

インターネットビジネスと広告宣伝心理術

ファーストアドバンテージ株式会社
代表 酒井とし夫

はじめに

はじめに

こんにちは、ファーストアドバンテージ有限会社代表の酒井とし夫です。
本日はお忙しい中、「インターネットビジネスと広告宣伝心理術」セミナーにお集まり頂きありがとうございます。

私は現在インターネットを利用して広告、マーケティング、自己啓発、トレードに関する E-Book（電子書籍）を約 10 種類販売しています。この 4 年間で 9200 本以上の E-Book を販売してきました。今日はこれから私が実際に運営しているインターネットビジネスの概要と、サイトやインターネット広告の制作に活用している心理学的な広告宣伝テクニックをお話させていただきます。

私は学生の頃から人前で話す機会が多かったのですが、40 歳を過ぎても未だに人前で話すことに慣れません。でも、今日は貴重な時間を割いてお集まり頂いた皆さんの起業や経営のお役にたてるよう精一杯話をさせていただきます。

実際に私が考え、行動してみて上手くいった事柄も、失敗した事柄も両方のお話をさせていただきます。その中でお役に立てる箇所は自社のビジネスに応用して頂き、私の失敗話は同じ過ちを行なわないように反面教師として活用して頂けたら幸いです。

最後までお付き合いのほど、よろしくお願い申し上げます。

ファーストアドバンテージ有限会社
酒井とし夫

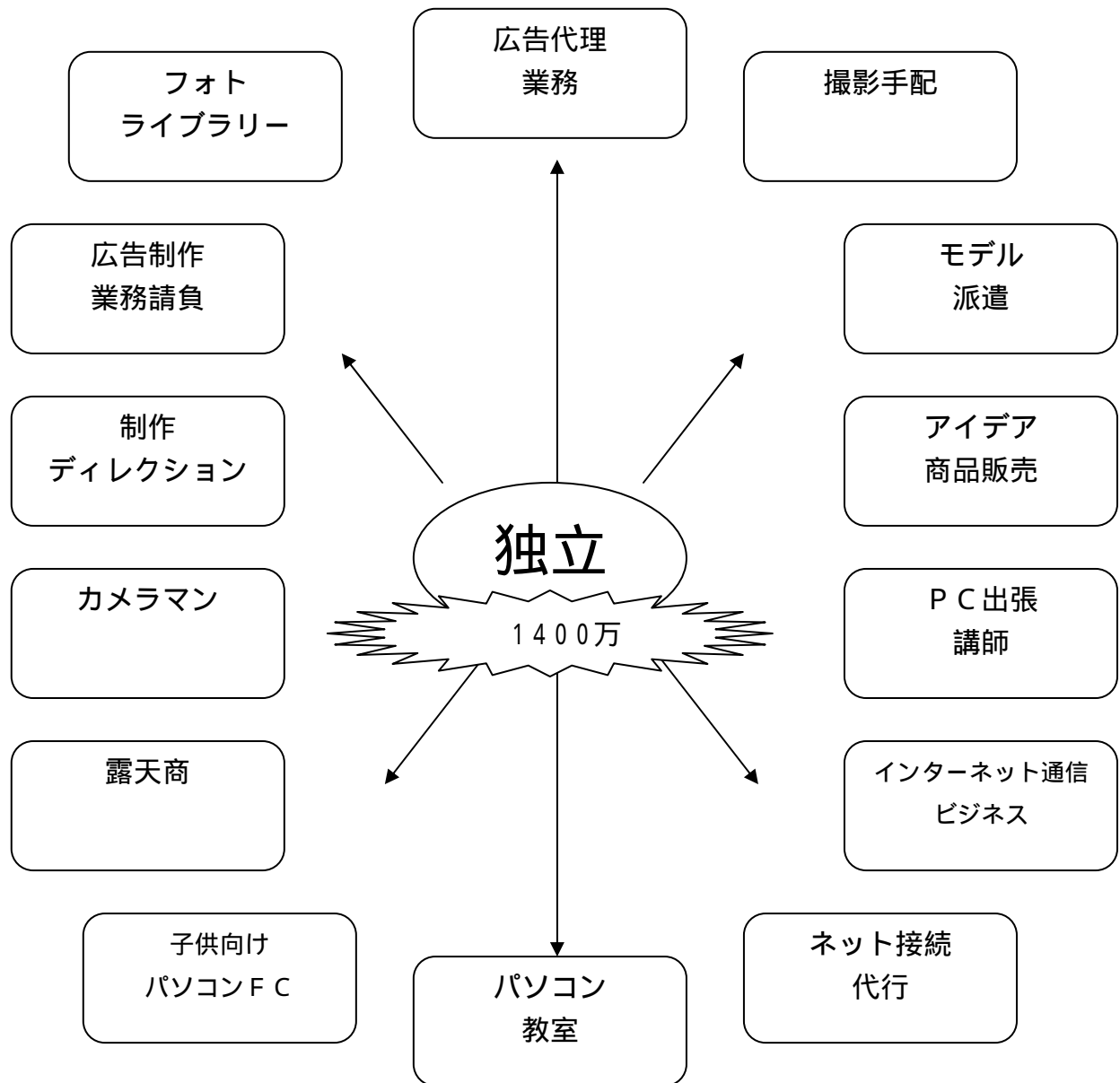


小さな会社が低予算ですぐにできる広告宣伝心理術
出版社 / 日本能率協会マネジメントセンター
著者 / 酒井とし夫
定価 / 本体 1,600 円 + 税
新刊本「売れるキャッチコピーがスラスラ書ける本」
12/14 発売予定。

失敗の歴史

失敗の歴史

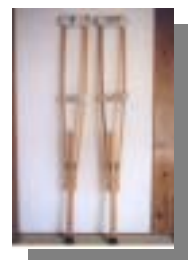
28歳で独立したけど失敗、失敗、また失敗！



『人生、失敗したかなあ…。』

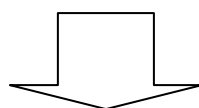
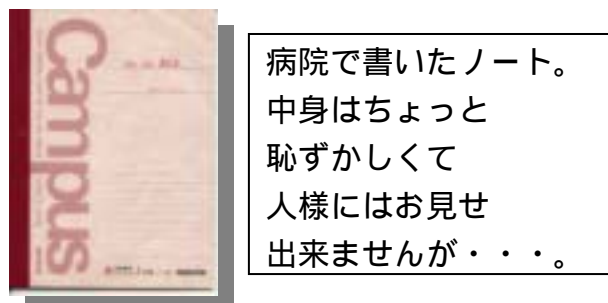
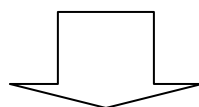
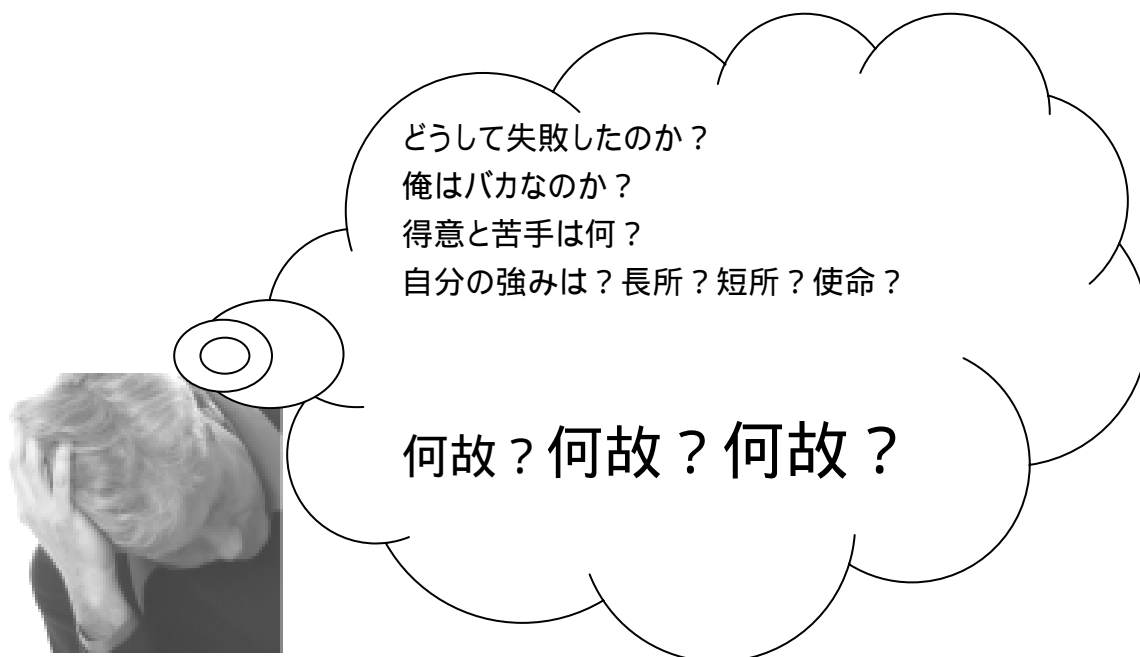
さらに

『大怪我で全治6ヶ月』



お世話になった松葉杖

病院のベッドで自分の棚卸



病院でマーケティング本を読んで、ある日、気が付いた！！

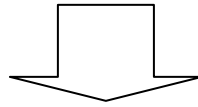


『もしかして長所が短所？？』

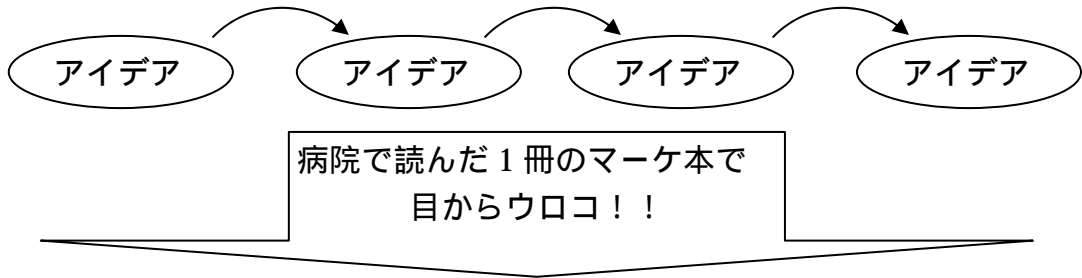
自分で考えていた長所



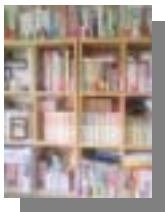
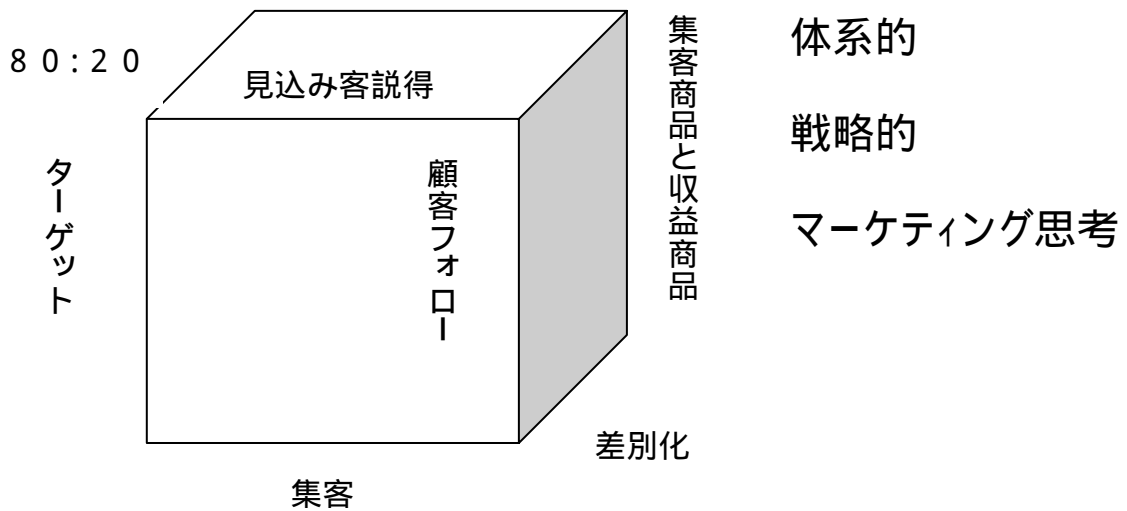
『アイデアはいつもで、
いくらでも湧き出る。』



点と点と点と・・・



ポジショニング

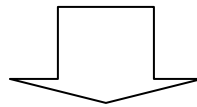


経営戦略、マーケティング本・DVD・ビデオ漬け

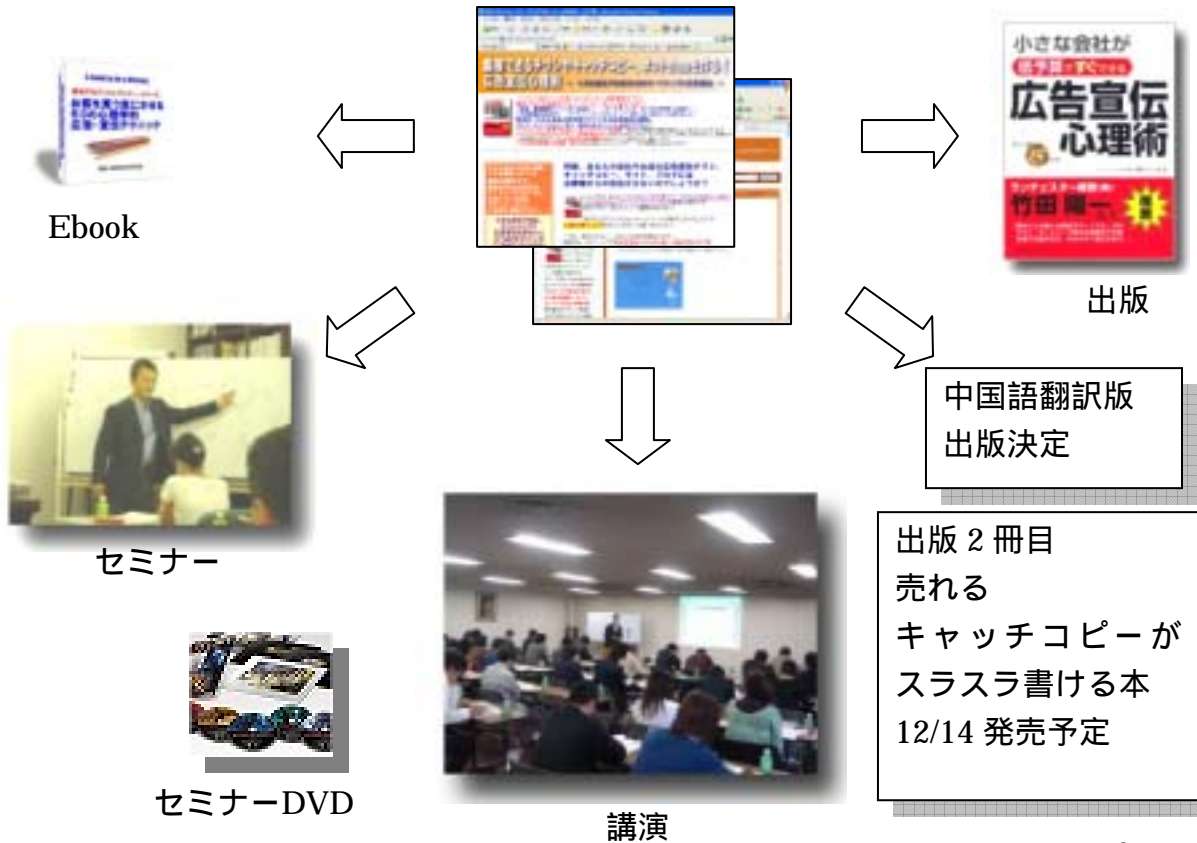
退院後、事業計画書作成、再起業。



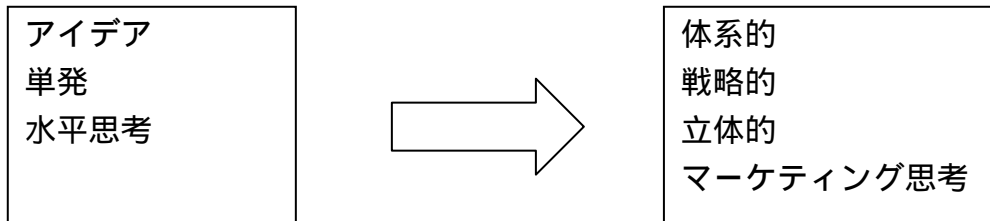
何かにとりつかれた?! ように
書きまくった
80ページに亘る事業計画書



体系的、戦略的、マーケティング思考で始めたビジネス
さて、その1年後は？



ダメだった私と、上手くできた私の違いは・・・。



(もしかしたら、単に運が良かっただけなのかもしれませんが・・・。)

だから、今日は・・・

- 1.私の戦略
- 2.私の戦術(テクニック)
- 3.私の実際のインターネットビジネス

について、体系的にお話させていただきます。

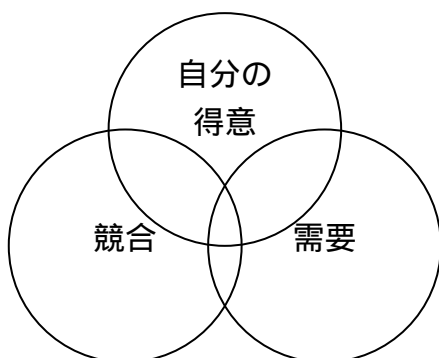
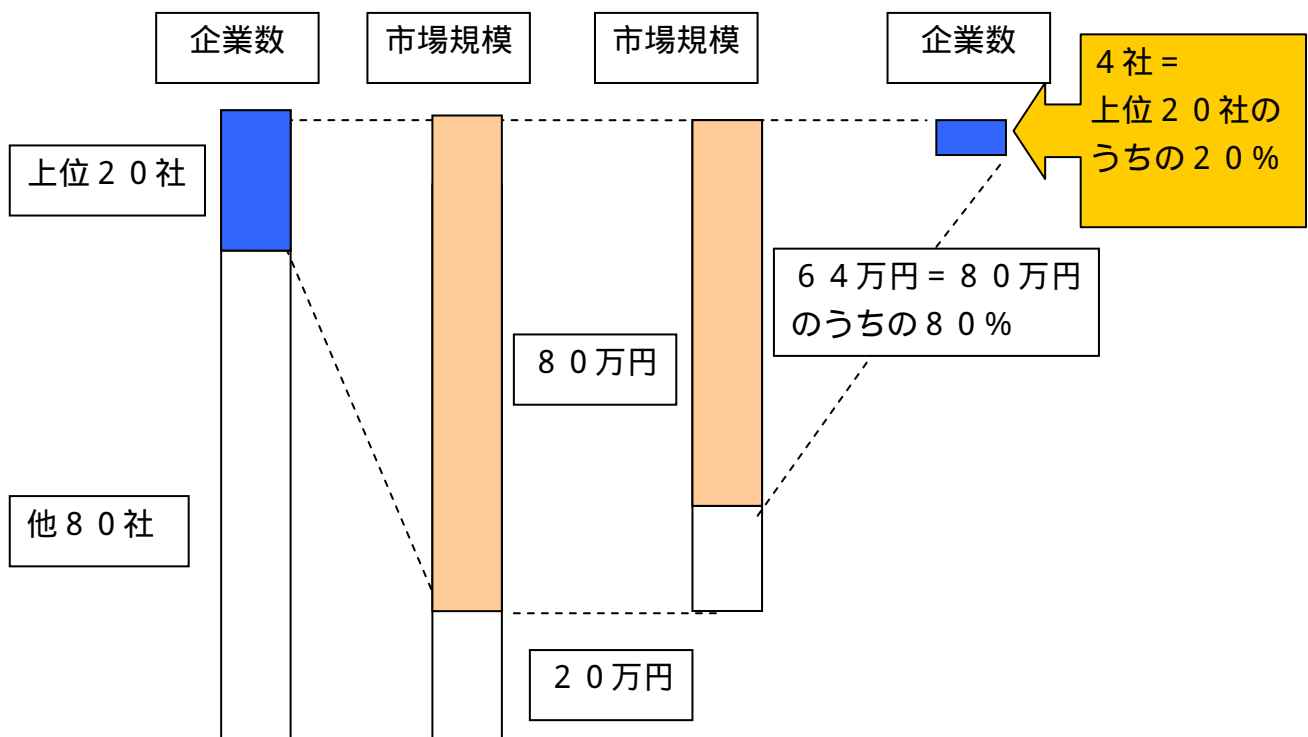
注意点 / 私は少人数で、ソフトビジネス、少量、高単価、ニッチが得意。
製造、組織ビジネスは苦手。内容はご自身で取捨選択して自社に応用してください。

私の戦略

私の戦略

経営で「最大のアウトプット（結果）」を実現するためには「経営戦略」が必要です。ビジネスでは短期的な利益は運や偶然でも発生しますが、長期にわたる継続的な利益を発生させるには運や偶然ではなく**経営上の「戦略」**

が必要になります。「儲かる」というのは「結果」です。「結果」には「原因」があるはずで、利益を出すための「原因」とは何でしょう。これについて考えるためにはマーケティング関連の本に必ず紹介される「20：80の法則」を理解する必要があります。いわゆる「パレートの法則」です。



私は新しいサイトやブログを立ち上げて、それをビジネスにする際には、自分の得意、競合、需要を考慮して、「自分の能力で勝てるマーケット」= 強い競合が存在しないかどうか、あるいは差別化によって競合とはターゲットを変えることができるかどうかを重視しています。

では、1位になれるマーケットをどうやってさがすか？
セグメンテーションとターゲットの明確化

表2	赤ちゃん		子供		若者		中年		高齢者	
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
手洗い										
洗顔										
身体洗浄										

花王やライオンのような大手企業は全てセグメントを狙ってもOK。大手企業以外の「人・モノ・金」の経営資源が限られている会社やお店は絞ったセグメントにターゲティングを行い、そこに経営資源を投入するのです。でも、もし、「若い女性向けの洗顔せっけん」市場に自社では太刀打ちできないような強力な競合企業が居た場合にはどうしましょう？

その場合には強い競合企業のほかの存在しない他のセグメントを探るか、またはもっとセグメントを絞ることになります。

例えば、「若い女性向けの洗顔せっけん」市場をさらに細分化して、「価格」や「形状」「使用場所」でセグメンテーションを行います。そして、「自社では若い女性が、外出先で利用する、小型で、安価な、洗顔せっけんの製造、販売に経営資源を投入する」といった方針を立てることになります。この場合には「年代」「性別」「使用場所」「サイズ」「価格帯」「用途」といった基準で絞ったセグメントをターゲットにすることになります。このようにセグメントを絞っていくことが「ニッチな市場」につながるわけです。

表1	赤ちゃん	子供	若者	中年	高齢者
手洗い					
洗顔					
身体洗浄					

「状態でのセグメント」「悩みでのセグメント」も可。Ex. 安眠を提供する

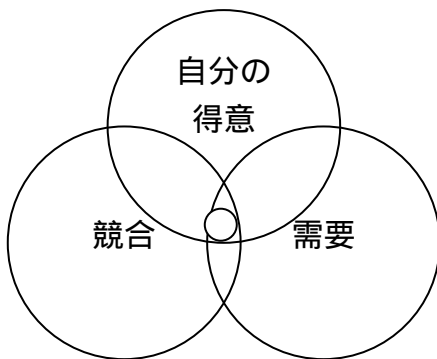


キャッチコピーや広告制作に役立つ E-Book を販売。

「集客できるチラシやキャッチコピー、ネット Shop を作る！
 広告宣伝心理術
 ~小さな会社やお店のためのマーケティングと広告宣伝~」
<http://www.howtosuccess.info/>

	大きな会社	小さな会社
経営戦略		
製造		
営業		
社員教育		
マーケ		
広告		
財務		

何故、
 集客できるマーケティングノウハウ
 集客できるランチェスター戦略
 集客できる経営戦略
 集客できるキャッチコピー
 ではなかったのか？



1 位になれるような市場に向けて



差別化・・・いったい自社商品のウリは何なのか？他社と何が違うのか？

マーケティング関連の書籍を読むとよく目にする言葉に「USP(差別特性)」があります。USPとは Unique Selling Proposition の略で、「ネットでビジネスを成功させる方法」(RALPH F・WILSON / 税務経理協会)では USPを下記の様に説明しています。

「差別特性 (USP) というのは、自社が市場に誇る自社あるいは自社製品の独自の強さを明確かつ簡潔に、そして、説得力をもって一ないし二の短文の文章としてまとめたものを指します。」

つまりUSPとは他商品や他企業と異なるその商品や企業の独自の特徴、差別化要因であり、もっと簡単にいうと「他の商品とは違うウリ」です。このUSPを考えるためには自社商品の強みや特徴を考えるとともに、競合の商品の「ウリ」は何であるかも考える必要があります。

あなたの商品の「ウリ」と競合会社の商品の「ウリ」が重なっていない(=異なる)場合にはそれを自社の「ウリ」と位置づけることができます。(もちろん、その「ウリ」はターゲット層にとって魅力的な「ウリ」であることが前提ですが。)

しかし、あなたの商品の「ウリ」と競合会社の商品の「ウリ」が重なっている(=同じ)場合には、競合企業の規模、資金力、人材力、技術力、戦略能力を調べます。そして、これらがあなたの会社よりも勝っているなら、あなたは彼らとは異なる「ウリ」を考えなくてはなりません。

(会社名、または商品名)は(分類)で、(顧客対象)が(用途)することをサポートします。他の(分類)とは異なり、(会社名、または商品名)は(主要差別化要因)があります。

(アクメ・シーリング・グリップ)は(石膏ボード用のネジ)で、(建築業者)が(石膏ボードを天井により強固に固定することができます)することをサポートします。
他の(石膏ボードネジ)とは異なり、(アクメ・シーリング・グリップ)は(水に濡れても錆びません)。

(「ネットでビジネスを成功させる方法」(RALPH F・WILSON / 税務経理協会)第六章「USPを発揮する」から引用。)

特徴的なU S Pの作り方一例
異質なものの組み合わせ

ヨガ・ダイエット
クッキー・ダイエット
耳ツボ・ダイエット

広告 + 心理学 => 広告宣伝心理術

<http://www.howtosuccess.info/>

集客できるチラシやキャッチコピー、ネットshopを作る!
広告宣伝心理術 ~ 小さな会社やお店のためのマーケティングと広告宣伝 ~

≡ついに当サイトが本になりました!好評発売中です。
集客できる広告制作やキャッチコピー作りに役立ちます。
☆広告・宣伝部門アマゾン第1位獲得!!! ☆マーケティング・セールス部門第1位獲得!!!
☆中国語翻訳出版決定! ☆アマゾンベスト1000レビューアワー種から五つ星を2つも頂きました!
新刊本『小さな会社が低予算でもできる広告宣伝心理術』
チラシ、キャッチコピー作り、集客方法
>>>ランチェスター経営で有名な一途コンサル
>>>アマゾン元PLUSスマバイヤー・土著英会話
>>>東京駅丸の内アトリ内丸善本店で『感謝』
>>>日本経済新聞の全国版一面で広告が出

小さな会社やお店が集客できる経営レポートを無料公開中です。集客方法や広告宣伝作り、キャッチコピー作りに困っている方は

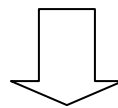
何故、あんなにキャッチのお客様か

「集客できる広告制作」

「集客できるマーケティングのコツ」

「集客できるチラシの作り方」

「集客できるランチェスター戦略」



これではおそらく出版社から

オファーはなかったはず。

商品が売れない大きな理由は何か？

それはあなたの商品が分からない。特徴が分からない。

「何故、それを、あなたから買わなくてはいけないのか？」が分からない。

= 差別化、ウリ、U S P、特徴が必要。

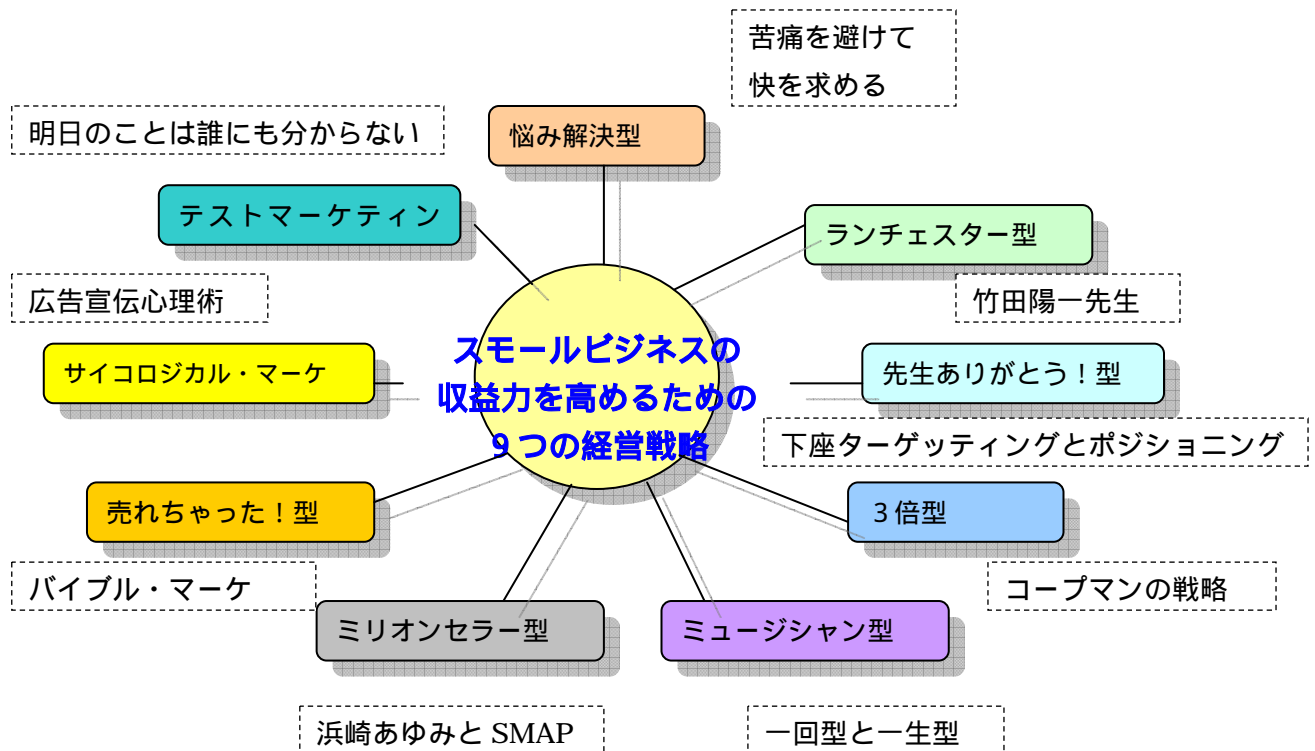
9つの経営戦略

現在、インターネットビジネスを行う際には下記の9つの戦略を元にビジネスプランを考えます。

後ほど説明する効果的な宣伝媒体を作成したり、サイトを作ったり、キャッチコピーを考えたり広告宣伝心理術は「戦術」です。

戦略と戦術の重要度は7：3です。
戦術で戦略をひっくりかえすことは不可能です。

どんなに優秀な兵隊と武器を揃えても、陣の組み方や戦う相手を間違えてい
ては戦に勝てないのと同様に、どんなに素晴らしい広告文面を考えても、大量
に広告媒体を流しても(=戦術)「どこの」「誰に」「何を」「どうやって見込み
客を集めるか、いかに安く集めるか」「どうやって既存客に繰り返し買ってもら
うか」「自社の強みと弱み、競合の強みと弱み」「差別化要因」「参入するマーケ
ット」といった戦略がしっかりしていないと戦い(ビジネス競争)には勝てま
せん。



経営の要素 どの、誰に、何を、どうやって(新規) どうやって(既存)
by 竹田陽一先生

広告宣伝心理術

広告宣伝心理術

初めて入るラーメン屋の味は美味いかどうかはわからない。
美味そうだから入る。美味いと美味そうは違う。

リピート客が多い
クレーム、返品が少ない
= 既存客



商品やサービスの
クオリティが高い

新規客



商品やサービスの
クオリティが高そう
信頼できそう
面白そう

新規客と既存客は「違う客」・・・だからアプローチが異なる。



美味しそう
だから

新規客



美味しい
から

既存客

「良いと思う」から新規客になる。 「良い」からリピート客になる。

今はモノあまりの時代です。質が高くてサービスが良いのは当たりまえの時代です。あなたにも十分お分かりのように「質が高くてサービスが良い」だけでビジネスが上手く行くほど甘い時代ではありません。

「うちの商品は質が高いのに売れない・・・。」

「精一杯、サービスに励んでいるのに、売上げが伸びない・・・。」

そんな風に思っていないませんか？それは、もしかしたら商品やサービスが問題なのではなく、「高い質やサービス」を提供していることをお客様にちゃんと伝えることが出来なことに売上げが伸びない原因があるのではないのでしょうか。

今は「良い商品を仕入れる」「良いサービスを提供する」「良いものを作る」だけではダメなのです。「良い商品」「良いサービス」であることをちゃんとお客様に伝えて、理解していただかないといけません。この事を理解しておかないと「質が良いのになかなか売れない 価格のせいだ 値下げしよう」と考え、価格競争に突入することになります。

価格競争とは「体力勝負」です。体力勝負という土俵では体の大きな者が有利な戦いをする事が出来ます。ビジネスにおいては経営資源の大きな競争力のある企業であれば体力勝負に勝つ可能性がありますが、経営資源の少ない小さな会社やお店ではその戦いは消耗戦を意味します。つまり、働けど働けど儲からなくなります。小さな会社やお店ほど体力勝負を挑んではダメなのです。小さな会社やお店が勝てる戦いは「頭脳戦」です。

質の良い商品やサービスを扱っているのであれば、価格で勝負をするのではなく、頭を使って見込み客を新規客にするために自社の商品やサービスの良さ、差別化ポイント、特徴、魅力をちゃんと伝えないとはいけません。そのためには自社の商品やサービスをお客様に伝える技術やノウハウが必要なのです。

つまり、自社の商品やサービスを魅力的に見せる、伝えるテクニック = 「広告宣伝術」が必要なのです。そのために私が創るサイト、ブログ、広告宣伝の文章、見せ方、仕組みには全て「心理学のテクニック」を応用しています。

会社に利益をもたらしてくれるのはお客様です。お客様は人間です。人間は「心」で動き、「理屈」で納得します。だから、お客様に自社商品に関心を持ってもらい、気に入ってもらい、好きになってもらい、購入するという行動に至って頂くには、まず人の「心」に焦点をあてた広告、セールス、マーケティング活動が必要になります。私はこれを「広告宣伝心理術」と呼んでいます。

(代表的な心理学理論例)

権威効果

人間は一般的に「特定の分野や対象における第一人者や専門家、権威者の言う事を信じやすい。」という性質をもっています。

例えば、チラシやカタログ等で商品の説明に「この商品は 大学の 教授によりその効能が証明されています。」「 新聞で取り上げられた商品です。」「 TVで紹介されたサービスです。」などと書かれていることがあります。

いずれも特定の分野における専門家、権威者の言う事、マスコミでの掲載実績を元に商品やサービスに対する信頼感や安心感、高級感を見込み客に与えるために使われています。あなたの商品やサービスに付加できる権威事項があればそれは見込み客に知らせるべきです。



広告実例

フィア・アピール

人間は快樂を求め、苦痛を避ける生き物です。そして快樂を求めて行なう行動より、苦痛から逃れるための行動の方がパワーが強いと言われています。そのためマーケティングでは「意図的に見込み客に恐怖を与え、それに対する救済措置を提示する。」というフィア・アピールと呼ばれるセールス手法がよく使われています。

生命保険会社のCMで「一家の大黒柱であるあなたがガンになったら家族は路頭に迷ってしまいます。備えあれば憂いなし。今すぐ資料請求を！」という

のは明らかにフィア・アピールです。一時的に不安、恐怖を抱く状態を作り出し、その不安や恐怖から逃れるための救済措置を提示しているのです。不安な状況下では親和要求が発しやすく、そこで救いの手を差し伸べると、「地獄に仏」状態となり、見込み客を意図する方向へ誘導することが比較的容易になります。

(フィア・アピールは使い方を間違えると、悪徳商法や詐欺につながります。絶対に社会規範や人間倫理に反する使い方はしないで下さい。)

フィア・アピールとビジネスを関連付けて話をすると、「人を不安にさせて商売するなんて邪道だ。」という人がいます。でも、これは良い悪いの議論ではなく人間心理と事実についての話です。意識する、しないに関わらず、セールスの現場では「今どき英語も話せないようでは、リストラ候補ですよ。」とか「パソコンなんか使えて当たり前前の時代ですよ。未だに使えないのですか。」「他のライバル企業はとっくの昔に導入済みですよ。早くしないと負けますよ。」という会話が日常的に使われており、こういったセールストークに続いて英会話教材の申し込みやパソコンの導入が薦められます。これもフィア・アピールです。フィア・アピールを知っていて意図的に使っているのか、経験的に無意識に使っているのかの違いだけです。



広告実例

返報性の原理

私達は一般的に相手から贈り物や招待、接待等を受けると、恩義を感じます。そしてその恩義を「お返し」しないと居心地の悪さを感じます。つまり「もらいっ放し」は「借り」を返していない状態として、自分の心の中でも社会的道徳的にも良くないことである、という一種の刷り込まれた観念が来ています。

この返報性をビジネスに応用したものが「無料配布」「無料体験」「サンプル」「試供品」「ご招待」「モニター」「試食」です。生命保険会社の「無料で資料差し上げています。今すぐお電話を！」や、化粧品会社の「無料サンプルセットプレゼント中です。是非、お試し下さい！」、スーパー店内の「新発売の発泡酒です。試飲会を行っています。是非、味をお試しください！」も、リース会社の「1ヶ月間無料でご使用いただけます。この足拭きマットを1ヶ月こちらの会社の入り口に置かせて頂くだけで結構です。」も広告やセールスプロモーションの一環だと思われていますが、心理学的には返報性をベースにしています。一旦、これらの恩を受け入れてしまうと断りきれない人が一定数出てくるのです。

このようなプロモーション活動を行った経験が無い方には「そんなことやって効き目があるのかしら？経費と時間の無駄じゃないの？」と思われるかもしれませんが、でも、経験済みの方はお分かりのとおり、これはかなりの効き目があります。

あなたも「売り」から入るのではなく、まずは「与える」ために、無料情報、無料サンプル、無料モニター、無料試飲、無料試食、無料お試し、無料体験、無料相談等とにかくコストをかけずに実施できることをプロモーションに組み込みましょう。



限定条件下の事実

ある一定の条件の下においてのみ、当てはまる事実を「限定条件下の事実」といいます。例えば「この人はうちの部内で部門1位の売上げを叩き出した会社員です。」と言われるとどんな印象を持ちますか？もの凄いやり手のエリートサラリーマンに聞こえませんか。でも、その会社には30以上の部署があり、彼は売上げ実績最下位の部署内での売上げNo.1で、しかもその売上げは身内の関連会社からの期末調整のため棚ボタ式にもたらされた売上げであったとしたら、どうでしょう。印象はずいぶん違ってきますよね。でも「部門1位の売上げをたたき出した会社員！」という表現は嘘ではなく事実です。この場合には「その部署」においてはNo.1の売上げであることには間違いのないのです。こういった特定の条件の下での事実のことを「限定条件下の事実」といいます。

これは書籍や映画の広告で良く使われます。「書店10月度売上げNo.1の本」とか「アマゾン ビジネス書部門で1位を獲得した本」、「公開後3週間の売上げ歴代1位の映画」とか「20代の女性が選ぶNo.1（読者50人の電話調査）」などというのも全て「限定条件下での事実」を利用しています。

自動販売機の特定のメニューボタンに「売れ筋No.1」というシールが貼ってあるのも、飲食店で「当店の一番人気メニュー！」と書かれたお品書きが壁に貼ってあるのも「限定条件下での事実」です。

人間は「No.1」とか「ベスト1」という表現を聞いただけで反射的にプラスのイメージを持ちます。「全社内売り上げ30位！」より、「部門1位！」の方がインパクトがあるのです。

ビジネスでこれを応用すると広告物には「最も売れ筋です！」「当店の売れ筋商品No.1」「先週のオーダーベスト1」「店長が薦めるNo.1」「よく売れています！」「当店人気アンケートNo.1」といった表現で、「限定条件下の事実」を表現し、商品やサービスの「凄さ」を感じてもらおうと効果的だということになります。



広告事例

単純接触効果

単純接触効果とは「繰り返しによる出会いが相手に対する好意度を増す。」というものです。R・J・モアランドとR・B・ザイアンヌが1982年に次のような実験を行っています。女子学生をA、Bの2つのグループに分けます。Aグループには1週間に一回ずつ、4週に渡って同じ男子学生の写真を見せ続けます。そして毎週その男子学生に対する好意度を調べます。Bグループには1週間に一回ずつ、4週間毎週違う男子学生の写真を見せます。こちらも毎週その男子学生に対する好意度を調べます。

毎週調べた男子学生に対する好意の度合いはAグループの女子学生は写真の男性に対する好意度が毎週上がっていったのに対して、Bグループの女子学生は写真の男性に対する好意度はほとんど変わりませんでした。この研究結果から、繰り返しの出会いは相手の魅力や好意に影響を与えられようになったのです。これを単純接触効果と言います。

これをビジネスに応用したものが、営業マンが上司によく言われる「仕事が無くても毎日お客さんのところへ行け！」です。営業を経験した事のある方なら、仕事が無くても「こんにちは！！」と、毎日お客さんに顔を会わせる事によって、お客さんの心に好意が生まれるのは経験的にご理解いただけるはずです。

またマーケティングでも「見込み客に対して7回から25回の接触機会を持たないと見込み客は購買に至らない。」という説があります。この単純接触効果をビジネスで活かすには見込み客に対して何回も手紙やDM、メール等を使ってフォローをすることになります。

広告等で自社の事を知った見込み客に対して、最低7回の接触を試みようと思った場合には例えば次のような接触が考えられます。

1. 地域広告で資料請求をさせて1回目の接触
2. 資料郵送時に手紙を同封して2回目の接触
3. 「資料はお手元に届きましたか？」という電話やDMで3回目の接触
4. 新製品のご案内のフォローDMやメールで4回目の接触

5. 展示会、発表会、ご招待のご案内DMで5回目の接触
6. 展示会、発表会、ご招待の場で6回目の接触
7. 展示会、発表会、ご招待への「ご来場ありがとうございました。」という電話やDMで7回目の接触

8. また、インターネットで資料請求をさせて、メールを利用して全5回程度のミニセミナーや情報の配信を行なっている企業もありますが、これも接触回数は最低でも5～7回行なう企業が多くなっています。
- 9.
10. 「繰り返しによる出会いがあなたの会社やお店に対する好意度を増す。」こととなりますので、一回の広告宣伝、販促活動に予算を集中させるのではなく、同じ予算を使うなら最低でも5～7回の接触を生み出すような広告宣伝、販促活動を予め計画すべきです。

ザッツ・ノット・オール

TV通販で「このデジタルカメラが***円。」と説明した後に「さらにこれにプリンターも付けちゃいます。」「また今回だけ特別に送料は当社で負担します。」「さらにさらになんと今回は金利手数料が無料!」「さらに・・・」とオマケがどんどん追加されることがあります。このようにオマケや特典、サービスを後から次々に付属させて商品価値を高めるテクニックがザッツ・ノット・オール・テクニックです。買い手はどんどんとオマケが付き得をした感じを抱きます。

このオマケについては「プリンターが付いて、送料、金利手数料無料・・・が付いたお得なデジタルカメラが***円です。」と最初にお得を提示するよりも、最初はメイン商品を説明し、その後にオマケをどんどん追加してゆく方が効果が高いと言われています。



広告実例

社会的証明

人間は自分で正しいと信じた事を正しいと思います。但し、自分の考えが正しいということを客観的、具体的に証明するのはとても難しい作業です。そのため、自分の考えの正しさを、他者の考えとの比較を通して考える場合が多くなります。つまり自分と同意見の人が多いと、「自分の考えは正しい」と判断する傾向があります。また、多くの他者が正しいと考えていることを「正しいと信じる」傾向があります。つまり多くの人が賛同するものや、多くの人が評価するものに価値を置く傾向があります。これを社会的証明と言います。

ブランド品を購入したり、ベストセラー小説を購入したり、ランキング上位のCDを購入したり、行列のできるお店で食事をしたりするのも、TV番組で会場の笑い声が流されるのも、ビジネスでサクラが利用されるのも、全てこの人間心理である「社会的証明」を考慮しています。

あなたがビジネスでこの社会的証明を応用するには「当店の売れ筋No.1」「既に 人が申し込み!」「申し込み多数のため発送に時間がかかります。」といったコピーを利用したり、「お客様の声」として既存客の声を多く取り上げる、などの方法を取ることであります。(当然、事実である必要があります。)



広告実例



お客を買う気にさせる 63 の心理学的広告・宣伝テクニック
(PDF版 E-Book)

詳しくは下記サイトにて

<http://www.howtosuccess.info/infosale.html>

権威効果

限定条件下の事実

集客できるチラシやキャッチコピー、ネットshopを作る! 広告宣伝心理術

≪ついに当サイトが本になりました!好評発売中です。集客できる広告制作やキャッチコピー作りに役立ちます。≫

☆広告・宣伝部門アマゾン第1位獲得!! ☆マーケティング・セールス部門第1位獲得!!

☆中国語翻訳出版決定! ☆アマゾンベスト1000レビューアワードから五つ星を2つも頂きました!

新刊本『小さな会社が低予算ですぐできる広告宣伝心理術』

チラシ、キャッチコピー作り、集客方法のヒントにお役立て下さい。

≫ランチエスター様宮で有名な一流コンサルタント竹田隆一先生から推薦の言葉を頂きました。ありがとうございます!

≫アマゾン元力リスマパイヤー、土井美嗣さんの人気メマガ「ビジネスブック・マガジン」にて「上げられました。感謝です!

≫東京駅丸の内オア・内丸善本店で『読者の本』コーナーに並びました。嬉しいです!

≫日本経済新聞の全国版一面で広告が出ました。びっくりです! 本の宣伝はここからどうぞ!

小さな会社やお店が集客できる経営レポートを無料公開中です。

集客方法や広告宣伝作り、キャッチコピー作りに関心している方はダウンロードして自由にお読み下さい。

小さな会社やお店、ネットショップが広告宣伝を成功させる3つのテクニク

どんな集客方法にも応用できる

何故、あなたの会社やお店の広告宣伝チラシ、キャッチコピー、サイト、ブログにはお客様からの反応が少ないのでしょうか?

こんにちは、私は「小さな会社が低予算ですぐできる広告宣伝心理術」(日本能率協会マネジメントセンター刊)の著者の酒井です。突然ですが、あなたに一つ質問があります。

「あなたはチラシやDM、ホームページの制作にかけたコストの**3倍の売り上げ**を手に入れたと思いませんか?

…もし、答えが「はい」であれば、それはめでたいことです。何故なら、このページでは広告宣伝コストの3倍~4倍の売り上げを実現している集客方法のノウハウと、広告、キャッチコピー制作の実例を

イエス誘導法

に困っている方はダウンロードしてご自由にお読み下さい。

小さな会社やお店、ネットショップが広告宣伝を成功させる3つのテクニック

どんな業種でもスグに応用できる効果的なチラシ・ネットshopを作る**集客方法・広告・キャッチコピー**の秘訣を公開中です。
ダウンロードしてお読み下さい。
※サービースペシャルの**集客、マーケティング、集客方法、広告、販促活動**に真実な方法だけがダウンロードして下さい。

ここをクリックするとすぐに画像が表示されます

PDF版 / 全31ページ / 非売品

こんにちは、私は**小さな会社が低予算ですぐできる広告宣伝の秘訣**(日本集客協会マニフェストセンター)の著者の酒井です。突然ですが、あなたに一つ質問があります。

「あなたはチラシやDM、ホームページの制作にかけたコストの**3倍の売り上げ**を手に入れたと思いませんか？」

…もし、答えが「はい！」ならそのままお読みください。何故なら、このページでは**広告宣伝コストの3倍～4倍の売り上げを実現している集客方法のノウハウと、広告、キャッチコピー制作の実例**を公開しているからです。

米国の一流マーケッターであるジョン・スポール・ストフはその著作「エスキモーに氷を売る」の中で、自身のビジネスでの広告の基準について次のように書かれています。

『広告掲載にかかった費用1ドルにつき、売上げ4ドルが戻ってくる広告掲載を成るの基準とした。』

つまり、「広告コストを1ドル投入した場合、集客によって4ドルの売上げをもたらすのが成功した広告の基準である」ということです。

広告宣伝コストと売上げの比率は1:4

さて、あなたの会社やお店、ネットショップにまで行かないまでも、小さな会社は2～3倍は売上げが欲しいと、経営が得意な人は

広告宣伝から十分な利益が生まれないと

**「広告を出すたびに資金が減る
↓
資金が減るので広告が出来なくなる
↓
集客や問い合わせがさらに減る**

フィア・アピール

1分で理解！集客できる広告宣伝とマーケティングの秘訣

既読している会社やお店、ネットショップはよ～く集客できた会社やネットショップがマーケティングのノウハウやテクニックがざっしり溢っています。ブログでは日常生活の中で見つけたちょっとしたビジネスのアイデアやノウハウ、儲けのヒントを具体的に解説しています。

小さな会社やお店の経営者、ネットショップオーナーが**今日からスグに使える情報が満載**で更新中です。

(当ブログは起業独立研究会の既読会員権向けに配信している「マーケティング日誌」の一部内容をそのまま月謝で無料でお読み下さい。)

さらに！！
小さな会社やお店、ネットSHOPを運営する真面目な経営者や起業独立志望者のために下記の経営レポート無料で公開します。ダウンロードしてお読み下さい。

小さな会社やお店に大きな売上げをもたらす心理学を利用した**広告宣伝テクニック**

PDF版 / 全12ページ

3分賞

という懸賞に陪りますが、残念ながら世の中の多くの小さな会社やお店では**「広告宣伝コスト > 収益**」となっているのが実情です。

集客できないのは商品に魅力がないからでしょうかそれとも広告宣伝に費やす予算が足りないからなのかも違います。

どのように集客できないのは何故でしょうか？ほとんどの会社で**広告宣伝コストをまかなう収益を上げる**ことが出来ないのは何故でしょうか？**広告宣伝のプロである制作会社や印刷所に発注しているのにさっぱり集客できない**のかどうしてなのでしょう？

あなたの扱う商品に魅力が無いからなのでしょう？あなたの提供するサービスをお客が求めている消費者が存在しないからなのでしょう？**広告宣伝予算が少ない**からなのでしょう？…私は**違う**と思います。

もし、あなたの扱う商品やサービスが世間並以上の質と内容のものであれば、**広告宣伝活動によって集客できない**根本の原因は**「丸投げ」**にあります。

小さな会社やお店の経営者の大半はチラシやDM、ホームページの制作に際して「自分にはデザインや文章の才能が無い、印刷のことも良く分からない、サイトのデザインも分からない。だから、あなたたちデザインや広告の**プロに全部任せるよ。**」と自分のチラシやDM、ホームページの制作を地元の制作会社や広告代理店、印刷屋**「丸投げ」**しています。

かることですが、デザイン事務所や制作会社、広告代金を考えたり、商品のレイアウトを考えたり、グラフィックで「印刷工程を熟知している」かも知れませんが、**マーケティング、集客方法に関しては100%素人**です。

単純接触効果

単純接触効果

！そして、今ならインターネット販売キャンペーンとして特別に「**6大特典**」をご用意いたしました。

特典 その1⇒ 消費税 0 (ゼロ)円とします

当会は消費税非課税企業ですが、今回はインターネットおしなせレナー・お客を買い気にするための心理学的広告・宣伝テクニックで負担いたします。あなたが支払う消費税は0(ゼロ)円です。み出す重要性を十分に認識しているはずで、その5%分を当会で負担します。

ザッツ・ノット・オール

特典 その2⇒ 今なら安心の100%の完全返品返金保証を致します。

「もし、成功するアフィリエイトレナー・お客を買い気にするための心理学的広告・宣伝テクニックの内容に満足しなかったら？」……ご安心ください、**100%の完全返品返金保証**を行います。今ならインターネット販売キャンペーンとして**完全返品保証**をします。マニュアルをダウンロード後にじっくりと検討してください。その結果、「内容に不満」と判断された場合にはご注文日から**13日以内**であれば、**完全返品・返金保証**を行います。返品の理由の如何は問いません。つまり、今日申し込みをしても「成功するアフィリエイトレナー」は実質的に**約2週間は無料**ということになります。従って、今日申し込みを行ってもあなたには**全くリスクが無い**ということになります。

もしかしたら本Ebookのテクニックノウハウはあなたの会社やお店の商品やサービス、業態には合わないかもしれませんし、あなたの経営ポリシーに合わないテクニック集であるかもしれません。そのため、あなたもご存知のとおり情報商品での返品保証は異例ですが、当会では**完全返品返金保証**を行います。あなたにとって得るものが無かった場合には返品の受付をお約束いたします。完全返品返金保証の詳細は[こちら](#)をご覧ください。

特典 その3⇒ 「起業志望者との生メール」(全57ページ)を差し上げます。

千円は贈りますが、会費で多くのお客士様を助けるお約束 読者ゼロ



「私どもにとって事務所の増容を行なうことは、経営での重要な課題のひとつです。またお客様の会社の業績を上げることも、私の使命だと思えます。

このレジメにはマーケティングにおける多くのノウハウがまとめてあります。私は一読した後、自分の事務所に当てはめて、セールストークなどを余白に書き実践してみました。一年後の経営成績がどうなっているか、今から楽しみです。

— 二宮金次郎 研究者としても有名な簿記士事務所 加藤 先生
[加藤税理士事務所](#)

☆これを使って独立を目指します！



「これを使って、独立を達成しました。これを読ませていただき、素晴らしいノウハウがたくさんありました。

これを、活用させていただき、もっともっと家族を幸せにしていきたいと思っています。」

— 新潟県のスポーツマン 加藤さん(43歳)

☆正直、他の人にはあまり知って欲しくないです。



「マニュアルを拝読させて頂きました。

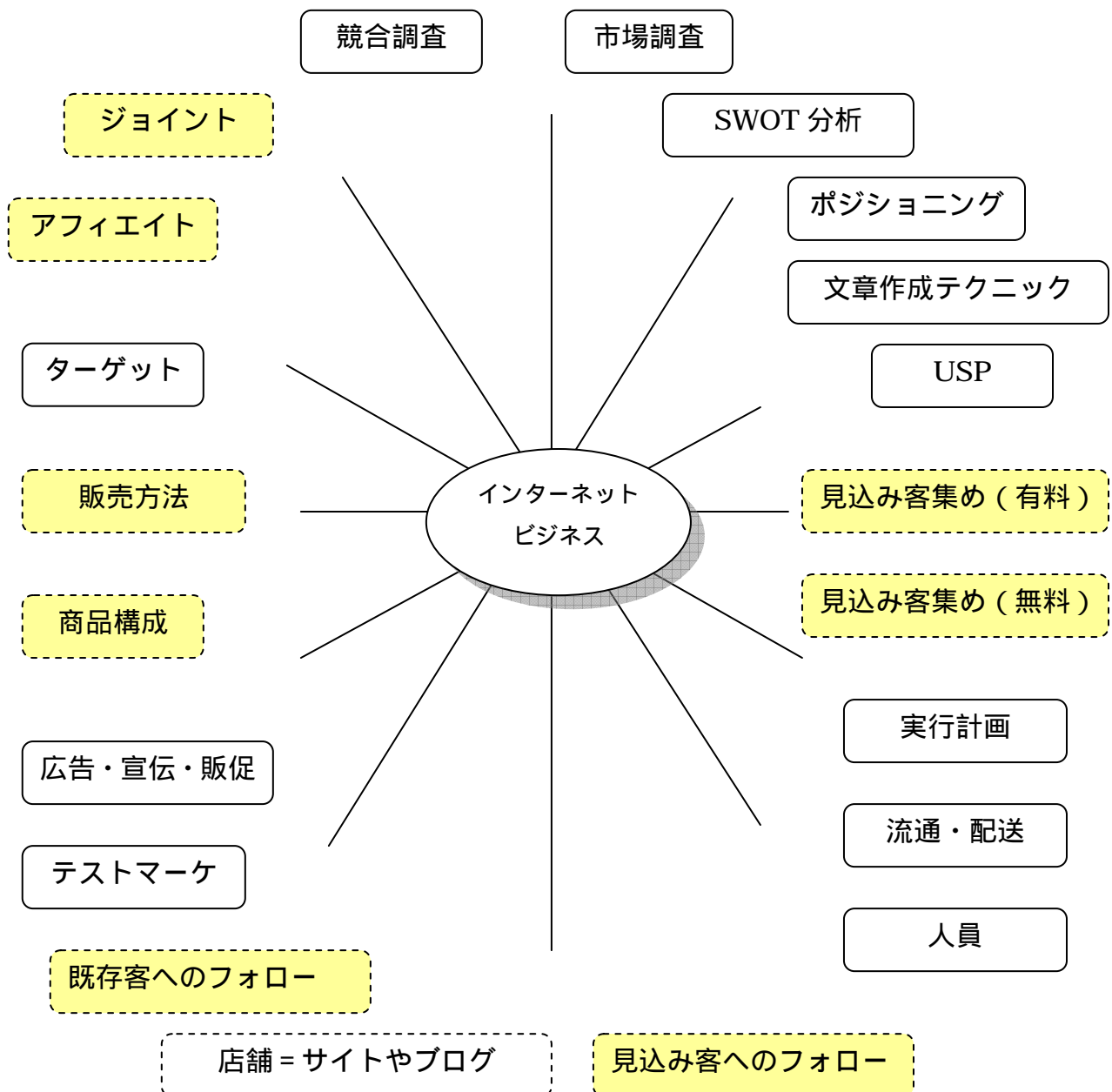
とても重みのある内容なので、130ページというとてもボリュームのある内容にもかかわらず、ビジネス書やノウハウ本100冊以上の価値のある内容で、何度も何度も読み返せば読み返すほどさらに理解

社会的証明

インターネットビジネスの実際

インターネットビジネスの実際

サイトを作れば！ブログを書けば！メルマガを発行すれば！売れるか？
そんなことは有り得ない。やはり、体系的な仕組みが必要。CR1%が目標。
インターネットビジネスはCR0.5~1%で「粗利益>コスト」を考える
ビジネス。



以下、 について私の事例を説明します。

私の見込み客集め(有料)

PPC広告(リスティング広告)

アドワーズ <http://www.google.co.jp/>

1 クリック数十円~今は数千円も有り

C R1%でもクリック単価が上がっている所以で収益性が・・・。



オーバチュア <http://www.yahoo.co.jp/>

1 クリック数十円~今は数千円も有り。審査が厳しくなっている。



メルマガ広告

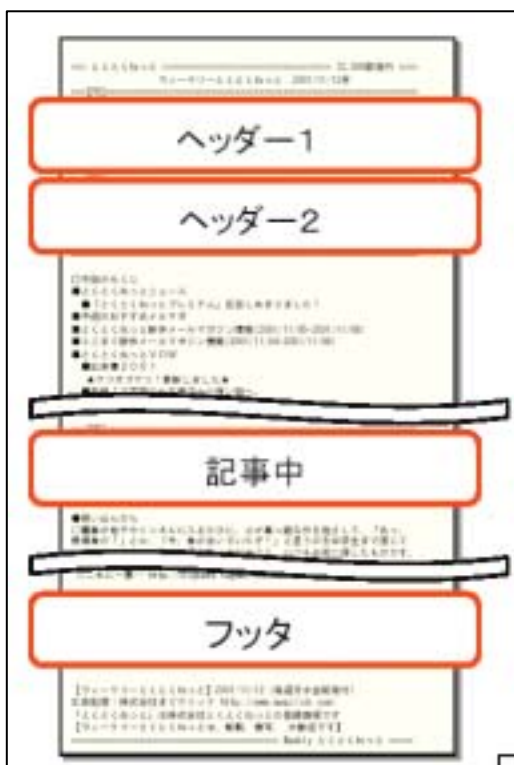
小規模メルマガ

数千円～ 目安は配信部数 × @ 1円

話題のサイトをご紹介！ 『****』って知っていますか？
溜め込んだ商品券をひとつに貯めて・あつめて・使う！新感覚の活用サイト
お手元の商品券を と交換して、豪華な景品をゲットしてみませんか？
5周年キャンペーン実施中！DVDやノートパソコン等が当たる！
詳細はこちらをご覧ください <http://xxx.yyy.zzz/index.html>

ビジネスをゲット 開業資金不要
副業でできます 主婦可

【急募！！】ご自宅でできる簡単なお仕事です 【募集】20歳以上
詳細はこちらをご覧ください <http://xxx.yyy.zzz/index.html>



広告費の高い順

「ヘッダー1」

「ヘッダー2」

「フッター」

「記事」

大規模メルマガ

まぐまぐのメルマガ広告は媒体によって数十万円～100万円以上。

配信数は数百万部単位



ライフスタイル版		
配信日	毎週月曜日	
配信数	約 1,700,000 部	
配信形態	HTML	
料金	イテオジTOPテキスト	140,000 円 単0.08円)
	ワイドヘッダー	400,000 円 単0.24円)
	件名付き記事欄	600,000 円 単0.35円)
	今週の注目情報 A,B,C	各120,000 円 単0.07円)
	今週の注目情報(一社買いゼク)	210,000 円 単0.12円)
	おすすめメルマガ	80,000 円 単0.05円)
エンタメ版		
配信日	毎週火曜日	
配信数	約 2,400,000 部	
配信形態	HTML	
料金	イテオジTOPテキスト	100,000 円 単0.09円)
	ワイドヘッダー	400,000 円 単0.17円)
	件名付き記事欄	600,000 円 単0.25円)
	今週の注目情報 A,B,C	各140,000 円 単0.06円)
	今週の注目情報(一社買いゼク)	200,000 円 単0.10円)
	おすすめメルマガ	80,000 円 単0.03円)
ウイークエンドビジネス版		
配信日	毎週木曜日	
配信数	約 3,300,000 部	
配信形態	HTML	
料金	イテオジTOPテキスト	200,000 円 単0.06円)
	ワイドヘッダー	1,100,000 円 単0.33円)
	件名付き記事欄	1,100,000 円 単0.33円)
	今週の注目情報 A,B,C	各100,000 円 単0.05円)
	今週の注目情報(一社買いゼク)	300,000 円 単0.09円)
	おすすめメルマガ	150,000 円 単0.05円)
総合版		
配信日	毎週金曜日	
配信数	約 5,300,000 部	
配信形態	HTML	
料金	イテオジTOPテキスト	250,000 円 単0.05円)
	ワイドヘッダー	1,200,000 円 単0.23円)

テキスト広告

出稿期間や出稿サイトによって出稿料金は異なる。

<http://www.hikaku.com/> <http://jp.msn.com/> 等



検索エンジンのカテゴリ登録

ビジネスエクスプレス

審査費 52,500 円

Yahoo! のカテゴリに登録してもらうには自らの申請が必要。

商用のサイトはほとんどビジネスエクスプレス経由で申請することになる。

しかし、審査費用を支払っても必ず掲載される保証はない。



Jリスティング

「livedoor」などのポータルサイトのカテゴリに登録

審査費 31,500 円

有料審査サービス申請代行

Jリスティング「Jエントリー」

Jエントリーを利用することによって、「livedoor」「BIGLOBE」などの国内主要ポータルサイトを含む提供先のカテゴリ検索結果として直社のサイトを表示することができます。国内主要ポータルサイトを掲載したい方にお勧めいたします！

ご利用料金	通常カテゴリ: 31,500円(税込) 特定カテゴリ: 63,000円(税込)
-------	--

ジェイリスティング「Jエントリー」とは？

「Jエントリー」とはジェイリスティング株式会社が提供する「Jディレクトリ」に有料でWEBサイトを審査し、登録するサービスです。下記の大手ポータルサイトでカテゴリ検索のデータベースとして利用されています。つまり「Jディレクトリ」ひとつに登録されるだけで、これらポータルサイトのカテゴリ検索において、あなたのサイトが表示されることになるのです。掲載期間はなく、更新料は一切かかりません。

【提供先サイト】

ジェイリスティングからクロスリスティングへ変更となりました。

クロスリスティング

「excite」「goo」などのポータルサイトのカテゴリに登録

審査費 42,000 円

Yahoo!のビジネスエクスプレスに比べて、審査に通りやすい今のうちに申請した方がよいかも。

私の見込み客集め（無料）

検索エンジン対策 / SEO

Google 検索結果: 広告宣伝 (約 2,838,000 件中 1 - 10 件目 (0.13 秒))

ウェブ

ネット広告の決定版
www.owatara.co.jp 新スポンサーサーチでより思いやすく、オーバーチュア公式サイト。

広告宣伝なら
www.rabj.org/ ラジオのCM率や聴取率などデータが、すべて無料! ラジオ広告ならこちら。

関連検索: 広告宣伝 価格, 広告 宣伝 コンサルティング, 広告 宣伝 方法

広告宣伝
オンラインショップの広告宣伝入門。効果的な広告とは何かを秘訣データを利用して解説。

集客できるキャッチコピーや広告宣伝・チラシの秘訣を一挙公開
集客できるキャッチコピーや広告宣伝、チラシ作りにはコツがあります。効果的な広告宣伝や集客方法のノウハウも公開中です。
www.howtosuccess.info/ - 55k - キャッシュ - 関連ページ

広告宣伝費の使い方2012idea*idea
この記事では「今まで典型的に使われていた」広告宣伝費の使い方と、「これから大きな効果を生むであろう」広告宣伝費の使い方... idea*ideaの「広告宣伝費の使い方2012」というタイトルのエントリーがあったので読んでみたのですが、面白かったです。...
www.ideaidea.com/archives/2005/11/20.html - 38k - キャッシュ - 関連ページ

アクセスプラス・検索エンジン登録代行でアクセスアップ
ホームページのアクセスアップ・検索促進を支援する。広告宣伝サービスを提供。検索エンジン登録代行サービスをはじめ、アクセスアップを徹底サポート。アクセスアップに効果的なHP宣伝サービス...
www.accessplus.jp/ - 55k - キャッシュ - 関連ページ

12万人へメルマガ広告
500円という低予算で最大の効果! ConADの会員制広告掲載サイト
plansite.com

ブログ広告で売上アップ
150社以上の導入実績。口コミ、SEO対策、CGMエンタテイン提供。
www.bloa.co.jp

宣伝広告を徹底サポート
アクセスアップ、SEO対策を支援。実績30,000件以上。安心・低価格。
www.accessplus.jp/

君のHP宣伝法は間違っている!
的はずれの宣伝広告してませんか。速効的なアクセスアップ手法を解説
www9.plala.or.jp/3k/ppageov.htm

インターネット広告代理店
アドデジタルは費用対効果を重視した最適な広告手法のご提案致します。
www.ad-digital.com/

口コミメディアを構築
貴社のテーマにあった口コミブログ月額3万円〜で構築いたします。
ad.blog-koukoku.com

Google 検索結果: 集客 (約 6,898,000 件中 1 - 10 件目 (0.15 秒))

ウェブ

集客なら
adwords.google.co.jp Googleアドワーズは費用対効果抜群! 低予算で効果的に集客アップが可能

関連検索: 集客方法, 集客手段, 集客イベント, 集客メール, 集客 ブログ, 集客

集客できるキャッチコピーや広告宣伝・チラシの秘訣を一挙公開
集客できるキャッチコピーや広告宣伝、チラシ作りにはコツがあります。効果的な広告宣伝や集客方法のノウハウも公開中です。
www.howtosuccess.info/ - 55k - キャッシュ - 関連ページ

チラシの裏方でチラシの反応率を上げる方法(ノウハウ)です!これを...
お店向き! 集客ノウハウ! をどうも。ウェブ集客にも、オフラインで実践すれば、使えます。... のように、紹介を通じて集客する方法です。これを、主にする必要はありませんが、お金がかからないのと、「やってないもったいない!」...
imi.main.jp/ - 37k - キャッシュ - 関連ページ

集客 請負人・平賀正彦のサイト
成功率80%以上を誇る集客 請負人・平賀正彦の個別サポート。ご存知のように、今まで数多くの成功者を輩出してまいりました。... 集客 請負人・平賀正彦のサイト内記事・写真・アーカイブドコメントなど、すべてのコンテンツの無断転写・転載等は...
www.hiragamasahiko.jp/ - 15k - キャッシュ - 関連ページ

社長のホームページ作成講座
集客ホームページ作成講座のご紹介です。「勝手に設立のHPの作成を依頼中だ。あるいは「既存のHPをリニューアルしたい」とお考えの経営者の皆様へ贈ります。
www.nk-bare1.jp/ - 52k - キャッシュ - 関連ページ

CGM広告のリーチMicroAd
ブログ・SNSを使ったウェブ集客。1円から課金型。低リスクで高効果!
microad.jp

集客イベントで大人気
集客イベント向け。完全保証付き。キャンセルポリシー完全国別レンタル
www.jashidussan.com

教育業界専門の集客請負人
あなたの塾・予備校に生徒を届けます。グランドの生徒集客方法を教えます
www.powerconsult.com

Webサイトへの集客なら
"Overture"・"Adwords"を使って徹底対効果の高い集客を実現!
www.mjad.jp/

集客力ある飲食店のHP制作
検索エンジン上位表示対策で集客UP。ブログ・メール集客。一括メール機能を装備
www.g-masaki.com

ネットコンサル 無料相談
法人53万社、個人2,330万人の実績。GMOのコンサルティングサービス。
www.g-ma.jp

私のサイトは2007年9月17日現在、googleで「広告宣伝」で検索すると、検索結果の2位で表示される。「集客」で検索すると2位で表示される。

SEO対策を施して、被リンク数を増やす、コンテンツを増やすといったコツとされた作業が必要。

ブログ

アクセス数を集めるには有効。個人的には今後、最も力を入れる予定の媒体。
長野に住む70歳代の男性は一日に20以上のブログを更新して、
ブログからサイトに流れるアクセス数が2000件/日。
1アクセス@300とすると1日60万円の広告費に相当！

下記のブログは私が小さな会社やお店の経営者、起業独立志望者のために
広告宣伝、マーケティングノウハウや日常生活で見つけたビジネスのヒントを
投稿しているブログです。
週に3回更新中ですので、是非、アクセスして、ビジネスや商売にお役立て下
さい。

『1分で学ぶ！集客方法と広告宣伝とマーケティングのヒント』

<http://admarketing.jp/>

1分で学ぶ！集客方法と広告宣伝とマーケティングのヒント

こんにちは、「小さな会社が低予算ですぐにできる広告宣伝心術」の著者・酒井とし夫です。
当ブログでは小さな会社やお店、ネットショップの成功のヒント、集客方法、広告宣伝、
マーケティングのコツ、ビジネスに役立つちょっとした気づきも紹介します。
チラシ、キャッチコピー、サイト集客や効果的なセールスレター作成にも役立つ内容です。
また、これから起業独立を考えている方のお役に立てる情報も随時追加していきます。
なお、本ブログは私が過去に起業独立研究会会員向けに配信した情報メール
「マーケティング日誌」の特許版です。
最新版も随時ご希望の方は左サイドバーにある「マーケティング日誌の無料配信は
こちら」をクリックしてご登録ください。

September 2007 | 02 04 06 08 09 11 13 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30

【無料】経営情報メールとレポート

最新情報の配信
1分で読める「マーケティング日誌」最新号はメールで好評配信！無料配信のご登録はこちらからどうぞ！

こんにちは！「小さな会社が低予算ですぐにできる広告宣伝心術」(日本総研協会マネジメントセンター)著者の酒井とし夫です。

このブログでは小さな会社やお店、ネットショップの成功のヒント、集客方法・広告宣伝・マーケティングのコツ、ビジネスに役立つちょっとした気づきも紹介します。

なお、本ブログは私が過去に配信した情報メール「マーケティング日誌」の特許版です。最新版も随時ご希望の方は左サイドバーにある「マーケティング日誌の無料配信は

ピンチはチャンス/集客方法と広告宣伝とマーケティングのヒント・起業独立志望者、経営者向け

2007.09.03(Mon) 10:00

ピンチはチャンス/集客方法と広告宣伝とマーケティングのヒント・起業独立志望者、経営者向け

写真と地元新聞の記事です。
「周辺の飲食店打撃」という大見出しです。

メルマガ

メルマガ数の増加やスパムメールの増加に伴い、開封率が下がっているが、やはりサイト・ブログ・メルマガの3点セットはインターネットビジネスの基本。世の中にはサイトを見る人、メルマガを読む人、ブログを情報源にする人、SNSを利用する人、セカンドライフを好む人と様々。メルマガから情報を得る人も一定数は存在する。

下記は私が配信しているメルマガです。
このメルマガも小さな会社やお店の経営者、起業独立志望者のために
広告宣伝、マーケティングノウハウや日常生活で見つけたビジネスのヒントを
配信しています。是非、下記からご登録ください。

<http://www.howtosuccess.info/book/>

日常生活で見つけた商売上手な会社やお店のノウハウとテクニックを
写真やイラストを交えながら、メールで分かり易く解説しています。
只今、無料でメールを配信中です。ご登録は今すぐ下記からどうぞ！
(過去配信分のバックナンバーはこちらからご覧いただけます。)



只今、「マーケティング日誌」をメールで無料配信中です。
ご希望の方は下記からご登録下さい。

下記に必要事項をご入力の上、「登録」ボタンを押してください。

お名前	<input type="text"/>
メールアドレス	<input type="text"/>

見込み客へのフォロー

PDFレポート

The image shows a PDF report on the left and a webpage on the right. The PDF report is titled '小さな会社やお店、ネットショップの 広告宣伝を成功させる3つのテクニック' and contains text about advertising techniques. The webpage is titled '小さな会社やお店が 広告宣伝を成功させる3つのテクニック' and features a green apple icon and several links: www.betobase.com/inf, www.mindstage.jp, and admarketing.jp. The webpage also includes a copyright notice: 'Copyright © フォレストアドベンチャー株式会社 2004 All Rights Reserved'.

50 ページの無料レポート = 2 ステップ販売 = 単純接触効果
 但し、文章の書き方は大切。

ステップメール

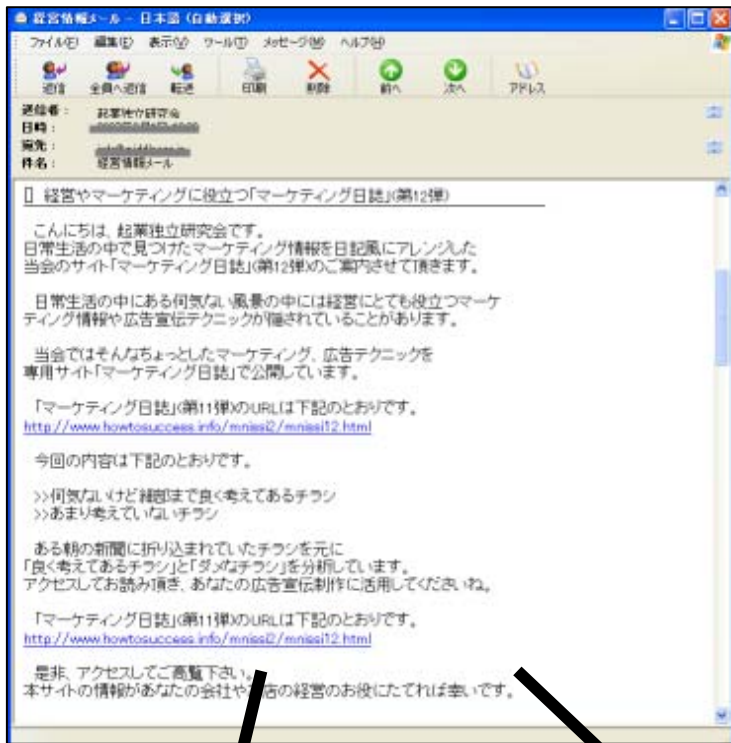
前述のメルマが配信とは別に予め決めたスケジュールでメールを送信

The screenshot shows the '追客くん' (Tsuiyaku Kun) website. The main content area includes a header with the '追客くん' logo and 'Tsuikyaku Kun SUPER' text, a sub-header '追客くんの秘密', and a large promotional banner for coffee that says 'これだけ仕事して、1日たったの117円(税込) 缶コーヒーより安い!!'. Below the banner is a 'Topics (トピックス)' section with several news items:

- 新潟のご入会の受付を再開いたしました。 →お申込みフォーム
- ユーザリストの一括登録機能1がバージョンアップしました。(2006.3.6) 1回の登録で最大5000件までのデータを登録できます。
- F-1番配信メールスタートアップキャンペーンが終了しました(2005.12.1)
- お支払方法が便利な口座振替になりました(2005.9.1)
- F-1番メール配信機能2がオプション1が追加されました。(2005.7.1)

既存客へのフォロー

メール



メールまたはメールからサイトやブログへ
誘導してフォローする。



商品構成

集客商品、収益商品を考えて構成する。LTVを考える。
有名コンサルタントでさえこの構成を考えている。



集客商品

ex.ガム、タバコ、缶コーヒー

収益商品

ex.弁当

商品の購入方法

ダウンロード販売はインフォストアを利用

<http://infostore.jp/>

代金引換の場合はヤマト運輸の代金引換便を利用

購入画面	
<small>infostoreは、株式会社インフォストアが運営するコンテンツ販売サービスです。 本画面からのご購入は、infostoreが提供しています。SSL暗号通信により、お客様のウェブブラウザとサーバ間の通信がすべて暗号化されますので、ご記入の情報は安全に送信され、安心してご購入いただけます。</small>	
ご注文内容	
商品名	お客様を驚かすのに使える63の心理学的応答・宣伝テクニック
価格(税込)	12000円
お客様情報	
お名前	姓 <input type="text"/> 名 <input type="text"/>
お名前(かな)	姓 <input type="text"/> (全角ひらがな) 名 <input type="text"/>
郵便番号	<input type="text"/> - <input type="text"/> (半角数字) 郵便番号選択
ご住所	都道府県 <input type="text"/> 北海道 <input type="text"/> 住所 <input type="text"/>
お電話番号	<input type="text"/>
メールアドレス	<input type="text"/> (半角英数字) ※ 確認のため ※ご注文の確認メールを送信します。
お支払いクレジットカード	
種別	VISA <input type="text"/>
カードNO	<input type="text"/> - <input type="text"/> - <input type="text"/> - <input type="text"/> (半角数字)
名義	<input type="text"/> (半角アルファベット)
有効期限	1 <input type="text"/> 月 2005 <input type="text"/> 年 カードは月/年の順で記載されています

アフィリエイト

Amazon

http://www.howtosuccess.info/ad/book.html

紹介料 5%弱でも年間数十万円。

(サイトやメルマガで紹介)

競争優位の戦略—いかに高業績を持続させるか
M+Eポーターダイヤモンド社
600ページ以上もある大作ですが、マーケティングを学ぶ者は必ず読んでおくべき書籍です。多くのメーカーが解説を行っていない基本戦略である「コストリーダーシップ戦略」「差別化戦略」「集中戦略」や業界の収益性を決める3つの要因としての「業者間の相互関係」「新規参入の脅威」「買手側の交渉力」「売手の交渉力」「代替製品/サービスの脅威」、そして流通経路の基本形、コスト優位の作り方、業界細分化、業界リーダーへの攻撃戦略等の概念は全てこの書籍が元になっています。
出版の発行は1985年ですが、世の競争のメーカー達に多大な影響を与え続けている一冊です。

「スモールビジネス」成功のセオリー90! 射手座園 光文社
米国で創業して成功した著者がスモールビジネス、経営者の心構え、ビジネスを拡大するためのシステム作り、経営の知恵、活きたお金への使い方、行き詰まった時の解決策、スモールビジネスの失敗例について語っています。商品の探し方、ビジネスの立ち上げ方、スタッフの育て方など実経験に基づいたアドバイスが満載です。

小さな会社・儲けのルール—ランチェスター経営7つの成功戦略
竹田陽一 稲野亮己 フォレスト出版
ランチェスター戦略で有名な竹田陽一氏が、日本の99%を占める「30人までの小さな会社が成功するために必要な7つの経営戦略」を、成功例を挙げて分かりやすく解説しています。この本一冊で経営の基本から商品/ビジネスの選び方、事業エリアの選定の決め方、営業方法、顧客との関係構築までが学べます。

「用途を絞った商品やサービスでNo.1を目指し「狭いエリアは狭く徹底対策する」等、ランチェスター戦略を基に選んだ上での「経営戦略」のノウハウが、事業の本質を踏っており、本気で独立して考えたい人にとって読んで欲しい本質的な一冊です。

小さな会社☆社長のルール 竹田陽一 フォレスト出版
これもランチェスター経営で有名な竹田陽一氏の本書です。戦略と実行の両面から、利益を生み出す効果的な方法、市場占有率、竹田氏が住む高層ビルの一貫した経営原則が語られています。

そんなのからランチェスター戦略がマンガで3時
岡崎佳子 明日香出版社
「ランチェスター戦略」を日本に広めた前田剛雄氏が、岡崎氏

Amazon.co.jp

小さな会社・儲けのルール—ランチェスター経営7つの成功戦略 (単行本)
竹田陽一 (著)、稲野亮己 (著)
★★★★☆ (63件のカスタマーレビュー)

価格: ¥ 1,470 (税込) 1500円以上追加配送料無料 (一部大型商品は除く) | 送料別
ポイント: 73pt (5%還元) [こちら](#)

在庫状況 (詳しくはこちら) : 在庫あり。この商品は、Amazon.co.jp が販売、発送します。
1点在庫あり。ご注文はお早め。

2007年09月09日にお届けします! 今から3時間と3分以内にお届けします。お急ぎ便がご注文を優先して注文を確定されたご注文が可能です。詳しくはこちら

33点の新品/USED商品を見る : ¥ 378より
Amazonポイントは、Amazon.co.jp が販売する商品に

価格: ¥ 1,470
ポイント: 73pt (5%)
在庫あり
この商品の販売、発送: Amazon.co.jp
数量: 1
ショッピングカートに入れる
または
1-Clickで今すぐ買う
お届け先: ファースト
 ギフト包装 / メッセージの追加
こちらからも買えますよ
33点の新品/USED商品を見る : ¥ 378より

(ブログで紹介)

1分で学ぶ! 集客方法と広告宣伝とマーケティングのヒント

これは知る「1分」で読者の心を掴むためのヒントをまとめた書籍です。読者の心理や行動パターン、マーケティングの最新動向、集客方法、広告宣伝方法など、1分間で読者の心を掴むためのヒントをまとめた書籍です。読者の心理や行動パターン、マーケティングの最新動向、集客方法、広告宣伝方法など、1分間で読者の心を掴むためのヒントをまとめた書籍です。

この本は、1分間で読者の心を掴むためのヒントをまとめた書籍です。読者の心理や行動パターン、マーケティングの最新動向、集客方法、広告宣伝方法など、1分間で読者の心を掴むためのヒントをまとめた書籍です。

この本は、1分間で読者の心を掴むためのヒントをまとめた書籍です。読者の心理や行動パターン、マーケティングの最新動向、集客方法、広告宣伝方法など、1分間で読者の心を掴むためのヒントをまとめた書籍です。

他社商品アフィリエイト

自社メルマガやサイト、ブログで他社の商品を紹介。
 売買代金の数十%が手数料。

The screenshot shows the 'infostore アフィリエイト用管理画面' (infostore Affiliate Management Screen). The left sidebar contains navigation links: 管理画面TOP, アフィリエイト, 受注台帳, 商品管理, トラフィック情報, 登録情報変更, and 退会手続き. The main content area is titled '■受注台帳' (Order History) and includes a description: '商品を紹介して、インフォプレナーが受注したリストです。' (List of products introduced by the info-preneur that have been ordered). Below this is a 'ステータス' (Status) section with instructions: '受注の状況がわかります。入金予定日が表示されると受注が確定したことになります。' (You can see the status of orders. When the expected payment date is displayed, the order is confirmed). A note states: '※毎月集計額に達したお振込金額が5,000円未満の場合、お振込は翌月に振り込まれます。' (If the monthly total amount reaches the payment amount but is less than 5,000 yen, the payment will be made next month). The main table has columns: 注文日 (Order Date), 売上日 (Sales Date), 商品 (Product), 売上金額 (円) (Sales Amount (JPY)), 手数料 (円) (Fee (JPY)), and ステータス (入金予定日) (Status (Expected Payment Date)). The table lists multiple orders for products like '新聞折込チラシ' (Newspaper insert flyer) and '世界の成功する' (Success in the world), with sales amounts ranging from 6000 to 96300 JPY.

自社商品アフィリエイト

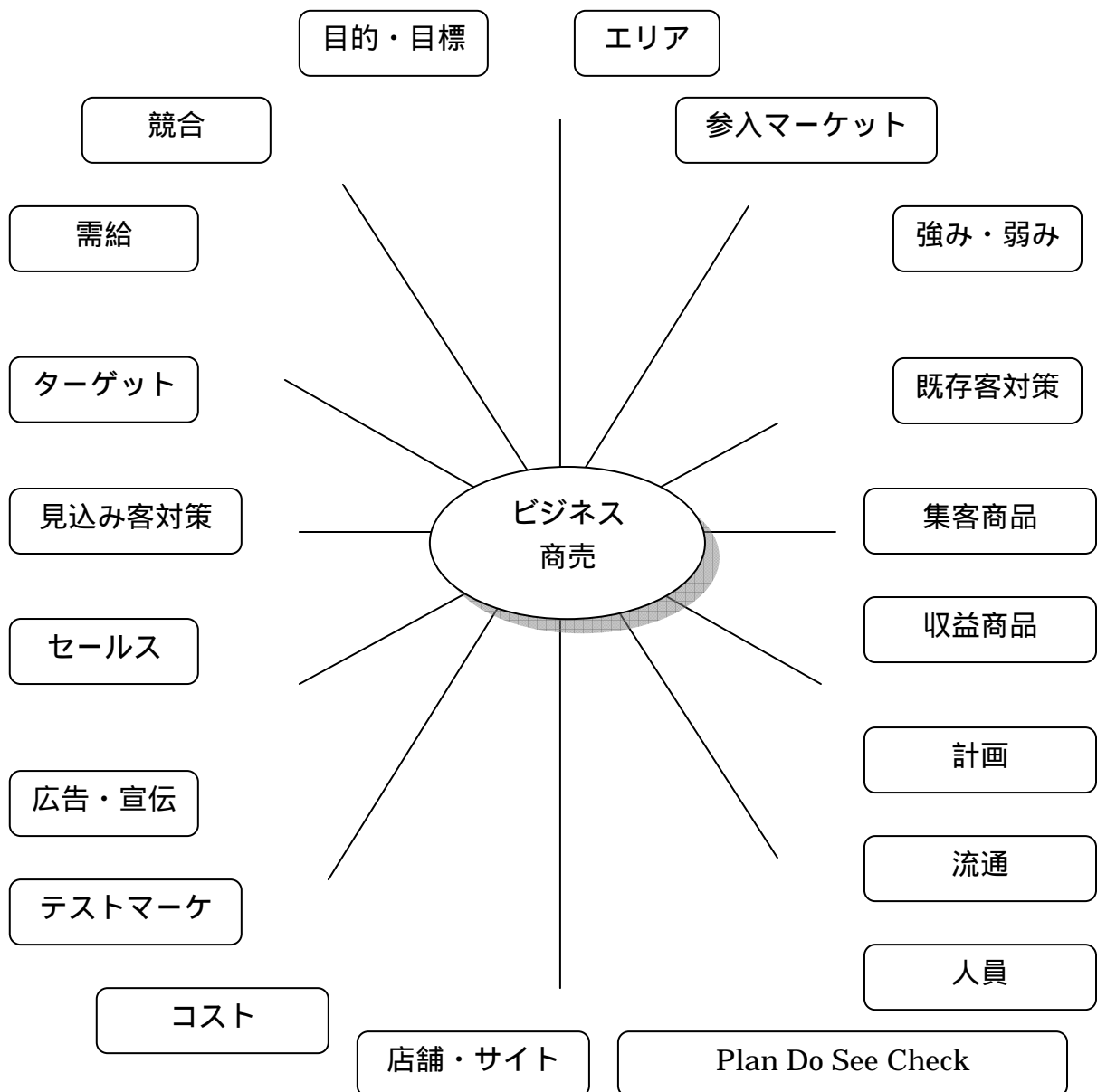
自社の商品を他社が紹介。2007年9月17日現在、926人の
 アフィリエイトさんが登録。

The screenshot shows the 'infostore インフォプレナー用管理画面' (infostore Info-preneur Management Screen). The left sidebar contains navigation links: 管理画面TOP, インフォプレナー, 受注台帳, 商品管理, アフィリエイト管理, トラフィック情報, 登録情報変更, アフィリエイトオプション, and 退会手続き. The main content area is titled '■販売者リスト' (Sales List) and includes a description: '商品を紹介しているアフィリエイトのリストです。名前をクリックすると、詳細情報と販売状況が参照できます。' (List of affiliates who introduce products. Clicking on the name allows you to view detailed information and sales status). There is a search box with the label '検索' (Search). The main table has columns: 名前 (Name), ユーザID (User ID), 販売数 (Sales Count), 販売金額 (円) (Sales Amount (JPY)), and 紹介手数料 (円) (Referral Fee (JPY)). The table lists various affiliates with names like 'メタ', 'dsk88', 'noce201', 'wallafap', 'c054te', 'SFINE2', 'okidoki', 'moznet', 'products', 'gigas2000', 'Tivitarin', 'g&an', 'webfno', 'delmuni', 'uprj', 'netvc', 'k01ufu', 'jrmn', and 'se05AF'.

ビジネス成功の要因 その1

ビジネス成功の要因 その1

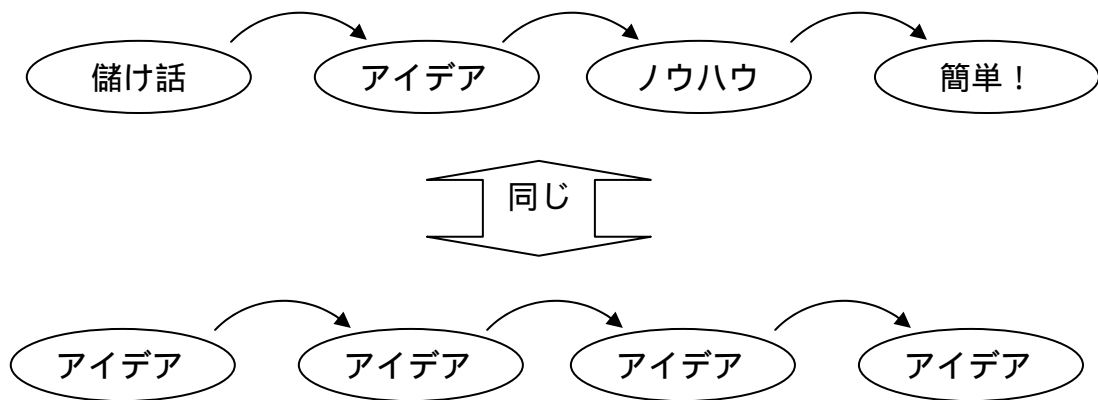
ここまで説明した戦略、戦術、テクニックを駆使して、どんなにうまくいってもCR1%。インターネットビジネスもオフラインのビジネスも「秘法」「秘策」はない。体系的、戦略的な仕組みづくりが必要。



私が数多くの失敗から学んだこと

『目的を立てて、体系的に、戦略的に、コツコツと。』

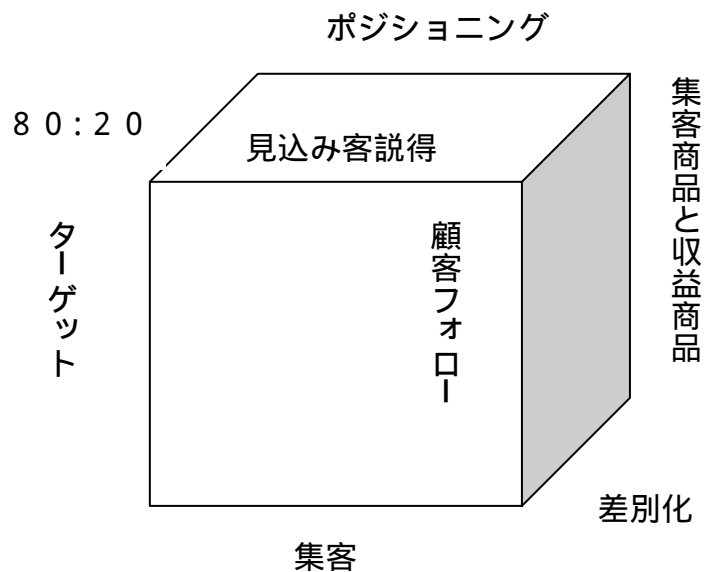
『売れるキャッチ』『売れる文章』『アフィリエイト』『情報起業』・・・
これらも必要だけど、テクニックだけ追ってもダメ！



結局は・・・

『目的を立てて、体系的に、戦略的に、コツコツと。』

(なんども、しつこいですが、本当に大切なことなんです。)



ビジネス成功の要因 その2

ビジネス成功の要因 その2

そして、もう一つ！！の大切なこと…。それは

目的、戦略、戦術、会計、組織、テクニク、ノウハウ、技術革新、商品開発、…。

最終的には「何としても実現する」という気持ち。

「何としても実現する」という気持ちがあれば、実現する方法を考える。

「何としても実現する」という気持ちがあれば、実現するために学ぶ。

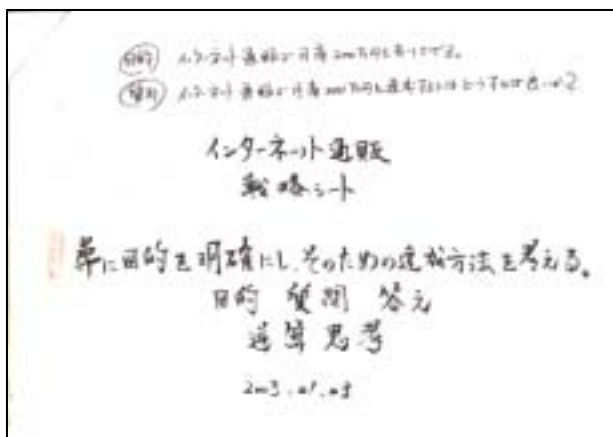
「何としても実現する」という気持ちがあれば、実現するために計画する。

「何としても実現する」という気持ちがあれば、実現するために実行する。

「何としても実現する」という気持ちがあれば、

失敗しても、再び、それを実現する方法を考え、学び、計画し、実行する。

だから、最終的には「何としても実現する」という気持ち。



目的
目標 > 戦略 > 戦術
意思

退院直後、事業計画書を作成前に書いた一枚の紙。

売上げも、出版も、セミナーもこの一枚の紙から実現。

見た目は単なる「紙」だけど、そこにあるのは絶対に実現するという「気持ち」。

あなたも私も

夢の実現に向けて明日もガンバロー！

今日は最後までお付き合い頂きありがとうございました。

皆さんの夢の実現を心から願っています。

講師プロフィール

酒井とし夫



1962年4月10日生まれ。新潟在住。現在、マーケティング&トレーディングカンパニー「ファーストアドバンテージ株式会社」代表取締役。立教大学社会学部卒業後、中堅広告代理店勤務。その後、広告制作会社を設立。以降、広告制作、モデル派遣事業、撮影ディレクション、アイデア商品販売、キャラクターグッズ販売、露天商、パソコン家庭教師派遣事業、パソコン・スクール事業、トレーディング・インストラクション事業、インターネット通販、コンサルティング事業等数々のビジネスを立ち上げる。

ビジネスやトレーディングに関する E-Book やマニュアル、CD、セミナーDVDを5年間で1万3900本以上販売した情報起業家として、また、小さな会社の経営者や起業志望者を応援するコンサルタント、アドバイザー、講演者として大いに注目されている。

読者数2万5千人(2010年10月現在)を超えるメルマガ「1分で学ぶ!小さな会社やお店の集客・広告宣伝・販促」の作者として、月間PV4万5千人超えのブログ「商売心理学」のブロガーとしても活躍。出版書籍の「小さな会社が低予算ですぐにできる広告宣伝心理術」(日本能率協会マネジメントセンター刊)はアマゾン書店でマーケティング部門1位を獲得。そして、「売れるキャッチコピーがスラスラ書ける本」(日本能率協会マネジメントセンター刊)も広告宣伝部門第1位を獲得。



Amazon マーケティング部門
第1位獲得



Amazon 広告部門
第1位獲得



中国語翻訳版
中国科学技術社刊

運営ブログ

商売心理学

<http://ameblo.jp/admarketing/>