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
8. ステップ5：先制的プロモーション戦術

© 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。

目　次

目　次 3
ステップ 5：先制的プロモーション戦術 4

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

ステップ 5：先制的プロモーション戦術

先制的プロモーション戦術？

きっとあなたが今までに耳にしたことのない戦術でしょう。

すべてのインターネットマーケターたちがリストに対するダイレクトプロモーションについて話していますが、彼らのほとんどは“**オーディエンスをウォーミングアップさせる**”ことを忘れているのです。

あなたのキャンペーンを開催する**前**に、あなたのリストの**関心**を集め**マインドシェア**を行うことが極めて重要なのです。

なぜ？

マインドシェアと関心をより引き寄せることができれば、数日または数週間後に開催するプロモーションにおいてより多くの結果と儲けを獲得することができるからです。シンプルでしょ。

さらに、あなたの電子メールを差別化して群衆から際立つ手助けにもなります。

覚えておいてください：あなたの購読者は、数多くのインターネットマーケターたちから膨大な電子メールを受け取っているのです。

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

ですから、あなたの商品ランチやアフィリエイトプロモーションの前にはあらゆるチャンスを生かしてあなたと購読者を結びつけてください。

現実のオフラインでの事例です：

最初のレクサス（自動車）が合衆国に届けられる 1 年以上前から、トヨタはすでにレクサスの宣伝プロモーションを開始しました。まだレクサスの実物を見ることはできませんでしたが、最初の船積み分すべてが予約注文で埋まってしまうのではと予測されはじめたのです。

レクサスの販売において大成功したこのテクニックは、あなたのインターネットビジネスにも応用できます。あなたの新商品リリースに対してワクワクする期待の雰囲気を構築することができるのです。

代表的なインターネットの事例では、John Reese がこの手法を用いて Traffic Secrets というパッケージ商品を 24 時間以内で約 1 億円売り上げました。

あなたに質問があります：

あなたのリストに対してこれと同じ戦略をなぜ用いないのですか？

先へ進む前に・・・この戦略を利用する前にまずはマインドシェアのコンセプトを理解する必要があります。

伝統的にマインドシェアとは、購入を目的とした特定の商品やブランドに対する消費者の認知の育成を意味しています。

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

ブランドとは、消費者がブランドアイデンティティを通じて会社や商品を視覚化または連想させる（関連付ける）ものです。ブランドアイデンティティは会社の名前・ロゴ・スローガンなどで定義されます。

ブランドとは、消費者が最初に認知した会社や商品へのイメージとも言えます。ブランドはお客様のロイヤリティーや強力なポジショニングを構築することができます・・・

インターネット上では、あなた自身がブランドとして認知される必要があるのです。

もちろんですが、あなたの電子メールマーケティングビジネスを構築する前に達成すべき目標です。

事例をお話しましょう – 恵まれた予算を持つ大企業は、直接的な売上ではなくブランド認知を唯一の目的として大金を宣伝広告に投入することができます。

中小企業のオーナーはそうはいきませんが、あなたの購読者に対して**肯定的な印象や上質というイメージ**を連想させることができないということではありません。

ベストな方法の１つは、**あなたの名前に肩書きを付ける**ことです。たとえば、“リセラーマスター 山田太郎”という風に使うことができます。

あなたが活躍するニッチや商品分野に関連した適切な肩書きを付けることで、よりあなたのことが覚えやすくなるのです。時が経てば、あなたの名前だけではなく肩書と名前が瞬間的に口から出てくることでしょう。

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

あなたの会社のスローガンやロゴが入った商品ラインが増えていけば、あなたの活躍するマーケットでより良いポジショニングが実現します。

あなたのブランディング（肩書き付きの氏名）した無料レポートを無料配布し、あなたの通常使用している電子メールすべての署名に肩書きを付けた名前を配置することで、最終的には購読者があなたのことを忘れられなくなるでしょう。

肩書きを付ける他のメリットとしては、昨今の電子メールの猛襲の中において、ブランディングによる差別化であなたのメッセージを際立たせることができることです。

あなた自身を高い品質の商品と関連付けることで、あなたの名前から高い品質の商品を連想させることができるのです。

あなたが推薦するだけで購読者は購入に走るようになるでしょう。（あなたが特定の商品やサービスを推薦する場合、本当に高い品質のものだけを選択するようにすることが重要です。）

このトレーニングマニュアルで学んだ事柄を活用してすでにあなたがリストを構築しているなら、さらに商品やサービスを販売するためにマインドシェアを構築するときなのです。

では小林さん、プロモーションに先駆けてマインドシェアをどのように獲得すれば良いのですか？

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

強烈にパワフルな“**マインドシェアグラバー**”と呼ばれるメソッドがあります。次の一連のターゲット化されたメッセージに従うだけで、あなたは“先制的”なマインドシェアを獲得することができます：

- **芝居仕立てにする！**

  あなたがこれからプロモートする商品に関連する問題を提起して論じます。

  もし電子メールの到達率を上昇させることに関してなら、このテーマに関する記事をリストに送信してこの問題に関してウォームアップさせておきます。

- **問題を提起する！**

  ここでは電子メールの到達率の問題を提起してアジテート（扇動）します。

  どのようにこの問題が発生しているか、そして現在入手可能なソルーションでは電子メールマーケターのニーズには適していないことを示します。

- **ターゲット化されたフリービー（無料配布物）を提供する！**

  あなたのリストに対するグッドウィル（好意）を示すために、あなたが近い将来ローンチさせる商品に関連した無料商品をプレゼントします。

  ここでも価値ある情報を掲載したレポートの提供は高い効果が見込めます。このレポートはあなたのメ

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

イン商品の価値を上昇させるだけではなく、あなた自身をそのテーマの専門化としてポジショニングすることができます。

● 問題を深刻化させる！

すでにあなたの購読者は、あなたが提起した問題におけるすべてのマイナス要因について考えはじめています。

この問題に気づいていない購読者でさえ、問題を深刻化させることで教育され解決策を求めるようになります。

● 可能な解決策を提案する！

あなたが解決策に対して熟知していることを示し、あなたがもうじき解決策としての商品またはサービスをランチさせることを伝えます。

● 解決策の事前アナウンス！

あなたの商品があとどれくらいで用意できるかをアナウンスします。

あなたの購読者を“未完成”のセールスレターに誘導することで、彼らの商品に対する期待値を高めることができます。

ローンチの予感だけで商品価値をより高めることができます！

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

もちろん、あなたはここでお薦めした 6 ステップの流れに必ずしも従う必要はありません。

特にあなたに対して常に高い反応を示す活動的な購読者に対しては、1 度きりの先制的電子メールを送信するだけで満足いく結果をエンジョイすることもできるでしょう。

ここでお薦めした一連のメッセージは、あなたのニーズやリストの特性に沿って編集する必要があると想いますが、原理原則に変わりはありません。

英語圏の著名なマーケターが Joe Vitale 博士の催眠販売の秘密というホームスタディーコースをプロモートしたときに実際に使った電子メールの原稿をご紹介します。

彼は **72 時間**で 997 ドルするこの商品を 55 パッケージ売ることに成功し、合計 **54, 835 ドルの売上**となりました。

実証済みの凄いコピーライティングと言えるでしょう。本文に忠実に翻訳していますので英語圏特有の言い回しがありますが、原理原則は日本語でも同じです。

タイトル行：

○○さん、助けてもらえます？

本文：

こんにちは〇〇さん、

警告です・・・

あなたは、来る 12 日火曜日、 Joe Vitale 博士の“Hypnotic Selling

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

Secrets Revealed（解き明かされた催眠販売の秘密”メガホームスタディーコース（http://www.yourdomain.com）に関する膨大な電子メールを受け取るでしょう。

でもそれらを無視してください。なぜ？

なぜならわたしからの電子メールを膨大な電子メール爆弾の中から見つけたいはずだからです。それがあなたの利益につながるからです。

わたしの電子メールは：

“○○さん、今すぐこれを開封してください（時間に敏感です）”

・・・このタイトル行を見つけてすぐに開封してください。

そしてあなたが目にするものは、62,399.40 ドル相当の商品と迅速にあなたが行動すれば手に入る儲けの完全詳細です。

正気ではありませんよね！今回わたし自身やり過ぎだと想います。

あなたにこのメッセージを送信したもう1 つの理由があります。

“生きた”マーケティングケーススタディとして行動することで学びがあるのです・・・

実際、このメッセージには3 つのマーケティングテクニックが稼働中です。わかりますか？

もう一度じっくりとチェックしてください・・・

(1) 熱狂的な予感を生み出しています。（何も大規模である必要はありません。あなたのリストに対して“個人”レベルで良いのです。）

(2) 好奇心の活用。（成功しているコピーライティングにおいてしばしば活用されるとても効果的なマーケティングテクニックです。）

(3) 拒否できないオファーを創り出す。（今度の火曜日に届くわたしからの電子メールは完璧な事例となるでしょう。）

12 日の火曜日にまたお会いしましょう。

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

あなたの成功を祈願します！

○○

追伸：最初の 24 時間限定です。Joe が用意している 21,393 ドル相当のボーナスパッケージを覗き見したいなら http://www.yourdomain.com を訪ねてください。

もう 1 つ強力な先制的プロモーションの事例を見ていきましょう。英語圏の著名なマーケターがある商品のジョイントベンチャーパートナーに向けて実際に送信した**メーリングシークエンス**です。

最初の電子メールをティーザーとして、彼らをどのように実際のローンチに巻き込んで行くかを発見することができます。

他の 2 つの電子メールは、先制的プロモーションがどのように実践されているかを理解するために掲載しておきます。

電子メール#1：9 月 8 日に送信されたティーザーメール

タイトル：〇〇さん、9 月 10 日？

こんにちは〇〇さん、

カレンダーにマークしてください。

9 月 10 日、あなたはトップシークレットのインターネットマーケティングの実験についてすべてを読むことができます。

この実験の結果は次の事柄に大きな変化をもたらします：

** あなたの考え方*
** あなたの行動の仕方*

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

*＊あなたのインターネットに対する視点
＊お金に対する認識
＊お金儲けの方法

結論：あなたの想像を絶する人生を変える実験となるでしょう。

お約束します！

9 月 10 日にお送りするこの重要なメッセージを見過ごさないように注意してください。誰よりも早く読むことが重要です。

あなたがたとえコンピューターの前に座っていなくても当日必ずわたしからの電子メールをチェックしてください。

その価値は絶対にあります。9 月 10 日にお話します。

敬具

差出人名*

電子メール#2：9 月 10 日に送信されたローンチのお知らせメール

*タイトル：〇〇 さん、お約束していた・・・

こんにちは〇〇さん、

お約束していたトップシークレットのインターネットマーケティングの実験結果です。

==> <アフィリエイトリンク>

この実験結果をここであなたとシェアするには膨大な情報量となるので不可能です。

ですから次のリンクから実験結果の詳細情報をご確認ください：

==> <アフィリエイトリンク>

わたしと同じようにあなたもきっとぶっ飛ぶでしょう。*

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

敬具

差出人名

電子メール #3:9 月 12 日に送信されたフォローアップメール

タイトル：〇〇さん、信じられません・・・

こんにちは〇〇さん、

2 日前にトップシークレットのインターネットマーケティングの実験結果について電子メールを送りました。

==> <アフィリエイトリンク>

多くの購読者が文字通り“熱狂”し、数多くの質問をわたしにぶつけてきたのです。そしてわたしの意見を求めてきました。

わたしが想うに・・・

<〇〇という商品に関するあなたの個人的な推薦を掲載>

これですべての疑問がクリアーになったと期待します。そして、なぜ〇〇を見逃してはならないか理解していただいたと想います。

==> <アフィリエイトリンク>

敬具

差出人名

追伸：時としてたった 1 つのことがあなたの人生を変えてしまうことがあります。その 1 つが〇〇だと確信します。

==> <アフィリエイトリンク>

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.

ここでお話したテクニックは、そのままあなたの電子メールマーケティングに応用できる極めて貴重なものです。

これはとても効果的な“先制的”戦術です。

なぜなら、あなたが購読者と強固なマインドシェアを構築するための実証済みの心理学的パターンに沿っているからです。

加えて、コンテンツベースでの物語、教訓的な過ち、シリーズ化した関連する記事ルなどの形態で“マインドシェアグラバー”テクニックを駆使することもできます。

あなたがどのような形態でそれらを活用しようと、現在のあなたの状況を爆発的に好転させるでしょう。

次のロジカルステップでは、あなたの商品をプロモートするための独占広告に関して学習していただきます。

あなたの売上や収益にブレイクスルーをもたらすためには、あなたのリストを行動させる**強力な電子メールメッセージを作成する**ことが必須となります。

© 2017 by MASATOSHI KOBAYASHI. All rights reserved.