使えるわけだ。  
そうすると、大変ではなくて、逆にだんだん楽になる。

だから、たくさん売れたら大変だという  
固定概念を捨てなくてはいけない。

たくさん売れても、ちゃんと他の人がやってくればよい。

大企業の社長は、何百億、何千億円の上をあげているけど、  
後は、社員やスタッフが全部動いてくれるから、  
売上と大変さは関係ない。

だから、今までの発想を変えていくことになる。

発想を変えない限り、売上を2割、3割増やすために  
今のやり方でただ「頑張る」ことになる。」

## ■本日のワンフレーズ

「今までの自分を全部捨てて、  
まったく違う次元からやらなければならない。  
発想も狙う客層もすべて変えなければならない。」

(佐藤康行)

前回のセミナーで、売上を3倍にするには、

「今までのやり方を全部やめて」

効果のある販売方法、提案の仕方を考える必要があるということが語られていましたが、ここは大切なところなので今回、さらに詳しく話してもらいました。

とはいえ、今までのやり方を突然全部やめるだけでは、次にどうしていいかわからなくなります。

次回は、では具体的にどうすればよいのか、という点について突っ込んでいきたいと思います。

どうぞご期待ください。

# 株式会社 ディーボ

執筆者：株式会社 ディーボ

2010 年に業界最安値の SEO パッケージ「SEO パック」をリリース  
プッシュ営業の多い SEO 業界で、ウェブだけで 1 年で 1600 社超販売  
20 種以上の無料 SEO ツールを提供、月 45 万ページビュー、15 万人利用  
SEO ツール、外部対策に特化した SEO ツールカンパニー

被リンクチェックツール

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

無料 SEO 診断ツール

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

検索数チェックツール

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

SEO 基礎チェックツール

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

これからの無料 SEO をツールを紹介して、  
アフィリエイト報酬を獲得したい方はこちら！

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

## meta タグの記述

SEO 内部対策とは、検索エンジンで上位表示させたいページに対し、HTML の内容をチューニング（検索エンジンにわかりやすく記載）することです。

内部チューニングとして、「meta タグ」を調整する方が多いと思います。

meta タグのポイントとして以下を考慮する必要があります。

- ・meta keywords に入れるキーワードの内容を絞る
- ・meta discription に入れる文字を全角 120 文字以内にする

meta タグ内に情報を詰め込みすぎているケースをよく見かけます。

SEO 対策は、1 ページ 1 キーワードに設定するほうが高い効果を期待できることもあり meta タグも含めて、まずは情報を整理することをお勧めします。

## **SEO キーワード利用頻度**

SEO 内部対策の重要な要素として、ページの本文中に SEO キーワードを含む文章を追加することがあります。

これは、検索エンジンに何について記載されているページなのかを判断させるために実施します。

現在は、SEO キーワードの使用頻度が高いほど良いのではなく、適度、適切に文章に含まれているかが重要となっております。

文章の始めにキーワードを配置したり、  
関連するキーワードを含めた文章を作成し  
ページのテーマを強調することも高い効果があります。

一度、貴社のページを確認してください。

十分な文章はあるか、  
SEO キーワードが作為的に使われすぎていないか、  
ページの各所に散りばめられているか確認されてはいかがでしょうか。

## Google ウェブマスターツールのクロールエラーは順位に影響ある？

SEO 対策やホームページの管理を行っている担当者はウェブマスターツールを活用していると思います。

ウェブマスターツールを利用することで、サイト訪問前のユーザーの検索行動に関連するデータを中心に確認することが出来ます。

ウェブマスターツールのクロールエラーページに 404 エラーが表示されることがあります。

この 404 エラーが検索順位に影響があるのかなど Google の Webmaster Central ブログに情報が掲載されていました。

以下抜粋して、ご案内します。

\*\*\*\*\*

質問:

ウェブマスターツールのクロールエラー ページに表示される 404 (Not found) は、Google 検索での掲載順位に影響しますか？

答え:

サイトの一部の URL が既に存在しない、または 404 を返していた場合も、サイトの他の URL (200 (Successful) を返すもの) の検索結果内での掲載順位には影響しません……

質問:

では、ウェブサイトにとって 404 はまったく影響のないものなのですか？

答え:

サイトの一部の URL が 404 を返しているということ自体が、サイト運営者の評価や Google 検索の結果に影響することはありません。

ただし、一部の 404 に対しては対処が必要かもしれません。

たとえば、404 を返しているページがサイトにとって重要なページである場合は、なぜクロール時に 404 が出ているのか調査するほうがよいでしょう……

\*\*\*\*\*

その他の情報については、  
Google の Webmaster Central ブログをご確認ください。

<http://googlewebmastercentral-ja.blogspot.com/2011/07/404.html>

## 【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

オールアバウト プロフィール

<http://profile.allabout.co.jp/pf/infomake-nomura>

フェイスブック 公式ページ

[http://www.facebook.com/pages/infomake%E6%A0%AA%E5%BC%8F%E4%BC%9A%E7%A4%BE/103763156384892?ref=tn\\_tnmn](http://www.facebook.com/pages/infomake%E6%A0%AA%E5%BC%8F%E4%BC%9A%E7%A4%BE/103763156384892?ref=tn_tnmn)

お問い合わせはこちら

<https://www.formzu.net/fgen.ex?ID=P65771439>  
047-489-5627

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

