7ステップ電子メールマーケティング短期集中トレーニング
4. ステップ１ – 最短で購読者を獲得する

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

重要なお知らせ

あなたがこのトレーニングコースを自己利用する以外、あなたにはいかなる権利もありません。あなたはこのレポートを無料配布・有償販売・会員制倶楽部への追加など一切できません。ありがとうございました。

あなたが 7 ステップ電子メールマーケティング短期集中トレーニングを INNER CIRCLE メンバーエリア以外からダウンロードした場合、それは海賊版です。

7 ステップ電子メールマーケティング短期集中トレーニングは小林正寿と brainers 有限会社の著作物として全世界的に保護された出版物です。

ALL RIGHTS RESERVED. 電子的、機械的、カメラによる複写、読み上げての録音などいかなる形式をもってもこのレポートの一部または全部を配布することは禁止します。レポートのコンテンツの引用をご希望の場合は書面で著者に対して許諾を得てください。

免責事項／法律に関する告示：この書籍でテーマに取り上げられた情報は出版された日付の時点での著者の見解です。著者は状況の変化に応じて、このレポートで表示した見解とは異なる新しい見解を表現する権利を有します。このレポートのテーマとして取り上げた事項に関し、適切且つ信頼に足る情報を提供することを意図して作成されていますが、いかなる誤り・不正確・不作為に対しても著者・出版元・アフィリエイト・リセラーは一切責任を負うものではありません。また、法律、その他の分野に関する専門的なアドバイスを与える事を保証するものではありません。著者・出版元・アフィリエイトパートナーは利益や特定の目的に対する適合性を保証するものではありません。このレポートの使用・適用によって生じたいかなる結果に対しても責任を負うものではありません。もし、法律、その他の分野で助けが必要な場合はその分野の専門家からサービスの提供を受けることを強く要請します。

収益に関する免責事項：本製品はその可能性を正確に示すよう、あらゆる努力がなされています。このウェブサイトが提供する本書のテクニックとアイディアを利用して収益を上げることについては、何の保証もありません。本書またはページ内の事例は、収益を約束したり、保証したりするものではありません。収益の可能性は、本書、アイディア、およびテクニックに含まれる情報を使用する各個人に完全に依存するものです。お金持ちになれる仕組みであると明示するものではありません。実際の収益、あるいは実際の結果の例を生み出す権利は、要求に応じて確認することができます。サイトで主張している結果の獲得における成功のレベルは、記載したアイディアやテクニックに費やした時間、あなたの財政状態、知識、およびさまざまなスキルによって異なってきます。これらの要因は個人によって異なるため、成功、つまり収益のレベルは保証できるものではありません。またあなたのいかなる行為についても責任を負うものではありません。本書およびウェブサイトの資料には、将来的な出来事を期待させる、もしくは予想させる前向きな文章を含んだ情報が提示されている場合があります。これらの文章は、歴史的事実もしくは現在の事実に厳密に関連していないという事実によって確認することができます。これらについては、予期する、予測する、期待する、予想する、意図する、予定する、信じるなどの言葉やその他、潜在的収益または財務実績の説明に関連した類似する言葉を使用しています。本章内もしくは我々の販売資料に記載したありとあらゆる前向きな文章は、収益の可能性についての意見を明らかにすることを意図したものです。実際の結果の判断においては多くの要因が重要であり、我々もしくは他の誰かと類似した結果を得られることには何の保証もありません。我々の資料に記載されたアイディアやテクニックからどのような結果が得られるかについては、何ら保証をするものでもありません。

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

目　次

目　次 3
ステップ１- 最短で購読者を獲得する 4

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

ステップ１- 最短で購読者を獲得する

おめでとうございます！あなたはシステムとそのメカニズムの基本を学び終えたので、現金を生み出すオプトインリストの構築を実現する７つのステップシステムの学習をスタートすることができます。

ステップ１では、ターゲット化した購読者をあなたのリストデータベースに蓄積する方法を学んでいただきます。

このステップを実践する時点であなたが完璧である必要はありません。完璧など存在しませんし・・・まずは、一歩を踏み出すだけで良いのです。これが実践する秘訣です！

イントロダクションでも触れたように、現金はリストの中に！とインターネットマーケターの世界では広く言われていますが・・・

実は、現金は超ターゲット化されたリストの中にあるのです。あなたのオファーに対して反応しないなら、いくら大きなリストでも意味がありません。

あなたは量ではなく質にフォーカスすべきなのです！

あなたがリストについて知れば知るほど、彼らが求めるオファーに絞り込むことができます。

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

これはターゲット化と言って、特別重要な要因です。ダイエットに興味のある人に対してメルマガ出版方法の eBook をオファーしても結果を望むことはできませんよね。

あなたのリスト構築を実現するためには複数の戦略があります。

それらの戦略は、必要とされる時間・資金・労力がそれぞれ異なります。

簡単に電子メールオプトインリストを構築する 19 のシンプルかつ効果的なメソッド・・・

- **すべてのページに無料購読フォームを設置する！**

  あなたの無料購読フォームの露出が増えれば、あなたが購読者を獲得する確率が上昇します。

  最近のトレンドはエグジットポップアップを用いてオプトインフォームを表示させる方法です。

  覚えておいてください・・・訪問者があなたのホームページに到着した後は、常にあなたの他のページに進むとは限りません。

  一方で、検索エンジンであなたのトップページ以外が検索結果に表示される場合があります。ですから、訪問者があなたのどのウェブページにランディングしても無料購読フォームを目にするようにしてください。

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

● 他人とサンキューページスワップ！

あなたの商品と直接的に競合せず補完できる他のインターネットマーケターと“サンキューページ”に設置するメルマガ購読フォームを交換してください。

例えば、あなたが健康についてのメルマガを発行していて、自然治癒についてのメルマガ発行者とコンタクトをとったとします。

あなたのサンキューページに彼の自然治癒に関するメルマガ購読フォームを掲載する代わりに、彼のサンキューページにあなたの健康に関するメルマガ購読フォームを掲載してもらうのです。

これは双方のメルマガオーナーにとって Win – Win の関係だと言えます。このコンセプトをさらに複数のパートナーと同時に開催することも有効で、システムを活用すれば自動化することができます。

● トライアルヴァージョン！

電子メールアドレスと交換に、あなたの販売しているソフトウェアーの“デモ版”、または eBook の一部分を無料提供します。

この方法を用いることで、あなたはリストを構築しながら販売のセカンドチャンスをゲットできるのです。

もし、あなたがまだメルマガやニュースレターを発行していなくても、または無料レポートを用意して

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

いなくても、この方法を用いれば電子メールを入力する合理的な理由を提示することができます。

● シンプルな署名ファイル！

あなたの電子メールの署名欄にオプトインメッセージとリンクを追加する- これは強烈です！

この方法を用いれば、あなたが電子メールを送信するたびにその受信人があなたのメルマガを購読するチャンスを提供することになります。

古典的な事例ではありますが、Hotmail というメールサービスはまさにこのメソッドを活用して爆発的にサービス利用者を増やし、バイラル的な広がりを見せたのです。

● お友達紹介スクリプト！

2005 年頃、英語圏で爆発的な人気を博した“Tell-A-Friend（お友達に話す）”スクリプトは、訪問者が彼らのお友達にあなたのサイトを紹介しやすくなります。

あなたのウェブサイトに設置したフォームに必要事項を入力するだけで簡単に紹介することができます。

さらに、あなたが事前に設定した人数の購読登録者を獲得した人に無料プレゼントを提供することでバイラル効果を生み出すことができます。

現在は、Tell-A-Friend スクリプトが進化しソーシャ

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

ルメディアのパワーを加え紹介とプレゼント提供プロセスを自動化できる WordPress プラグインが人気です。Kamanamana[1] が代表的な事例となります。

● 記事（アーティクル）マーケティング！

まずは定期的に記事を書いて記事投稿サイトへ投稿してください。

そして、メルマガ発行者やブロガーにあなたの記事を掲載してもらうようにしましょう。記事の一番下のリソースボックスに、あなたのオプトインフォームを設置したウェブページへ誘導するメッセージを入れておきましょう。

あなたの記事を読んだ人は、あなたがそのテーマにおける専門家だと見なすでしょう。それらの読者がそのテーマに関してより深く情報を求めていれば、必ずあなたのリストに登録するでしょう。

● あなたのサンキューページ！

あなたが商品やサービスをすでに販売しているなら、あなたの“ダウンロードページ”にオプトインボックスを設置して無料購読登録を促進してください。

ダウンロードページに設置したオプトインボックスは誰もが気づくように設置することを忘れないでください。探さなければ見つからないようであれば誰も購読登録をしてくれないでしょう。

[1] Kamanamana: http://kamanamana.tokyo/

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

● e ラーニングコース！

有料版並の高い情報価値を持った eBook やビデオなどで無料 e ラーニングコースを用意します。そして、あなたが設置したメンバーシップサイトからしかダウンロードできないようにします。

あなたの e ラーニングコースを受講したい人は名前と電子メールアドレスを入力してメンバー登録するようにします。このメソッドはアーティクルマーケティング以上にあなたの専門家としてのイメージを強化してくれるでしょう。

あなたが自分自身で e ラーニングコースを制作するのが困難ならば、CONTENTS LAB[2] でオリジナル商品開発方法・素材・リソースなどを調達してプロフェッショナルなオリジナル商品を簡単に制作することができます。

● バイラルリストビルディング！

あなたの無料レポートやその他メディアの情報商品の中に、あなたのリストへのオプトイン情報を設置します。

これらバイラルツールが拡散すればするほど、あなたの名前とあなたのメルマガ名がインターネット上に露出して購読登録のチャンスが増えます。

あなた自身で無料レポートなどのを大量に準備できなければ CONTENTS LAB に参加すれば自由に編集

[2] CONTENTS LAB: http://contents-lab.tokyo/

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

して著者を名乗れるレポートをダウンロードすることができます。

● ウェブサイトアナウンスメント！

あなたがまだメルマガを発行していなかったとしても、あなたのウェブサイトの更新をアナウンスするためのリストへ登録するように誘導することができます。

更新リストへ登録してもらうことで、最新商品などの案内をスパムと認識されずに送ることができます。

● それを回してください（転送自由のお知らせ）！

メルマガの最後に、購読者に対してあなたのメルマガのコンテンツが役立つと想われる友人に転送を奨励する文言を記載してください。

あなたのメルマガ情報に満足している購読者は、進んであなたの申し出に応えてくれるでしょう。

● ペイパークリックで獲得！

ペイパークリックキャンペーンを使ってオプトインフォームを設置したランディングページへ誘導し、無料購読登録をオファーすることができます。

ペイパークリックは、あなたが事前に設定したウェブサイトへ訪問者を誘導してくれますが、でき得る限り電子メールを獲得できるように調整してください。

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

ペイパークリックはお金がかかっているのです。無料サービスではないので十分な準備が必要と言えるでしょう。

● オフラインキャプチャー！

あなたが構築しているのはオンラインリストですが、オフラインマーケティングも無視することはできません。

チラシの配布や名刺、自動車へのロゴ掲載など、オフラインにもあなたの会社を宣伝する方法は数多く存在します。

Google でさえもローカルマーケットへ進出しようとしています。伝統的なリスト構築のメソッドも軽視しないようにしましょう。

● 電話でコンタクト！

名刺交換をした先などに電話をかけて電子メールアドレスを教えてもらい、情報を送信する許可を取ってください。時間を割いて電話の相手をしてくれるようであれば、喜んであなたの電子メールを読んでくれるでしょう。

● Facebook グループを運営する！

ソーシャルマーケティングの重要性はますます高まっています。その代表的な存在として Facebook があります。

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

Facebook では誰でもグループを作成し主宰することができます。あなたの商品に関連したグループを設置することであなたは主宰者として参加メンバーとコミュニケーションを交わすことができます。

あなたの分野であなたが専門家であると知覚される確率も高まることで参加メンバーは安心してあなたのニュースレターまたはメルマガへ購読登録するでしょう。

● ツールの無料サービス提供！

この選択肢は誰でも簡単に手を出せるものではありませんが、可能であれば効果は絶大です。

何らかのサービスを ASP 型で提供するシステムを設置します。あなたのサービスを利用したい人は名前と電子メールアドレスを登録する必要があります。S

● 診断テストの提供！

あなたのウェブサイト上で何らかの診断テストを提供し、その結果をお知らせするために名前と電子メールアドレスを入力してもらうというモデルです。

このメソッドは極めて高いオプトイン率を実現しています。血液型診断結果などさまざまなニッチジャンルで効果を発揮します。

● ジョイントベンチャーリストビルディング！

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

あなたの訪問者があなたのメルマガに購読登録した直後、複数の協賛しているメンバーのメルマガが表示されて購読をオファーします。

同様に参加しているメンバーのウェブサイトにおいても、彼らのメルマガが購読登録された直後にあなたのメルマガ購読のオファーがされる仕組みです。

ここでは 18 のオプトインリスト構築方法を学んでいただきましたが、あなたの電子メールリストはあなたの電子メールマーケティングの生血であることは明白です・・・

可能な限りすべての機会に名前と電子メールアドレスを獲得しなければなりません！

そして次は、あなたのオファーを温かく受け入れてくれるオプトインリストの構築をいかに行うかということです。

先にも触れたように、このことが電子メールマーケターの成否を分かつのです。

もう一度念を押しておきますが、あなたが必要としているのは反応するリストであり巨大なリストではありません！

次の数ステップでも触れていきますが、次へ進む前にいくつかの重要な原理原則をお話しておきます：

- あなたのリストへオプトイン登録していただくために、**高い価値に見える**インセンティブを提供してください。

  これ、リーズマグネットとも呼ばれています。あな

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

たのリストへ購読登録していただくことを唯一の目的として、実際の商品販売のようにセールスレターを書くべきなのです。

ほとんどすべてのマーケターたちは、簡単なポップアップや短いメルマガ紹介文だけで新しい購読者を獲得しようとしています。あ

なたが本気でリスト構築に取り組むなら、あなたのオファーがより高い価値に見えるようにしてください。結果として、より多くの新しい購読者を獲得することができるでしょう。

● 電子メール、ウェブサイト、セミナー、そしてオフラインでの宣伝広告など、見込客とのすべてのコンタクトポイントに意識を向けてください。

それらはすべて、彼らのコンタクト情報を獲得する**“場”**なのです。

● シングルまたはダブルオプトインに関わらず、確実に見込客の許可を取り付けることを実践してください。

無料レポートスタンドのように、事前にチェックを入れて見込客が気づかないままにあなたのメルマガ購読手続きが完了されるようなことは絶対に避けてください。結局はスパムの苦情となり炎上するでしょう。

言い換えれば、あなたのベストな見込客とは、自ら“ハイ！”と手をあげて、あなたのリストに登録さ

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

れたいという人なのです。

- あなたは可能な限り見込客の情報を手に入れる工夫をすべきですが、最初の出会いから数多くの情報を求めれば、見込客はあなたのオプトインへの登録を躊躇うものです。

  言い換えれば、 苗字と電子メールアドレスだけを求めれば、より多くの購読者を獲得することができるということです。

  氏名、電子メールアドレス、誕生日、好きな色、既婚者か独身者かなどの入力を求めれば悲惨な登録結果になるでしょう。ですからあなたにはバランスが必要となります。

- 見込客との間に信頼関係を構築するには、明確なプライバシーポリシー（個人情報保護方針）とあなたが収集した情報をどのように使用するかを表明した“利用規約”を掲載すべきです。

- **重要な心構え**：あなたが構築しているリストを水が漏れているバケツのように捉えてください！

  リストを自然消滅させてはいけません。あなたは常に弛まなく新しい購読者を求め、多くの新規リスト獲得に励む必要があるのです。

次のステップでは、あなたの平凡なリストを超反応率の良いリストに変身させる方法についてお話していきます。

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

あなた自身の信用や信頼を高めるテクニックについてもカバーしています。

あなたの競合者ではなく、あなたと購読者の関係性を深めることがあなたへの反応を良くするためにとても重要なことです。

これらのお話をする前に、まずはあなたの電子メールが“失踪”するのを最少化する方法について知っておく必要があります。

次のステップ 2 では、メールを到達させることにフォーカスします。

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.