

# ネット起業バイブル！

---

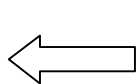
## 第38号

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/>

## ソーシャルメディアの正しい考え方

集客するために、儲けるために...

必死にソーシャルメディアを活用している方も  
多いのではないのでしょうか。

塾に入ったりしている方もいるでしょうね。

あなたも、使っていますか？

でも、そもそもソーシャルメディアというのは  
**コミュニケーションするための手段。**

そのコミュニケーションをとる相手が、  
友人か、お客様かというところが違うだけです。

**ソーシャルメディアは儲ける手段ではない！！**

ソーシャルメディアを通して  
お客様とコミュニケーションを取ることによって  
売上アップにつながるというだけのこと。

つまり、ソーシャルメディアだけをやっても  
儲かりませんよ～ということです。

まず、ビジネスモデルを作る。

そして、そのビジネスモデルのどこに使うかをよく考えてソーシャルメディアを使う。

例えば...

- ・集客のため
- ・自社のブランディングのため
- ・お客様とコミュニケーションを取るため
- ・新商品のアイデアを拾うため

何のために使うのかをハッキリさせておかないと良い結果は得られません。

使うこと自体が目的になっては、本末転倒です。

また、**自分に向いているかどうか**も大切。

ソーシャルメディアでコミュニケーションするのが楽しくて仕方がないのか？

それとも、面倒で、嫌で嫌で仕方がないのか？

まず、自分自身をよく知るということです。

成功するには、自分の特性を知ることが必須です。

そして、向いていることに集中するのです。

私は、ソーシャルメディアを使うのが面倒ですし、無理してやってみても非常に苦痛です。

なので、ほとんどやりません。  
(友達承認と自動投稿のみやっています)

今後、力を入れたら、できる人に任せます。

**ブームに踊らされないでください！**

稼げるのは、ブームを作った人間だけですから。

**以下の質問を読みながら、考えてみてください。**

- ・自分のビジネスのどの部分に  
ソーシャルメディアを取り入れるのか？
- ・どのように取り入れるのか？
- ・どのような効果が期待できるのか？
- ・どれくらいの売上アップが見込めるか？
- ・長期的に見たメリットは何か？
- ・自分でやるのか、他人に任せるのか？

・そもそもやる必要があるのか？

もし答えられないのなら、今無理して  
ソーシャルメディアをやる必要はありません。

先に、ビジネスモデルを作りましょう！

# ソーシャルメディア疲れしていませんか？

あなたは、ソーシャル疲れしていませんか？

ソーシャルというのは、Twitter や Facebook などの  
ソーシャルメディアのことです。

先日、こんな記事を読みました。

インドの若者の間に広がる「ソーシャル疲れ」、アカウント削除も  
<http://www.afpbb.com/article/environment-science-it/it/2853573/8372192?blog=webryblog>

この記事を見て、あなたどう思いますか？

何を考えますか？

これからどうしていこうと考えますか？

日常生活に追われて【考える時間】がない人が  
とっても多いのではないのでしょうか。

でも、【考える時間】が一番大切です。

【考える時間】をしっかりと取らないから  
いつまでも現状が変わらないのです。



【考える時間】を確保して、  
~~~~~

【残りの時間】で日々の業務をこなす。  
~~~~~

ぜひ、これを意識してみてください！

私は実際にそうしています。

インドの若者の間に広がる「ソーシャル疲れ」、アカウント削除も  
<http://www.afpbb.com/article/environment-science-it/it/2853573/8372192?blog=webryblog>

こういう時代の変化に関するニュースを見るときは  
その本質を見ることが大切です。

お金ではなく、人間の気持ちの変化を予測する  
~~~~~

ということが非常に重要です。

それができる人は、いつの時代も成功します。

何のビジネスをやっても成功します。

あなたに質問です。

・なぜ、ソーシャルに疲れるのか？

- ・本当に、ソーシャルに疲れているのか？
- ・ソーシャルに疲れたら、どうしたいのか？
- ・そもそも、なぜソーシャルを使いたいのか？
- ・ソーシャルの何が楽しいのか？
- ・ソーシャルの何が困るのか？

あなたも、まず自分の頭で考えてみてください。

他人の意見を入れるのは、その後です。

市場の変化ではなく、  
人間の気持ちの変化を予測して考える。

とっても大切なエッセンスですよ！

なぜなら、

「人間の気持ちの変化が、市場を生み出す」

からです。

追伸)

私は2010年の初め頃から  
すでにソーシャル疲れしています(笑)

稼げるか、稼げないかより  
自分に向いているか、向いていないか  
の方が何十倍も大切！！

もしやるなら、できる人に任せます^^

## **あなたが変わるために必要なこと**

きっと、あなたにも  
いろいろな夢や目標があると思います。

夢や目標を持つのはすばらしいことです。

別に大きくななくてもいいのです。

月にあと 5 万円欲しい。

そんな小さな目標でもかまいません。

まずは目標を持つことです。

社会のために～～　なんて後でいいんです。

初めからきれごとでは何も始まりません^^

それに、世の中そんなに甘くない。

もし、お客さまに感謝されていなければ  
お金は入ってこないし、儲からない。

そういう風にできています。

さて、話を戻しましょう^^

そのような夢や目標を実現するには  
何が必要でしょうか？

あなたが、変わるためには何が必要か？

聞けば、当たり前のことなのですが  
できている人は本当に少ない。

マニュアルなんかにお金を使う前に  
こういうことをしっかり考えるべき。

その、変わるために必要なこととは...

## 【仕事以外の時間に何をするか？】

仕事が終わったら、学ぶ、実践する。

そういうことに時間を使うのです。

お酒を飲んだり、テレビを見たり、  
ボーっとしていたり、

そんなことをしてはダメです！

ネットビジネスで稼ぎたいのなら  
ネットビジネスを学んで、実践する。

そういうことに時間に使うのです。

仕事で疲れて帰ってきているのに  
頑張るエネルギーなんて残ってないよ...

という気持ちは分かります。

でも、その時に頑張るか頑張らないか。

それで、あなたの 3 年後が決まります。

私は、2006 年 10 月 1 日に個人事業で  
今のリセールライトを始めました。

最初は、なかなか売上が上がらず  
その年の 12 月から契約社員で勤めました。

2 年弱、契約社員として勤めましたが  
その間、仕事の日の睡眠時間は 3 時間。

仕事でも自分のビジネスのことばかり  
考えていました。

(これはオススメできません^^)

結局、最後は居眠りばかりしていて  
クビになりましたが...(笑)

この時期の頑張りがあったからこそ

「スキル」「知識」「思考力」「マインド」  
などが身についたと実感しています。

人間だから、つらい時は休みたい。

ダラダラしたい。

でも、そういうときに頑張った人は  
3 年後には報われるでしょう。

私自身がそうでした。

あなたはどうか？

ぜひ、自分を見つめ直してみてください！

## ビジネスの2つのタイプ

### 「お金をもらうタイミング」

という視点から見て、  
ビジネスを2つのタイプに分けてみます。

お客さまの喜びの方が大切ではないか？

という人もいますかもしれません。

でも、それは不正解です。

そもそもお客さんに喜ばれていなければ  
お金なんて入ってこないからです。

だからビジネスは、利益、お金が一番大切。

企業は、利益を追求すればいいのです。

さて、お金をもらうタイミングから見て、  
2つのタイプに分けると、こうなります...

・先にお金をもらうビジネス

・後にお金をもらうビジネス



そんな簡単なこと？

と思われるかもしれませんが、  
あなたは本当に分かっているでしょうか？

例えば、

ネットビジネス、リアル店舗の塾、旅行業、  
保険業などは先にお金をもらうビジネスです。

商品代金、入会金、月謝、旅行代金、保険料  
などのお金を先にもらうことができます。

そして、その先にもらったお金に対して  
商品やサービスを提供します。

※情報 ASP は、入金で 1～2 か月後ですから  
これには該当しません。

アフィリエイトも同様に該当しません。

反対に、

在庫を抱える物販、製造業、仲介業などは  
基本的には後にお金をもらうビジネスです。

※やり方を考えればこの限りではない。

商品代金、材料費、仲介料などのお金を  
先にもらうことができません。

先に、自分でコストを負担して、  
後でお金を回収してから利益が出ます。

何を言いたいかわかりますか？

それは、

**「先にお金をもらうビジネスをやるべき！」**

ということです。

私は両方やっているのだから分かりますが、  
後にお金をもらうビジネスはつらいです。

**利益が読みにくいですし、計算をミスすると  
赤字を出すことになります。**

いくらマーケティングを勉強したって...  
いくらセールスを勉強したって...

後からもらうお金、後から入ってくる売上を  
正確に予想することはできません。

**でも、先にお金をもらっていれば、そのお金から  
製造コスト、人件費などの支払いができます。**

自分が先出ししなくて良いということです。

先出ししないビジネスはリスクが小さいです。

また、金回りが早いので、  
広告費や人材補強などにも早く投資できます。

**早く投資ができれば、早く拡大できる。**

聞けば誰でも分かる、簡単なことです。

でも、それ実践できているでしょうか？

この機会に自分のビジネスや  
今後のプランなどを見直してみてください。

## ネットビジネスで、最低限必要なスキル

社員がいる方、外注費を払える方は別として...

ほとんどの方は、ネットビジネスを  
個人で、1人で始めることになると思います。

私も最初は、自分1人で始めました。

ほとんどの人は、スタートは同じです。

ただし、1人で、ネットビジネスをするには  
いろいろな壁があります。

その中でも最も大きな壁が「スキル」でしょう。

○○が分からない、○○ができないという所で  
つまづいてしまう方が多いです。

稼ぐとか、マーケティングとか、それ以前に  
これからお話しするスキルが必要です。

今まで、私がいろいろ経験してきた中で  
ネットビジネスで最低限必要だと思うスキルは...

(最低限必要なスキル)

- ・簡単で良いので、ホームページ編集ができる
- ・少しで良いので、ホームページのタグの知識
- ・レンタルサーバーの知識があり、使える
- ・ドメインの知識があり、契約できる、使える
- ・ある程度、コピーライティングができる
- ・ステップメールの知識があり、設定できる、使える
- ・メルマガの知識があり、設定できる、使える

## (あればなお良いスキル)

- ・基本的な SEO の知識、SEO ができる
- ・基本的な PPC の知識、PPC を設定できる、使える

あなたは、上記のスキルのうち  
いくつかのスキルを持っているでしょうか？

私は全て持っています^^

今は、外注さんやパートナーに任せていますが  
私も最初は全て自分でやりました。

これが、重要です。

基本が分かっているから、人に任せられる。

いいでしょうか？

重要なのでもう一度言いますよ！

基本が分かっているから、人に任せられる。

そう、最初は自分でやるのです。

最低限、上記のスキルは身に付けるべきです。

最初から社員に任せる基盤がある方、  
最初から外注さんに費用を払える方、

そういう方は別に必要ないかもしれません。

ただ、**個人でスタートするなら絶対必要！**

1人で考え、進めていかないといけないのに  
これらのスキルがなければ無理です。

もちろん、学んでから始めてはダメです。

稼ぎながら、学ぶ！

いつも口を酸っぱくして言っています。

私は、リセールライトを実践しながら、  
リセールライトで稼ぎながら学んできました。

今は、他のビジネスも実践しながら  
そのビジネスで稼ぎながら学んでいます。

**あなたは、何で稼ぎながら、学びますか？**

私と同じリセールライトでも良いでしょう。

リセールライトは、稼ぎながら全て学べます。

情報販売でも良いでしょう。

商品作成やセールスレター作成は大変ですが  
リターンが大きくなる可能性もあります。

**稼ぎながら、学ぶ！**  
~~~~~

あなたの道を見つけてください。

リセールライトを始めたい方はこちら  
<http://www.top-marketer.com/index1.php>

## やめること、やめないこと

「いろんなネットビジネスをやってみたけど  
なかなか稼げるようにならない。」

「自分には何が向いているのか分からない。」

そんなあなたは、ぜひ真剣にお読みください。

(もちろんネットビジネス以外でも)

このまま、今までのことを続けていっても  
結果は全く変わらないでしょう。

いや、変わらないというよりむしろ悪くなる。

投資する分のお金が減りますからね。

でも、これからお話することが理解できれば  
何をやっても上手くいくようになります。

俗にいう、成功体質というやつです^^

私は、もともと成功体質の人間なので、  
なかなかこの気持ちが分かりませんでした。

(たぶんね、それか超プラス思考？ 笑)



しかし、いろいろな人にコンサルしたり  
自分自身を見つめなおしていく中で  
ある結論を見つけました。

「もう、いろいろ探し回るのは嫌だ。」

「自分に向いているビジネスが知りたい。」

という方は、さらに続きをお読みください。

何かを始めてみる、行動を起こしてみるのは  
当たり前なのでここでは振れません。

行動したことを前提として、お話しします。

まず、それをやめたくなったときに  
その理由を考えてみるのが大切です。

具体的には、次のどちらかということ。

- ・やること自体が辛いから、やめたい
- ・結果が出なくて辛いから、やめたい

前者の、やること自体が辛い場合は  
それが向いていない可能性が高いです。

後者の、結果が出なくてつらい場合は  
あきらめてしまっているだけです。

前者の場合は、キッパリやめるべき。

後者の場合は、結果が出るまで続けるべき。

自分に向いていないものは、早くあきらめる。

それ以外は、あきらめずに続ける。

ということが結論です。

例えば、私は、事務作業が大嫌いです。

アイデア出し、ルーティンワークも嫌いです。

だから、これらのことはやりません。

アフィリエイトサイトの量産、PPC の運用、  
資料作成、発送、事務、経理、税務、  
新しい商品やサービスを作る、会社を増やす...

すぐにあきらめて、得意な人に任せます^^

でも、そうでないことについては  
絶対にあきらめません。

ピンチのときでも絶対にあきらめずに  
徹底的に分析をしてやり続けます。

あなたは、すぐにあきらめていませんか？

すぐに、やめてしまっていないですか？

それでは、自分に向いているビジネスなんて  
ずっと見つかりませんよ。

（厳しいですが、キツパリ！）

自分に向いていないのでなければ、

あ～も～やだ～～～

と3回、発狂するくらいまでやるのです^^

最後にまとめておきます。

## ■やめるか、やめないかの判断ステップ

### 【1】やめたくなったときに立ち止まる

- ・すぐにやめず、自分の気持ちを振り返る

## 【2】下記のどちらかを考える

- ・やること自体がつらいから、やめたい
- ・結果が出なくてつらいから、やめたい

## 【3】どちらにするかを選択する

- ・前者の場合は、キッパリやめる
- ・後者の場合は、結果が出るまで続ける

私だって、何百万円も赤字を出し続けて、  
ようやく黒字化したビジネスもあります。

あきらめないとは、そういうことです。

## **基本に立ち返る**

Twitter が流行ったと思ったら、次は Facebook。

ステップメールが有効だと言われていたのが、  
次は動画によるプロダクトローンチ。

ネットビジネスの世界は、どんどん進化する。

早すぎて、全部覚えきれない。

もう、付いていけないよ...

と思う方も多いのではないのでしょうか？

私も同じですよ^^

次から次へと新しいことが出てくるので  
疲れてしまいます。

でも、全てを完璧にやる必要はありません。

本質さえ押さえておけば良いのです。

その本質とは...

人を集めて、役立つ情報を発信すること。

~~~~~

つまり、人を集める手段や媒体は変わるが  
本質は変わらないということです。

同じく、情報を発信する手段や媒体は変わるが  
本質は変わらないということです。

役立つコンテンツを定期的に配信していけば  
そこに信頼関係が生まれます。

今、こうして読んでくれていることも  
信頼関係や好意があるからだと思います。

ありがとうございます^^

自分が好きで読んでいるメルマガ、ブログ、レポートは...

「なぜ読み続けているのか？」

その答えが、あなたがやるべきことです。

コンテンツ・イズ・キング (Contents is King)  
という言葉があります。

あなたも聞いたことがありますか？

優れたコンテンツは、何よりも優るということ。

本当にその通りです。

目先の利益より、長期的な関係を築くことに  
焦点を当てましょう。

それが、やがて売れやすい土壌となるのです。

## できる人の脳

先ほどは、

- ・コンテンツ・イズ・キング (Contents is King)
- ・優れたコンテンツは、何よりも優る

ということをお話ししました。

事実、読みにくい素人の記事ではダメです。

そんな記事なんて誰も読んでくれませんし、  
商品が売れるはずありません。

趣味ブログのレベルではダメなんです！

商売である以上、クオリティが必要です。

質の高いコンテンツを配信していくことが  
いかに大切かは分かったけど...

「私は、質の高い記事なんて書けません！」

という方も多いと思います。

あなたは、いかがですか？

すらすらと役立つコンテンツを書けますか？



私だって、興味のないジャンルは書けません。

でも、役立つコンテンツは配信できます！

いったい、どうやって？

答えは、簡単です。

書ける人に、お金を払って書いてもらう。

~~~~~

外注、アウトソーシングというやつです。

確かに、自分で頑張って記事を書いたりして  
練習することも大切です。

でも、それでは要領が悪い。

まず、できる人の脳を借りる。

書ける人に書いてもらう。

そして、そこから先にお金を生み出す。

練習するのは、お金を生みながらやる。

これが、要領のいい順番です。

## 「時間、労力、クオリティをお金で買う」

あなたも、この発想ができるようになれば、  
一気に収入がアップすることでしょう！

## 忘れていませんか？

あなたは、ゴールを忘れていませんか？

ロバートキヨサキさんも言っていますが  
本当に大切なことです。

- ・BE(どうなりたいのか？)
- ・DO(何をすればいいのか？)
- ・HAVE(何が欲しいのか？)

この3つの違いをハッキリ説明できますか？

もし、できないならヤバイです^^

世の中のほとんどの人が...

- ・DO(何をすればいいのか？)
- ・HAVE(何が欲しいのか？)

こればかりに注目します。

でも、DO、HAVE に注目しているようでは  
一生、成功することはできません。

何十階建てのビルも、基礎が悪かったら簡単に倒れてしまいますよね。

それと同じことです。

本当は、小手先のテクニックや手法よりも本質や考え方が大切なのです。

**土台のない所に結果は生まれません！**

例えば、お金持ちになりたいとしたらこういう感じです。

## ■DO に注目する人の質問

- ・どんなビジネスをしたらいいのですか？
- ・何の株を買えばいいですか？
- ・どういう方法でやれば稼げますか？

→ どう考えてそれをやったのかを考えましょう

→ 本当のお金持ちは自分の頭で考えます！

## ■HAVE に注目する人の質問

・どこの、いくらの時計をしていますか？

・どこで、どんな家に住んでいますか？

・どこの、いくら車に乗っていますか？

→ どうやってそれを買ったのかを考えましょう

→ 本当のお金持ちは余ったお金で買っています！

コピーライティング、メルマガ、ブログ、  
SEO、PPC、リスト、マーケティング、  
無料レポート、ソーシャルメディア...

ネットビジネスにも多くの要素があります。

しかし、目的は1つ！

「お客さんに喜んでもらって、その対価として  
お金をいただくことが最終的なゴール。

そのために、より多くの人を集客して売る。」

この本質を押さえて、テクニックを使えば  
効果も出るし、結果がも出ます。

メルマガでも、動画でも、何でも同じです。

何をするか、何を持つか。それよりも...

あなたが、どんな人間になりたいか大切

稼ぐことを考える前に、ゴールを決める！

一流の起業家なら、どう考えるのか？

どういう行動をとるのか？

一流の投資家なら、どう考えるのか？

どういう行動をとるのか？

あなたの【なりたい人間】というゴールを  
はっきり決めましょう！

それが、成功への一番の近道ですよ。

## リソースをたくさん持つ

情報を遮断して、集中することは大切です。

が、しかし...

リソースをたくさん持つことも大切です。

---

※リソースとは、情報、知識、商品、素材、  
人脈、経験、スキルなどのこと。

つまり、自分が持っている資源のことです。

---

情報を遮断して、集中することは大切なのに  
リソースをたくさん持つことが大切。

一見、矛盾しているように見えますが、  
そうではありません。

遮断するのか、入れるのか、基準があります。

その基準は...

自分の目指すゴールに、それが必要かどうか。

~~~~~

必要なら、情報を入れる、買う。

不要なら、情報を入れない、買わない。

先ほど、BE、DO、HAVE の話をしましたよね！

こんな人間になるためには、これが必要だ  
と思ったら入れる、学ぶ、買う。

必要ないなら入れない、学ばない、買わない。

ゴールを見て、ちゃんと目的を考えてから  
情報を入れたり、買ったりするのです！

そうすれば、無駄な時間や出費も減ります。

必要なものに時間とお金を集中するので  
効率よく結果も出るようになります。

## 【選択と集中】

本当に大切な考え方ですよ^^

もちろん私も、情報を入れたり、勉強をしたり、  
商品を買ったりしています。

でも、ちゃんと【選択と集中】をしています。



## ・情報を入れるなら...

自分の目指すゴールのために  
いつか、どこかで、その情報が必要になるか？

答えが YES なら入れる、NO なら遮断する。

## ・勉強をするなら...

自分の目指すゴールのために  
いつか、どこかで、その知識が必要になるか？

答えが YES なら学ぶ、NO なら学ばない。

## ・商品を買うなら...

自分の目指すゴールのために  
いつか、どこかで、その商品が必要になるか？

答えが YES なら買う、NO なら買わない。

私は、Eブック、画像、音源など  
多くの再販権付のリソースを持っていますが、  
全てこの基準で選んで買っています。

・自分で売れるかどうか？

・自分で使えるかどうか？

リセールライト(再販権)が付いた商品なら  
自分で売れる弾になります。

とりあえず将来的に自分が売れそうなものは  
買い集めておきます。

画像や音源であれば、自分でも使えます。

(ツールは売りにたくないのではありませんが)

ゴールを見て、それが必要だと思うなら  
情報を入れる、学ぶ、買う。

時間、お金、労力、エネルギー、情熱...

必要なものに【選択と集中】しましょう！

# **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>

## リストさえあればすぐに収益を得られる(山戸久美子)

私は夢丸で、コピーライターとして  
セールスレターやステップメール、誘導メールなど、  
主に広告文章を書いています。

現在までの総売上は7億円を超えていると思います。

そこで、今回は皆様に**リストさえあれば、  
すぐに収益を上げられる、  
ステップメールの書き方**をお伝えします。

ステップメールについて軽くご説明します。

ステップメールとは、  
数回に渡り、自動配信されていくメールです。

メルマガは基本的にタイムリーで配信されますが、  
**ステップメールは予め、回数、配信間隔を決めて、  
原稿も用意し、自動的に流れていきます。**

ちなみに、夢丸では、ステップメール配信スタンドとして、  
アスメルを利用しています。

アスメルはこちら

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

メルマガと比べ、ステップメールは一度組んでしまえば、後は、リストを集める事、登録してもらう事に注力出来ます。

ステップメールを組む前に決めなくてはいけないのは、誘導先、最終目的です。

他社の商品をアフィリエイトする事が目的なのか、自分の商品お販売する事が目的なのか・・・

目的に合わせて、ステップメールでリストを教育していきます。

もし、あなたに100リストでもあるのであれば、ぜひステップメールを組んで頂きたいと思います。

ステップメールの中で最終目的、「購入」という行動に出ていただきやすくするように、ステップメールの中でリストを教育していきます。

簡単に言ってしまうと、数回に渡りメール配信されるセールスレターのようなものです。

ですから、大まかな流れもセールスレター同様、QUEST の流れを起用します。

今回は、最終目的を他社のダイエット商材のアフィリエイトと考え、どんなステップメールを作ったら良いのか、

数回に渡り詳しくご説明させて頂こうと思います。

リストの集め方につきましては、  
野村さんがプロなので、ぜひ野村さんのお話を聞いて、

自分はどんなリストを集められるのか  
どんな商品を扱っていきたいのか

という部分を明確にしておいてください。

次回は、

ステップメールの例を出しながら、  
具体的に1回目からどのような内容で組んでいくのか、

ご説明させて頂きます。

## ステップメールを簡単に作る方法(山戸久美子)

前は、リストが集まったらステップメールを配信して、  
成約を取りましょう、というお話をしました。

リストがあれば、例え自分の商品がなくても、  
アフィリエイトも出来ますし、  
ドロップ SHIPPINGでも何でも売れます。

これから、ステップメールの書き方について、  
お話させていただきますね。

まず、1回目のステップメールですが、  
実は、ステップメールと言ってしまうと、

メルマガっぽく見せることがいい場合もありますし、  
最初から〇〇回に分けて〇〇をお伝えします  
という入り口の場合もあります。

今回は、後者の方でご説明させていただきますね。

そちらの方が分かりやすいので^^

最初に、ステップメールの購読に申し込まれた時点で  
サンキューメールが届きます。

(今回は、ダイエットを例にお話します)

サンキューメールの内容は、

~~~~~

〇〇さん、こんにちは。

この度は読モ MIKI の7日間集中ダイエットメニューへ  
お申し込みいただきありがとうございます！

さっそく、明日からは1日目のダイエットメニューを  
ご紹介させていただきます♪

「ダイエットは明日から」

ということで、今日は好きなものを食べて下さいね^^

それでは、また明日お会いしましょう♪

読モ MIKI

~~~~~

この程度の短いもので結構です。

そして、2回目からは、  
ダイエットメニューを紹介していくのです。

ステップメール原稿を書く前に、決めておくものは、



- ・売りたい商品

- ・飛ばしたいサイト

になります。

要するに、購読者にとって欲しい行動を目的として、  
すんなりと抵抗なく行動できるように、  
ステップメールを組んでいく。

そのための教育をしていくということになります。

例えば、最終目的が

「唐辛子成分を使ったサプリメントの販売」

であれば、ステップメールの内容は、

- ・いかに唐辛子成分がダイエットに適しているのか？

- ・また、その成分のおかげで、  
自分や他の人はどれほどダイエットに成功したのか？

ということを購読者に伝え、

- ・唐辛子成分はダイエットに適している。

- ・それを上手に採れる何かがあれば良いのに。

と思わせるということです。

基本は、セールスレターの流れと同じです。

情報商材のアフィリエイトを目的とするのであれば、  
登録の大義名分は、無料レポートや無料情報の配信。

2回目のステップメールは、問題定義になります。

セールスレターでいうと、

あなたは〇〇で悩んでいませんか？

その悩みを解決出来る方法を見つけましたよ！

というところまでが、2回目になります。

実際にどのようにセールスレターを分割して、  
ステップメールを組み、販売サイトへ誘導するか？

ということにつきましては、  
夢丸の販売サイトのリスト取りに登録してみると、  
全てわかります^^

もちろん、成約率を高めるためには、  
市場を徹底的にリサーチし、  
ターゲットのリサーチも徹底する必要があります。

次回は、ステップメールの成約率を高めるための  
リサーチ方法についてお話させていただきます。

## **文章力がなくても商品は売れる！（山戸久美子）**

今回は、登録直後に配信されるサンキューメールの内容と、最初の数回のメールの詳細をお話しました。

ステップメールと聞くと、とても難しそうに感じる方もいるかと思いますが、本来の目的を明確に出来ていればそんなに複雑ではありません。

前回もお話しましたが、**目的は必ずはっきりさせてください。**

ステップメールの場合は、

**・どんな商品売りたいのか？**

という部分が目的になります。

また、ステップメール内では成約させることは出来ませんので、あくまでも教育して、飛ばした先でのサイトで、制約を高めなくてはいけません。

販売者側から見れば、質の良いアクセスを集めてもらえる。

ということになります。

ステップメールを流す側からすれば、リストの教育が出来て成約率を高めることが出来る。

ということになります。

問題はどんな内容を書いたら良いのか、という部分ですが、

セールスレターと同じように、  
**ステップメールで教育し、成約を高めるためには、  
ターゲットのリサーチは必須です。**

例えば、あなたに 100 のリストがあったとします。

恐らく、そのリストのジャンルはある程度固まっていると思います。

ビジネス系であったり、美容系であったり、  
恋愛系、趣味系(ゴルフや釣りなど)

集め方によって、ジャンルが決まってくるかと思います。

ジャンルが決まっているということは、  
当然販売する商品もある程度決まります。

例えば、

ビジネス系にバストアップサプリメントは売りづらいでしょうし、  
恋愛系にアフィリエイトツールは売りにくいと思います。

**この時点で何を扱ったら良いのか、  
要するに最終的にステップメールで飛ばす先が決まります。**

最終的に飛ばす先が決まれば、その商品のリサーチを行います。

メリット・デメリット、作った人、  
どんな商品なのか、効果は、リスクは、所要時間は？

とにかく、出来る限りの情報を仕入れます。

本来であれば、その商品を購入し、  
自分で試してみるのが一番良いですね。

そして、その商品を欲しいと思えるように、  
ステップメールの原稿を考えます。

そして、メールの購読者にとって、  
どれだけ役に立つものなのかを伝え終わった時点で、  
サイトへ飛ばします。

この時点でオファーということになります。

その後、デメリットなどもフォローとして入れていきます。

もちろん、デメリットを乗り切るための情報も伝えながら、  
さらに、体験者の声なども数回に分けて  
自分のコメントも追加しながら、  
オファーの後にも数回メールを流すことが出来ます。

オファーの回数は多ければ多いほど良いですね。

ただし、全く同じ内容のメールは流さないようにします。

全く同じメールが流れてくると、解除率が高くなります。

商品をよく知り、  
ターゲットをよく知り  
その商品がどれだけ購読者の生活を変えるか、

しっかり伝えることが出来ればリストは教育され、  
方法を間違えていなければ、成約率は上がります。

でも、そのリサーチですっごい面倒  
自分は文章力がないから・・・

という方には、お薦めのステップメールの作り方があります。

それは、**セールスレターの分割配信**です。

初回でもお話しましたが、  
セールスレターは、商品製作者、販売者が作ったものです。

販売者は、誰よりも商品のことをよく知り、  
ターゲットのこともリサーチ済みです。

ですから、商品のことを何も知らない人が  
見よう見まねでステップメールを作るよりも、  
セールスレターを分割した方が良いのです。

次回は、そのセールスレターの分割方法と  
まとめをお話しますね。

## 儲けている人は皆、メールをフル活用しています！（山戸久美子）

前回までは、

- ・ステップメールの役割
- ・ステップメールの目的
- ・ステップメールのメリット
- ・ステップメールの書き方
- ・ステップメールで成約率（誘導率）を上げる方法

などなど、いろいろお伝えいたしました。

前回までのメールをご覧いただけた方は、  
ステップメールがどれだけ便利で、  
ビジネスモデルとして使えるのか、  
をご理解いただけたかと思います。

ただ、問題点が1つあります。

それは、文章を書く・・・ということです。

私は幸い、文章を書くのが好きで、  
コピーライターの仕事も苦ではありませんが、

多くのクライアントさんや、  
ビジネスパートナーさんのお話を聞いて、

「セールスレターを書くのが苦手」

「文章を書くのが苦手」  
「何を書いたら良いのか全然分からない」

という方が意外と多いことに驚かされます。

セールスレターはもちろんですが、  
ステップメールも、セールスレターを書く場合と  
共通している点が多々あります。

- 1、ターゲットのリサーチが必要である
- 2、商品のリサーチが必要である
- 3、相手に“想像させる”文章を書く必要がある

リサーチをする際に絶対的に必要な能力は理解です。

そして、相手に想像させる文章を書くためには、  
自分にも相当な想像力がなければいけません。

でも、それはそんなに簡単な事ではありませんよね。

ですから、今回は、  
自分に文章力、すなわち理解力も想像力もなくても  
ステップメールを書く方法をお伝えしようと思います。

前回、文章力のない方は、  
セールスレターを分割したらいいですよ、  
というお話をしました。



ただ、セールスレターは基本的に  
“製作者目線”で書かれています。

製作者とはノウハウ提供者  
弊社の商品でいえば、先生です。

先生の名前を勝手に使って  
ステップメールを書くことはできませんので、

セールスレターで出てくる  
「私は・・・」の部分を「〇〇先生は・・・」と  
置き換えるようにしてください。

後は、1回のメールが長くなりすぎないように、  
約7回から10回のステップメールに分けます。

セールスレターで商品紹介が出てきた時点で、  
ステップメールでも販売サイトの URL を案内します。

案内方法は

- ・もっと詳しく知りたい方はコチラ
- ・今すぐ〇〇を試したい方はコチラ
- ・〇〇を手に入れたい方はコチラ

など、ふさわしい言葉を選んでください。

セールスレターの分割を行えば、  
自分に文章力がなくても、リスト教育をしながら、

販売サイトへと飛ばす事が出来ます。

本来は、あなたの目線で、  
あなたの意見を加えながら、しっかりリスト教育をして、  
販売サイトへ誘導できれば、最も良いのですが、

なかなか難しいという方は、  
ぜひ、セールスレターの分割をお試ください。

実際にどのように分割しているのか見たい

という方は、夢丸の商品のリスト取りにフォームに  
登録されてみてくださいね。

実は、レター分割のステップメールが多いんです。

さて、4回に渡りお付き合いいただき、  
本当にありがとうございました。

コピーライターに必要な能力は、  
相手を動かす文章を書くことです。

私の数回に渡るメールをご購読いただき、  
「よし！私もステップメールを書いてみよう！」  
と思った方がいらっしゃれば、

私はコピーライターとして鼻が高いです。

こんな話が聞きたい！などのリクエストも  
心より、本当に心よりお待ちしております^^

メルマガのご要望はこちら

<https://www.formzu.net/fgen.ex?!ID=P41090490>

# 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.47】営業マンの闘いとは…？**

第47回目をお届けします。

### ■第47回「営業マンの闘いとは…？」

講師・佐藤康行：

「営業マンには、いくつもの目に見えない壁が存在していることがある。

お客様が自分よりかなり目上であったり、大企業の部長のような偉い人だったのだろうか？

気後れして言いたいことも言えないし、会いに行く勇気も出てこないということがないだろうか？

それは権威に対する壁。

また、トラウマという壁もある。

過去に強烈に断られた体験が記憶として残り、その人と似たようなタイプの人が見れるとまず売れないと思い込んでしまうわけだ。

また、恥ずかしい、照れくさい、

人がどう思うだろうかという壁もある。

自分に自信がもてないという壁もある。

さらには、販売する側と買う側という見えない壁もある。

しかし、その壁と思われることに積極的に向かっていくこと。

すると、あなたはきっと、

「壁などどこにもなかった」

ということに気づくはずだ。

どんなお客様も自分と同じ人間であると受け止め、  
親しくなるんだという気持ちで行く。

すると壁はなくなる。

私がよく使った手だが、店に飛び込んでいって、  
「〇〇さんの家はどこでしょうか？」と聞く。

道を聞くだけだから、断る人はいない。

その瞬間に壁などないということがわかるはずだ。

私は道を聞いたついでに世間話をして

「あっ、そういえば私はこういうものを扱っているんです...」  
と言って、その人に売ったことも何度もあった。

まず壁を破りたかったら、営業マンとお客様という立場や、偉いとか偉くないというような固定概念を全部はずして、一人の人間として接し、誰にでも通用する話をしてみることにしよう。

天気の話や、庭の話、「お子さんはどうですか？」という話。

人間として普通に話せる話をしていくと、壁などどこにもないと言うことに気づくはずだ。

営業マンの闘いとは見えない壁との闘い。

裏を返せば、営業マンの最も大事な仕事は

「壁なんかどこにもないんだ」

ということに気づいていくことなのだ。

営業という仕事をそのように捉えていけば、あなたの仕事の能率は何倍もアップするはずだ。」

## ■本日のワンフレーズ

「営業マンの闘いとは見えない壁との闘い。  
営業マンの最も大事な仕事は『壁なんかどこにもないんだ』  
ということに気づいていくことなのだ。」

（佐藤康行）

以前テレビを見ていたら、ある会社の新入社員研修の様子が紹介されていました。

学校を出て初めて就職した新人に対して、

「君たちはいままで商品を買う側だったが、  
これからは正反対の売る側になる」

と研修講師を務める社員が言っていました。

その意味するところは、

「これからは売る側なので、買う側のように「偉く」ないんだ」

ということのようです。

そして、「意識を変えろ」と。

学生気分の抜けない若者には効果的な言葉かもしれません。

しかし、この言葉をそのまま受け止めて「売る側」に徹した  
真面目な優等生は、果たして成果をあげることができたのか。

お客様との分離・対立の意識が逆効果となったのではないか。

そんなふうに思います。

偉いとか偉くないとか、そういったことを一度はずしてみる。

すると案外かんたんに壁は破れるものです。



## **【売上 3 倍セミナーNo.48】心のフィルムを交換する**

第48回目をお届けします。

### **■第48回「心のフィルムを交換する」**

講師・佐藤康行：

「営業は、お客様を訪問する前に、売れるか売れないか決まっている。

なぜならば、訪問する前のあなたの心構えが、  
全部お客様に反映するからだ。

あなたの心の中で

「お客様に必ず喜ばれる」

「お客様は必ず興味を持ってくれる」

「お客様は必ず買ってくれる」

という確信が完全に出来上がっていたら、  
お客様に対してそういう態度で接し、  
そういう話し方をするに違いない。

また、話にも勢いが出るだろう。

ところが、あなたの心の中で

「どうせお客様はわかってくれないんだ」

「どうぞまた断られるだろう」

という気持ちでいくと、やはりその通りになってしまう。

営業は心の中で既に決まっているといえる。

まずあなたの心というフィルムを

「お客様はわかってくれない」

というフィルムから

「お客様に喜ばれる」

「売れる」

というフィルムに換えることが大切なのだ。

その心がお客様の心にも反映される。

映画館のスクリーンに映画が映し出される時、  
そのストーリーはフィルムの中ですべて出来上がっている。

あなたはその映画のフィルムのようなものだ。

つまり、あなたの心の中でストーリーは既に出来上がっている。

ストーリーの途中で、お客様は反論したり、批判をしたりするかもしれない。

「忙しいから後にして！」

と言われるかもしれない。

しかし、

「最後はお客様は必ずサインしてくれる」

という心があなたの心の中で完全に出来上がっていれば、  
売れる確率は飛躍的にアップする。

結論は最初から出来上がってる。

テレビのチャンネルを切り替えるように、  
その結論に心を切り替える。

1秒で切り替えられる。」

## ■本日のワンフレーズ

「営業は、お客様を訪問する前に、売れるか売れないか決まっている。  
なぜならば、訪問する前のあなたの心構えが、  
全部お客様に反映するからだ。」

（佐藤康行）

どんなに技術を磨いても、

「どうぞダメだろう」

と思っていたのでは、  
それが言葉のトーンや表情に出てしまいますし、  
相手に伝わり現実化します。

心は今、この瞬間に1秒で変わることができます。

「最後はお客様は必ずサインしてくれる」

一点の曇りもなくそう思えたとき、  
売れる確率は飛躍的にアップするはずです。

## **【売上 3 倍セミナーNo.49】見込み客を見つけるには**

第49回目をお届けします。

### **■第49回「見込み客を見つけるには」**

講師・佐藤康行：

「見込み客を見つけるにはどうしたらいいかという質問があった。

それには、人に会うことは無限だと捉えること。

「ここに行かなくては見込み客に会えない」

と言ったら、見込み客に会える機会はそれしかなくなってしまう。

たとえば、自分が美容院に行くとする。

そこに美容師さんがいるし、他にも働いている人がいて  
その中には自分の見込み客になる可能性のある人がいる。

そう考えると、見込み客と会う機会はいくらでもあるのだ。  
出会いは無限にあるといっている。

私の知っている美容院の経営者は、  
どんな買い物に行くにもいつも名刺を持って歩いている。

そして、どこでも名刺を置いてくる。  
それを徹底している。

「これちょうだい。いくら？」と言って名刺を置き、  
別の場所へ行って何かを買って名刺を置いてくる。

どこに行っても名刺を置いてくる。

そうすると、そのうち名前も覚えられて、

「あ、○○さん」

と呼んでくれることになるという。

それを聞いて、本当に徹底しているなと思った。

自分が買い物したついでに、ただ名刺を置いてくるだけだから  
それで相手に迷惑をかけているわけでもない。

ただ名刺を置いてくるだけでも、名前を覚えられる可能性があり、  
この次の時に話しやすくなる。

また、向こうから関心を持ち出すかもしれない。

もちろん、すべてうまくいくわけではない。  
しかし、可能性はいたるところにあるのだ。

本当に無限だ。

だから、もしそれくらい徹するならば、  
いくらでも見込み客を増やす方法はある。

一度それくらい徹してみても何も変わらなくて始めて、  
見込み客がないと言うべきなのだ。」

## ■本日のワンフレーズ

「自分が美容院に行くとする。  
そこに美容師さんがいるし、他にも働いている人がいて  
その中には自分の見込み客になる可能性のある人がいる。  
そう考えると、見込み客と会う機会はいくらでもあるのだ。  
出会いは無限にあるとっていい。」

(佐藤康行)

「見込み客を探すぞ！」

そう意気込んだ後に、まずは戦略を練り計画を立てようと  
自宅にこもる人がいます。

しかし、一人で何かをずーっと考えていても  
見込み客が向こうから現れるわけではありません。

今回のメールセミナーでは、  
買い物ついでに名刺を置いてくる経営者の話がされています。

そこにあるのは、見込み客探し以前に、  
人との出会いを求める発想です。

ちょっとした出会いを次回につなげ、  
一瞬の出会いを深い縁としていくための工夫です。

そう考えると、日常生活のいたるところで  
私たちは見込み客に遭遇しているはずなのです。

「見込み客探し」にフォーカスして、  
意識的に1日をすごしてみてください。

いろいろな発見があると思います。



## **【売上 3 倍セミナーNo.50】開拓するのは市場ではなく自分の心**

第50回目をお届けします。

### ■第50回「開拓するのは市場ではなく自分の心」

講師・佐藤康行：

「お客様はいったいどこにいるのか？

その答えは、

「あなたの心の中」

なのだ。

あなたが商品に対してより自信と誇りを持ち、  
より用途を拡大していくならば、お客様は無限に広がっていく。

道を歩いていればすれ違う人。

床屋に散髪に行ったら床屋のご主人。

また、レストランに食事に行けばそこで働いている人。

...このように、ありとあらゆる人たちをお客様として  
認めることはできないだろうか？

もしかしたら、あなたの周りにあなたの商品を買ってくれる人が  
たくさんいるかもしれない。

にもかかわらず、あなたは見込み客リストに書いている  
遠くにいるお客様のところに時間をかけて売りに行っていないだろうか？

実を言えば、あなたの心一つで、あなたの周りにいる人たちが  
全部お客様になる可能性がある。

それには自分の心という器を開拓していく必要がある。

そのためには、

「昨日まではこういうタイプの人には苦手で、  
そういう人にはアプローチしなかった。  
しかし、今日はそういう人に挑戦してみよう」

というように新しいことにチャレンジしていくことだ。

「嫌い」「好き」というのは自分のわがままだ。

わがままを克服して、すべての人を見込み客として販売していく。

昨日まで出来なかったことを今日は挑戦してみる。

「昨日までは恥ずかしくて出来なかったけど、  
今日は勇気を持ってやってみよう！」

と、毎日1枚1枚、薄皮を剥ぐように自分自身を変えていくことだ。

営業とは、街を開拓していくことではない。

営業とは、あなたの心を開拓していくことなのだ。

毎日、少しでも新しいことにチャレンジしてみる。

1 年もすれば、あなたは心に壁のない、  
すばらしい営業マンになり、大きな実績をあげていることだろう。」

## ■本日のワンフレーズ

「営業とは、街を開拓していくことではない。  
営業とは、あなたの心を開拓していくことなのだ。」

（佐藤康行）

「心を開拓する」

とは、どういうことでしょうか？

それは、自分の心の枠を広げていくことで、  
見込み客の幅・範囲を広げていくことです。

日常生活の中ですれ違う無数の人々。

その人達がお客様となるならば、  
見込み客に困ることはなくなるはずです。

なぜ、その人達は今は見込み客・潜在顧客ではないのか？

それは自分の心が、

「この人は自分のお客様にはならない」

と可能性を最初から切り捨ててしまっているからです。

そういった思い込みを変えていく、  
あなたの心の枠を広げていくことで、  
お客様が増えていくのです。

「昨日までは恥ずかしくてできなかった」

ことにチャンレンジして、  
毎日薄皮を剥ぐように自分自身を変えていく。

「心を開拓する」ことでお客様を増やし売上をあげる。

それが本当の営業といえるでしょう。

# 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>

## アクセス解析ツールの利用法

SEO 対策を実施して上位表示を実現しても、  
サイトからのコンバージョン（問合せ、会員登録、商品購入）  
が少ないケースがあります。

その場合、考えられる原因に以下などがあります。

- 【1】来訪数が少ない  
（選定したキーワードが検索に利用されていない）
- 【2】サイトへ来訪しても途中で離脱している  
（コンバージョンになっていない）

アクセス解析ツールを利用することで、  
問題の原因を探ることができます。

そのほかにもアクセス解析ツールを利用することで、  
サイト内の問題を数字で見つけることができます。

アクセス解析ツールには多くの種類があり、  
その種類によっても利用できる内容などが異なります。

コンバージョンを増加させたいと考えているかた、  
よりよいキーワードで SEO 対策を実施されたいと考えているかた、  
アクセス解析ツールを導入されてはいかがでしょうか？

## SEO 対策とは(おさらい)

SEO 対策とは何かをまとめてご案内します。

SEO 対策とは、検索エンジン最適化を意味し、Yahoo!・Google など検索エンジンの検索結果で自社サイトが上位表示されることを目指し施工を繰り返すことを意味します。

具体的に以下の施工を繰り返し実施します。

- 1)SEO キーワードを選定する：  
どのキーワードで上位表示を目指すか決める
- 2-1)SEO 内部対策を実施する：  
HTML の内容を検索エンジンにわかりやすく記載する
- 2-2)SEO 外部対策を実施する：  
他サイトから被リンクを設定すること
- 3)順位測定する
- 4)検証、各対策の強化を実施

SEO 対策とは、主に上記 2-1)SEO 内部対策、2-2)SEO 外部対策が重要です。

これらの SEO 対策を実施することの最終的な目的は、検索エンジンの検索結果で

自社サイトが上位表示されることなく、  
Web サイトからの売上げ（問合せ、コンバージョン）  
を増加させることです。

SEO 対策を実施し、  
一緒に Web サイトからの売上げ増加を目指しましょう。



## SEO 対策とは(おさらい 2)

SEO 対策を実施し上位表示を実現しても、  
サイトからのコンバージョン(問合せ、会員登録、商品購入など)  
が少ないケースがあります。

その場合、考えられる原因に以下などがあります。

### 1)来訪数が少ない

(選定したキーワードが検索に利用されていない)

### 2)サイトへ来訪しても途中で離脱している

(コンバージョンに至らない)

アクセス解析ツールを利用することで、  
問題の原因を探ることができます。

アクセス解析ツールを利用して問題が予測できた場合  
回避するための対策が必要となります。

たとえば上記原因の場合は、

### 1)来訪数が少ない

→ 月間検索数、キーワード検索傾向、  
自社サイトとのマッチングを考えて  
SEO ワードを再選定する

## 2)サイトへ来訪してもコンバージョンに至らない

→ ページやサイト構造を見直す

コンバージョン増加と問題回避に取り組むのには、  
アクセス解析ツールが必須ですので、  
SEO 対策と同時にアクセス解析ツールも  
導入するようにしましょう。

## **被リンク対策の現状**

SEO 対策は、ホームページの内部を最適化する内部対策と被リンクを設定する外部対策の 2 つに大きく分かります。

外部対策は、他サイトから被リンクを設定するだけと思われがちですが、適切な被リンクを設定することが上位表示されるポイントの 1 つです。

この適切な被リンク(検索エンジンが重視する被リンク)は、年々変化しているとディーボでは考えます。

被リンクの質に関するトレンドは大まかに以下のように推移しています。

### **被リンクの量**

- ページランクが高い被リンク
- ドメインが分散されている被リンク
- IP アドレスが分散されている被リンク

現在では、全体的に見ると IP アドレス分散数が重視されることが多いようですが、キーワードによってもまったく異なる場合があります。

## 【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登録専門家

<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

