

【メルマガ特典①】

マーケティングの 超基礎知識

目代康二

■著作権について

本冊子と表記は、著作権法で保護されている著作物です。本冊子の著作権は、発行者にあります。本冊子の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

■使用許諾契約書

本契約は、本冊子を入手した個人・法人(以下、甲と称す)と発行者(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。本冊子を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第 1 条 本契約の目的: 乙が著作権を有する本冊子に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第 2 条 禁止事項: 本冊子に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本冊子から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本冊子に含まれる情報を使用できるものとします。

第 3 条 損害賠償: 甲が本契約の第2条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

第 4 条 契約の解除: 甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第 5 条 責任の範囲: 本冊子の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

【はじめに】

この度は、目代康二の公式メールマガジンにご登録いただきましてありがとうございました。

この特典教材では、これからインターネットマーケティングを始めるあなたに向け、マーケティングの基礎知識を分かりやすく解説します。

世の中にはいまだに「いい商品・サービスなら絶対に売れるはずだ！」という声があくつもありますが、断言します。

いい商品・サービスであっても、マーケティングが下手だったら売れません。

だってよく考えてみてください。

「スマホ」があるじゃないですか。

あれ、単純な機能だけで言ったら、iPhoneよりも日本製のスマホの方が上じゃないかですか。

でも、日本メーカーはことごとくiPhoneに敗れました。

その理由は、魅せ方やブランディング、つまりマーケティングに破れたからですね。

マーケティングのすごいところは、たとえそれほどクオリティは高くなくても、魅せ方次第では本来の価値以上の価値があるように見せられることです。

極端な話、ゴミみたいな商品を高額で売ることだってできます。

だから、マーケティングを詐欺に使おうと思えばいくらでも使うことはできます。

でも、それだけはやめてくださいね。笑

、、まあ導入部分はこれぐらいにして。

この教材では、マーケティングの基本について簡潔にまとめています。

今日から早速利用できるものばかりですので、ぜひ参考にしてくださいね。

そもそもマーケティングとは？

マーケティングという言葉をよく聞きますが、要するにどういうことなのでしょう？

正直言って意味が広すぎる部分もありますが、簡単に言うと、ユーザーを集めてモノを売る行為全てを指します。

つまり、ブランディングから価格設定、見込み客の確保などといった集客の部分だけではなく、商品を実際に販売することからアフターフォロー、さらにはリピーターの確保などの販売の部分も含まれています。

、、マーケティングはメッチャ意味が広いんですね！

ただ、あまり意味が広いと分かりにくいので、この特典では集客とリピーターの確保の部分に焦点を当てて解説します。

大抵のビジネスは集客とリピーターの確保が疎かになっていますので、この2つを整理すればだいぶビジネスが改善されると思います。

そして、この2つを確保するためには、ユーザーの役に立つ情報をインターネットを通じて発信し続けることが大切です。

顧客目線が一番大切

マーケティングをする上で一番大切なこと、それは顧客目線を意識することです。

マーケティングをしていると、ついつい自分視点になってしまいがちです。

でも、自分本位の情報を発信しても、ユーザーにはなかなか刺さりません。

やはりユーザーのことを意識した情報を発信することが欠かせません。

「顧客目線」

この言葉を耳にタコができるぐらい繰り返してください。

顧客目線を貫くからユーザーが動き、商品・サービスが売れるのです。

マーケティングは、ユーザーに有益な情報を届ける正義の行為なのです。

ファン商売が最強

マーケティングの世界は非常に奥が深いためこの教材では一から十まではとても説明しきれません。

ですが、最低限知っておいて欲しいことがあります。

それは、大企業がやっているような、お金にものを言わせた予算垂れ流しのマーケティングはやるべきではないということです。

むしろ、お金をかけることなく（かけても最小限のお金で）ユーザーを集めるマーケティング手法を行うべきです。

これを専門用語で「ダイレクトレスポンスマーケティング」なんて言います。

「ダイレクトレスポンス」という言葉の通り、あなたの発信を見たユーザーが即座に行動を起こすマーケティングをダイレクトレスポンスマーケティングと言います。

さて、ダイレクトレスポンスマーケティングといってもいろいろな手法がありますが、あなたがとりあえず意識すべきことは、あなたの商品やサービスの「ファン」をとにかく増やすことです。

そして、集めたファンに対して、商品やサービスを販売するのです。

この時、あなたのファンではない人は早い段階からふるいにかけて除外し、あなたの商品・サービスに興味のある人しか相手にしないようにします。

こうすることで、初めからあなたの商品・サービスに興味のある人だけを相手にすればいいわけですから、販売を行うのは非常に簡単になります。

言うなれば、これはファンクラブの会員にグッズを販売するようなものです。

どう考えても簡単に売れますよね？

むしろ「買わせてほしい」と言われるかもしれませんね。

下手な駆け引きは必要ありませんし、値引き交渉だって不要、クレームだってほとんど起きませんし、こんな楽な商売はないですよ。

そうなんです。ファンビジネスを行えば、あなたはさして苦勞することなくビジネスを行えるようになるのです。

そして、ファンを増やすためには、首尾一貫した発信でユーザーの興味を引き、ユーザーを教育しながらふるいにかける、このステップが大切なのです。

これからインターネットマーケティングを始めようと考えているあなたは、

「いかに自分のファンを増やすか」

そのことを心がけて発信を行ってください。

コピーライティングを意識する

非常に悲しい話ですが、あなたがどんなに世の中に情報を発信をしても、世の中のほぼ全ての人
があなたの情報に目もくれません。

情報過多のこの世の中、影響力のある人の発信でもない限り、あなたの発信は誰にも刺さらない
のです。

自分でマーケティングをしていると、ユーザーは自分の情報を見ているとついつい勘違いし
てしまいますが、実際にはそんなことはありません。

残念ながら、誰もあなたのチラシや広告、ブログなんて見ていません。

大半の人が一目だけちらっと内容を見てゴミ箱に捨ててしまうでしょう。

これでは、せっかくの苦勞が台無しです。

そこで登場するのがコピーライティングということですね。

コピーライティングとは、「ユーザーを行動させる文章を書く技術」のことを言います。

コピーライティングの基本的な考えとして言われるのが3つの「NOT」です。

- ・ Not Read (文章を読まない)
- ・ Not Believe (文章を読んでも信じない)
- ・ Not Act (文章を読んで信じてでも行動しない)

コピーライティングでは、この3つのNOTをステップを踏んで乗り越えていくことを目標としてい
ます。

、、正直言って、コピーライティングの世界は奥が深すぎて語る事が無限にありますので、この
特典ではあえて深追いしません。

ただし、あなたの頭の片隅に入れておいて欲しいのが、「人を惹きつけるための文章技術がある」ということです。

これから情報発信を進めていくあなたには、この文章技術が不可欠です。

別の特典でコピーライティングのおすすめのテキストを紹介していますので、ぜひご覧になってください。

まずはやってみる

いざインターネットマーケティングを始めるとなると、自分でホームページを作って、SNSアカウントを開設して、そして毎日コツコツ情報を発信していく必要があります。

それに、マーケティング関連の書籍だって読みまくらないといけません。

ところが、多くの人があるその労力すら面倒に感じて行動しません。

もしかしたら、この特典を読んでいるあなたも「なるほど！」と分かった気になって、そこから実際の行動に移さないかもしれません。

はっきり言って、それは非常にもったいないことです。

やはり知ったからには実際に行動に移してほしいですし、そして成果をあげてほしい。

そのために、僕は無料とはいえ、一切の手を抜かずにこの特典を作成しました。

メールマガジンにご登録いただいた方には7つの特典をプレゼントしていますが、ぜひその特典の中からなんでもいいので一つ行動を起こしてください。

例えば、僕からのおすすめの書籍を買ってみるでもいいですよ。

とにかく行動してください。

行動するからこそ結果は変わります。

プラットフォームに依存しない状態 を作る

これはマーケティングだけではなくビジネスの基本となる考え方ですが、やはりプラットフォームに依存した状態はなるべく避けたいところです。

例えば世の中には無料ブログサービスや無料ホームページ作成サービスがありますが、そういったものを利用する際には注意が必要です。

なぜなら、仮に運営会社が潰れたりあなたのアカウントが凍結されたら、どうしようもないからです。

想像してみてください。

あなたがコツコツ投稿してきたコンテンツが、ある日突然全てなくなってしまうんですよ。

、、僕だったらショックで立ち直れないですね。

あなたの資産とも呼べるものが一瞬で吹き飛ばす、こんな悲しいことはありません。

これを防ぐためには、プラットフォームに依存しない状態を作り出すしか方法がありません。

ホームページだったら無料サービスではなく自分の所有するホームページをイチから作ったり、アメブロなどの無料ブログサービスの投稿を自身のホームページでも行う。

LINE@もいいけど、LINE側にアカウントを凍結されたら一巻の終わり。だからメールアドレスも同時に取得して、メールマガジンを配信することも厭わない。

常にリスクヘッジを意識して、プラットフォームに依存しない状態を意識しましょう。

オウンドメディアを意識する

オウンドメディアとは、あなたが完全に所有するホームページ＝メディアのことを言います。

つまり、プラットフォームから完全に独立した、あなただけのメディアということですね。

オウンドメディアの基本的な戦略として、SNSなどの各種媒体からのユーザー導線を、全てオウンドメディアに集約させるようにすることが挙げられます。

あくまでオウンドメディアが頂点で、その他の媒体はオウンドメディアにユーザーを集めるための手段に過ぎないという考え方ですね。

これは前述したプラットフォームに依存しない状態にもつながる考え方です。

そして、オウンドメディアにユーザーを集客したら、そのユーザーはメールマガジンに誘導します。

こうすれば、あなたの発信に興味を持ったユーザーを確実に囲い込むことができます。

【各種SNS等の媒体→オウンドメディア→メールマガジン】

↑このように、ユーザーを一気通貫で集めてくるのがオウンドメディアの基本的な考え方です（オウンドメディアマーケティングなんて言います）。

インターネットマーケティングをする上では、常にオウンドメディアへの導線を意識しましょう。

最後に

この特典では、マーケティングの基本中の基本を解説してきました。

あらゆるビジネスにとって、マーケティングは絶対に欠かすことのできない生命線です。

マーケティングがキチンとできれば、あなたはさして苦勞することなく新規顧客を開拓し、そしてその顧客をリピーターとして囲い込むことができます。

これさえできれば、あなたのビジネスは安泰ですよ？

この教材を読んだあなたが、マーケティングについての知識を深めてくれたらこんなに嬉しいことはありません。

目代康二