

# 「しくみ」と「しかけ」で集客・

## 売上アップ術

**Chico's Belting**  
ハリウッド系ベルティング発声法

ベルティングとは? コース ビデオ

### ハリウッド・ブロードウェイで採用されている ベルティングボイス入門講座

ロサンゼルス在住のボイストレーナー、  
単身アメリカに渡り、本場ハリウッド  
レコーディング経験を経て、一から  
発声法の基礎と習得する中で学んだ  
大切なポイントを、3日間の無料  
で学ぶことができます。

今すぐ無料受講

2017.07.01 ベルティング体験プログラムが始まりました。

WHAT IS BELTING? BEFORE → AFTER

### 日本在住者向け 帰国ベルティング発声講座

2017年8月  
初めてのベルティングを  
の歌声の悩みを解決する  
ことができるグループ

ハリウッド  
採用されて  
発声法」を  
日本にいな

### エンターテインメントの本場ハリウッドで学ぶ BELTING LESSON IN LA LA集中合宿コース

2017年10月9日(月)～15日(日)

エンターテインメントの本場ロサンゼルス・ハリウッド  
で、集中的にベルティング発声を学ぶ7日間。  
レッスンだけでなく、エンターテインメントの本場ハリ  
ウッドの雰囲気を楽しむツアーもあります。

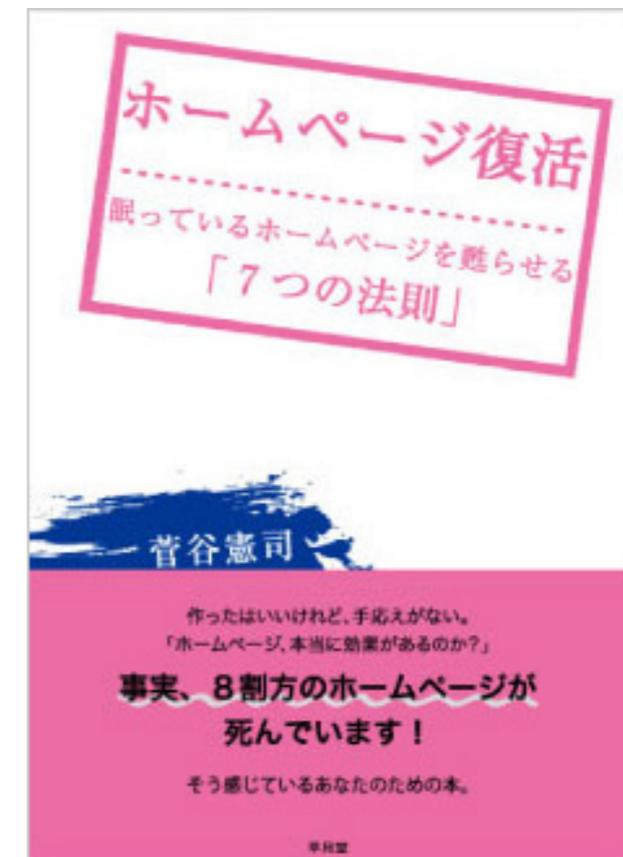
エンターテインメントの本場ロサンゼルスでボイストレーニング

2017年10月(エンターテインメントの中心都市、ロサンゼルスにて、ボイストレーニング合宿を  
開催します！)

マイレア・コンサルティング  
菅谷 憲司

# 自己紹介

- 大学時代、統計学を専攻。マーケティング人生の始まり。
- **東京ディズニーランド**でアルバイト。現場マニュアル作成に従事。
- **NTTテレマーケティング**（現NTTソルコ）に入社。
- マイクロソフトネットワーク（MSN）のコールセンター立ち上げに参加。トレーナー兼クオリティコントローラーとして従事。
- 1989年 単身渡米。
- 2000年 **ネットを活用した人材斡旋会社**に入社。
- 2001年 **ウェブマーケティング会社設立**に参画。
- 2008年 日本へ帰国、独立。
- 2009年 「**ホームページ復活**」を出版。
- 2013年 再び渡米、現在に至る。



**売れる！ホームページのポイント**

# 顧客ステージと発信する情報



**本当のお客様とは？**

# 相手にしたいお客様を定義する

本当に相手にしたいお客様は誰？

どんな方に購入（利用）してもらいたい？

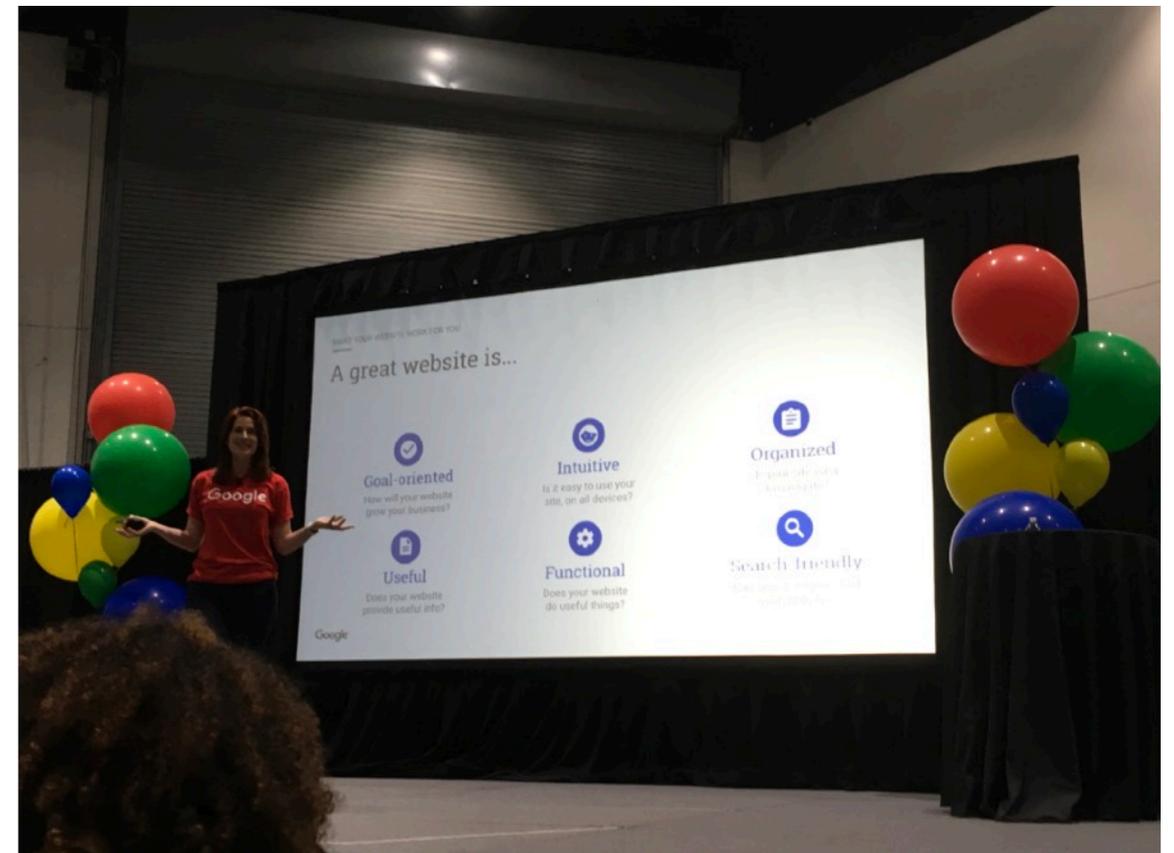
## 顧客定義5つのポイント

1. 相手にしたいお客様は誰か？
2. そのお客様が求めているものは何か？
3. 提供する解決策で他社にはない強みは？
4. 御社にとって利益率の高いお客様は？
5. 解決策以外でお客様に提供できるものは？

# Googleが評価する ホームページの構造

# Google薦めるホームページ構造

1. 明確な目標設定
2. 直感的に分かりやすい
3. 伝えたい情報が明確か
4. コンテンツを伝える方法が明確か
5. お客様の行動を促す装置が適切か
6. 検索エンジン対策がされているか



# Googleが見ているポイント

## 1. 表示時間

<https://testmysite.thinkwithgoogle.com>

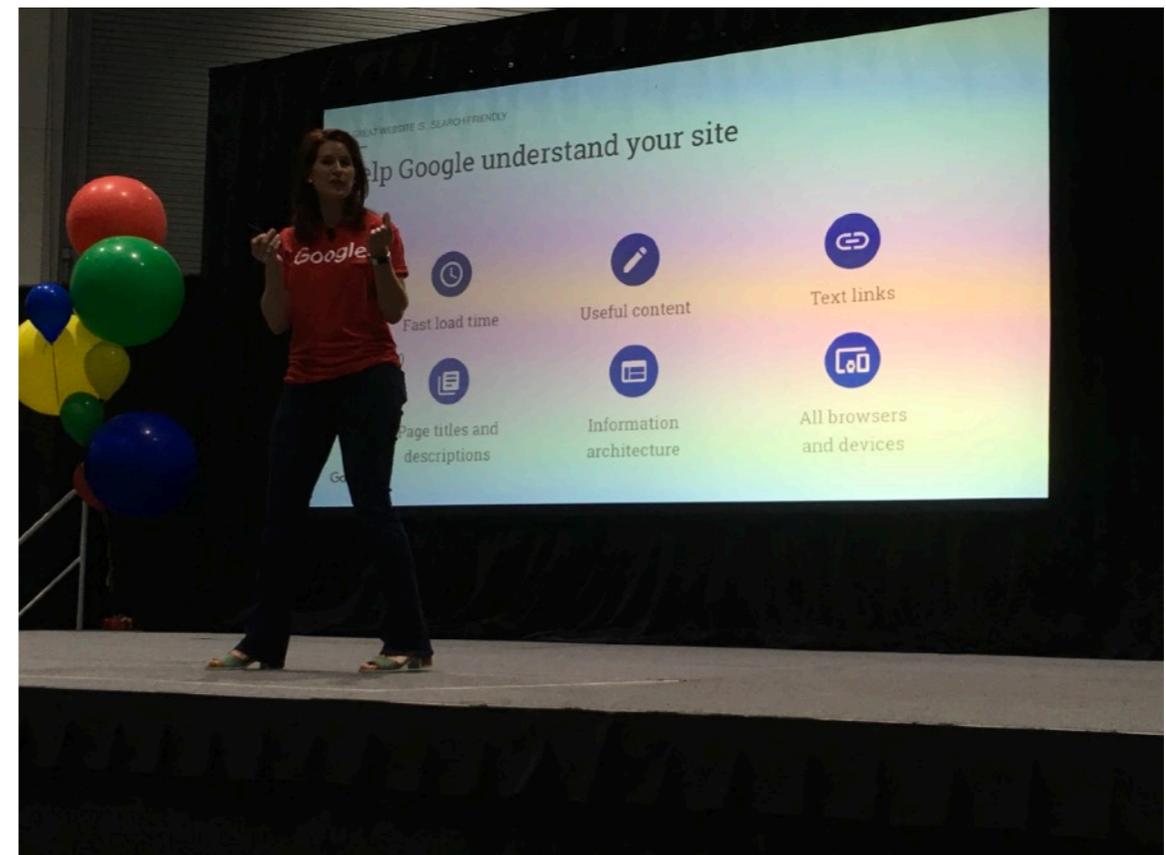
## 2. 有効なコンテンツ

## 3. テキストリンク

## 4. ページタイトル、説明文

## 5. 情報構造（インデックス）

## 6. レスポンシブ対応

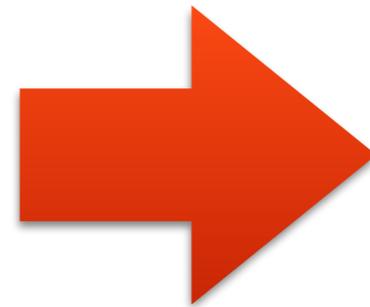


<https://www.gybo.com/lessons>

# 検索エンジン対策の最新トレンド

以前

トップページの  
メインキーワード数



現在

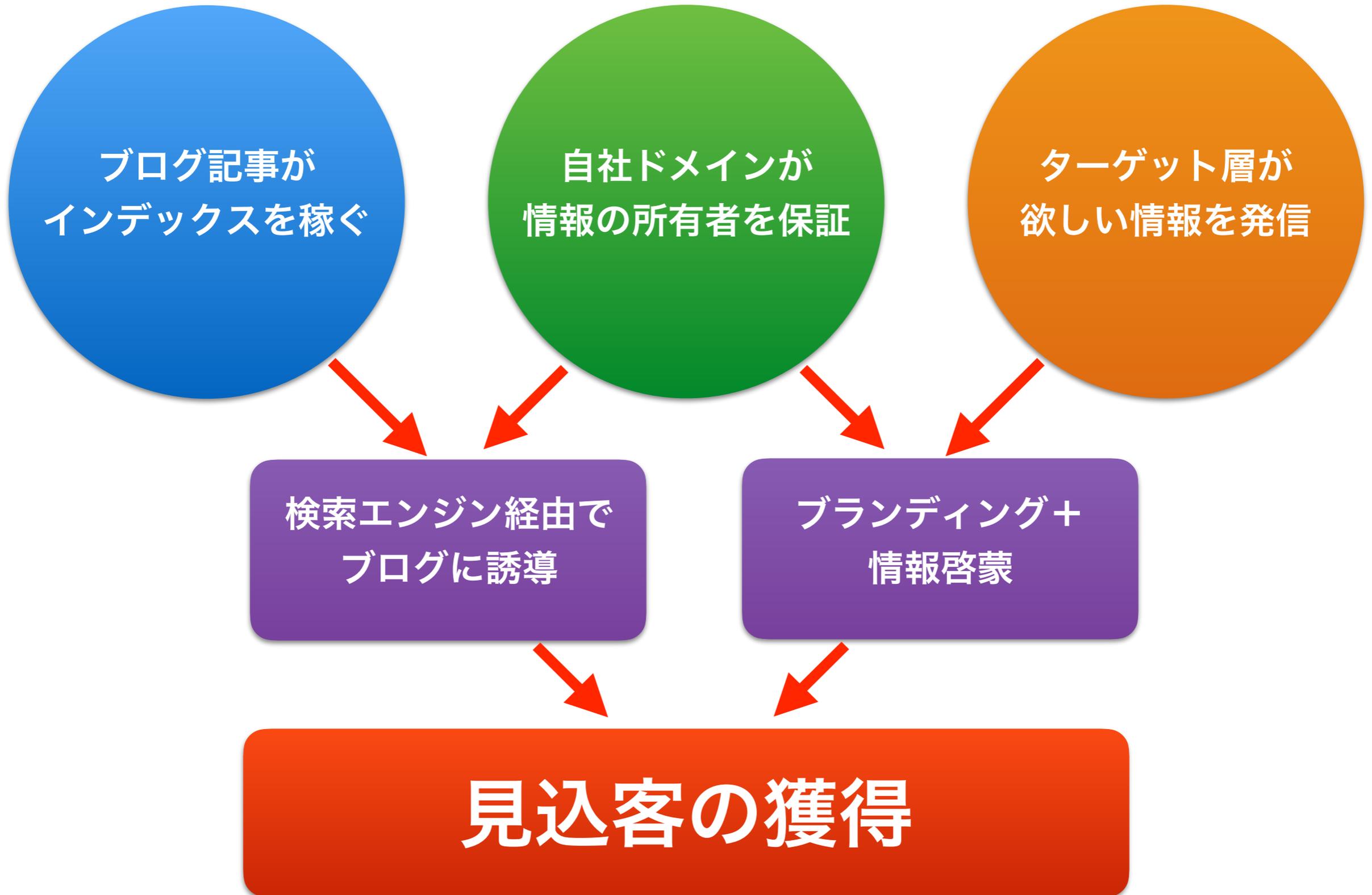
インデックス数  
(メインキーワードが  
含まれるページの数)

情報の信ぴょう性

重要視

自社ドメインでブログ形式のサイトが有利

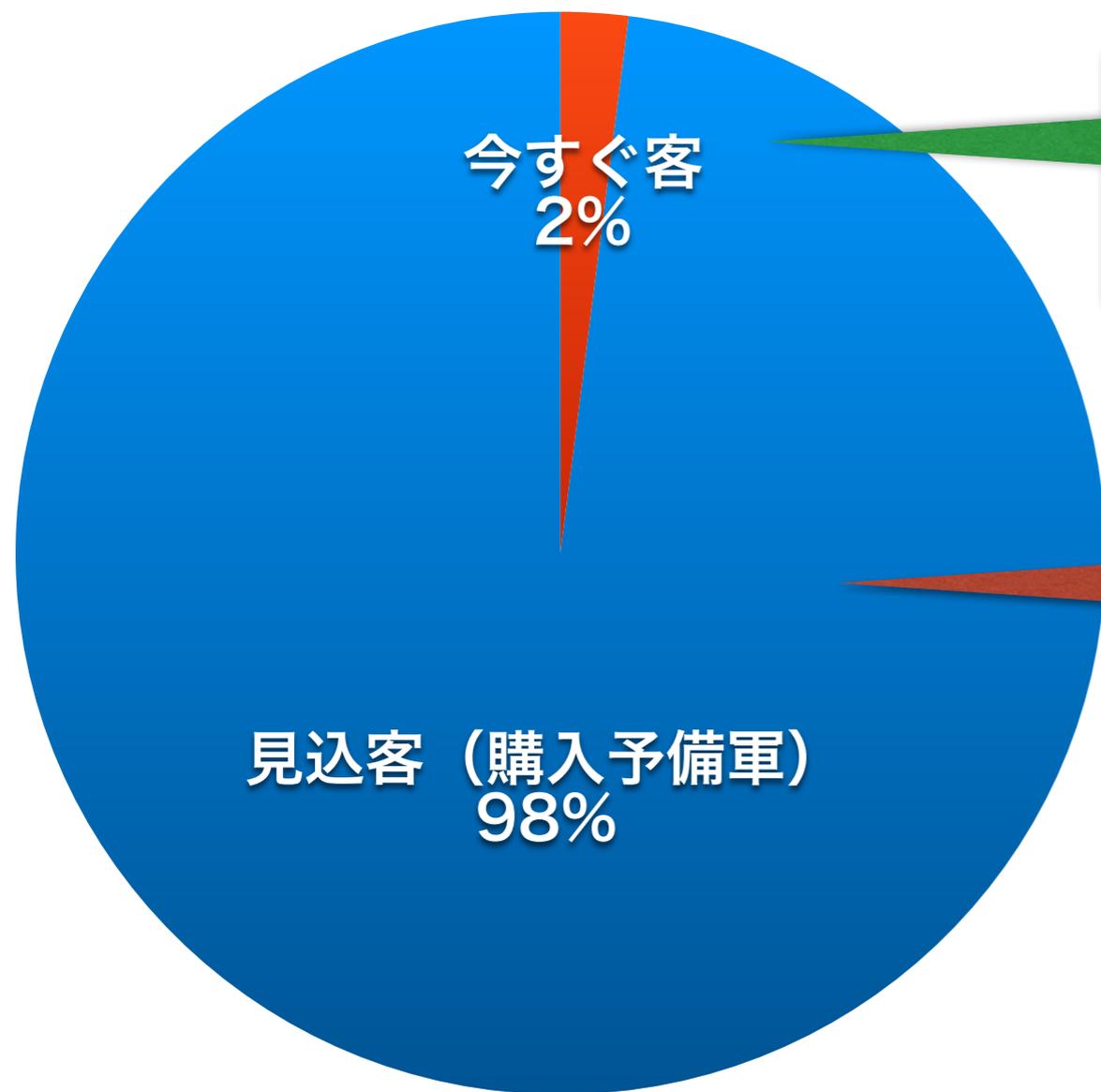
# 自社ドメインブログのメリット



**見込客を獲得し育てる**

# 見込客を獲得する

見込客 = 興味はあるけれど、購入まで至らないお客様



検索エンジン経由で今すぐ客は全訪問者中、多くて1~2%。

サイト訪問者の残り98%は、興味があるが、もっと情報を知りたいお客様。

ホームページに『見込客』を取り込む“しかけ”が必須

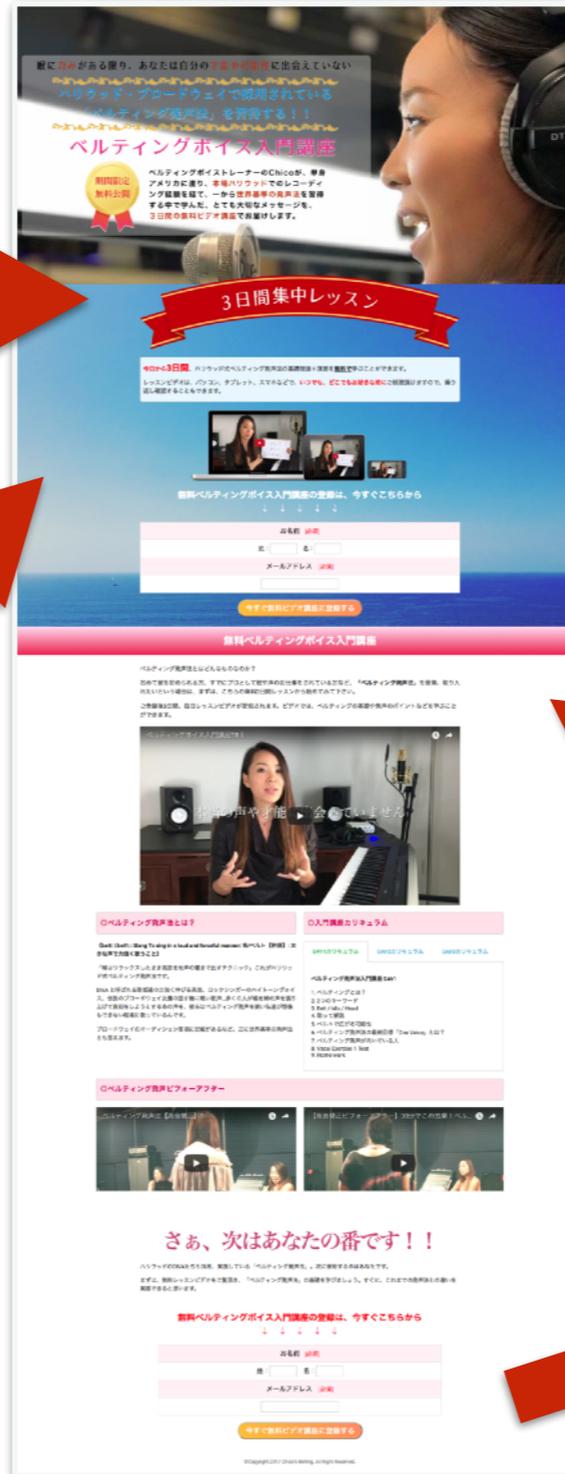
# 見込客を獲得する



ホームページ&ブログ



Facebookページ  
Facebook広告



ランディングページ

## 【準備したもの】

- 動画レッスン3日分（1本10分程度×3本）
- 動画レッスンの広告用ダイジェスト版2本（30秒版、2分版）
- 自動返信メール（4本：動画誘導メール＋クロージングメール）
- ランディングページ（広告やFacebook、ブログからの誘導先）
- Facebookページ&Facebook広告



Eメール

開始初日**32名**獲得  
2週間で**119名**獲得

# 見込客を獲得するしかけ

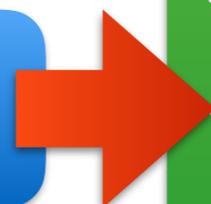
**見込客** = 興味はあるけれど、購入まで至らないお客様



ターゲットのお客様が欲している情報



顧客定義で設定した戦略キーワード



購入判断の助けとなる情報

【見込客を獲得するしかけ】

- ・ 無料レポート（小冊子）
- ・ 無料メールセミナー
- ・ 無料ビデオセミナー
- ・ 無料サンプル
- ・ 無料モニター
- ・ 体験試食会・説明会 など

『メルマガ』登録だけでは、ハードルが高い。

# 集客と販売を最適化する 商いの設計図

# 見込客を獲得したら・・・



- ・メルマガでは売らない。
- ・しかけに反応した有望見込客に対してセールスメールを配信。

# フロントエンド商品とバックエンド商品

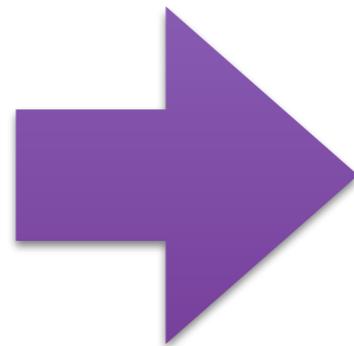
## フロントエンド商品

お店や企業と関係性を持つ  
ための最初のハードルの低  
い商品（廉価の商品）

## バックエンド商品

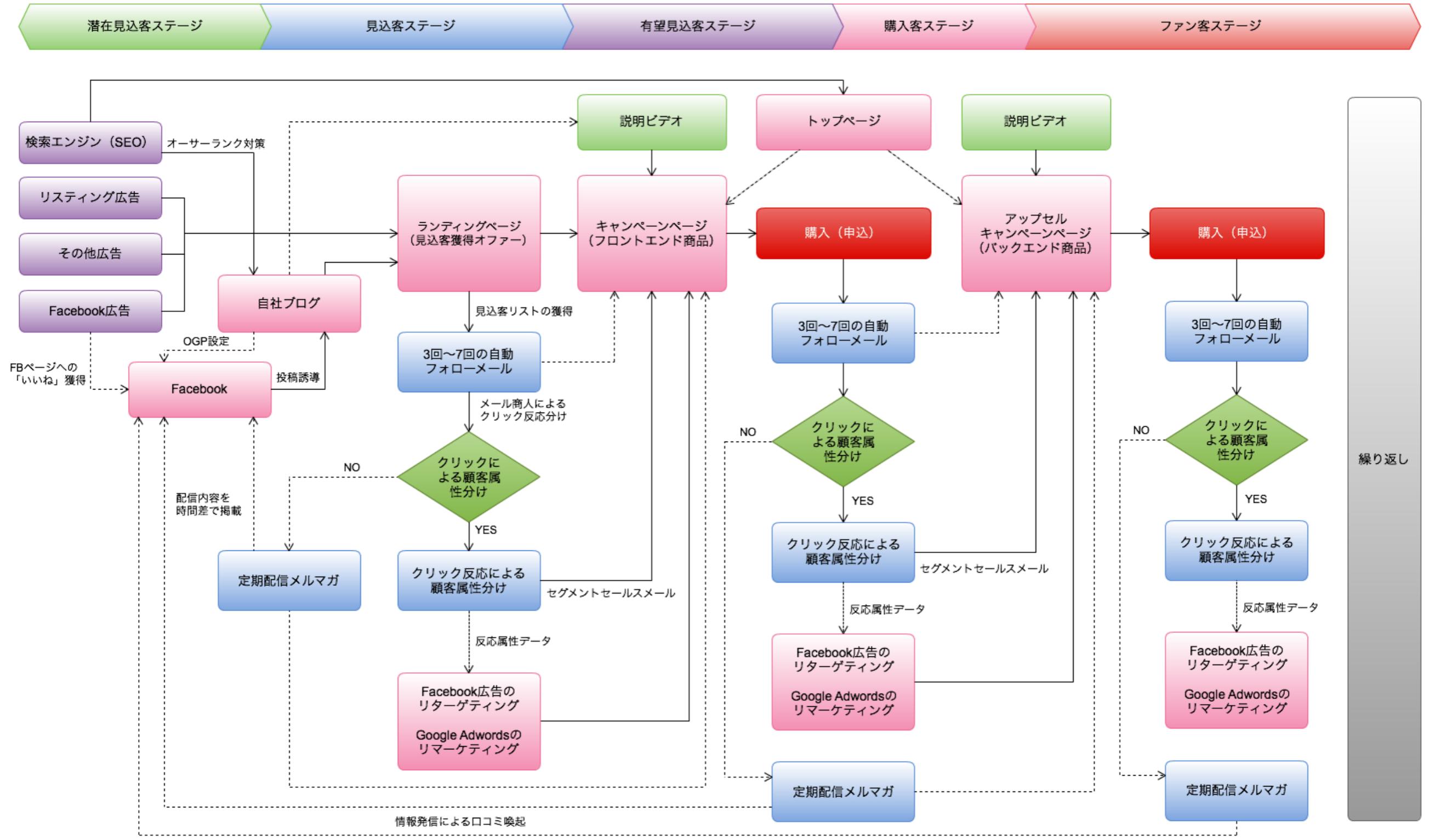
最終的に売りたい商品  
（高額商品）

見込客から  
情報啓蒙を行い、  
フロントエンド商品  
を販売。



フロントエンド商  
品購入者に対して、  
バックエンド商品  
を販売。

# 商いの設計図



# 有望見込客に販売する

無料ビデオレッスン

## ■しかけ

無料ビデオレッスン受講者＝メルマガ読者

## ■ねらい

メルマガ配信で教育。ブランディング。

体験レッスン

## ■しかけ

廉価のSkypeによる体験レッスン

発声分析した結果をチャートレポートで返送

## ■ねらい

今後の改善策を提案することで、レッスン受講を喚起。

体験ワークショップ  
(グループレッスン)

## ■しかけ

無料ビデオレッスン登録者、体験レッスン参加者を中心に告知。

## ■ねらい

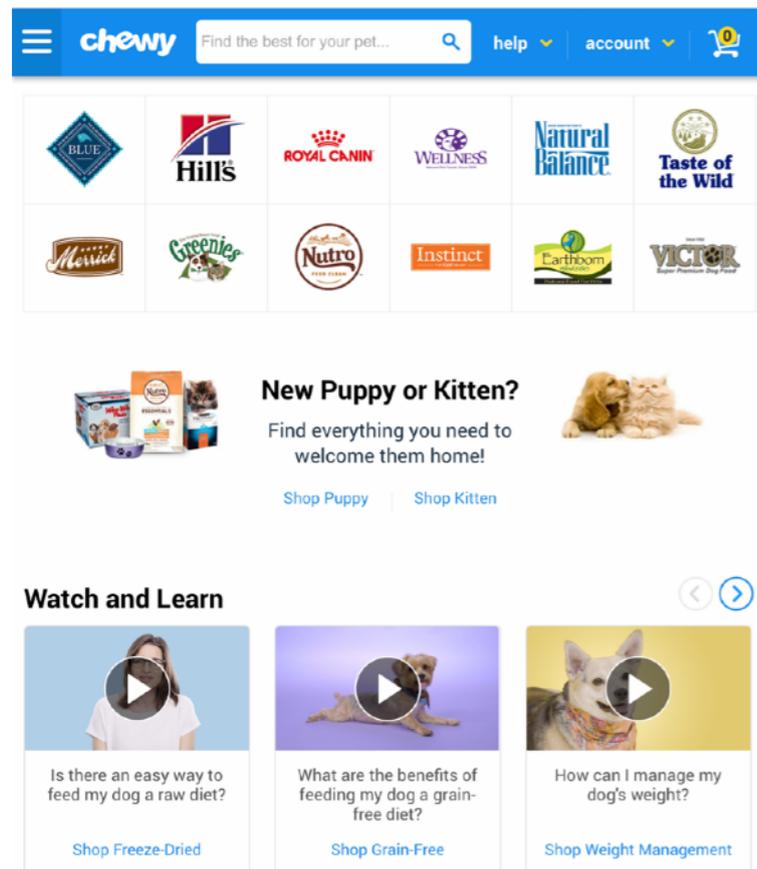
直接トレーナーに会ってレッスンが受けられることを強調してワークショップへ誘導。

# 通販系の場合の有望見込客の作り方

使い方（説明）ビデオ

お悩み別情報

使い方説明会（展示会）



使い方ビデオで利用喚起



お悩み別に見込客を啓蒙



既存ユーザーフォローと一緒に新規客へアプローチ

セールスクロージング

# セールスクロージングのパターン

ホームページで売る

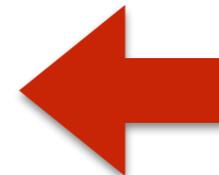
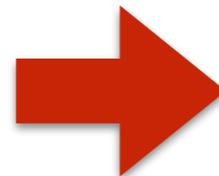
対面で売る

ランディングページ

- ・ ランディングページ
- ・ セールスオファー
- ・ メルマガ
- ・ セールスメール

セミナー・説明会

- ・ セールスオファー
- ・ 当日クロージング
- ・ 当日フォロー（メール）
- ・ 後日フォロー（メール）



# ランディングページ

- できるだけ、余分な情報（リンクなども）を省き、商品やサービスを申し込むことだけに集中させる。
- ランディングページ構成のポイント（書く順番）
  1. 「結果」・・・参加することで得られるメリット
  2. 「実証」・・・なぜその「結果」が得られるのか？
  3. 「信頼」・・・今までの実績や専門家のコメントなど
  4. 「安心」・・・お客様の声（テキストや動画）
  5. 「価格」・・・購入しなかったことによるデメリット
  6. 「申込み」・・・わかりやすく・大きく・赤く



# 価格戦略

1. 買わないデメリット・・・購入しなかったことで被るマイナス面

2. 買う理由・・・なぜ、高いのか？なぜ、買わないといけないのか

3. 値引きの必要なし。ただし、値引きをする際は、「理由」が必要

4. リミテッド・オファー（初回、期間、個数限定など）

5. 「松・竹・梅」戦略・・・3つのプランを並べて提案



梅

廉価版  
単品

竹

一番売りたいもの  
セット

松

見せ球  
さらにセット

# メールでのセールスクローリング

## Point 1

メルマガとセールスメールは分ける。

## Point 2

セールス対象者は、「**有望見込客**」。

## Point 3

時間差配信で、**VIP感**を演出。

## Point 4

**追い込みメール**で複数回アプローチ。

## Point 5

**反応率**を見ながら、ランディングページや  
広告内容を修正。

# ランディングページのクロージング

- ・ **一度の告知の反応だけで諦めない。**
  - ・ 一回の告知の反応だけで一喜一憂しない。
  - ・ 予め、2手、3手を考えておく。
- ・ **反応を見て修正をかける**
  - ・ 反応（の数値）を見て、何が足りないのかを分析。
  - ・ お客様の立場に立って、どうすれば申込みたいかを考える。
- ・ **見込客リストがあれば、メルマガで複数回告知をする**
  - ・ お知らせばかりだと配信拒否されるので、できるだけメリット重視の内容で配信する。
  - ・ メルマガ読者特典などと絡めて、VIP感を演出する。

# セミナー・説明会でのクロージング

## セミナー参加者は、○○○○○。

- ・ セミナーそのものが、“ランディングページ” ⇒ 構成も同じ
- ・ **ザイアンスの法則** . . . 「接触回数が増えるほど、親しみを感じる。」
- ・ **セールスオファー** . . . 時間と労力を差し引いた割引
- ・ **アップセル** . . . 参加者で申込みされた方に限り、参加費を相殺  
⇒ アップグレードの場合も応用できる
- ・ **メールフォロー** . . . 「鉄は熱いうちに打て」

# 月4,300ドルへの道のり

## 帰国ワークショップ

## 日本在住者向け習得コース

FB広告

ブログ&FB

見込客リスト

無料ビデオ  
レッスン受講者

体験レッスン受講者



9本  
\$43,700

メール告知

当日告知  
メール告知

東京①30名  
東京②30名  
大阪 20名

メール告知

## LA集中合宿コース



5本  
\$12,500

メール告知

# キャンペーンタイムライン

期日	曜日	ローンチまでの日数	フェーズ	キャンペーン項目	キャンペーンページ	メール商人	Facebookページ	ブログ	YouTube	Flipsnack	Ustream/LiveStream
2011-11-07	月曜日	(9)	ローンチ準備		キャンペーンページ公開	キャンペーン特典用フォームを設置		本の一部を公開		マンガ1を掲載	
2011-11-08	火曜日	(8)	ローンチ準備	アマゾンキャンペーン告知協力者に連絡(16日の配信を依頼)					スタッフロールの準備		
2011-11-09	水曜日	(7)	ローンチ準備	本サンプル(母娘の卒業式)公開			Facebookページを準備、サンプル公開	サンプル公開		コメント記事投稿	
2011-11-10	木曜日	(6)	ローンチ準備	本の一部を公開			本の一部を公開、マンガへのコメント依頼	本の一部を公開、マンガへのコメント依頼			
2011-11-11	金曜日	(5)	ローンチ準備	本の一部を公開、アマゾンキャンペーンページ告知、献本配布準備			本の一部を公開	本の一部を公開		マンガ2を掲載	
2011-11-12	土曜日	(4)	ローンチ準備	本サンプル(成長への旅)公開			サンプル2公開	サンプル2公開		コメント記事投稿	
2011-11-13	日曜日	(3)	ローンチ準備	ドラマネ実践例の紹介、アマゾンページへの誘導			実践事例の紹介、アマゾンページへの誘導	実践事例の紹介、アマゾンページへの誘導			
2011-11-14	月曜日	(2)	ローンチ準備	ドラマネ実践例の紹介2、アマゾンページへの誘導			実践事例の紹介2、アマゾンページへの誘導	実践事例の紹介2、アマゾンページへの誘導	スタッフロール公開		プレセミナー1(ドラマネ)とは?
2011-11-15	火曜日	(1)	ローンチ準備	アマゾンキャンペーン前日告知、告知協力者への最終確認			アマゾンキャンペーン直前告知	アマゾンキャンペーン直前告知	プレセミナー1(公開)		
2011-11-16	水曜日	1	ローンチ	アマゾンキャンペーン開始	アマゾンキャンペーンOPEN	キャンペーン登録者フォロー(お友達紹介)	アマゾンキャンペーン進捗レポート	アマゾンキャンペーン進捗レポート			
2011-11-17	木曜日	2	ローンチ	アマゾンキャンペーン2日目、ウェブCM公開		キャンペーン登録者フォロー(お友達紹介)	アマゾンキャンペーン進捗レポート	アマゾンキャンペーン進捗レポート	「みせのおと」公開		
2011-11-18	金曜日	3	ローンチ			キャンペーン告知協力者へのお礼メール					
2011-11-19	土曜日	4	ローンチ		bookページに統合	感想文依頼メール配信1(book経由のみ)					
2011-11-20	日曜日	5	ローンチ	ドラマネ実践例の紹介3、Bookページへ誘導			感想文ページへの誘導	感想文ページへの誘導			
2011-11-21	月曜日	6	ローンチ	ドラマネ実践例の紹介4、Bookページへ誘導							
2011-11-22	火曜日	7	ローンチ								
2011-11-23	水曜日	8	ローンチ								
2011-11-24	木曜日	9	ローンチ	出版記念講演告知ページ開設準備	出版記念講演告知ページ開設準備	感想文依頼メール配信2(book、amazonとも)					
2011-11-25	金曜日	10	ローンチ								
2011-11-26	土曜日	11	ローンチ		本のページに動画ページを掲載						
2011-11-27	日曜日	12	ローンチ	プレセミナー開催告知		プレセミナー開催告知	プレセミナー開催告知	プレセミナー開催告知			出版後プレセミナー2(Q&A)開催告知
2011-11-28	月曜日	13	ローンチ終了後	プレセミナー2開催(出版記念講演へ誘導)、出版記念講演告知ページOPEN	出版記念講演告知ページOPEN	キャンペーン参加者へ出版記念講演告知第1弾					出版後プレセミナー2(Q&A)
2011-11-29	火曜日	14	ローンチ終了後								
2011-11-30	水曜日	15	ローンチ終了後			出版記念講演申し込み者フォロー					
2011-12-01	木曜日	16	ローンチ終了後	CM動画公開(出版記念講演ページへ誘導)	CM動画公開		CM動画公開	CM動画公開	CM動画アップ		
2011-12-02	金曜日	17	ローンチ終了後								
2011-12-03	土曜日	18	ローンチ終了後	プレセミナー2録画公開	プレセミナー2録画公開		プレセミナー2録画公開	プレセミナー2録画公開	プレセミナー2録画アップ		

# キャンペーンタイミング

7月

FB広告

ブログ&FB

帰国ワークショップ

日本在住者向け習得コース

8月

8月

見込客リスト

6月

無料ビデオ  
レッスン受講者

体験レッスン受講者

メール告知



当日告知  
メール告知



東京①30名  
東京②30名  
大阪 20名

メール告知



LA集中合宿コース

9月

メール告知



# FB広告活用のポイント

# FB広告を使うポイント

販売目的ではなく、見込客の獲得や  
有望見込客との接点への誘導に使う

見込客獲得の  
ためのオファー

有望見込客との  
接点（セミナーや  
説明会）への誘導

販売に使う場合は、  
リマーケティング

# 見込客への誘導

**Nucific**  
広告 · 🌐

Eating right is not just about looking great, it's about feeling our best from within. In fact, certain foods are downright toxic for our digestion... even banned in other countries outside the US! Even worse, many of them are marketed to us as 'health' food.

Watch Dr Amy share her remarkably valuable information about nutrition, Probiotics and digestive health.

[FREE VIDEO] Watch Now 🖱️ <http://bit.ly/BIO-X4>

**NUCIFIC**  
Herbal Probiotics

**3 Worst Foods For Digestion**

Discover The 3 Worst Foods For Digestion  
NUCIFIC.COM

他の動画を視聴

シェア6.2万件 ビュー4,180万件

コメントする... GIF 😊 投稿する

FB広告でダイジェスト動画を配信

**NUCIFIC**

Like 1.2M

Call Now: [888-679-5520](tel:888-679-5520)

**3 Good Foods Gone Bad**

**CLICK PLAY TO START**

**NEXT STEP**

**Dr. Amy Lee**  
Bariatric Physician  
Dr. Lee has board certifications in internal medicine, physician nutrition and obesity medicine specialty. She practices internal

ランディングページで動画本編を配信

**NUCIFIC**

**Special Internet-Only Offer on Bio x4**

**MOST POPULAR!**

**BIO-X4**

**3 Bottles**

RETAIL: \$297

**\$129**

(This is one time payment. There are no monthly charges.)

**FREE SHIPPING!**

**Add to Cart**

**\$43 per bottle!**  
You **SAVE \$56 per bottle!**

動画視聴後、オファーページへ誘導

# リマーケティング

「リマーケティング」 = 再度の来訪、購入を促す

## リマーケティング広告

カスタムオーディエンスを作成

このオーディエンスの作成方法は？

既存のカスタマーやFacebookや他のプラットフォームであなたのビジネスと交流した人など、ビジネスとつながりのある人にリーチできます。

- カスタマーファイル**  
カスタマーファイルを使用して、カスタマーとFacebook利用者を照合して、その結果からオーディエンスを作成することができます。データはアップロード時にハッシュ化されます。
- ウェブサイトトラフィック**  
Facebookピクセルを使用して、ウェブサイトにアクセスした人やウェブサイト上で特定のアクションを実行した人のリストを作成できます。
- アプリアクティビティ**  
アプリやゲームを利用した人や特定のアクションを実行した人のリストを作成できます。
- オフラインアクティビティ** NEW  
店頭や電話、その他のオフラインチャンネルでビジネスと何らかの交流をした人のリストを作成します。
- エンゲージメント** UPDATED  
FacebookまたはInstagramにあるコンテンツでアクションを実行した人のリストを作成できます。

このプロセスは安全で、カスタマーに関する情報が公開されることはありません。

おすすめの投稿

**Chewy.com**  
広告・\*

Save 20% on 500+ Pet Brands Delivered Right to Your Door With Free 1-2 Day Shipping and 24/7 Customer Service!



**Rubie's Costume Company**  
Supergirl Dog Costume, X-  
Rubie's Costume Company S

購入する

カスタムオーディエンスを作成

以下のいずれかの条件を満たす人を含める:

- Default Pixel
- ✓ ● Default Pixel  
ピクセルID: 239851832881069

ウェブサイトにアクセスしたすべてのユーザー

過去 30 日

さらに追加 除外

**Amazon.com**  
広告・\*

amazon



★★★★★

iPad 9.7" / iPad Pro 9.7 / iPad Air 2 / iPad Air Screen Protector, SPARIN Tempered...

amazon.com

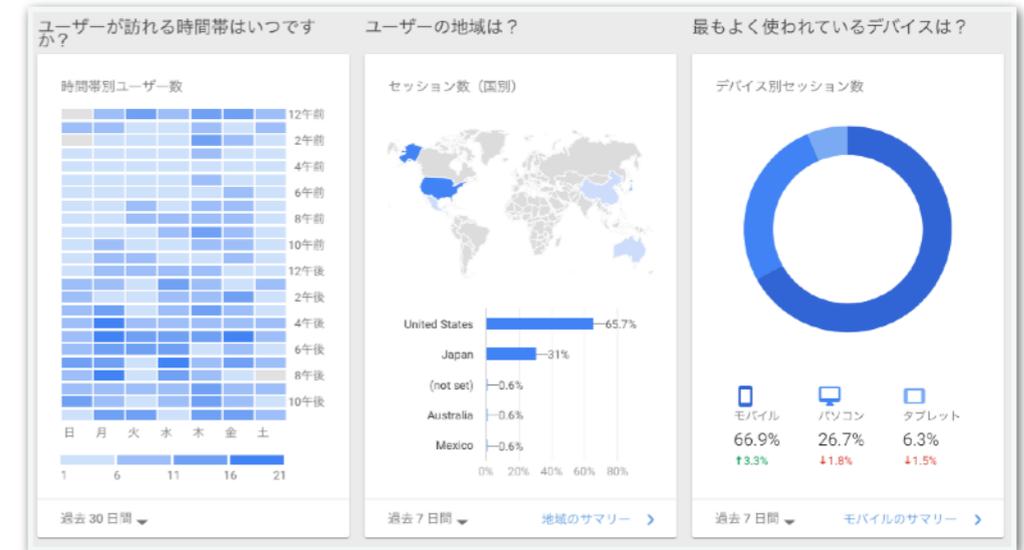
購入する

**JETech iPad 20"**  
Air 2, iPad Pro 9  
amazon.com

いいね! コメントする シェアする

# 効果測定で微調整

- Google Analytics
- FBページマネージャー (インサイト)
- FB広告マネージャー
- メール商人レポート



最近5件の投稿

公開日時	投稿	タイプ	ターゲット設定	リーチ	エンゲージメント	ステータス
2017/09/29 16:35	通販系の売り方も様変わりしてきています。ただ単に	🔗	🌐	190	6 / 10	投稿の広告を出す
2017/09/27 16:32	アメリカで新しい食材通販のサイトが出てきました。	🔗	🌐	70	2 / 2	投稿の広告を出す
2017/09/26 16:30	お問い合わせを増やすために、とっても簡単で、でも	🔗	🌐	123	6 / 4	投稿の広告を出す
2017/09/24 17:32	マクドナルドのレジ前に、「募金箱」が置いてありま	🔗	🌐	2	0 / 1	投稿の広告を出す
2017/09/23 11:03	ホームページを復活させる 売れるしくみ作り - マイレ	📄	🌐	25	3 / 0	投稿の広告を出す

すべての投稿を見る

Facebook blueprint

<https://www.facebook.com/business/m/drive-people-with-blueprint>

# 今日のまとめ

1. 売れる！ホームページは、相手にしたいお客様と目標が明確になっている。
2. 顧客ステージと情報の中身を合わせて、段階的にアプローチ。
3. Googleが見ているホームページの6つのポイント
4. 見込客を獲得するための「しかけ」を設ける。
5. いきなり売るのではなく、見込客に行動を促し、有望見込客を育て、そこにセールスをかける。
6. 商品は、「フロントエンド商品」と「バックエンド商品」の販売タイミングを見極めて販売する。
7. セールスクロージングの方法（ランディングページとセミナーなど）
8. 価格戦略とセールステクニック
9. セールスのタイミング（キャンペーンプランニング）
10. FB広告の有効な使い方（出し方）
11. リマーケティングで取りこぼしのお客様をすくう。
12. 分析ツールを使って効果測定と微調整を行う（最適化）

# 本日の参加特典

**特典1.** 無料ホームページ診断 (\$300相当)

**特典2.** 顧客定義シート

**特典3.** キャンペーンプランニングの立て方レポート

本日のセミナー資料

# 本日の参加特典2

ホームページリフォーム  
(制作期間 約2ヶ月)  
WordPressでの  
ハイブリッドサイト

\$2,400



**\$2,000**

個別コンサルテーション  
(3ヶ月間)  
戦略設計&キャンペーン  
プランニング

\$2,400



**\$2,100**

ホームページリフォーム  
+  
個別コンサルテーション

\$4,800



**\$4,000**

**本日のセミナー参加者に限り有効**