

# 個人ビジネスのための WEB集客の教科書

個人ビジネスのためのWEB集客の教科書  
SNS、ブログ、メルマガを組み合わせた  
「コンテンツ」×「人」のWeb集客法

# はじめに

## 【個人ビジネスのWEB集客の教科書】

本書は、個人でビジネスをしている方向けに、SNS、ブログ、メルマガを組み合わせたWeb集客の基本をまとめています。

本書を読まれているあなたは、SNSやブログをビジネスに活用するため、集客のために使っていると思います。

是非お役立てください。

### 本書を読むことでわかること

- ・ 個人ビジネスに必要なネットの仕組み作り
- ・ 資産型の人気ブログの作り方
- ・ SNSの活用の仕方
- ・ 「あなたから欲しい」と言ってもらえるファンの作り方

内藤勲です。

E-bookのダウンロードありがとうございます！



本書は、個人でビジネスをしている方向けに、最新のテクニックではなく、これまでのWeb集客の基礎、そしてこれからも変わらない根本の考え方とやり方をお伝えするものです。

僕は2010年からインターネットを活用した仕事をしています。

前職は、スキーのインストラクターでした。

インターネットの世界に飛び込んだ当初、繋がりも実績もありませんでした。

そこから出版できたり、日本全国、あるいは海外在住のお客様のサポートができているのは、Web集客の仕組みを作れたからだと思っています。

情報が溢れている今、ただ良質な情報を発信していても選ばれるわけではありません。

あなたという「人」をだし、「あなたから欲しい」と言ってもらえるファンを作ることも、良質な情報を発信するのと同じく大切です。

個人のビジネスでも「コンテンツ」×「人」の発信で、売り込まずに喜んで買ってもらえるための手法をお伝えていきます。

じっくりと読んでくださいね。

# 目次

はじめに

---

第 <b>1</b> 章	<a href="#"><u>Web集客の全体像</u></a>	P6
第 <b>2</b> 章	<a href="#"><u>WEB集客の流れ</u></a>	P13
第 <b>3</b> 章	<a href="#"><u>人気ブログの作り方</u></a>	P23
第 <b>4</b> 章	<a href="#"><u>メルマガ活用</u></a>	P53
第 <b>5</b> 章	<a href="#"><u>SNS活用</u></a>	P73
第 <b>6</b> 章	<a href="#"><u>ネットでファンを作ろう</u></a>	P88
第 <b>7</b> 章	<a href="#"><u>その他</u></a>	P95
第 <b>8</b> 章	<a href="#"><u>最後に</u></a>	P99

---

当e-bookをご利用いただくには Adobe リーダーが便利です。

無料でダウンロードできます

<http://get.adobe.com/jp/reader/?promoid=BPBQN>

### ◆著作権について

本書の著作権はすべて内藤勲に帰属します。

本書の一部または全部を著作権者の承諾を得ずにホームページ・書籍・電子ファイル・ビデオなどにより、複製、流用転用、転売することを禁止いたします。

またあなた以外の閲覧、無断転載も禁止事項となります。

### ◆免責事項

本書により、いかなる損害が発生しても著者は一切の責任を負いません。

自己責任の上ご利用ください。

2018.11.11 作成

2021.1.15 改訂

# ■第1章

# WEB集客の全体像

まずはWeb集客の全体像をお伝えします。

売り込みにならないブログやSNSの使い方、仕組み作りを説明させていただきます。

# 売り込まずに喜んで買ってもらうには？

SNSで商品の宣伝ばかりの投稿を見たり、メッセージで直接売り込まれたことはないでしょうか。

## × 売り込み

- ・ 欲しくない人、必要と感じていない人に無理やり売る

## ○ 売り込まずに喜んで買っていただく

- ・ 関心のある人が集まる場を作る
- ・ 商品・サービスで得られることを提案する

誰でも売り込まれるのは嫌です。

無理な売り込みをされると嫌がられるだけではなく、信頼もなくなり、二度と購入してもらえなくなります。

売り込まずに喜んで買っていただくためには、**①関心のある人が集まる場を作り、②商品・サービスで得られることを提案すること**です。

そして、この2つの仕組みを作るのが、ブログを中心としたWEB集客の方法です。

# ブログを中心としたWEB集客

ここでSNSとブログの特徴を説明しますね。

## 【SNS】

- ・フロー型メディアで、投稿がどんどん流れる
- ・人が既に集まっているので、知ってもらいやすい
- ・ビジネス色が強いと嫌われる
- ・時間が経つと読まれない

流れてくる情報  
を受け身で見ると

## 【ブログ】

- ・ストック型メディアで、記事がたまっていく
- ・古い記事でも読んでもらえる
- ・検索からのアクセスがある
- ・ブログに来てもらわないと読まれない

能動的に情報を  
読みに行く

ブログは、“わざわざ”訪れないと読むことができません。  
しかし、“わざわざ”訪れてまで読みたいという関心の現れです。  
つまり、ブログは**関心のある人が集まる場**になるということです。

# ブログは、関心のある人が集まる場

前ページのようにSNSとブログは大きく特徴が違います。

SNS

- ・知ってもらえる場所
- ・人との関係性を築く場所

ブログ

- ・関心を持って読んでもらう場所
- ・商品・サービス記事をおく場所

**SNSで知ってもらい、関心を持ってブログに来てもらう。**

特徴が異なるので、役割をわけて使うと売り込みになりません。

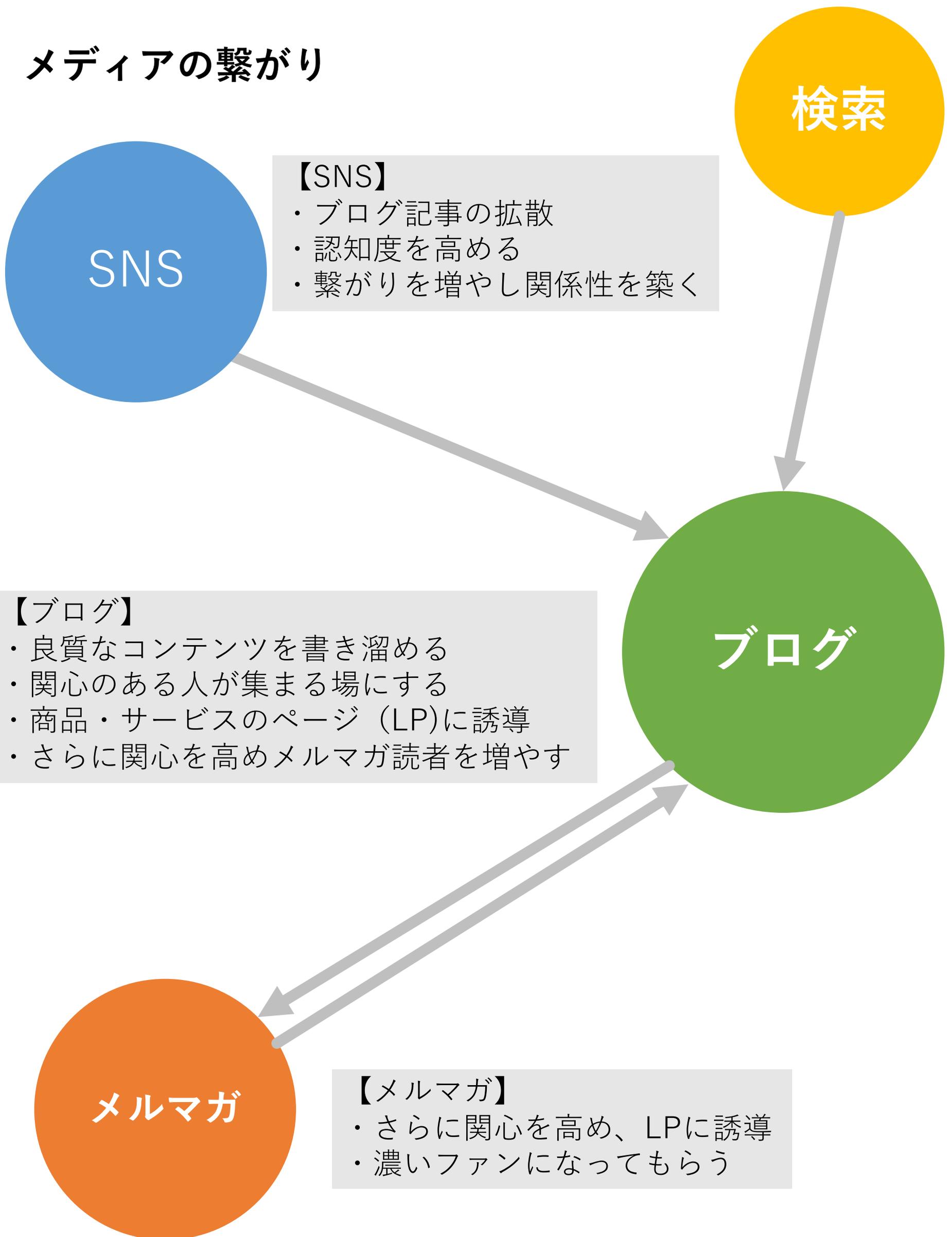
さらにブログは検索からのアクセスもあります。

**検索からのアクセスは、何かを探していたり、悩み事の解決策を探してきますから、非常に関心が高い状態**です。

そしてさらにメルマガ読者をブログ内で集めることもできます。

**メルマガは、さらに関心の高い人が登録して読んでくれます。**

# メディアの繋がり



# 事例紹介

## コブ斜面に特化したスキースクールの事例

SNS (Facebook、YouTube) で存在を知ってもらい関心を高める



ブログで、ノウハウやお客様の声、レッスンに関する情報を発信。  
さらに関心のある方はメールレッスン（メルマガ）に登録。



メルマガで、シーズン前やシーズン中にレッスンの案内を配信。

このスクールは毎週末キャンプ（テーマを決めたレッスン）を開催していますが、シーズン前に出す募集案内のメルマガ1通で200件以上のお申し込みがあります。

さらにオフシーズンは、動画販売で1000万円以上の売上。

# 第1章のまとめ

- ・ WEB集客で、売り込まずに喜んで買っていただくためには、
  - ①**関心のある人が集まる場を作る**
  - ②**商品・サービスで得られることを提案する。**
- ・ “わざわざ”は高い関心の現れ。
- ・ SNSは、流れてくる情報を受け身でみる  
ブログは、**能動的に**情報を読みに行く  
つまり、**ブログは関心のある人が集まる場**
- ・ 検索からのアクセスは、**すでに関心のある**状態
- ・ メルマガは**さらに関心のある人**が登録する
- ・ ブログを中心として、SNSで知ってもらい、メルマガでセールスをするという流れを作る

# ■第2章

## WEB集客の流れ

Web集客の流れをお伝えします。

何を、どの順番で取り組んでいけばいいか見えてくると思います。

# 集客の流れ

WEB集客の全体像が見えてきましたので、集客の流れをお伝えします。

## ①役立つ記事（コンテンツ）をブログで書く

- ・ 読者が喜ぶ記事
- ・ 検索キーワードを散りばめる
- ・ 出し惜しみせずに、どんどん読み込んでしまおうくらいの記事
- ・ 人気（ひとけ）、人柄が出ている文章

古くなっても読まれる専門的なブログを構築。

## ②SNSでブログ記事を拡散

- ・ ブログ記事の更新情報をFacebookやツイッターで拡散

ブログは書いただけでは読まれません。  
検索からアクセスが来るのにも時間がかかります。  
SNSでシェアするれば、その時だけではありますが、  
アクセスが集まります。

### ③検索からアクセス

読者が使う検索キーワードを意識してブログを書いていると、検索からのアクセスも増えてきます。

SNSへの拡散から来るアクセスは一時的ですが、検索からのアクセスは安定して来るようになります。

ただし、検索からアクセスが来るよになるには時間がかかります。SNSでの拡散とSEOの両方でアクセスを増やしていきましょう。

### ④メルマガ読者を増やす

ブログでメルマガ読者を増やします。  
ただし、読むメリットが感じられないと読者登録されません。

- ・ 無料メールセミナー（ステップメール）
- ・ e-bookプレゼント
- ・ 動画セミナー

などで、メールアドレスを登録してもらうのが効果的です。

### ⑤商品・サービスの案内

関心の高い読者に、商品・サービスの案内をします。  
メールセミナーやe-bookで、さらに関心が高まっていれば、喜んで買っていただけることも多くなります。

定期的にメルマガを出すことで、忘れられない効果もあります。

# 情報は、読まれて初めて価値になる

ブログの記事は、読まれてこそです。

読者が読みたいと思わなければ、価値のない情報発信になります。

## 読者目線で書く

自分の書きたいこと	<	読者が喜ぶこと
自分の言葉をそのまま	<	読者が使う言葉（キーワード）
出し惜しみ	<	出し惜しみしない

## コンテンツの質が上がる

- ・ SNSでもシェアされる
- ・ 毎回読んでくれる読者になる
- ・ 検索からのアクセスも増える

**良質なコンテンツを書けば読者が集まってくる！**

# 読者、お客様は誰なのか？

同じ情報でも、向ける相手によって価値は変わります。  
何を発信するかは、誰に向けるかで変わります。

## × 読者、お客様を想像で勝手に決めて 売りたいモノを売ってしまう

- ・自分のいいたいこと
- ・自分の売りたい商品

に、なりがち

## ○ 読者、お客様の喜ぶものを探り、ほ しいモノを提供する

- ・お客様の悩み、問題
- ・お客様が買う目的
- ・お客様のライフスタイル

が見えてくる



**商品ありきではなく、人ありき**

# 読者、お客様の喜ぶものを探る

読者が喜ぶであろうことを**考えるのではなく**、読者・お客様が喜ぶものを**調べる**ことが必要です。

以下のことから調べたり、観察しましょう。

## ・同業者でうまく行っている人から

うまくいってる、売れてるということは、喜ぶお客様がいるということ。

同業者でうまくいってる方が、何でどんな風にお客様を喜ばせているか調べる。

## ・お客様（見込み客）との会話や質問から

今いるお客様や見込み客の方との会話から悩んでいることや抱えてる問題を読み取る。

あるいは質問されるようなことから、何に悩んでいて、どうしたら喜んでもらえるかを調べる。

## ・SNSの投稿から

SNSの投稿でよく流れてくるテーマや、反応の多い投稿から多くの人が抱えてる悩みや思いを汲み取る。

フォロワーに対してアンケートを取るのもいいでしょう。

これら生の声を生かしましょう。

# Yahoo知恵袋で具体的な悩みを調べる

キーワードだけでは具体的な悩みがわかりません。

そこで、Yahoo知恵袋を使って具体的な悩みを調べます。

## Yahoo知恵袋

- ・ Yahoo知恵袋で、具体的にどんな悩みがあるか調べる

### Yahoo知恵袋

<https://chiebukuro.yahoo.co.jp/>

Yahoo知恵袋は、日本一悩みが集まるサイトです。Googleキーワードプランナーでボリューム数の多かったキーワード（2語以上）で、実際どんな悩みがあるのかをみていきます。

[かなりの初心者なので、WordPressでJINを使いたいのですが、動作環境...](#)

動作環境のPHPの事だけがわかりません。WordPressでは困難でしたので、初心者にいいというJINを使いたいです。Apache、Visual Studio、MySQL、PHP7も少し調べましたが、難しかった事はわかりました。今の判...

解決済み - 更新日時:2018/10/31 20:28:35 - 回答数:3 - 閲覧数:53

[コンピュータテクノロジー > プログラミング > PHP](#)

[wordpress初心者でサイトを製作中です。いまの表示URLがドメイン/wordpress/...](#)

ドメイン/wordpress/になっています。ドメインのみでwordpressサイトを表示できるようにしたかったのですが調べて試してもうまくいかずしまいにはログインもできなくなって途方に迷ってしまいました。その対処...

解決済み - 更新日時:2017/04/13 03:05:51 - 回答数:3 - 閲覧数:18

[インターネット、通信 > インターネットサービス > ホームページ作成](#)

[wordpress初心者です。wordpressでultimatememberと言うプラグインを...](#)

プラグインを使いたく、いろいろ設定したのですが、新規登録した方がログインしようとしても、エラー

実際の悩みが見えてくると、どんな人に向けるのか、何を発信すればいいかが見えてきます。

悩みを解決するブログ記事を増やしていくと、良質なコンテンツのブログにしていきたいと思います。

# 向ける相手を明確にする

会話やアンケート、Yahoo知恵袋から具体的な悩みを調べ出した上で発信の対象となる理想のお客様を決めます。

ペルソナの設定は、想像上の人物ではなく、**実在の人物**を想定したほうが**具体的な悩みやライフスタイル**が見えてきます。

## 今現在のお客様を想定する場合

向ける相手: ○○さん（実在の人物）

- ・なぜ今利用してくださっているのか？
- ・なぜ自分を選んでくれているのか？
- ・どんなライフスタイルを送っているか？
- ・何に悩んでいるのか？
- ・どうなったら喜んでくれるか？
- ・何に興味関心があるのか？
- ・SNSではどんな発信をしているのか？

など、対話や観察から調べます。

今いるお客様以外で向ける相手を想定する場合

## 「この人お客様になったら喜ばせられるのに」 という人を想定する場合

向ける相手: ○○さん（ネット上にいる実在の人物）

- ・どんなライフスタイルを送っているか？
- ・何に悩んでいるのか？
- ・どうなったら喜んでくれるか？
- ・何に興味関心があるのか？
- ・SNSではどんな発信をしているのか？

など、その人の発信から調べます

## 過去の自分に向ける場合

向ける相手: 過去の自分（悩んでいた頃の自分）

- ・どんなライフスタイルを送っていたか？
- ・何に悩んでいたか？
- ・どうなったら喜んだか？
- ・何に興味関心があったか？
- ・どんな言葉をかけて欲しかったか？

など、過去の自分を思い返します。

# 第2章のまとめ

- ・ WEB集客の流れ
  - ①役立つ記事（コンテンツ）をブログで書く
  - ②SNSでブログ記事を拡散
  - ③検索からアクセス
  - ④メルマガ読者を増やす
  - ⑤商品・サービスの案内
- ・ 良質なコンテンツを書けば読者が集まってくる！
- ・ 同じ情報でも、**向ける相手によって価値は変わる**
- ・ 読者を勝手に決めずに、まずは悩みは何かを調べる
- ・ 読者が喜ぶであろうことを**考えるのではなく、読者が喜ぶものを調べる**
- ・ 同業者、お客様（見込み客）、SNSから生の声を拾う
- ・ Yahoo知恵袋で、具体的な悩み、問題を調べる
- ・ 向ける相手を明確にする

# ■第3章

## 人気ブログの作り方

Web集客の中心となるブログについてお伝えします。

検索からも、SNSからもアクセスが集まる人気ブログの作り方を説明させていただきます。

# ブログ発信の基本

## 「誰が」

自分という「人」「個性」を出し、人気（ひとけ）、人柄を感じてもらおう。

## 「誰に」

誰に向けるのか？向ける相手を明確にする。

## 「何を」

何を伝えるのか、どんな商品・サービスを提供するのか分かるように。

## 「どうなる」

ブログを読んだらどうなる、商品・サービスを利用したらどうなるのかを打ち出す。

## 「どうして欲しい」

読者にどうして欲しいのか？ 申込みしてほしいのか、電話してほしいのか、登録して欲しいのか行動を促す。

**この5つを明確にしてブログをスタートしよう！  
記事を書く時にも毎回抑えておきたい基本です。**

## 書き込んでみよう

<b>誰が</b>	何の専門家？独自性は？キュラは？
<b>誰に</b>	どんなことで悩んでる人？どうなりたい？
<b>何を</b>	提供する商品・サービスは？
<b>どうなる</b>	どんな変化、未来が待っている？
<b>どうして欲しい</b>	どんな行動をとって欲しい？電話？購入？

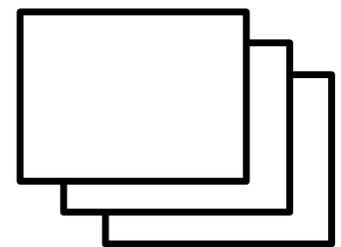
# ブログの役割

## ブログの役割！

- ・ 読者の悩みや問題を解決する
- ・ 商品・サービスに関心をもってもらい利用してもらう
- ・ 検索からアクセスを増やす
- ・ メルマガ読者を増やす
- ・ 濃いファンになってもらう

ただ役立つ情報があるだけではなく、関心が高まったり、また来たいと思えるような充実したメディアに育てましょう。

ブログは、書いた記事がたまっていくストック型メディア。過去に書いた記事でも、検索エンジンにヒットしたり、ブログ内のリンクから見つけてもらえます。



毎日更新しなくても読まれる資産型のブログを目指しましょう。そのために必要なブログ作りについて解説していきますね。

# オススメのブログ

ビジネスの集客ブログとしてオススメは「WordPress」。  
もちろん僕のブログもWordPressです。



## WordPressの特徴

- ・ 独自ドメインで使える
- ・ 検索に強くなる
- ・ カスタマイズの自由度が高い
- ・ 多くの無料ブログサービスで禁止されている商用として使える

WordPressの始め方はこちらを参照してください

- ・ WordPress（ワードプレス）ブログ開設マニュアル

<https://naitoisao.com/22816/>

# オススメのテンプレート

WordPressには沢山のデザインテンプレートがあります。

(WordPressではテンプレートのことを「テーマ」と呼びます)

オススメは日本産のテーマ「Cocoon (コクーン)」



## Cocoonの特徴

- アップデートが早く、常に進化している
- 集客に役立つ作りになっている
- SEO対策がされている
- シンプルで見やすい
- 拡張機能が豊富

「Cocoon」

<https://wp-cocoon.com/>

# 商用利用可能になったアメブロ

WordPressがハードルが高いという方はアメブロから始めましょう。  
商用利用が可能になりましたし、SNS的要素もあり育つのが早いです。



## アメブロの特徴

- ・ユーザーが多い
- ・フォローフォロワー機能があり、SNSの要素がある
- ・無料から始められる
- ・スマホでも投稿しやすく、初心者でも使いやすい

アメブロを読みやすくするカスタマイズをまとめた記事も参考にしてみてくださいね

<https://naitoisao.com/ameblocustom/>

# 集客できるブログにするために

## ブログで集客するために、以下のことを意識しよう

- ・ 自分のために書いた日記ではなく、**読者が喜ぶ記事**を
- ・ **専門性の高い**ブログにする
- ・ 1記事につき、**1つのテーマ**について書く
- ・ 1記事につき、**ひとりに向けて**書く
- ・ 1記事につき、**1つのキーワード**（2語以上）を選んで書く
- ・ **自分を出す**
- ・ **読者がストレスのない**言葉、表現を使う
- ・ 見た目よりも、**中身**！

検索で上位表示されるブログ、SNSでシェアされるブログに共通することは、**読者にとって役立つ情報がある**ということ。

読者に役立つブログは、毎日更新せずともアクセスが集まるブログになります！

# ブログタイトル

## ブログタイトルはわかりやすいものを

ブログタイトルは、何について書かれているか分かるタイトルにしましょう。読者に「欲しい情報がある」「自分に関係がある」と思ってもらうことが大切です。

以下の点に注意してつけよう

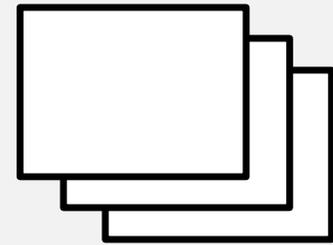
- ・ どんな人に向けて、どうなるのかが分かるタイトル
- ・ 検索で入力されるキーワードを含める
- ・ お店がある場合、地域性がある場合は、地名、駅名を入れる
- ・ 読者は屋号や店名よりも、どうなるのかを知りたがっている
- ・ 28文字以内が望ましい

検索にヒットするのは、トップページよりも個別の記事の方が多いですが、ブログタイトルは必ず見られますので、読者にとってわかりやすいものにしましょう。

# ブログに必要な5種類の記事

## ブログに必要な5種類の記事

- ①**重要記事**（LP、商品やアクセスなどの記事）
- ②**お役立ち記事**（悩み解決やノウハウなどのコンテンツ）
- ③**レビュー記事**（お客様の声や事例）
- ④**共感記事**（自分の想いや考えなど）
- ⑤**告知記事**（お知らせや案内）



ブログ記事は、闇雲に書けばいいというものではありません。

毎日頑張って更新しても、古くなったら読まれないのでは、SNSと変わりません。

古くなくても読まれ続ける資産型のブログにしましょう。

最初に用意しておくべき記事、日々更新していく記事がありますので、次のページから説明していきますね。

TOPページ



まず最初に用意

日々更新

①重要記事

LP (商品ページ)



アクセス



メルマガ登録ページ



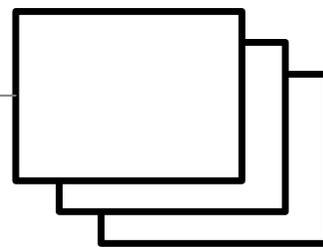
独立した固定的な記事

②お役立ち記事

③レビュー記事

④共感記事

⑤告知記事



更新性のある記事

## ①重要記事

まず最初に用意しておきたい記事です。

※WordPressでは「固定ページ」で作ります。

重要記事以外は「投稿」で作ります。

商品やサービスを利用するために絶対に読むページや情報、あるいはメルマガの登録ページになります。

- ・ LP（独立した商品ページ）
- ・ サービス一覧
- ・ プロフィール
- ・ メルマガ登録フォーム
- ・ アクセス（お店がある場合）

など。

これらの記事がなければ、問い合わせにも、売上にも繋がりません。

まずは、この重要記事を整えましょう。

また、この重要記事に、どこからでも辿りつけるように動線のリンクを配置しておくことも重要です。

各記事の記事下やメニューバー、サイドバーなどからも、ワンクリックでたどり着けるようにしておきましょう。

## ②お役立ち記事

読者の悩みを解決するお役立ち情報や、ノウハウ記事になります。  
検索からも、SNSからもアクセスを呼び込むコンテンツになります。



記事数が多くなると喜ばれるブログになります。

検索キーワードも意識したカテゴリ分け、記事タイトル、内容で読者のニーズを満たす記事にします。

### 良質なお役立ち記事がたまると、人気ブログに！

- ・ 検索からのアクセスが増える
- ・ SNSでシェアされる
- ・ 読者が何記事も読むようになる
- ・ メルマガ読者も増える
- ・ 読者からの信頼度が高まる

# お役立ち記事ネタ 3つの見つけ方

## 1、関連キーワードから

WordPress 初心者に関連する検索キーワード

wordpress 初心者 カスタマイズ	ワードプレス 使い方 マニュアル
wordpress 初心者 本	wordpress とは
ワードプレス 初心者 講座	wordpress 使い方 ブログ
wordpress 超初心者	wordpress 初心者 テーマ
ワードプレス 初心者 難しい	ワードプレス ブログ

Googleで検索し、ページ下部に出てくる悩みに合う「関連キーワード」の単語を2、3個選ぶ

キーワードを組み合わせて記事タイトルと内容を考える  
例) WordPress初心者のためのブログカスタマイズ講座

1つの記事でキーワードは、複数語（4～5語）にする。

読者が喜ぶ記事を書くためには、読者目線で書くことです。  
そのためにも、どんなことを求めているか調べましょう。

## 2、Yahoo知恵袋から

Googleキーワードプランナーで2語以上からなるキーワードで、月間1000回以上検索数があるキーワードを見つける

キーワード (関連性の高い順)	月間平均検索ボリューム	競争性
wordpress 初心者	1000~1万	低

[かなりの初心者なので、WordPressでJINを使いたいのですが、動作環境...](#)  
動作環境のPHPの事だけわかりません。WordPressでは困難でしたので、初心者にいいというJINを使いたいです。Apache、Visual Studio、MySQL、PHP7も少し調べましたが、難しかった事はわかりました。今の判...  
解決済み - 更新日時:2018/10/31 20:28:35 - 回答数: 3 - 閲覧数: 53  
コンピュータテクノロジー>プログラミング>PHP

[wordpress初心者でサイトを製作中です。いまの表示URLがドメイン/wordpress/...](#)  
ドメイン/wordpress/になっています。ドメインのみでwordpressサイトを表示できるようにしたかったのですが調べて試してもうまくいかずまいにはログインもできなくなって途方にくれておりました。その対処...  
解決済み - 更新日時:2017/04/13 03:05:51 - 回答数: 3 - 閲覧数: 18  
インターネット、通信>インターネットサービス>ホームページ作成

[wordpress初心者です。wordpressでultimatememberと言うプラグインを...](#)  
プラグインを使いたく、いろいろ設定したのですが、新規登録した方がログインしようとしても、エラー

2、Yahoo知恵袋で、そのキーワードでどんな悩みがあるか調べる

Yahoo知恵袋によくある質問の答えをブログ記事にする

## 3、直接質問されたことから

会話やメール、メッセージなどで直接質問されたことに対して、その回答をブログ記事にする

質問を解決してくれるブログは何度も訪れてくれるようになります。

濃い読者も増えていきます。

### ③レビュー記事

レビュー記事は、お客様の声や実績などを紹介する記事です。

アンケートや、メールなどで感想をいただいたら記事で紹介します。  
変化を載せるのもいいです。

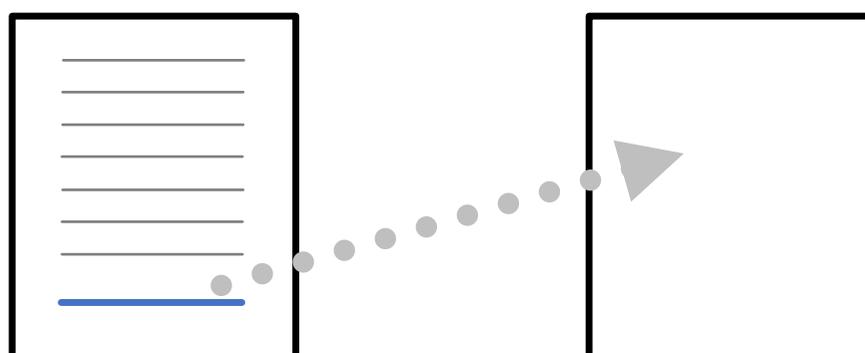
※掲載は必ずご本人の承諾を得ましょう。

このレビュー記事は、商品・サービスを利用してどうなったかが伝わる記事で、よく見られます。

また関心が高まるので、そこから申込みにつながるケースも多いです。

レビュー記事

LP（商品ページ）



「こちらのお客様が利用した商品はこちらです」という形で、重要記事への動線を作っておくと関心が高まった状態でLPが読まれます。

「お客様の声」や「実績」などのカテゴリを作り、ひとりのお客様に対して1記事ずつ更新していきます。

## ④共感記事

共感記事は、自分の想いや考えを伝え読者に共感してもらう記事です。  
この記事は、人柄があらわれるので、どんな人かが伝わります。  
想いや信念、こだわり、読者に向けたメッセージなど書きましょう。

お役立ち記事で、読者に役立つブログになりますが、同じようなブログがあった時に、それだけでは選ばれる理由になりません。

辞書は役立ちますが、愛読書にする人はいません。  
ファンになってもらうためには必要な記事です。

「人」を感じてもらい、「あなたから欲しい」と言われる存在になりましょう。

「コンテンツ」 × 「人」

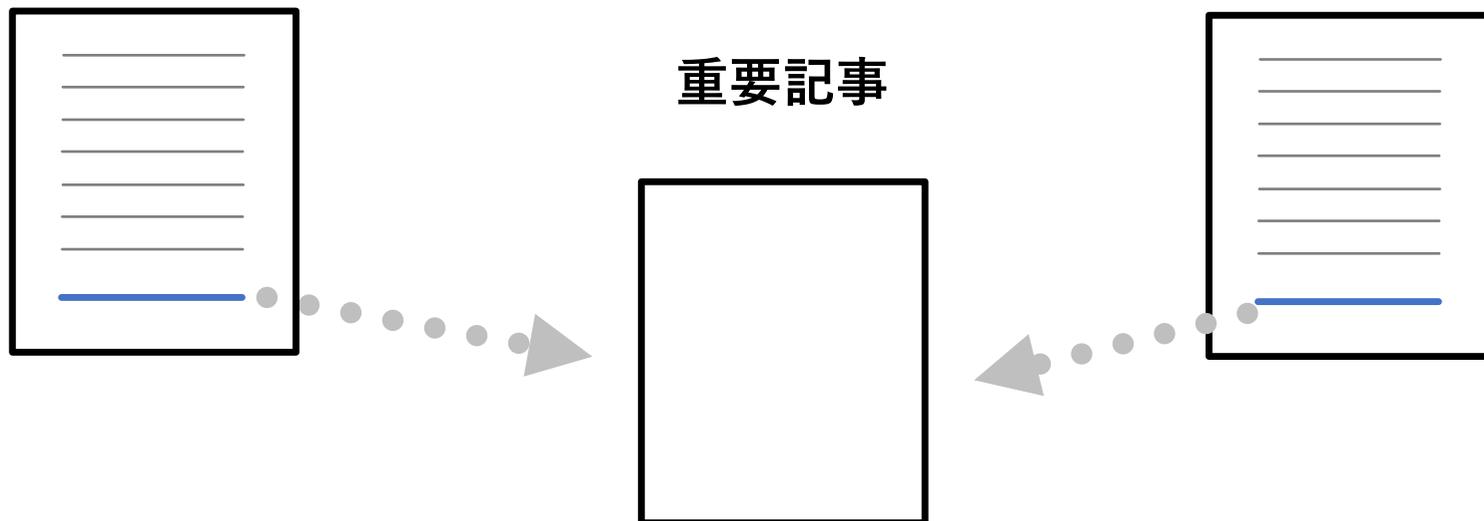
## ⑤告知記事

告知記事は、イベントやお知らせがある時に公開する記事です。  
告知記事が連続しないように注意しましょう。

# 動線を整える

ブログ内から重要記事への動線を整えましょう。

特に記事下は、記事を読んで感情が動くので最もアクションを起こしやすい場所です。



重要記事へのリンクや電話番号、営業情報など各記事に載せるようにします。

## 記事下に載せておくもの

- ・メニューへのリンク
  - ・営業案内、電話番号
  - ・イベントのお知らせ
  - ・メルマガ登録フォーム
- など

また、ヘッダーメニュー（グローバルナビ）やサイドバーからもリンクさせ、どこからでもたどり着けるようにします。



スマホで見たときに画面下部に重要記事へのメニューを固定で表示できると効果的です。



WordPressでは、スマホで見た時に画面下に固定表示できるテンプレートもあります。

# 記事のアウトライン

記事を書くときは以下の流れにそって文章を作ります。

タイトル	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>誰</b>に向けて、<b>何で</b>、<b>どうなるか</b>が分かるタイトル (検索キーワードも必ず入れる)</li></ul>
問題提起 問いかけ	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 日常の悩みや不安を問いかけて「そうそう！」と共感してもらう</li><li>・ 問題を提起することで、<b>誰</b>に向けているか示す</li></ul>
解決策の提示 自己開示	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 解決策となる情報を示し、解決したら<b>どうなる</b>のかをイメージさせ関心を高める</li><li>・ <b>自己開示</b>して、人柄を感じてもらう</li></ul>
具体的な内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 具体的な情報を説明</li></ul>
例	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 事例などを紹介</li></ul>
結論	<ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>どうなるのか</b>を見せる</li><li>・ <b>どうして欲しいか?</b> 行動を促す</li></ul>

# 記事の書き方例

タイトル

## 苦手でも大丈夫！ブログ記事の書き方 「自然体ライティング術」

こんにちは、内藤です。

問題提起  
問いかけ

「あー今日まだブログ書いてない！今日も書くネタも時間もないよー」

こうやってまたブログ更新できずにいませんか？

ネットで売れない一番の原因は「知られていない」です^^; 発信しないことには、存在に気付いてもらえません。

## ブログ記事の書き方「自然体ライティング術」

解決策の  
提示  
自己開示

「書かなきゃ・・・と思っても、何をどう書いたらいいのか・・・」と思うことはありませんか？

僕も2年前まではこうでした。  
書こう書こうと思っても、いざパソコンの前に座ると何も出てこない（笑）

更新を休むと、どんどん更新するのが面倒になってしまっていました。  
当然認知もされず、売上も上がらず・・・

それが今では毎日ネタにつきないし、あんなに苦痛だったブログ更新が逆に楽しくなってるんです。  
そして、読者からも反応が起こり、ますます投稿したくなります。

僕がこんな風にスラスラとブログが書けるようになったのは自然体ライティングを身に付けたからです。

具体的な  
内容

## 自然体ライティング術とは

自然体ライティングは何も難しい技術ではありません。  
型にはまらず自分らしく楽しく書くことで、どんどん身に付きます

そもそも記事が書けなくなるのは  
・ 周りを気にしすぎてる  
・ 自分よりも詳しい人がいる  
など思っているからではないでしょうか？

ポイントは  
・ 一人に向けて発信し、それ以外の声は気にしない  
・ 無理なキャラ設定をせずに、飾らない発信をする  
・ 万人に好かれようとし  
ない  
ことです。

・  
・  
・

## 自然体ライティング術にしてからの変化

書き方を変えてからは、周りの目がきにならなくなり、スラスラとかけるようになりました。  
また、読者からも「自然体でいいですね」などお声を頂いています。

・  
・  
・

## まとめ

自然体ライティングは、ブログ運営に役立ちます。  
是非今回紹介した方法を取り入れてみてくださいね

今度セミナーもやりますよ～ → URL

例

結論

# 魅力的な記事タイトルの付け方

記事タイトルは、**検索からのアクセスに対しても、SNSのシェア先からのアクセスに対しても重要**です。

記事を読む前に見るのが記事タイトルです。

いくらいい記事を書いたとしても、記事タイトルが悪いと読まれません。

記事を読んでもらうには記事タイトル勝負と言っても過言ではありません。

## 記事タイトルをつける時の注意点

- ・ 誰に、何を伝えて、どうなるのかが分かるようにする
- ・ 検索キーワードが入っている
- ・ 自然な日本語の文章
- ・ クリックしたくなる
- ・ 28文字以内が望ましい

# 魅力的な記事タイトルをつける 3ステップ

記事タイトルをいきなりつけようとせずに、3ステップを踏んで付けます。

## ①何を伝えるのかシンプルに

- 『ブログ記事タイトルの付け方』



## ②魅力的にする

- 『クリックしたくなるブログ記事タイトルの付け方』



## ③感情を入れる

『これでもう迷わない！

クリックしたくなるブログ記事タイトルの付け方』

- 読んだら何が得られるか、がわかる
- 感情、キャッチーな言葉で注意を引く
- 数字を入れるとさらに魅力的になる  
「～の3つの方法」「～が分かる5つのコツ」など

この3ステップで魅力的な記事タイトルを付けましょう

# 読みやすい記事の書き方

## どちらの文章が読みやすそう？

「ブログの文章って、長くない方がいいの？」ブログやSNSで発信していて、こんなことを思うことはありませんか？文章がつつい長くなってしまふけれど、嫌がられるから短くしたほうがいいのか、、、と。ブログの文章は長くても全然OKです。むしろ長い方がいい。もちろん、クソつまんなかったり、役に立たないようなものはダメですよ。読んで面白いとか、役立つということが前提で、ブログの文章は長い方がいいです。

「ブログの文章って、長くない方がいいの？」

ブログやSNSで発信していて、こんなことを思うことはありませんか？

文章がつつい長くなってしまふけれど、嫌がられるから短くしたほうがいいのか、、、と。

ブログの文章は長くても全然OKです。  
むしろ長い方がいい。

もちろん、クソつまんなかったり、役に立たないようなものはダメですよ。読んで面白いとか、役立つということが前提で、ブログの文章は長い方がいいです。

左は「読みにくそう、、」、右の方が「読みやすそう」と感じませんか？

2つの書いてある内容は全く同じです。

**書き方によって、読みやすさは変わってしまうんです。**

記事の内容も大事ですが、読者が読みやすいように書くことも重要です。

## 読みやすい記事の書き方

### ・句点（。）で改行

改行せずに詰めて書いた記事は圧迫感があります。

### ・一文を短く

なるべく一文を短くし、句点（。）を早く打つようにする。

### ・適度に見出しや空白行を入れる

段落で空白行を入れたり、見出しを入れて次の段落でどんなことを書くのか伝える。

### ・写真や図を入れる

文字だけよりも写真や図が入った方がわかりやすくなります。また、パッと見の印象も読みやすそうに感じます。

読者は記事を読む前に記事を”見ます”。

その時に「読みにくそう」と思われると、読まれずに去ってしまいます。

見た目の印象も読みやすさに影響します。

1行あたりの文字数は見る人によって異なります。

スマホの画面の大きさ、設定している文字の大きさも人それぞれです。

ですから、**句点で改行**のルールを決めておきましょう。

# 人気（ひとけ） ・ 人柄を出そう

今、同じような情報（コンテンツ）はネット上には無数にあります。

そんな中で「あなたから欲しい！」と選んでいただくには、自分という人をだし、人柄を感じてもらうことが大切です。

「コンテンツ」×「人」で、オリジナルの情報発信になります。

## 人気（ひとけ） ・ 人柄の出し方

### ・ 名乗る

毎回記事の最初で「内藤です」のように個人名で名乗りましょう。たったこれだけでも人気（ひとけ）を感じてもらえます。

### ・ 体験談を語る

ノウハウなどを書く場合に例え話として自分の体験談を入れると、人気（ひとけ）や、どんな人なのか人柄を感じてもらえます。また体験談を出すことで、自分にしか書けない記事になります。

### ・ 話しているような文章で書く

一人の読者と話しているつもりで書くと文章も固くならず、人柄があらわれます。

「！」や「（笑）」、「ですよね～」など「～」を使うだけでも話口調になります。

# アクセス解析を入れよう

どれくらいアクセスがあるのか、どの記事がよく読まれているのかなど、アクセス解析を使うことで、より読者に喜ばれるブログに日々改善できます。

アクセス解析は、「Googleアナリティクス」がオススメ。

<https://www.google.com/analytics/web/?hl=ja>

## アクセス解析で見るポイント

- ・ **PV（ページビュー）**

どれくらい記事が読まれているか？またPVは伸びているかチェック

- ・ **アクセスの多いページ**

どんな記事がよく読まれているのか？重要記事は読まれているかチェック

- ・ **平均ページ滞在時間**

1ページあたりの滞在時間は？ちゃんと読まれているかチェック

- ・ **アクセス元**

どこからアクセスが来ているのか？検索からも来ているかチェック

- ・ **検索キーワード**

検索からはどんなキーワードで来ているのかチェック

# 第3章のまとめ

- ・ ブログ発信の基本

「誰が」

「誰に」

「何を」

「どうなる」

「どうして欲しい」

を明確にする

- ・ 集客できるブログは、**読者にとって役立つ情報がある**
- ・ ブログタイトルは、どんな人に向けて、どうなるのかが分かるもの  
お店がある場合や地域性があるものは地名、駅名も入れる
- ・ ブログに必要な 5 種類の記事
  - ①重要記事
  - ②お役立ち記事（コンテンツ）
  - ③レビュー記事
  - ④共感記事
  - ⑤告知記事

- ・ **記事下**には重要記事への**動線**を作る
- ・ 記事の流れ  
問題提起→解決策の提示（自己開示）→具体的な内容→例→結論
- ・ 記事タイトルは3ステップでつける
  - ①何を伝えるのかシンプルに
  - ②魅力的にする
  - ③感情を入れる
- ・ 読みやすい記事の書き方
  - 句点（。）で改行
  - 一文を短く
  - 適度に見出しや空白行を入れる
  - 写真や図を入れる
- ・ 「コンテンツ」×「人」で、オリジナルの情報発信になる
- ・ 人気（ひとけ）・人柄の出し方
  - 名乗る
  - 体験談を語る
  - 話しているような文章で書く

# ■第4章

## メルマガ活用

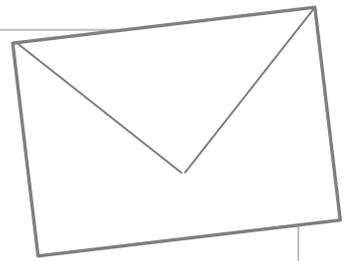
Web集客に欠かせないメルマガについてお伝えします。  
メルマガは最も濃いファンが集まるメディアです。  
メルマガの使い方から読者の増やし方まで解説させていただきます。

# メルマガの役割

## メルマガの役割！

- ・ さらに関心を高める
- ・ 濃いファンになってもらう
- ・ LPに誘導

メルマガは、こちらから直接連絡を出すことができます。  
定期的に情報を発信し関心度、信頼度をさらに高めます。



今更メルマガ？と思われがちです。

しかし、**SNS**など情報が溢れかえっている中で、**読者が能動的に選んで読んでくれる**のがメルマガです。

メルマガは、“**わざわざ**”登録しないと読めません。

でもそれは、“**わざわざ**”登録して**まで読みたい**ということ。

だから、関心の高い人が集まりますし、解除せずに読んでくれる読者は本当に濃いファンになってくれます。

実はメルマガの読者こそ集めたい読者です。

# メルマガ読者は関心も積極性も高い

	SNS	ブログ	メルマガ
情報収集の仕方	流れて来るのを目にする	わざわざ読みに行く	わざわざ登録して読む
商品やサービス、ノウハウへの関心	低い	高い	高い
見てもらいやすさ	大量に流れてくる情報から見つってもらう	ブログに来てもらう必要がある	こちらから直接届けられる



メルマガを組み合わせると、ブログだけの時に比べて売上が倍増したりします。（僕は3倍以上になりました。）

メルマガは、読者の名前を差し込んでメールできたりするので、SNSやブログに比べて1対1でやり取りしている印象にもなります。

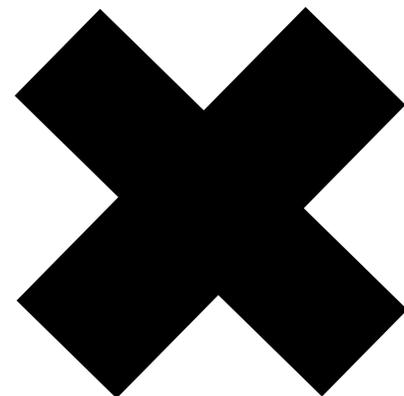
だからこそ、高い反応も得られます。

しかし、メルマガの使い方によっては逆効果にもなるので注意が必要です。

# メルマガの注意点

## メルマガのNGな使い方

- ・勝手に読者登録
- ・毎回宣伝
- ・何か売るときだけ配信
- ・リンクだらけで、中身があまりない
- ・読者解除のリンクがない



NGな使い方をしていると、解除が増えたり、迷惑メール扱いにされてしまい、どんどんメールが届きにくくなります。

**必ず読者本人に登録してもらおう**ようにしてください。

勝手に登録して送るのはスパム行為です。

解除されるだけでなく、信頼を失い、二度と登録してくれなくなります。

せっかく読者が集まっても役に立たないメルマガになってしまいますのでNGな使い方は絶対にしないようにしましょう。

メルマガは反応が高いメディアとはいえ、**読者は自分にメリットのある情報を得るために**読んでいます。

ブログと同様、読者目線で、喜んでもらえる記事を出しましょう。

# メルマガ読者の増やし方

## メルマガ読者はなかなか増えない！？

メルマガを読んでもらうには、メールアドレスや名前を登録してもらう必要があります。（登録フォームはブログに設置）

読者にとってそれは面倒なことですよ。

また「変なスパムメール来たらどうしよう」と不安を感じる人もいます。

それでも「読んでみたい！」と思えるメリットを示すことが必要です。

ブログやSNSで「メルマガに登録してください！」と投稿してもなかなか登録してもらえません。

そこでオススメな方法が

- ・ **無料メールセミナー（ステップメール）**
- ・ **e-book（PDF小冊子）プレゼント**
- ・ **音声セミナーや動画セミナー**

などです。

読者登録したらセミナーが受けられるとか、ダウンロードができるというもの。

# 無料メールセミナー（ステップメール）

ステップメールを使いメールセミナーで読者を増やす方法です。

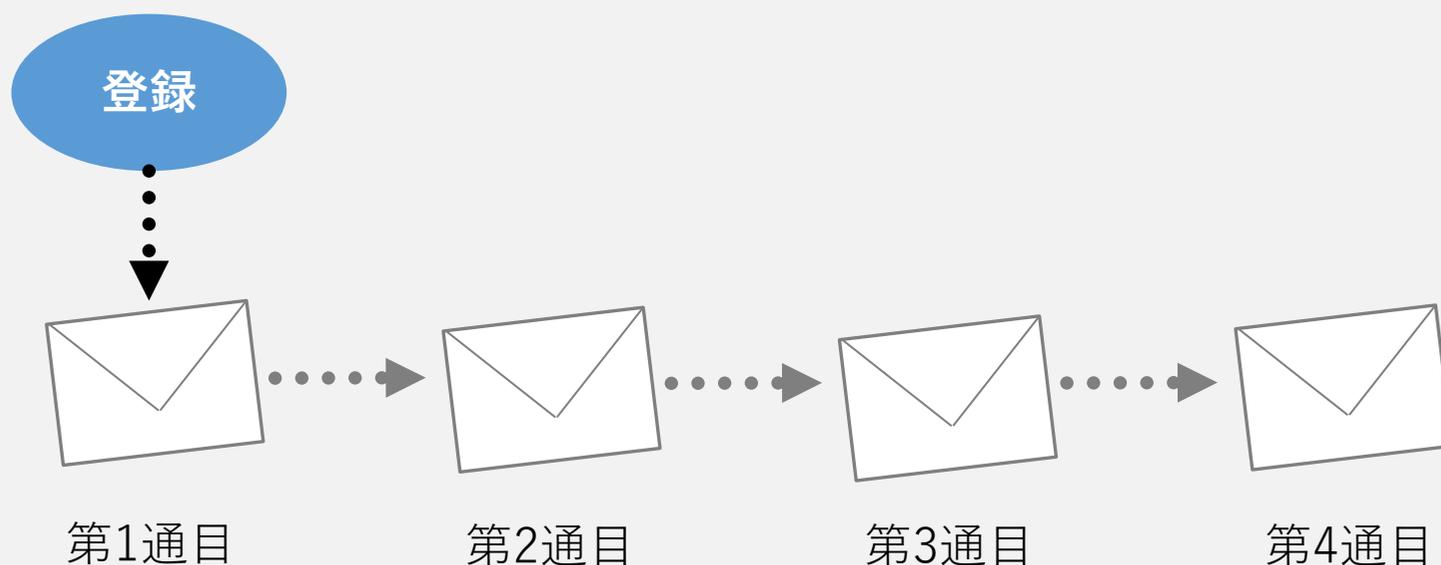
## ステップメールとは？

通常のメルマガは、読者に対して**一斉配信**するものです。

登録した読者は次回のメルマガから読むことができますが、以前発行したメルマガは届きません。

一方ステップメールは予め配信するメールを用意しておき、登録されたら第1回から**自動的に**配信されるというもの。

読者は**いつ登録しても第1回から**受け取ることができます。

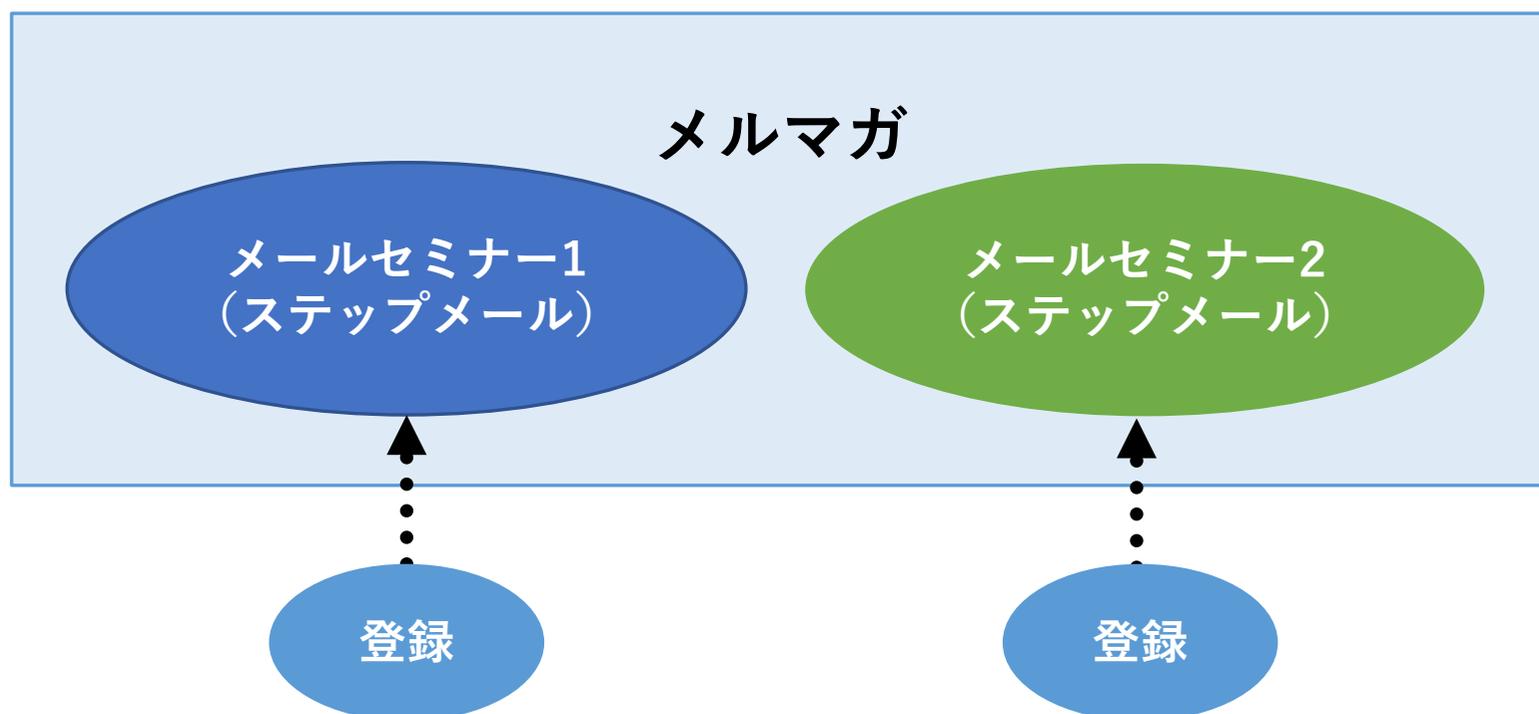


ステップメールで集まった読者にメルマガを配信することもできます。  
(その場合はメルマガも配信することを伝えましょう)

この仕組みを使って、いつ登録しても1から学べるメールセミナーを用意しておけば、メリットを打ち出すことができます。

例えば「7日間で学ぶブログカスタマイズメールセミナー」のようにすると、ブログカスタマイズに興味のある人が読者になってくれます。

下の図のように、ステップメールを複数作ってメルマガの入り口とすることも可能です。

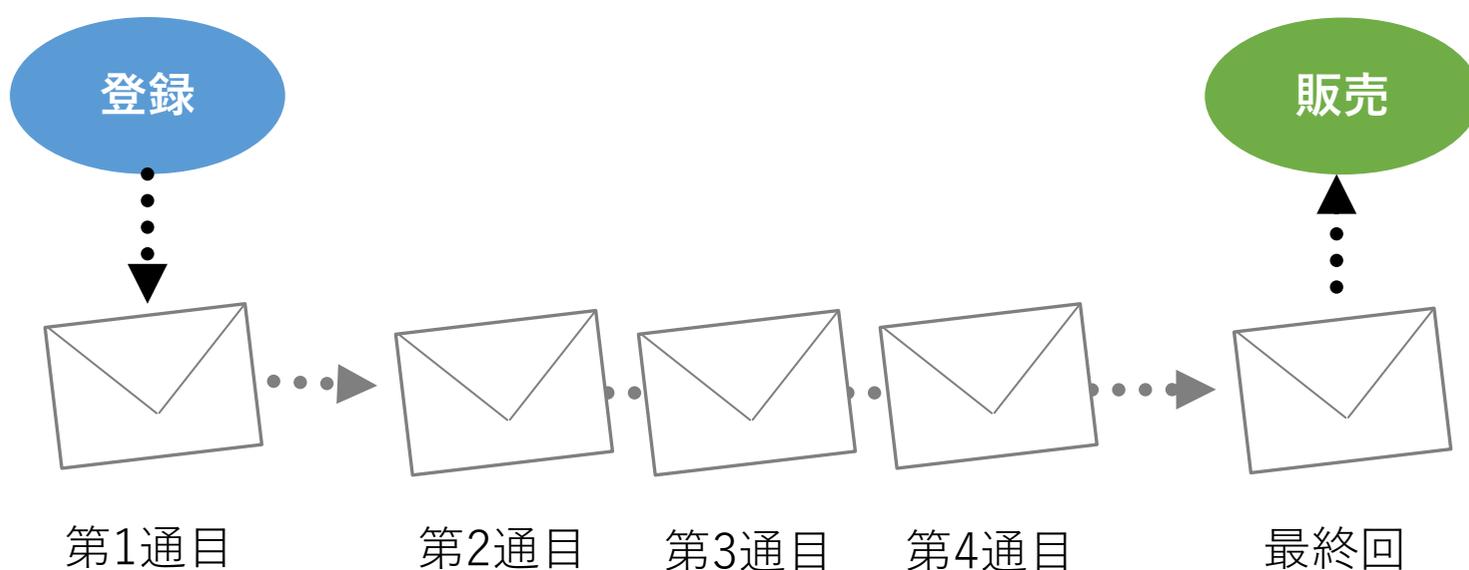


直接メルマガの読者を集めるよりも、メールセミナー（ステップメール）を使った方が関心をもった読者が増えます。

ステップメールの良さは、メルマガ読者を増やせるだけではありません。読者は読み進むうちに、知識と関心が高まります。

最終回に販売LPにつなげば、関心が高まった上で案内できます。

**登録してもらえたら、あとは販売まで自動的になるということです。**



## メールセミナーのシナリオ例

ステップメールで作るメールセミナーのシナリオ例です。

### 「お問合せに繋がる！ブログカスタマイズ 7日間無料メールセミナー！」（7通の例）

	メール内容
<b>1通目 (登録後)</b>	登録のお礼とメールセミナーの概要、自己紹介
<b>2通目</b>	カスタマイズの必要性と効果について
<b>3通目</b>	具体的なカスタマイズ方法1
<b>4通目</b>	カスタマイズして成果がでた事例 1
<b>5通目</b>	具体的なカスタマイズ方法2
<b>6通目</b>	カスタマイズして成果がでた事例 2
<b>最終回</b>	購読のお礼と、講座の案内

読むごとに知識と関心が高まり、次の回も読みたくなる流れにします。

商品・サービスにあわせて回数、内容を考えましょう。

# e-book（PDF小冊子）プレゼント

PDFのe-bookをプレゼントして、メルマガ読者を増やす方法です。



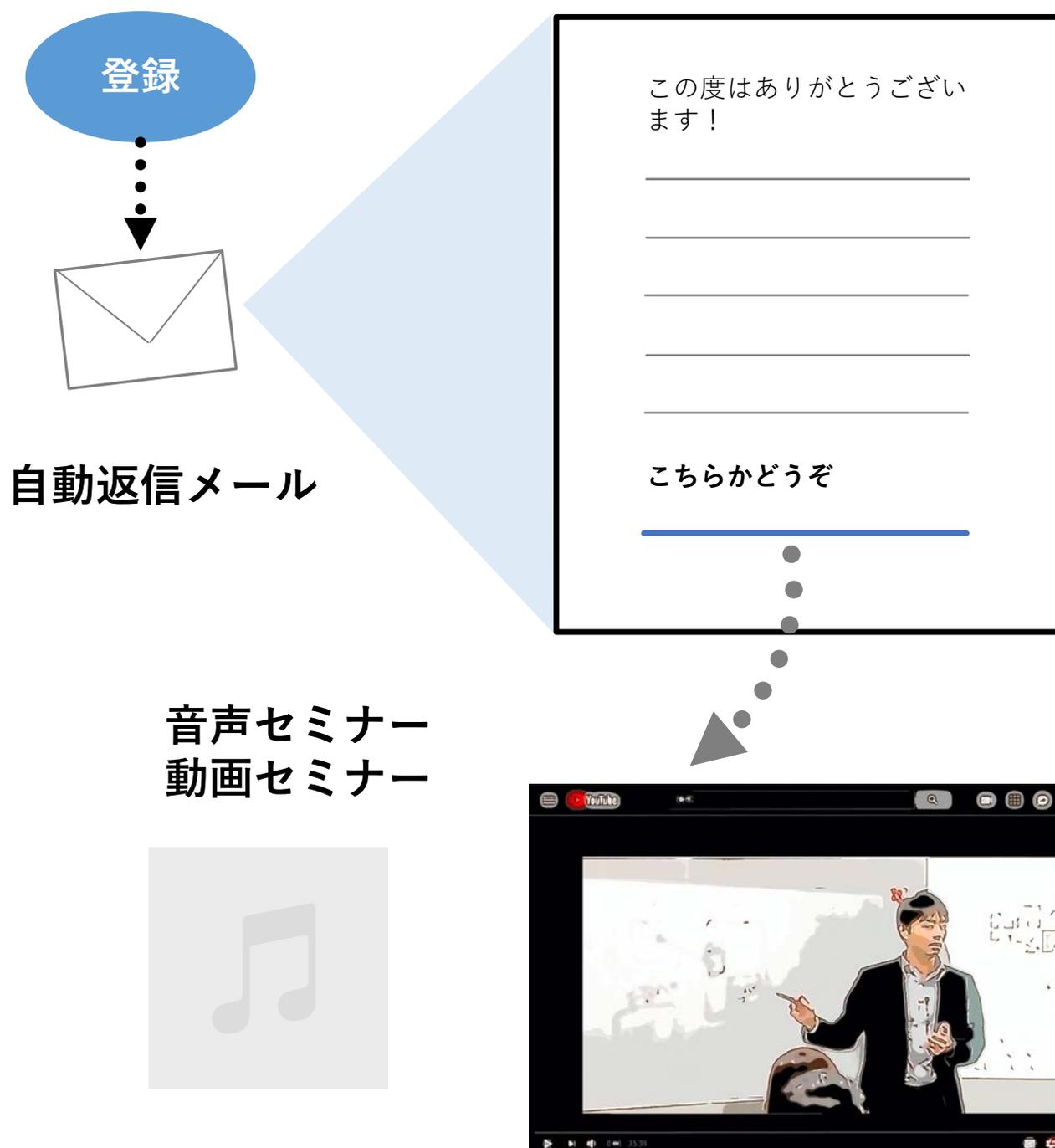
予めPDFのe-bookをサーバー等にアップロードしておきます。

登録後の自動返信メールにe-bookのURLを記載しておき、ダウンロードしてもらいます。

e-bookは、WordやPowerPointで編集し、PDF形式で保存して作成します。

# 音声セミナーや動画セミナー

音声セミナーや動画セミナーをプレゼントし、メルマガ読者を増やす方法です。



予め音声や動画をサーバーやYouTube等にアップロードしておきます。登録後の自動返信メールにURLを記載しておき、視聴してもらいます。

動画はYoutubeで限定公開にしておくと、URLを知っている人しか見ることができません。

# メールセミナーとPDF、動画など組み合わせる

これまで紹介した3つの方法を組み合わせるのもオススメです。



メールセミナー、PDF、動画セミナー、音声など組み合わせるとお得感満載で登録するメリットを強く打ち出すことができます。

また、知識や関心もより高めることができますから、販売にもつなげやすくなります。

PDFや動画セミナー、音声単体はダウンロードだけして解除してしまう人もいますので、メールセミナーとの組み合わせがおすすめです。

# オススメのメルマガサービス

メルマガをするならステップメールが使えた方がいいです。

ステップメールなしのメルマガサービスや、メルマガのみのプランがあったりするので注意しましょう。

ステップメールが使えるオススメのメルマガサービスを紹介しますね。

## マイスピー

<https://myasp.jp/>

(月額3,300円～)



MyASP  
マイスピー

052-569-1473  
受付時間：8：30～17：30（平日受付のみ）

お申込みはこちら お問い合わせ

機能紹介 料金プラン▼ お客様の声 会社概要 お問い合わせ▼ お知らせ▼ 代理店・パートナー様

インターネットでビジネスするなら  
オールインワン配信スタンド

MyASP  
マイスピー

メール斉配信 ステップメール 登録フォーム 顧客管理

カード決済連動 アフィリエイトセンター管理 会員サイト構築

マイスピーは、ステップメールのシナリオを無制限で作れます。  
メルマガ配信も読者数、配信回数も無制限で定額で使うことができます。

パーソナルプラン以上にするとメールの到達率も高くなります。

またPayPalと連動でき、お申込みフォームとして使えば、購入者リストも作ることができます。

# メルマガ書き方のポイント

メルマガを定期的を送ることで、読者との関係性を保つことができます。しかし「何を書けばいいのか」「ブログと同じ内容じゃない方がいいのか」迷うところでもあります。

ポイントは、読者が「メルマガを読むことがお得だ」と感じられること。登録してる意味をもたせることです。

## 使い方例

### ①メルマガだけの情報

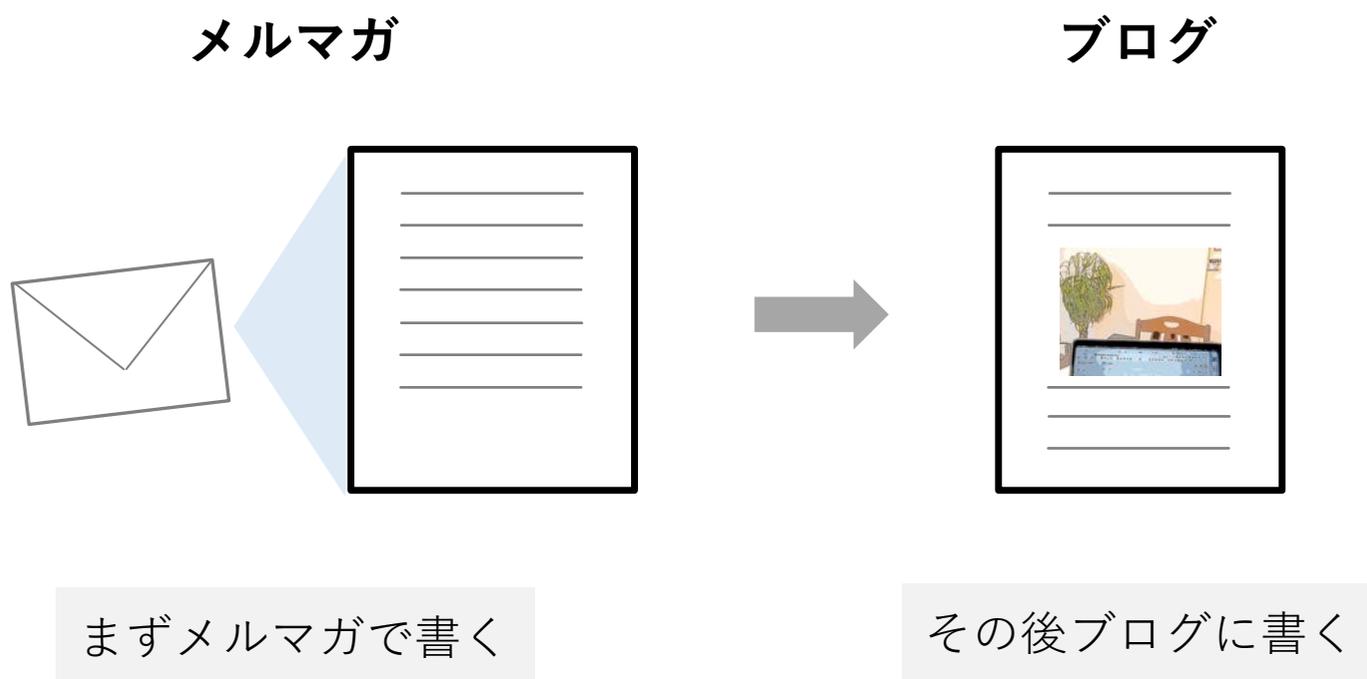
ブログやSNSにも書かない情報を発信。

ブログよりも濃い内容だとお得感を感じてもらえます。

日常の出来事から気づきになったこと、学べることを書くと、「コンテンツ」×「人」の内容になります。

### ②同じ情報でもまずメルマガから

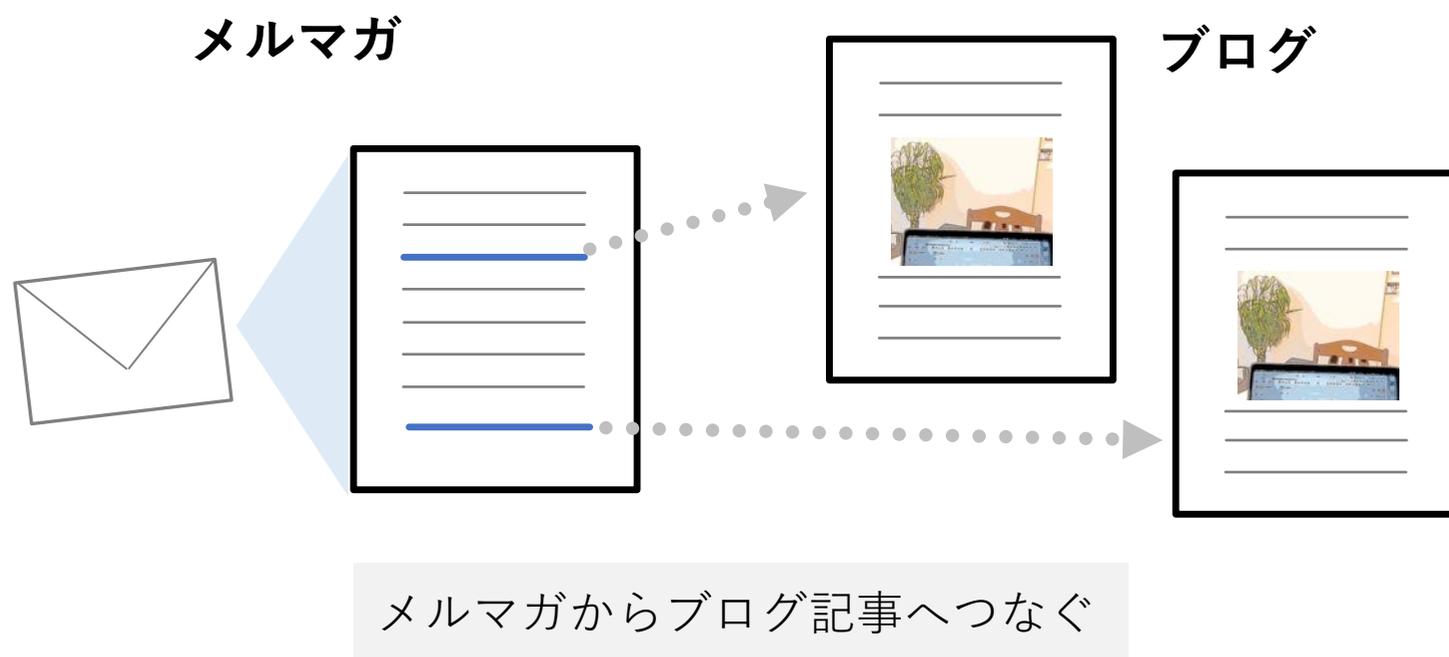
ブログやSNSに同じ記事を掲載する場合は、メルマガをまず先に出します。タイミングをずらしてから他のメディアに掲載すれば、メルマガのお得感は保たれます。



### ③ ブログと連動

メルマガから関連するブログ記事にリンクでつなぎます。

古いブログ記事を再度読んでもらうことができます。



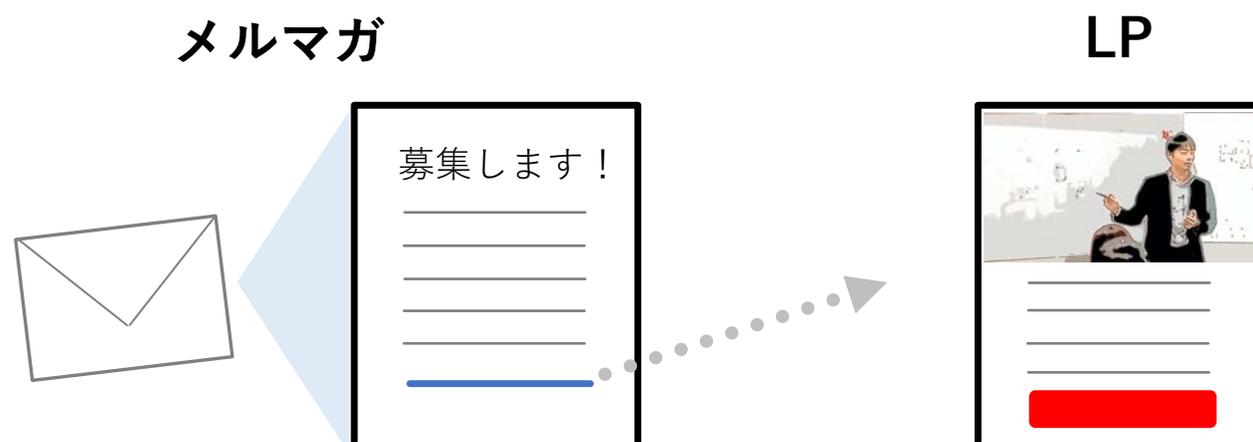
### ④ 募集記事、告知記事

イベントやセミナーの募集や告知をします。

ブログだけで告知するよりも反応がえられます。

募集や告知もまずはメルマガで先行して行いましょう。

ただし、メルマガが毎回募集、告知記事ばかりにならないように。



事前に募集を予告しておいて、いざ募集するときは、募集だけの内容にするといいです。

## 配信前の確認

- 配信前に必ず読み返す
- テスト送信し、スマホでも確認
- 解除リンクを必ず入れる
- 発行者情報を必ず入れる

## 解除されずに毎回読んでもらうために！

- 読者が喜ぶ内容を届ける
- 人柄を出して、自分だから書ける内容にする
- メールタイトルを魅力的にして、開いてもらえるようにする  
(ブログの記事タイトルの付け方と同じ)
- 名前差込機能を使うと、「佐藤さん」「鈴木さん」のように、個別でメールを送信しているような印象を与えられます。
- メルマガを読むことがお得な状態にする

とはいえ、メルマガは配信するたびに解除する人はいます。

僕も、毎回解除されます。。

しかし、その分**本当に読みたい人が残ります**から濃くなります。

解除はつきものと割り切って、必要な人に届けましょう。

メルマガの解除通知は受け取らずに、登録通知だけ受け取るようにすると精神衛生上いいです（笑）

# LINE公式アカウント

LINE公式アカウント（旧LINE@）は、LINEの友達に一斉配信できるメルマガのようなものです。

LINE公式アカウントのメリットは、一斉メッセージを直接スマホに届けられることです。

## LINE公式アカウント

<https://www.linebiz.com/lp/line-official-account/>

飲食店などお店をされている場合は、来店されたお客狭に友達になってもらうといいです。

クーポンやお得な情報を送ってリピートにつなげましょう。

LINEは、スマホに届けられますから、開封率が高いというメリットがあります。

受け取った友達も気軽に返信しやすく距離感も近くなります。

ただし、送るたびに通知がなりますから、頻繁に送ると嫌がられます。

ブロックされると受け取ってもらえなくなりますので送り過ぎには注意しましょう。

**また長い文章は読まれにくいので、個人的には情報発信系、お悩み解決系はメルマガの方がおすすめです。**

LINEでも読まないものもあれば、楽しみにするメルマガもあります。何をを使うか？よりも、何を書くのか？の方が重要だということです。

メルマガにしる、LINEにしる読者に喜んでいただくことを忘れてはいけませんね。

## メルマガに救われたエピソード

僕は以前アメブロで人気ブログを運営していました。

初心者の方にもできるアメブロのカスタマイズ方法を発信していました。

まだFacebookか日本で本格的に流行る前の2012年頃、読者が5600人以上いるアメブロだったんです。

そのブログでカスタマイズの教材を販売したり、セミナーの募集をしていました。

ところがある日、僕の**アメブロのアカウントが削除**されてしまったのです。規約違反ということで（アメブロは商用利用禁止）、5600人の読者も3000ほどあった記事も失ってしまいました。。。

1週間後。

僕は再びアメブロを再開します。

すると、1日で読者が800人にもなりました。

なぜ、一気に読者が増えたかと言うと、メルマガもやっていたからなんです。

『アメブロ削除されてしまいました^^; でもまた始めたのでよろしくお願ひします→ URL』

のように、メルマガでアメブロ削除の経緯と、新しいアメブロのお知らせを出したのです。

それで、一気に800人もの読者になったというわけです。

そして1ヶ月後には、読者が3000人を超えるようになっていました。

ただ残念なことに、そのアメブロも再び削除されてしまいました（笑）

そんなことで僕はアメブロからWordPressに引っ越しをした。  
というわけです。

もちろん、またメルマガで、新しいWordPressのブログを案内したので、  
売上がなくなることはありませんでした。

もし僕がメルマガをやっていなかったら、ブログを立ち上げても見つけて  
もらうのに時間がかかります。

メルマガで直接案内を出せたから今があります。

今ならSNSをやっていたとしても、SNSでつながっていない人やSNS疲れ  
して止めていく人もいます。

メルマガは、関心のある濃い読者が集まりますから、案内を出した時にも  
反応してもらいやすいんです。

僕はこのアメブロ削除騒動で、メルマガのありがたみを痛感しました。  
ほんと、メルマガに救われました（笑）

ネットでファンを作るためにもメルマガ始めてくださいね。

# 第4章のまとめ

- ・メルマガは最も関心の高い読者が集まるメディア
- ・メルマガ読者は**自分にメリットのある情報を得るために**読んでいる
- ・メルマガ読者を増やす効果的な方法
  - 無料メールセミナー（ステップメール）**
  - e-book（PDF小冊子）プレゼント**
  - 音声セミナーや動画セミナー**
- ・ステップメールは、いつ登録しても第1通目から送れる
- ・ステップメールは、知識と関心を高め、販売するまでを自動的化できる
- ・メルマガは**必ず読者本人に登録してもらう**
- ・メルマガは出すたびに解除する人がいるもの  
必要としている人に届けよう
- ・LINE公式アカウントは、LINEの友達に一斉配信できクーポンが出せる
- ・情報発信系、お悩み解決系はメルマガの方がおすすめ

# ■第5章 SNS活用

Web集客の入り口にもなるSNSについて。

SNSの役割やFacebook、Twitter、Instagramの特徴を解説させていただきます。

# SNSの役割

## SNSの役割！

- ・ ブログ記事の拡散
- ・ 認知度を高める
- ・ 繋がりを増やし関係性を築く

SNSは多くの人が集まっていますから、自分のこと、やっていることを知ってもらえる最適の場です。

SNSの繋がりにビジネスに繋がるケースが増えています。

それはこんな特徴があるから

- ・ 世界中の個人が使っている
- ・ いつでもどこでも、スキマ時間でも使っている
- ・ 誰とでも簡単に繋がることできる
- ・ 1日のうち滞在してる時間が長い

今後スマホとSNSはなくなることは考えにくいですね。

ですから、SNSの活用はますます必要になります。

次のページから代表的なSNSの紹介をします。

# Facebook

## Facebookはいきなり売るところではない

まずはFacebookについて。

Facebookは、何か買おうとか、悩みの解決策を探すためには使いません。

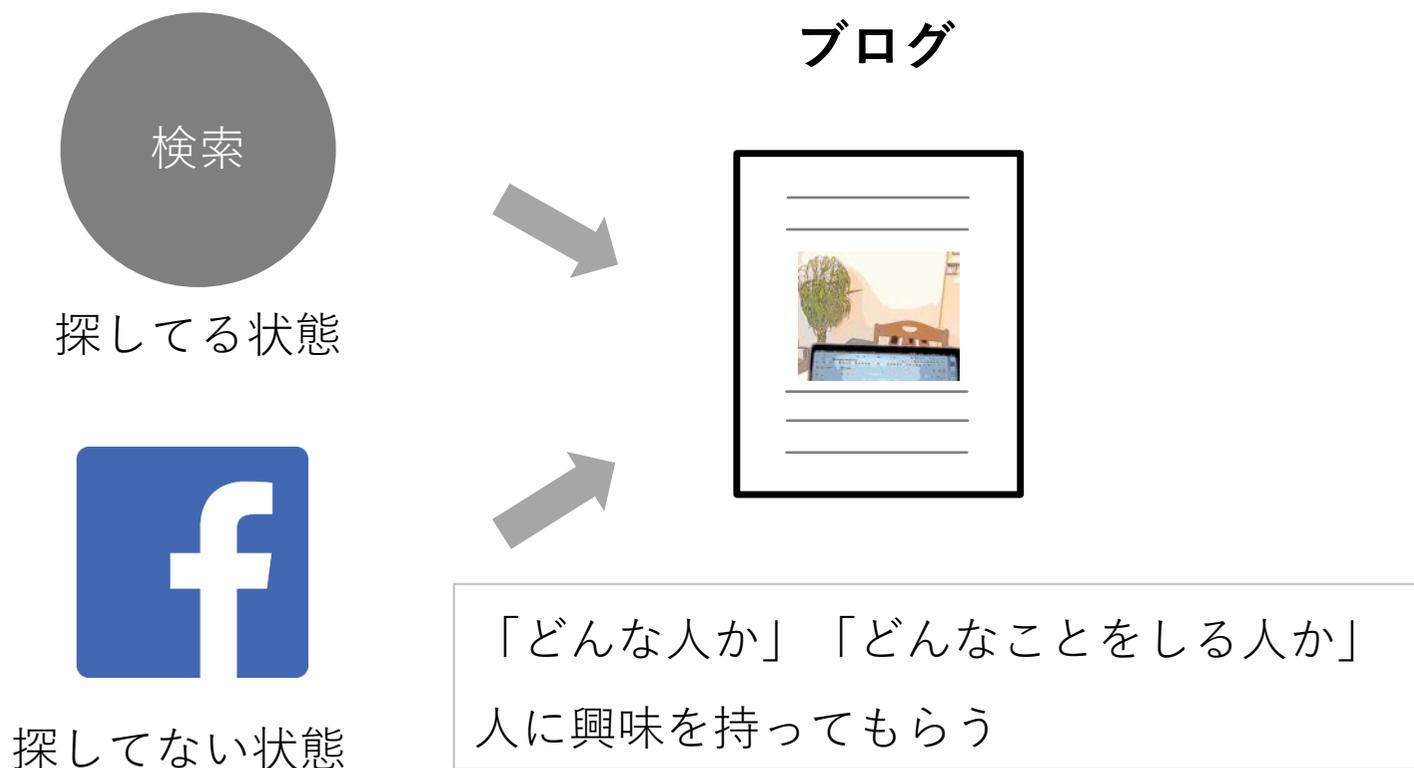
買おうとか、調べようと思ってないのに、告知や宣伝ばかりの投稿を見るから売込み感を感じてしまいます。



Facebookは売る場ではなく、自分という「人となり」を知ってもらい「そう言えば〇〇さんは、□□屋さんだったな。せっかくなら知ってる人にお願いしよう。」と思ってもらえる関係を作ることです。

# 「人」でつながろう

「どんな人か」「どんなことをしてる人か」を見せて、自分という「人」に興味を持ってもらおう。



## 「どんな人か」を見せる投稿

- 趣味や好きなこと
- 日常のエピソード
- 考えや信念など

## 「どんなことをしてる人か」を見せる投稿

- 仕事の様子、雰囲気
- お客さまとの写真など

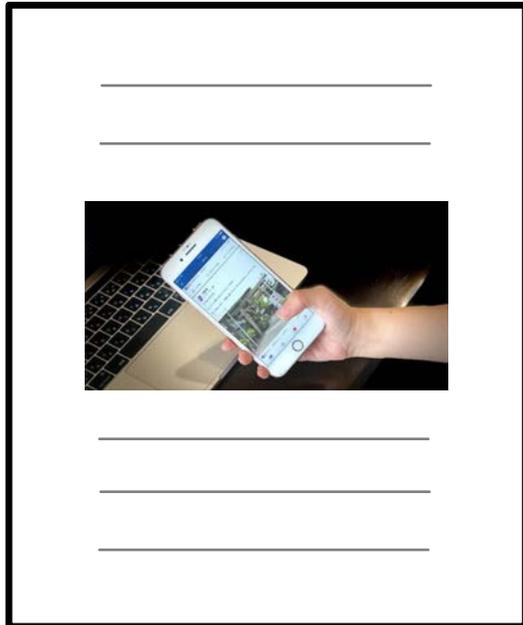
Facebookの良さは、実際に会ったことのない方とも繋がれること。

ビジネスに活用するなら、投稿は「公開（友達限定ではなく）」にして多くの人に知ってもらおう。

# ブログ記事を拡散しよう

ブログ記事を書いたら、Facebookでシェアしてアクセスを呼び込みましょう。

## ブログ



①記事更新

## Facebook



②シェア

← ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●  
アクセス

Facebookにブログ記事のURLを貼り付けると、サムネイル画像がリンクになります。

「いいね」はつきにくくなりますが、コメント欄にURLを入れるなどするよりも、クリックされブログへのアクセスが増えます。

Facebookにはブログ記事が読みたくなるような導入文を書きます。

Facebookで問いかけて、ブログに答えがあるという形にするとクリックされやすい。

ただし、ブログ記事へのリンク投稿が続くと反応が悪くなるので、他の投稿とバランスをとりましょう。

ブログのサムネイル画像が表示されなかったり、違う画像が出た場合はこちらを試してみるといいです。

## ■シェアデバッカー

<https://developers.facebook.com/tools/debug/>

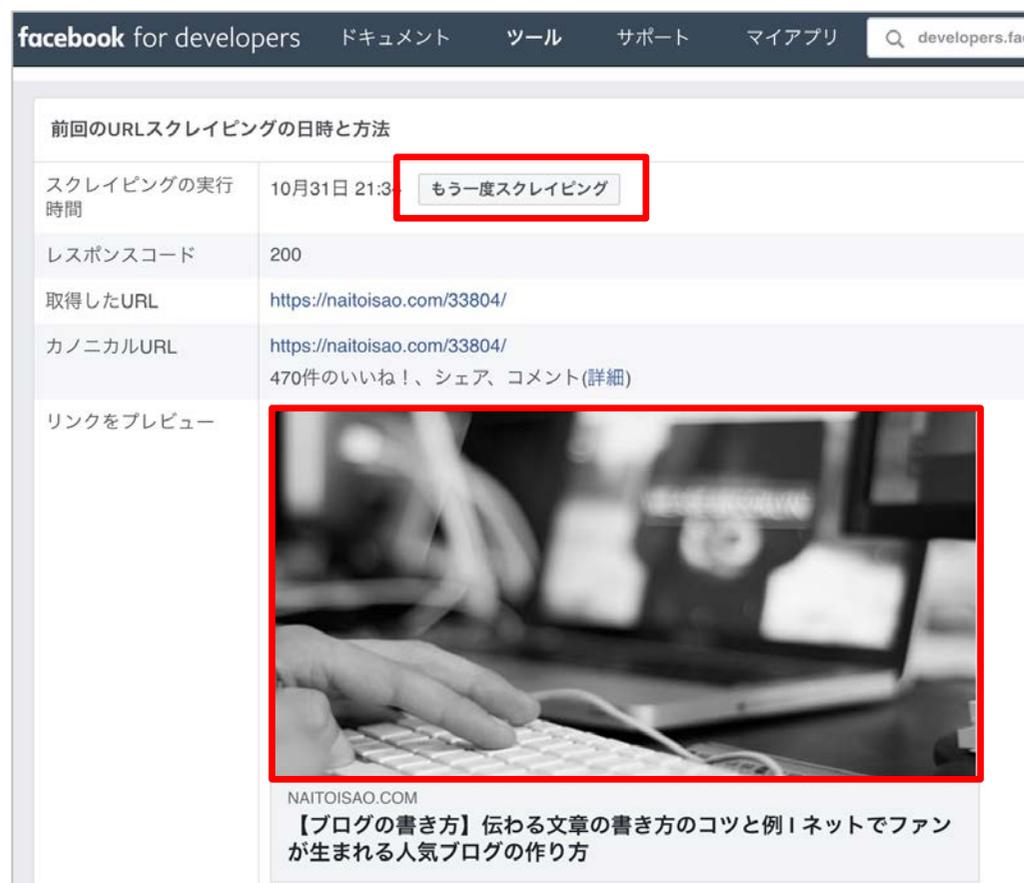


facebook for developers 製品 ドキュメント その他 ▼ マイアプリ ▼ 🔍

シェアデバッカー

シェアデバッカー バッチインバリデーター アクセストークン

該当する記事URLを入力し、「デバッグ」をクリック。  
Facebookでシェアする時のサムネイル画像が表示されます。



facebook for developers ドキュメント ツール サポート マイアプリ 🔍 developers.fac

前回のURLスクレイピングの日時と方法

スクレイピングの実行時間	10月31日 21:30	<input type="button" value="もう一度スクレイピング"/>
レスポンスコード	200	
取得したURL	https://naitoisao.com/33804/	
カノニカルURL	https://naitoisao.com/33804/ 470件のいいね!、シェア、コメント(詳細)	
リンクをプレビュー		

NAITOISAO.COM  
【ブログの書き方】伝わる文章の書き方のコツと例 | ネットでファンが生まれる人気ブログの作り方

画像が異なる場合は「もう一度スクレイピング」をクリック。

# Facebookページについて

Facebookページは、個人と別アカウントとしてビジネス用に使うことができます。

ただし、個人のアカウントよりも、リーチしにくく（届きにくく）なっています。

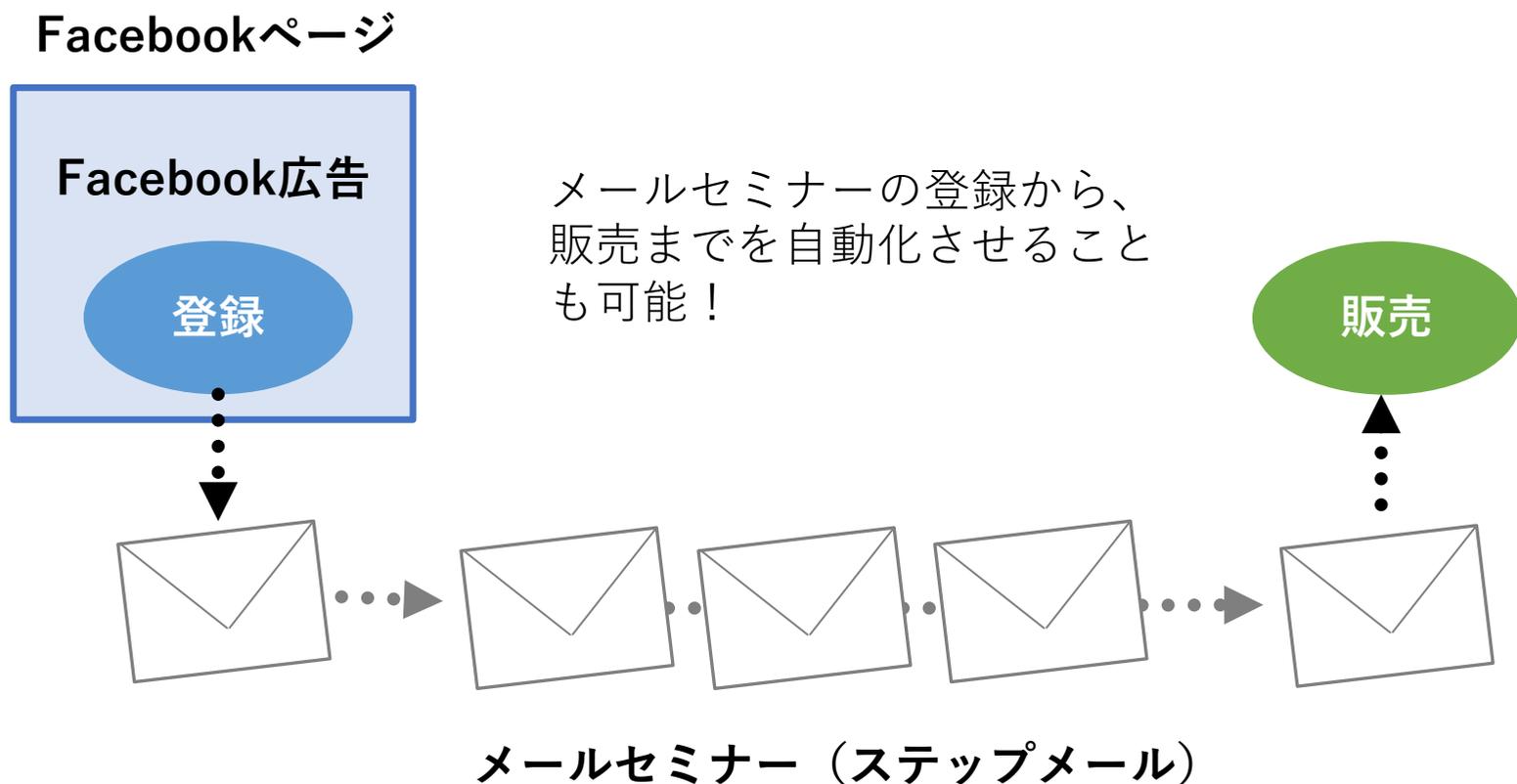
Facebookページの良さは、  
広告を使えることです。  
(1日100円から可能)

ターゲット設定で、  
見込み客になる層だけに  
リーチさせることが可能です。



しかし、商品自体の広告を出すと、Facebook利用者は売り込まれた感を持ちます。

ステップメールのページでお伝えしたメールセミナーを広告で出した方が  
メリットも伝わり反応も得られます。



# Twitter

## 趣味や関心ごとでつながるTwitter

Facebookよりも、ユーザーの年齢層が若いTwitter。

匿名で登録できたり、140文字と短い文章でのツイートのため気軽に使うことができます。

リツイート（Twitter上のシェア）も気軽にできて拡散性が高いです。

その分情報量も多く、  
どんどん流れていきます。

Facebookと大きく異なる点は、  
Twitter上で検索する文化があること。

#（ハッシュタグ）を入れてツイート  
すると検索にヒットします。

自分の好きなことや趣味、仕事に関連する  
ハッシュタグをつけてツイートすると、  
関心のある人が検索からやってきます。



# 「関心事」でつながろう

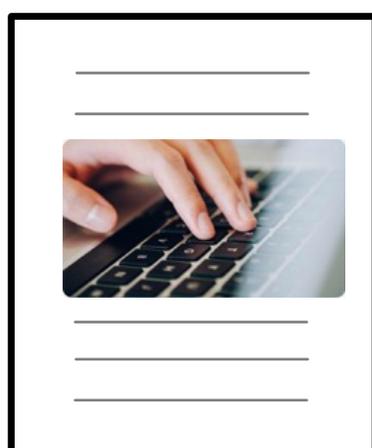
自分の好きなことや趣味、仕事に関連するツイートをして見つけてもらおう。



フォローされると他のツイートも相手に流れるようになります。

Facebookと同様に、ブログ記事を更新したらTwitterでもURLを貼り付けてツイートします。

## ブログ



①記事更新

## Twitter



②ツイート

ブログ記事誘導のツイートばかりしていると反応がなくなります。

ブログ記事誘導以外に好きなこと、趣味、専門分野の情報発信などを多めにして関心事で繋がりを増やしましょう。

Twitterでも、役立つ、喜んでもらえる情報が大切ということですね。

# Instagram

## Instagramで世界観を発信

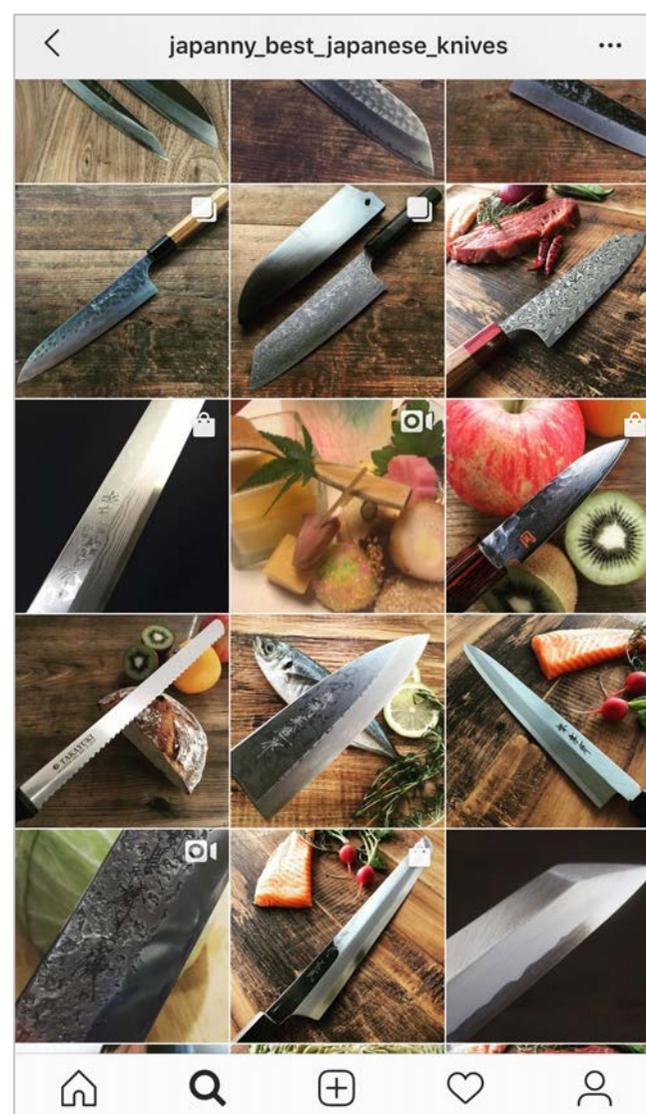
写真や動画が中心のSNSで女性や若い年齢層に人気ですよね。  
Twitterと同様にハッシュタグを付けた投稿や検索する使い方をされます。

写真や動画の投稿ですから視覚にダイレクトにうったえることができます。  
文章も短めでいいので気楽にできます。

「モノ」の商品がある場合や美容関係  
でしたら、トップのプロフィールを  
カタログ一覧にすることができます。

商品・サービスが「モノ」ではない場合は  
ブランディングとして自分の世界観を発信  
したり、動画やライブ配信もいいです。

Facebookのようにいろんな面を投稿する  
よりは、統一感を出した方が世界観を感じ  
てもらえます。



# 「関心事」でつながろう

自分の好きなことや趣味、仕事に関連する投稿をして見つけてもらおう。



フォローされると他の投稿も相手に流れるようになります。

Instagramは投稿ごとにリンクを入れることができません。

トップのプロフィールに来てもらい、そこからブログに来てもらうようにしましょう。

## Instagram

## ブログ



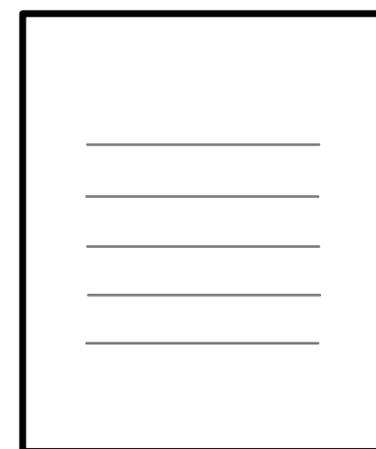
投稿



トップのプロフィール



アクセス



# 写真は構図と加工で印象UP

特にSNSは写真が大切です。

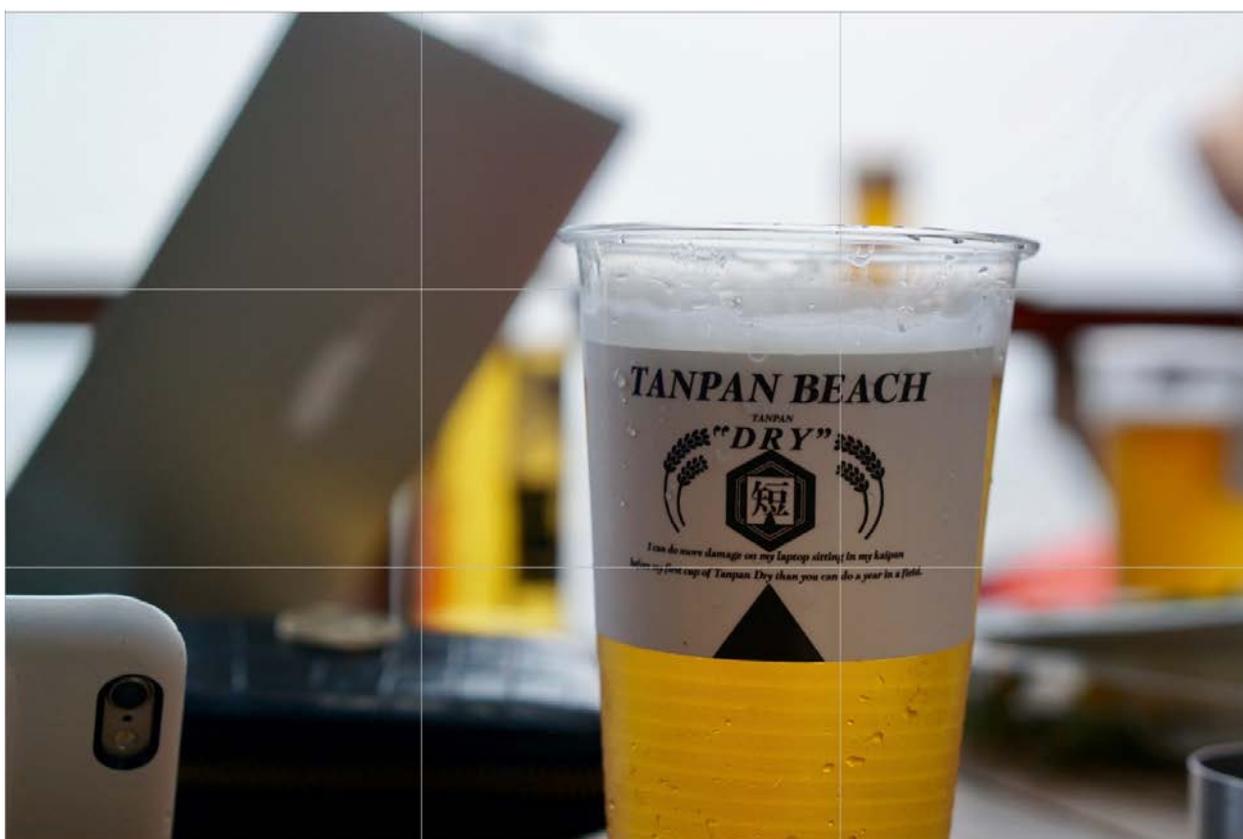
投稿に目をとめてもらうためにも写真は目を引くものにしたいです。



- **何を一番見せたいか**明確にする
- 背景を意識する（ごちゃごちゃしてない）
- 被写体が近いものは背景をぼかす（ポートレートモード）
- **1/3**に被写体を寄せると
- **何枚も撮ったなかから選ぶ**
- 撮ったまんまではなく、必ずアプリ等で加工する

僕もプロではありませんが、これを意識するだけでも、きれいな写真になります。

スマホのカメラでグリッド線を出しておくで構図の目安になります。



iPhoneなら、「設定」→「カメラ」で「グリッド」をオンにする



# SNS疲れしないために

SNS疲れしてしまって発信できなくなる方がいます。  
発信しないことには知ってもらうことができません。

SNS疲れしてしまう原因は

- ・周りの目を気にしすぎる
  - ・無理に飾って、本当の自分を出せていない
  - ・情報を見すぎて疲れる
- など

## SNS疲れしないために

- ・万人ウケを狙わず、一人に向けて発信する
- ・失敗談やドジな部分なども載せる
- ・いいねの数に一喜一憂しない
- ・嫌われる勇気をもつ
- ・SNSを見る（見ない）時間を決める

SNSは、遊び感覚で使うのがコツです。

役立つツールを楽しくなければ、使いたくなりますからね。

# 第5章のまとめ

- ・ SNSは繋がりを増やし関係性を築く場
- ・ 自分のこと、やっていることを知ってもらえる最適の場
- ・ Facebookは、何か買おうとか、悩みの解決策を探すためには使っていない

い

- ・ Facebookは「どんな人か」「どんなことをしてる人か」を見せよう
- ・ Facebookは「人」でつながる
- ・ Twitter、Instagramは趣味・関心事でつながる
- ・ Twitter、Instagramは#（ハッシュタグ）を付けて検索されるようにしよう
- ・ 写真は何枚も撮った中から選び、必ず加工しよう
- ・ SNS疲れしないように、飾らず無理のない自分をだそう

# ■第6章

## ネットでファン を作ろう

芸能人や有名人ではなくても、ネットでファンが作れる時代です。

「あなたから欲しい！」と言ってもらえるファンの作り方を解説させていただきます。

# ネットで自分のファンを作ろう

これから、ますます個人が活躍できる時代です。  
実際に個人でビジネスを始める人も増え続けています。

では、同じ商品・サービス、似たような商品・サービスがあった時に選ぶ理由はなんでしょう？

- ・ 同じものなら、人は**関係性がある方**から買う
- ・ 自分という**個を出して、関係性を築く**



選ばれるためには**関係性**が必要  
関係性を築くには**個を出す**こと

個を出して関係性を深める  
⇒ ファン作り

# 自分という個を出そう！

## 個を出すとは？

個人として発信

人気（ひとけ）を出す

個性を出す

自分らしさを発信  
(好き・楽しい・人柄)

- ・ 出身、資格、学歴、経歴、自分のストーリー
- ・ 好きなこと、嫌いなこと
- ・ 得意なこと、苦手なこと
- ・ ドジ話や挫折した経験
- ・ 仕事への思い

## 自分という人のファンになってもらう

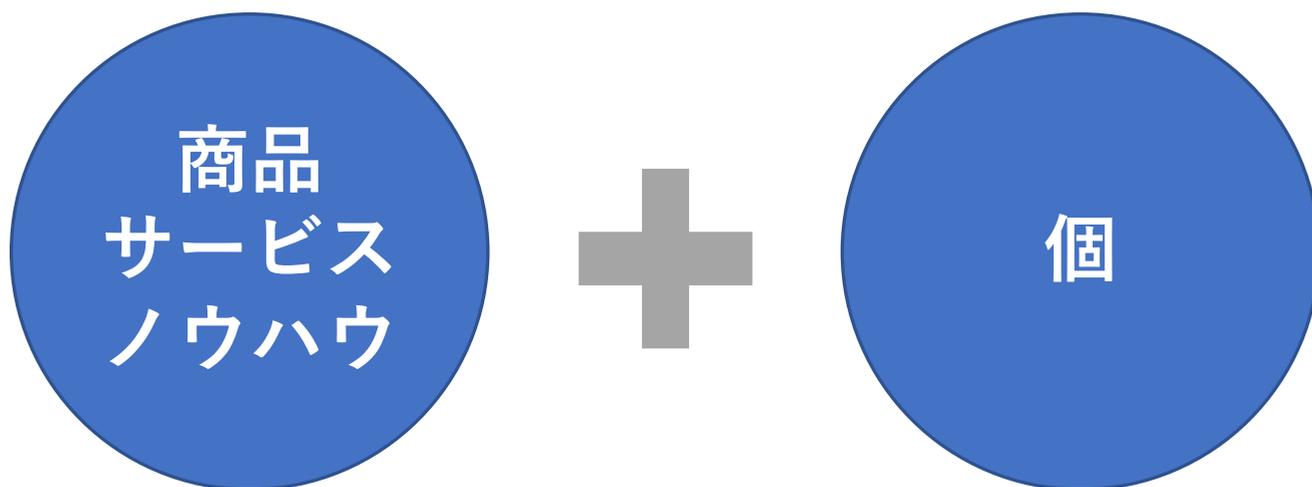
個を出そう！という「批判されるのが怖いです。」とみく言われます。

しかし、批判されるから発信しないのは、**批判する人のために“発信しないという行動をとっている”**ということ。

喜んでくれる相手（ファン）のために発信しよう！

# 自分という「個」を出して、ファンになってもらおう

	商品・サービス ノウハウ	個
選ぶ理由	安い・近いから	あなただから
同じような商品が出た時	比較される	比較されない
真似される心配	真似される	真似できない



個を出すことで、  
商品・サービスが選ばれる関係性になる

# 事例紹介

## 他県からのお客様が絶えないヘアスタイリスト



山梨の富士吉田市でヘアスタイリストをしている木暮弥生さん。人気（ひとけ）、人柄の伝わる発信で「木暮さんをお願いしたい！」というファンがネット上で生まれています。周りの相場よりも3倍の値段にも関わらず、静岡、神奈川、東京、千葉など他県からもお客様が絶えません。美容院は全国でコンビニの数よりも多いと言われています。そんな中でわざわざ木暮さんのところに来るのはファンだからです。またメルマガで、スタイリングのセミナーを募集してセミナー集客もしています。

# ネットでファンを作ると、アンチファンもできる。

ネットでファンを作ると、残念ながらアンチファンもできます。

**アンチがない人はいません。**

ネットで発信していると何かしら批判されたり、悪意のあるコメントが付いたり、誹謗中傷されることがあります。

誰でもされたら嬉しくないですよ。

僕も以前カスタマイズのアメブロをやっていたときに、名指しでボロクソに書かれたことがあります。

最初見たときはへこみましたね～。

「**なんでこんなこと書くの?**」と。

しばらくは、おそろおそろ記事更新してました。

そして、ブログ書くのも嫌になっていたのですが、ちょうどそのころ、**2・6・2**の法則に出会います。

**2割：あなたのことが大好きな人**

**6割：あなたを特になんとも思わない人**

**2割：あなたのことが嫌いな人**

嫌いな2割は、何をしても、何を言っても嫌います。

もともと、世の中はそういうバランスでできてます。

この法則を目にしたときに、「**あ、自分を嫌いな人は元々いたんだ。目にした時に初めて批判されたと思ったけど、ただ気付いていないだけだったんだ。生まれた瞬間に、自分を嫌いな人がいるんだ。**」と思えました

心が一気に軽くなりました。

そして、何言われても元々あったものなんだから受け取らなければいいと思え、また自由に記事更新ができるようになりました。

# 第6章のまとめ

- ・ ますます個人が活躍できる時代
- ・ 似たようなもの、同じものなら、人は**関係性がある方**から買う
- ・ 関係性を築くには**個を出す**こと
- ・ 個を出すとは、**個人**で発信すること、**個性**を出すこと
- ・ 批判されるから発信しないのは、  
**批判する人のために“発信しないという行動をとっている”**ということ
- ・ 選ばれる理由が「安い」「近い」ではなく、「**あなただから**」になる
- ・ 2・6・2の法則
  - 2割：あなたのことが大好きな人
  - 6割：あなたを特になんとも思わない人
  - 2割：あなたのことが嫌いな人

# ■第7章 その他

その他、Web集客に必要な記載情報や便利なツールやサービスの紹介をします。

# 記載すべき表記について

インターネットを通じて商品・サービスを提供するならば用意しておくべきページがあります。

## 特定商取引法に基づく表記

事業者名や住所、価格、提供方法など表記しておく義務があります。お客様の安心にもなりますので、専用ページを作っておきましょう。

- ・ 通信販売 | 特定商取引法ガイド

<http://www.no-trouble.go.jp/what/mailorder/>

## プライバシーポリシー

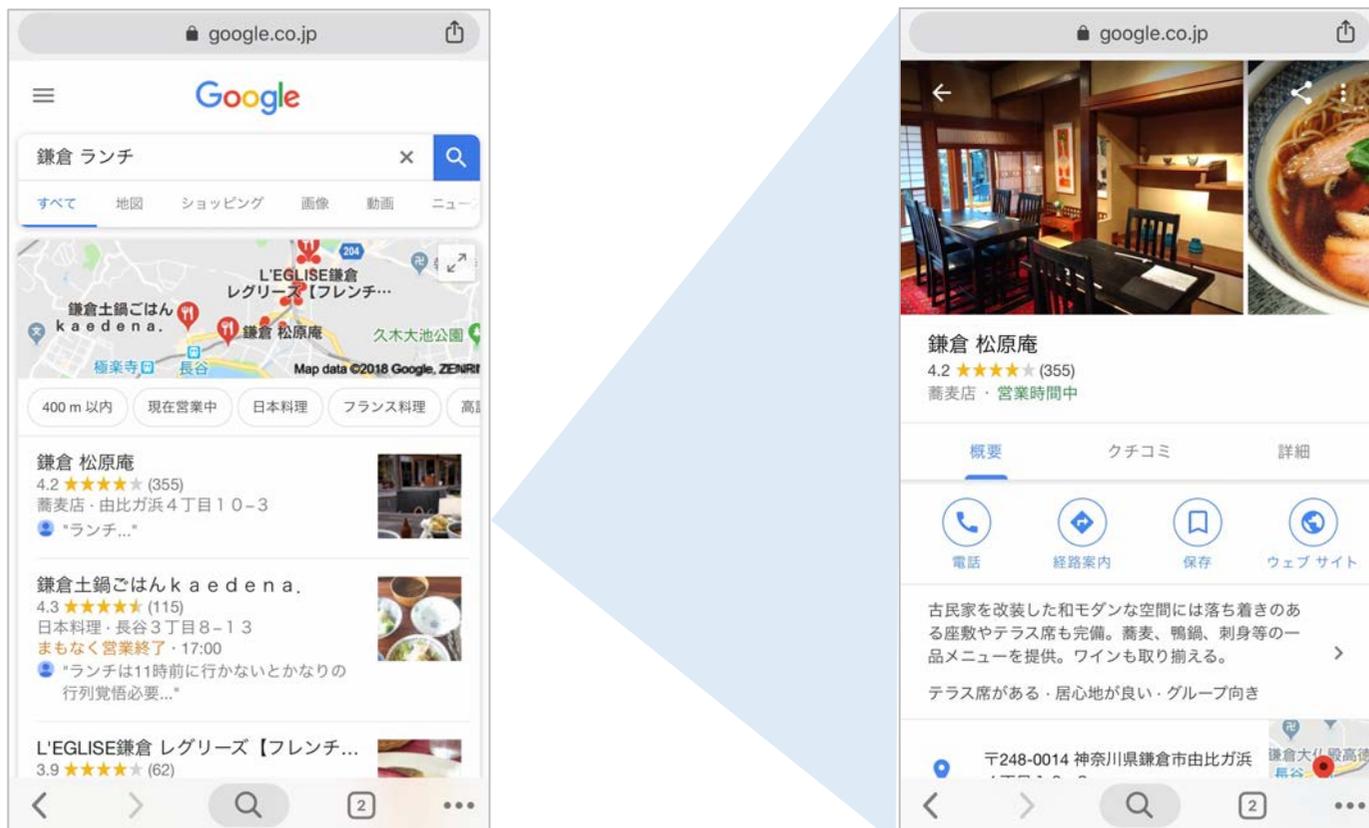
インターネット上でえた個人情報の利用目的を明示する必要があります。こちらを参考にしてみてください

- ・ プライバシーポリシーの書き方とテンプレート | 記載義務を解説！ | IT弁護士ナビ

[https://itbengo-pro.com/columns/72/#toc\\_anchor-1-2](https://itbengo-pro.com/columns/72/#toc_anchor-1-2)

# Googleマイビジネス

スマホやパソコンで「鎌倉 ランチ」などと検索すると、マップと一緒に店舗情報がでてきます。



これは「Googleマイビジネス」といって無料でPRできるツールです。  
Webサイトへのリンクや営業情報なども載せられます。  
お店がある場合は是非やっておきましょう

## Google マイビジネス

[https://www.google.com/intl/ja\\_jp/business/](https://www.google.com/intl/ja_jp/business/)

# PayPal

PayPal（ペイパル）は、個人でもクレジットカード決済ができるオンライン決済サービスです。



銀行振込だけではなく、クレジットカードの決済もできたほうがお客様に親切ですので導入してはいかがでしょうか。

決済ボタンを作るには、「ビジネスアカウント」で登録する必要があります。

## PayPal（ペイパル）

<https://naitoisao.com/22816/>

# ■第8章 最後に

個人ビジネスのためのWEB集客の教科書

# 最後に

最後までお読みいただきありがとうございました！

E-bookはお役に立ちましたでしょうか？

ご感想聞かせてくださいね

今後も喜んでいただける情報を発信していきます。

FacebookやTwitterでフォローしていただけると幸いです。

ブログ、メルマガも定期的には書いていますので読んでくださいね。

それでは、ありがとうございました！

合同会社シンプルワークス

代表 内藤 勲

<https://naitoisao.com>

# 個人ビジネスのためのWEB集客の教科書