

フリーオート全体像

●はじめに

【推奨環境】

このレポート上に書かれているURLはクリックできます。できない場合は最新のAdobeReaderをダウンロードしてください。（無料）

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。

下記の点にご注意戴きご利用下さい。

このレポートの著作権は作成者に属します。

著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

このレポートの開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。

このレポートは秘匿性が高いものであるため、著作権者の許可なく、この商材の全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

もくじ

フリーオート仕組みの全体像	5
それぞれの仕組みがどう動いているのか。	13
メルマガ	15
更なるステップメールの強み	19
ブログで集客を自動化する	34

フリーオート仕組みの全体像

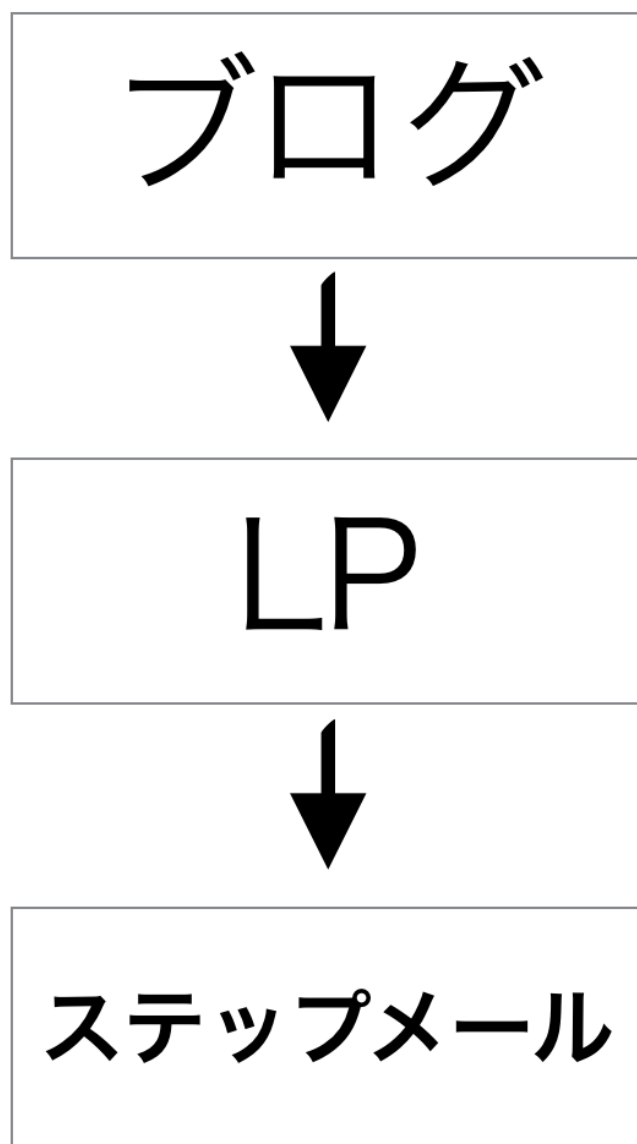
この章では、自動化の仕組みの全体像を解説して行きます。

いかにして、自動で稼ぎだす仕組みが作り出されているのか。

旅行をしている間にも、24時間365日働きだすシステムはどうなっているのか。

コチラの全体像を把握して、仕組みを作り上げて行ってください。

多くの方が、いろいろな物を駆使し、様々な仕掛けが用意されていると感じる方が多いかもしれませんが、実は自動化に使っているシステムは3つです。



ブログ、LP（ランディングページ）、メルマガ
（ステップメール）

自動化に使っているシステムというのは、この3つになります。

実際には、ブログの1記事の中に、LPが存在するので、システムとして利用しているのは、ブログ、メルマガの2つになりますね。

（ここまで役割が分担しているので、3つで解説して行きます。）

この3つの仕組みが、上手く作用し、自動化が完成します。

そして、この3つの仕組みの中に、様々な仕掛けが用意されているのです。

（その仕掛けに関しては、別章で更に細かく解説して行きます。ここでは全体像を把握する為に、先に進みます。）

この仕組みが、いかに動きだし、どのように自動で収益を生んでくれるのかと言うと、

例えばブログに1日100アクセスが来るとします。

100人の内、10%の人達、つまり10人が次のLPへアクセスします。

10人中30%の人達、つまり3～4人ほどの人達が、メルマガに登録してくれます。

1日3～4人なので、一ヶ月にすると90人～120人の人達がメルマガを読んでもくれることになります。

メルマガには「ステップメール」という物が存在し、一度設定しておくと、勝手にメールが送られるシステムがあります。

(ステップメールに関しては、後で詳しく解説しています。)

このステップメールにより、自動でセールスがかかる訳ですが、ステップメールの成約率が10%だとしましょう。

すると、1ヶ月で約100人が登録してくれた中から、10人ほどがあなたの商品を買ってくれます。

このステップメールで販売する商品の値段が3万円だった場合、10人×3万円で30万円。

毎日のように3万円の商品がステップメールによって、売れて行き、×10で、月30万円の仕組化に繋がっていくわけです。

つまり、1日100アクセスで、月30万円の自動化の仕組みが出来上がる訳です。

(当然仕組みの精度によって、もう少し少なくなる事もありますし、更に稼げるケースもあります)

す。)

当然、アクセスが更に集まって行けば、より多くの報酬を稼ぐ事も出来ますし、リピートしてくれるお客さんが増えれば増えるほど、収入は雪だるま式に上がって行きます。

そして、この仕組みが出来上がってさえしまえば、24時間365日、「自動で集客し、自動で販売してくれる」ので、この仕組みがあなたの変わりに働いてくれるというわけです。

細かく見て行くと、

1日100アクセスブログに集め、

月約100人の読者がLPによって集まり、

ステップメールで10% = 10人が購入してくれる。

= 3万円×10人 = 30万円

これは一例ですが、この様にそれぞれのシステムが働いてくれるため、自動化が可能となるので、

あなたが旅行に行っているときも。

あなたが趣味に時間を割いていても。

あなたが遊びに費やしていても。

収入をもたらしてくれるのです。

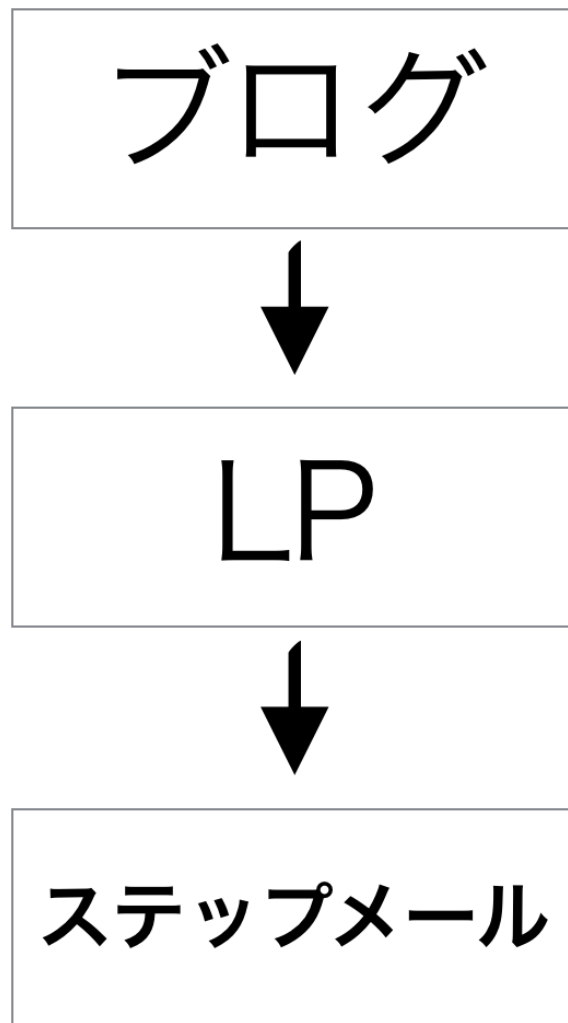
では、そんな仕組みをどう作って行けば良いのか。

コチラを本教材では全て伝えて行きます。

それぞれの仕組みがどう動いているのか。

それでは、まずそれぞれの仕組みがどう作用しているのか。

その点を理解する事が、仕組み化を作る 1 歩となりますので、それぞれのパーツを1つ1つ解説していきます。



コチラの図解は上から下にユーザー（お客さん）が流れて行く形になります。

しかし、解説する為には、下から上に上がって行った方が解説しやすく、それぞれの意味が分かりますので、まずは一番下のメルマガから解説して行きます。

メルマガ

メルマガはその名の通り、メールマガジンの略称。

このメルマガが、自動化において必要な理由は、「ユーザーへダイレクトにメールを送れる」ことにあります。

例えばの話。

メルマガの読者が1000人いたとします。

そしてその読者の方へ、良いと思える商品やサービスを紹介したとします。

その報酬が1件1万円だったとして、10%の人が購入してくれた場合。

1000人（読者）×10%（購入割合）＝100人（全体購入者）

100（全体購入者）×10000（報酬額）＝100万円

つまり、1000人読者がいて、10%の100人が購入してくれただけで、月100万円稼ぐ事が出来る訳です。

メール1通で100万円。

これを可能とするのが、メルマガなのです。

さらにメルマガの場合、メールを送る為の作業は1通送るのも、100通送るのも、

作業内容は全く変わらないず、文章を書くというだけなので、読者が多ければ多いほど稼げると言う訳です。

この作用の事をレバレッジが効く（てこの原理）
と言われる訳ですが、

まさしくメルマガはネットビジネスの最大の強み
「レバレッジ」を最大に生かしたシステムと言え
るでしょう。

この特徴からメルマガはよく「セールスマン」と
呼ばれる事が多いシステムでもあります。

そしてメルマガの中には、「ステップメール」という機能が存在します。

ステップメールとは、配信日時をあらかじめ設定しておく事が出来るメルマガのこと。

例として、

「登録1日」=Aメール

「登録2日目」=Bメール

「登録3日目」=Cメール

という風に、ユーザーが登録したときから、順を追って配信をする事ができるのが、ステップメールとなります。

このステップメールによって、自動的にメールが配信され、自動的にセールスが行なわれるので、「自動化」が可能となるのです。

更なるステップメールの強み

さらにステップメールの強みは、自動化することだけに収まりません。

このステップメールを利用する強みは、「途中参加」しなくて済むということ。

例えば、あなたがテレビを付けたらテレビドラマがやっていた。

でも5話から見るハメになり、1話から見ていないので、ストーリーが分からない。

結局、「5話から見始めるなら、見なくて良いや」

そんな事があるかと思います。

やはりドラマなどは、1話から見ていないと、話の設定やストーリー展開が見えてきません。

更に、5話から見て面白かった場合、1話から順を追って見て行ったら、更に面白かったでしょう。

そのように、「途中参加」を防ぐ事が出来るのがステップメールの強みです。

登録1日の人にはAというメルマガを。

登録2日目の人にはBというメルマガを。

登録3日目の人にはCというメルマガを。

..

..

このように、レベルに合わせて、話に合わせて、ステップメールを組む事が出来、途中で参加するということを防ぐ事が出来る訳です。

また、ステップメールを送る意味としては、まだあります。

ザイオンス効果という心理学の作用があるのですが、これは「接触頻度が多くなれば、人は好意を抱く」というもの。

このザイオンス効果の特徴的な例は、異性の人の例えが挙げられるかと思います。

芸人なんかで、「ビジュアルが強烈」でそのビジュアルを強みにしている芸人がいるかと思います。

そのビジュアルが一般的に不細工であったとして、最初に見たときは、「おお！！」とインパクトを感じ、賛否いろいろ分かれます。

中には不快感を表す人もいるでしょう。

しかし、テレビでよく見ていると、何だかインパクトとある顔が、逆に「愛おしく感じる」「見慣れてくる」と思える事があるかと思います。

それこそ、まさしくザイオンス効果です。

何度も何度も目にしているからこそ、好意を抱きはじめ、好感を抱く。

また別の例では、音楽などが挙げられるかもしれません。

とある新曲を聴いたときは、「そこまで好きじゃない」と感じていた。

でもU-SENなどで、よくお店の中で流れている。

そうして、何度も聞いているうちに、好きな曲に変わって行った。

「最初はそこまで良いとは思わなかったけど、聞いて行くと良い曲へ変わった」

そんな経験があるかと思いますが、これもザイオンス効果の恩恵です。

これらの効果を利用する為に、ステップメールを利用する訳です。

ステップメールの最終目的は、セールスをする事。

しかし、セールスをいきなり行なったとしても、購入してくれる確率はかなり低くなります。

あなたも、見ず知らずの人から「これ良いよ！」と言われただけで、買いませんよね。

その為に、ステップメールを経て、接触頻度を高め、購入してくれるに至るまで、信用残高を貯めて行くのです。

わずか1回の接触より、10回接触した人の方が
好感を持ってもらえる。

その為に、メルマガをステップメールで配信し、
毎日あなたの存在を認知してもらう。

そして、接触頻度が高まって行く内に、好感をも
ってもらえる。

その為にステップメールを利用する訳ですね。

更に、メルマガでステップメールを利用する利点は、まだあります。

メルマガで情報を配信し、日を迫うごとに読者は成長して行きます。

「どんな内容をメルマガで配信して行けば良いのか」

コチラに関しては別書で詳しく解説していきますが、基本的にメルマガは「価値ある情報」を配信して行きます。

読者の方は、あなたから配信される「価値ある情報」にしか、最初は興味を持っていない訳で、

どうしても良い内容を送っても、読者は読んでくれないからです。

ですから「価値ある情報」をメルマガで伝えて行く必要が出てくる訳ですが、

「価値ある情報」を伝えて行くと、当然それを読んでいる読者は成長して行きます。

ステップメールの利点は、「読者の成長を見届ける事が出来る」と「成長に合わせて配信内容を分ける事が出来る」ことにあります。

それぞれ具体的に解説していきます。

「読者の成長を見届ける事が出来る」

これは、当然初心者の方と、上級者の方との悩みは違います。

例えば、ネットビジネスの1つ。アフィリエイトを例にとったときに、

初心者の方は

「どうやってサイトを開設するのか。」

「ASPはどこが良いのか。どう登録するのか。」

こういった初歩的な部分が分からず、悩みの原因になります。

しかし、上級者の方の場合は、

「どうやってアクセスを集めるのか」

「どうやってLTVを高めるのか」

「広告運用をどうするか」

こういった部分に悩みを抱く訳です。

(これらの部分も別章で更に詳しく解説していきます。)

初心者と上級者とが、ごちゃまぜになってしまった場合、ターゲットがバラバラになってしまいます。

初心者の人に合わせすぎてしまうと、中級者や上級者は、全く面白みを感じなくなってしまいます。

逆に、中級者や上級者に合わせてしまうと、初心者の方は全く着いて来れない状態になってしまいます。

そう言った事が無い様に、ステップメールを駆使し、読者の方を成長させてあげて、

自動的に「中級者、上級者へ」ステップアップさせてあげるのです。

ステップメールにて、初心者の方の成長を促し、ステップメールを終えて通常配信のメルマガでは、

基礎が出来た中級者や上級者に向けてメルマガを配信出来る。

これが自動で出来るので、ステップメールが優秀である利点の1つでもある訳です。

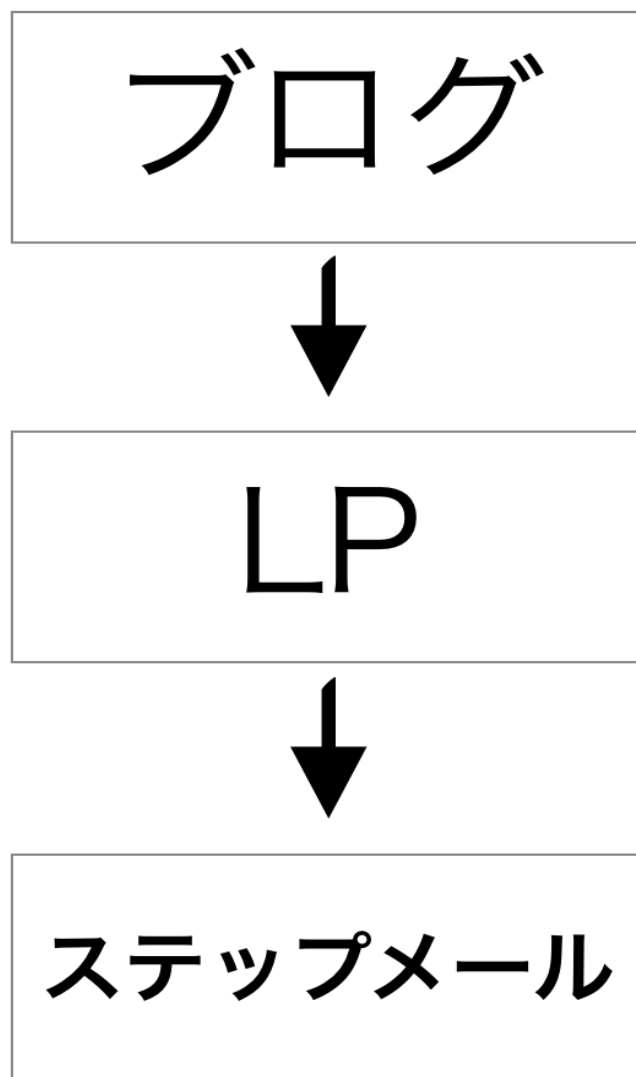
ステップメールの利点を挙げれば、それこそキリがなくなりますので、

これぐらいにしておきますが、覚えておいてほしいのは、

メルマガとは「セールスマン」であり、ステップメールとは「自動でセールスしてくれるもの」

これだけはしっかりと覚えて行っておいてほしいと思います。

今一度、自動化に必要な要素を見て行きましょう。



1,自動で集客する

2,自動で販売する

3,自動でフォローする

この3つです。

この図からも分かるように、「2,自動で販売する」という項目は、ステップメールの役割です。

(3,自動でフォローするという項目は、ある意味応用編となるので、別章で解説。)

ステップメールにて、自動で販売することが出来ても、販売するお客さんがいなければ、全く意味がありません。

つまり、ステップメールを読んでもらう読者が必要になる訳ですね。

その為に、集客する必要がある訳です。

この「自動で集客する」ために必要な仕組みが、「ブログ」「LP」の2つになります。

それぞれ見て行きましょう。

ブログで集客を自動化する

ブログの役割は、たった一つ。

見込み客を集める。メルマガの読者を集める。

=集客。

この為にブログを使います。

今や全世界の人が使うインターネット。

その検索エンジンの最大手がGoogleです。

少し前には、Yahoo!も独自のアルゴリズムによって、検索順位を表示していたのですが、

現在はGoogleのシステムを使い、Yahoo!も検索エンジンを運用しているので、

実質Googleに求められるブログこそ、検索エンジンで上位に表示される事になります。

では、ブログによってどのように集客する事が出来るのか。

例えば、あなたが、ダイエットに興味があるとします。

「絞まりある体つきにしたい」

「体重を落としたい」

そんな悩みを抱えていたときに、今ほとんどの人が「Googleで検索」します。

例えば、

「ダイエット 方法」であったり。

「ダイエット 食事」であったり。

「ダイエット 運動」であったり。

この様にGoogleで検索をして、ダイエットする為の情報をキャッチしようとする訳です。

ダイエットを紹介するブログならば、ダイエットに興味がありそうな人を集める。

ここまでがブログの役割です。

更にブログへ訪れたあなたは、「面白くてタメになる記事だなあ」と感じたとします。

そのブログに「ダイエットで私が痩せられた運動をメルマガでレクチャーします」といった文言を見つけたとします。

そしてメールアドレスを入力し、メルマガにてレクチャーを受ける。

メールアドレスを取得し、「リスト化する」
これこそがLPの役割です。

「ブログのみでは行けないのか。」

ここで「リストとしてメールアドレスを取得せず、ブログのみで販売すればいいのではないか。」

そう思う方もいるかもしれません。

実際、ブログアフィリエイトという手法もありますし、メルマガを利用せずに、ブログだけで集客と販売を完結させている方もいらっしゃいます。

しかし、「リストとしてメールアドレスを取得せず、ブログのみで販売すればいいのではないか。」

という問いに対しての答えは「ノー」です。

LPが無い場合だと、せっかくブログに訪れてくれた見込み客の人は「一見さん」となってしまいます。

しかし、LPがある場合で、リスト化出来た場合には、その人が仮にステップメールにて、

何も赤ってくれなかったとしても、再度コチラ側からアプローチする事ができます。

また、一度あなたから商品買ってくれて、満足してくれた場合「リピート」してくれる可能性も秘めています。

ですから、必ずリストをとっておくべきだ。と言える訳です。

もちろんブログにアフィリエイトリンクを貼り、ブログ内で販売する事も問題はないので、

慣れて来た場合は、ブログメルマガ両方で、紹介することは良いと思います。

ただ、ブログの目的の、第一優先は「読者を集める」に限ります。

少しまとめておくと、

ステップメールが「自動でセールスしてくれる」

↓

ステップメールで販売する為に、読者を集める必要がある。

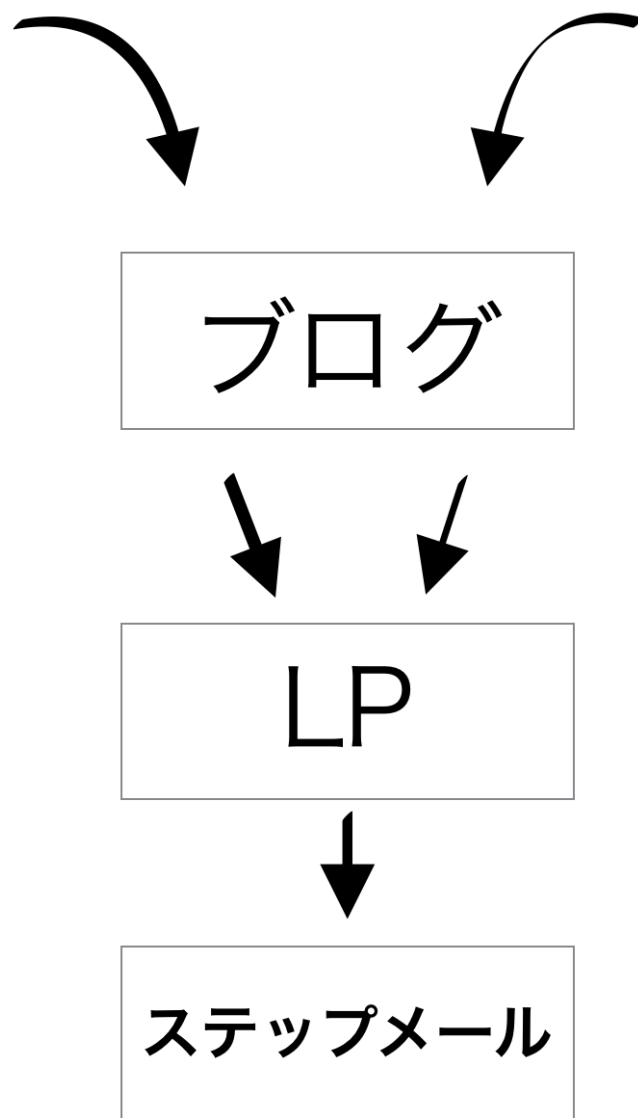
↓

読者を集める為に、LPを利用する。

↓

LPへアクセスを集める為に、ブログで見込み客を集める（アクセス）必要がある。

このような流れになります。



これを正しい順序で役割毎に見て行くと、

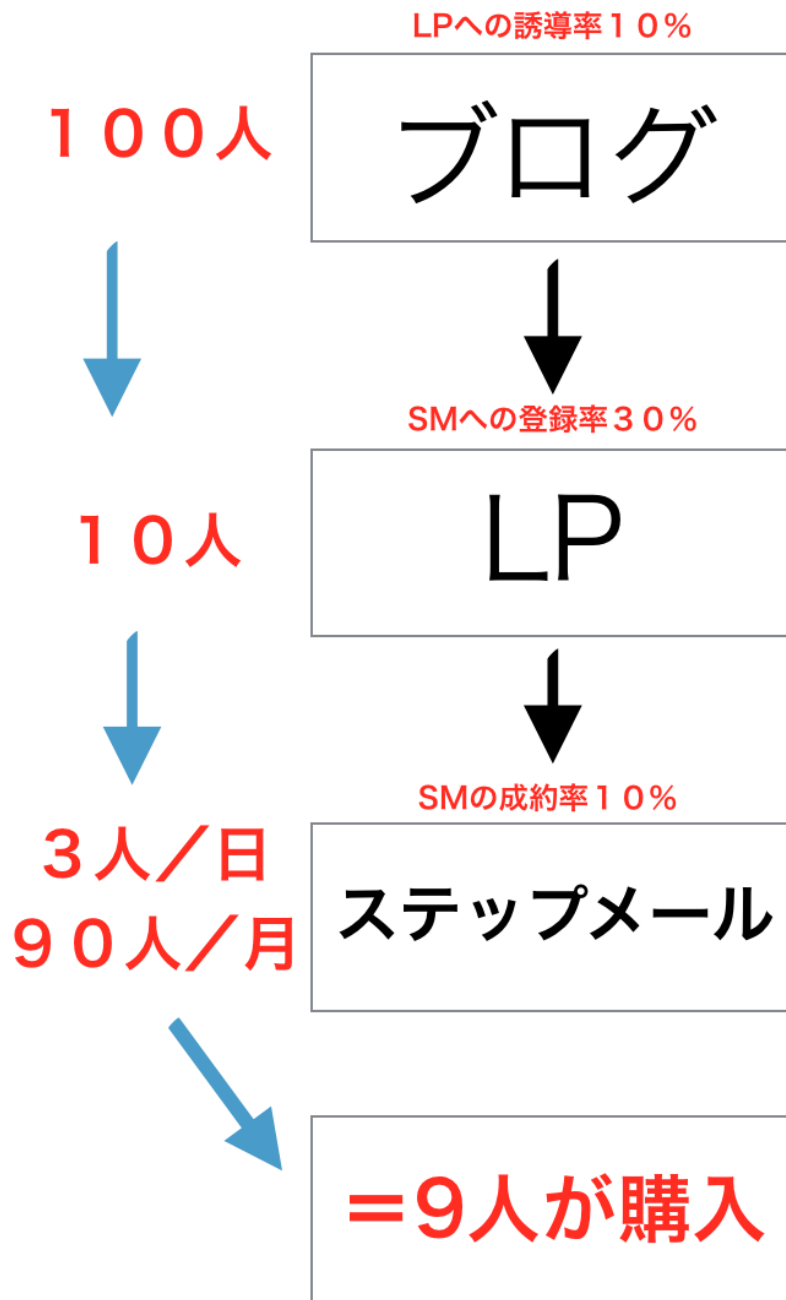
ブログ＝見込み客を集める。

LP＝見込み客をリスト（読者）に変える。

メルマガ＝ステップメールにて販売する。

この様になり、これがフリーオートの全体像となります。

もう少し分かりやすくする為に、次は具体的な数字を当て込み、計算してみます。



ブログからLPへの誘導率が10%

LPでのステップメールへの登録率が30%

ステップメールの成約率が10%

こうなった場合、

仮にブログに100人訪れたとすると、

10人がLPへ訪れてくれ、3人がメルマガに登録してくれる計算になります。

そしてステップメールでの成約率が10%だった場合に、

1ヶ月で9人の人が、あなたから商品を買ってくれる事になります。

仮に商品の値段が、

1万円ならば、月9万円。

3万円ならば、27万円。

5万円ならば、45万円。

それぞれが自動的に生まれる収益となります。

ですから、フリーオートの仕組みづくりは、この3つを作り出す所からスタートします。

そして全体像を作り上げてから、徐々に微調整を重ねて行き、

利益を最大化させる為に、様々な工夫を加えて行きます。

更にフリーオートの仕組みを上級者向けへ

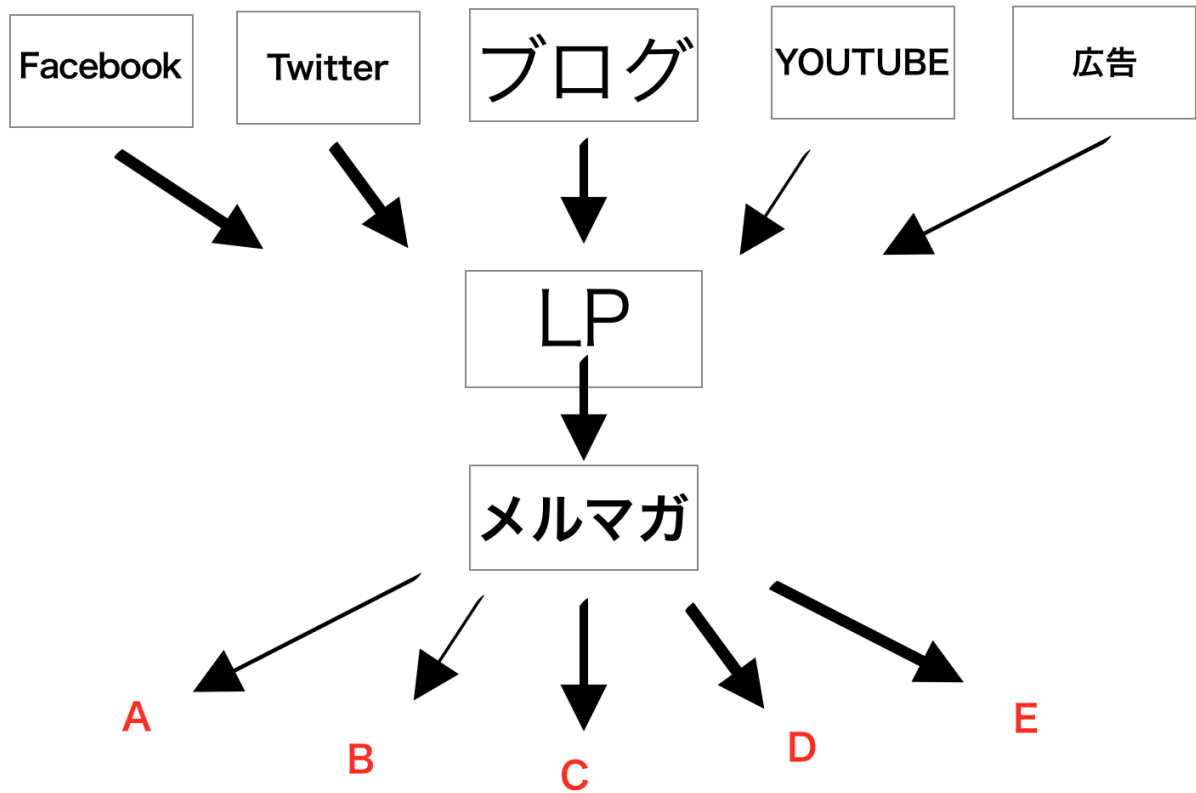
ここまで解説したブログ、LP、メルマガを使ったフリーオートの仕組みは、初心者向けの物です。

さらにここから複雑化させて行きます。

(最初は、シンプルな物を作って行き、そこから工夫を凝らして行けばいいので、焦らなくて大丈夫です。)

ここでは、複雑かさせた全体像を把握して行けば十分ですので、

まずは上級者向けのフリーオート仕組みを図解で解説して行きます。



上級者向けになると、このような仕組みになって行きます。

「自動で集客」という部分が、ブログだけではなく、

S N S系を含めた、Facebook、Twitter、YOUTUBE、その他広告などに増えます。

また、ステップメールを利用したメルマガも、シナリオが1つだけではなくなり、

Aシナリオ、Bシナリオ、Cシナリオ、Dシナリオ、Eシナリオと、

ドンドンと増えて行きます。

この様に複雑に仕組みが出来上がって行きます。

集客媒体を増やす必要性

最初はブログのみだった物が、Facebook、Twitter、youtube、広告など。

いろいろな集客媒体が増えて行った訳ですが、これらのsns系を利用する意味はたった一つです。

「集客するため」

この為に、sns系を活用していきます。

sns系では結構見られるのが「勧誘活動」だったりして、

「稼げる方法を知りたいければ、ダイレクトメッセージを下さい。」

そんな風にして、勧誘活動をしている方が結構Twitterとかには多いので、

少し「集客する」ということを誤解している方が

いるかもしれませんので、補足しておきます。

ボク自身はブログ単体のみで集客するのに事足りているのでsnsでの集客はほとんどしていませんが、それが故に解説しないのは如何なものかと思いますので解説していきます。

集客媒体を増やすと言っても、こういった「勧誘活動」をして下さい。という意味では決してありませんし、

そもそも、そんな事をして集まってくる人なんてたかが知れています。

無理矢理友達を誘ったり、勧誘活動をしたりと言った事で集客するのではなく、

きちんとsns上で価値を提供した上で、「必要であれば、力になる」というスタンスで、お客さんの方から、アクションしてもらう。

これこそがsnsを活用した、本当の集客です。

ですので、「変な勧誘」が、集客と勘違いした変

なメッセージをsns上で発信しない様にしてほしい
と思いますし、

そんな方法で集客など、今の時代出来ないに等しいので、辞めておいた方が無難です。

(snsの活用法は、別章で詳しく解説しますが、ここではsnsの概念を理解して頂ければと思います。)

では、なぜFacebook、Twitter、youtube、広告などといった集客媒体を増やして行くのか。

こちらですが、当然集客口が増えれば増えるほど、メルマガに登録してくれる人の数が増えるので、

収益も倍増して行きます。

その為に、集客口を増やす事はもちろんなのですが、実は別の所に、集客口を増やす本当の意図があります。

というのは、人は「帰属意識」という物が働きます。

要するに、慣れた場所に所属していたい。

慣れ親しんだコミュニティに属していたい。

そんな心地よい場所を求める意識の事を、帰属意識なんて読んだりするのですが、

簡単にいえば、「人それぞれ利用するsnsは違う」のです。

例えば、Facebookはやっているけど、Twitterはやっていない。

youtubeは見るけれど、TwitterやFacebookは見ない。

FacebookやTwitterは見ないけど、困ったときは

Googleで検索する。

こういったように、人は生活スタイルに合わせて、利用するsnsが違って来ます。

となると、Facebookを利用する人に対して、Twitterで集客しようとしても、あなたのメッセージは届かないのです。

これは逆もしかりで、Twitterしかやっていない人に対して、Facebookでメッセージを伝えても、届きません。

あなたの発信する情報を、まんべんなく伝える為に、集客媒体を増やして行くのです。

ですから、ブログの他に、FacebookやTwitter、youtubeといったsnsを利用して、集客経路を作って行くことが大切になってくる訳です。

最大のリスクヘッジに繋がる

また集客媒体を増やすということは、別の所にもメリットが存在します。

それは「リスクヘッジに繋がる」という部分。

ブログの場合、独自ドメインやレンタルサーバーを契約したら、サイトが吹っ飛ぶ。ということはほとんどありませんが、

snsの場合、規約に沿って運営していても、なにかしら知らず知らずのうちに、規約に反して、アカウントが無くなってしまう。

ということが起こる可能性があります。

仮に、Facebookのみで集客していたときに、Facebookのアカウントが凍結してしまった場合、

一気に収入が0円になり、稼ぎが無くなってしまいます。

一方で、FacebookとTwitterをやっていた場合、一方のFacebookが凍結したとしても、Twitterが残っているので、

収入が0になることはありません。

またTwitter上で、新しく作り直したFacebookアカウントを告知する事で、

1から作るよりも、早くアカウントを持ち直す事が出来たりします。

これはフリーオートの仕組み化の初心者編での、ブログだけではなく、メルマガもする。メルマガでもリストを取っておく。

ということにも通じる部分で、なにかあったときの為に、リスクを分配することで、リスクヘッジに備えておくことが大切なのです。

マインドシェアを奪う

これからフリーオートの仕組みを実際につけて行く訳ですが、マインドシェアを奪う事こそが、フリーオートで成功する鍵と言っても過言ではありません。

マインドシェアとは、人が生活する上で考えている割合の事。

テレビを見たり、ゲームをしたり、家族とご飯を食べたり。

人は色々なマインドシェアを割り振って、生活しています。

このマインドシェアを奪えれば奪えるほど、「あなたの情報を心待ちにしてくれている読者さん」が増えて行くということになります。

例えば、学生の頃の初恋の相手。

朝起きて学校に向かうときも。

お昼休みに初恋の人がいるクラスを通るときも。

部活中、走っているときも。

初恋の相手がずっと頭から離れず、ずっと思い焦がれていた。

なんて思い出はだれしにもあると思います。

これは初恋の相手が、自分のマインドシェアの全てを占めていた。という訳ですね。

そしてマインドシェアを全て恋人に奪われて行ったあなたは、ドンドンと好きになって行った事と思います。

このフリーオートでは、各媒体で「あなたが発信

して、その発信に共感してもらう」ことで、

メルマガやブログ、格s n sを見てもらえる訳ですが、

その影響力を高める為には「いかにマインドシェアを奪えるか」という部分が非常に大切になってくる訳です。

集客媒体を増やすという事は、この「マインドシェアを奪う」ということに繋がります。

仮に、好きな芸能人があなたにはいるとして。

その芸能人のTwitterもFacebookもyoutubeも見ている。

ふとテレビを見た瞬間にも、その芸能人が出演していた。

こうなると、スマホをいじっている間も、移動し

ているとき、何気なく見たsnsでも。

家に帰って来てから見たテレビでも。

その好きな芸能人のことを常に見ている事になるので、

おそらく「その芸能人の事を考えていない時間の方が少ない」

という状態になっている事でしょう。

また、これは、先ほど挙げたザイオンス効果にも繋がります。

接触頻度が高ければ高いほど、人は好感を抱く。

このザイオンス効果さえも、マインドシェアを奪う事で、高めて行く事が出来るのです。

人は帰属意識があり、「慣れ親しんだ物しか使い

たがらない」という習性があるので、

慣れ親しんだ物で、自分を考えてもらう（自分の意見）時間を奪うことができるので、

格集客媒体を増やして行くことが理想的と言えるのです。

少し集客媒体の上級者向けをまとめておくと、

集客媒体が増えると、当然より多く集客出来るようになる。

慣れ親しんだ物しか使わないので、
集客する読者に合わせて、媒体を使い分ける。

集客媒体を増やす事で、リスクヘッジに繋がる。

あなたの事を考えてもらう時間が増える
＝マインドシェアを奪える。

ステップメールのシナリオを増やす理由

では、続いての上級者向け編のメルマガのステップメールが

Aシナリオ

Bシナリオ

Cシナリオ

Dシナリオ

Eシナリオ

この様に分かれている理由を解説して行きます。

読者の事をステップメールやメルマガのときには、「リスト」と読んだりします。

人をリストと呼ぶのはどうなんだ？

なんて意見が、このときに飛び交うことなのですが、あえてここでは理解しやすいように、「リスト」という言葉をチョイスしますね。

このステップメールが流れるリストには、「濃い」「薄い」という物が存在します。

濃いというのは、いわゆるあなたの猛烈なファン。

薄いというのは、あまりファンではない状態のこと。

このステップメールでは、薄いファンから、濃いファンに変えて行き、いずれは商品を購入してくれる存在に、「気付き」を与えて行く訳ですが、

いずれにしても、「濃い薄い」が、分かれてしまいます。

その為に、濃いファンには→Aシナリオを

薄いファンには→Bシナリオを

と言ったように、ステップメールを使い分けるの

です。

また、ステップメールが流れて時間が経って行くと、

「購入者リスト」と「非購入者リスト」に分かれて行きます。

さて、ここで問題です。

どちらの方が手厚くする必要があるでしょうか？

..

..

..

それは当然「購入者リスト」ですね。

あなた言葉を信じ、あなたの慕ってくれた「購入者リスト」にこそ、力をより注ぐべきですし、

きちんとフォローをして行くべきです。

(当然、非購入者リストをないがしろにしろ。という意味ではありません。)

そうなると、当然「購入者リスト」と「非購入者リスト」に、送るメルマガは変わって来ます。

購入者リスト→Cシナリオを。

非購入者リスト→Dシナリオを。

このように分岐して行く訳です。

読者の属性

またこの上級者編では、ある程度規模が大きくなっているはず。

規模が大きくなっていると、いろいろな属性の人が集まって来ます。

例えば、女性と男性。

男性の登録者もいれば、女性の登録者もいることでしょう。

そして、女性と男性とでは、全く響く言葉が違って来ます。

この響く言葉が的を得ていなかった場合は、「ステップメールの成約率が10%だったのに、5%になった。3%になってしまった」

そんなケースが往々にしてあるので、属性を分け

てシナリオを変えるという風に仕組み化するので
す。

仮に、駅前で街頭演説をしている方が居たとして
も、ほとんどの方はスルーしてしまうでしょう。

そこで演説している方が、「短髪のスーツを着た
お兄さん！！」と、指摘されたら、

短髪でスーツを着ている男性の方は「え？オレの
事？」と、街頭演説をしている人の方を振り向く
でしょう。

また、小学生のときの授業なんかで、先生が生徒
に向かって「この問題分かる人ー？」と聞いて
も、

あまり多くの生徒は手を上げません。

しかし、「じゃあ、まいちゃん。この問題を答え
て」といわれれば、名指しされたまいちゃんは、
問題を答えるでしょう。

このように人というのは、基本的に自分のこと以外はスルーし、

「自分のこと以外気にしていません。」

しかし、もちろんのこと。

フリーオートを作って行くために、発進力を高め、あなたのメッセージを伝えて行かなければいけません。

あなたのメッセージをきちんと相手に届ける為に、その人を「特定」するように、メッセージを投げかける必要があるのです。

そして、その人を「特定」するように、メッセージを投げかける必要があるため、

「属性を分ける」必要があり、その為に、メルマガでのステップメールでシナリオを分ける必要が出てくるのです。

LTVが高まって行く

また、ステップメールのシナリオを分けていく必要性は、まだあります。

それが「LTV」が高まって行くということです。

再三出来てます、このLTVですが、今一度LTVを説明しておく、

L：ライフ

T：タイム

V：バリュー

いわゆるライフタイムバリューの略です。

ライフタイムバリューとは、生涯顧客単価のことで、生涯にわたってお客さんがいくら使ってくれたのかを、数値化した物が、LTVとなります。

少しややこしいので、簡単に具体的に解説しましょう。

仮にAというステップメールを作成し、1つの商品だけを販売していたとします。

これだけでひとまず、初心者編のフリーオートの仕組みは完成しますし、

ステップメールへドンドンと集客していくことで、売上げは伸びて行きます。

しかし、1つの商品を買った人。又は買わなかった人。

こういった方達は、「ステップメールの設定期間」が終わってしまうと、

「ほったらかし」の状態になってしまいます。

買わなかった人は、「買いたくない」と思って買

わなかったのではなく、「その時はタイミングが合わなかった」から買わなかったのかもしれませんが。

また、「買った人」であっても、更に利益を伸ばす為に、「新しい商品」の情報を欲しているかもしれません。

それぞれの属性に、もう1つ、もう2つと、売って行く商品を増やして行きます。

すると、これまで、お客さんは「最大1個」しか買うチャンスがなかったのに対して、

もう1つ、もう2つと、買ってくれる機会が増えます。

すると、集客する人数が変わらなくても、売上げは単純計算で、2倍、3倍と増えて行く事になります。

ですから、シナリオを増やして行くことで、LTVが高まり、利益が倍増して行くのです。

もちろんもう1つ、もう2つと、提案して行く商品は、読者にとって必要な物である必要があります。

例えば、ダイエットのブログを運営していて、ダイエットに興味がある人が、読者になってくれたケースの場合。

最初に、「食事制限」に関する商品を提案します。

もちろんダイエットには食事制限は大切な要素ですので、お客さんは満足してくれます。

そして更にお客さんに痩せて行ってもらう方法として、「自宅で運動出来る器具」を紹介します。

食事制限のみで、満足したお客さんは、買わなくても大丈夫ですし、

「更に痩せたい！」と願う人にとって、ダイエット器具はいい商品と言えるでしょう。

このケースの場合1つしかシナリオがなかったときは、「食事制限の為の商品」しか売ることが出来ませんでした。

しかし、「ダイエット器具」を紹介する。というシナリオを増やした事で、2つの商品が売れるチャンスが生まれます。

この様に、LTV（生涯顧客単価）を増やして行く為に、シナリオを増やして行く事が効果的になってくるのです。

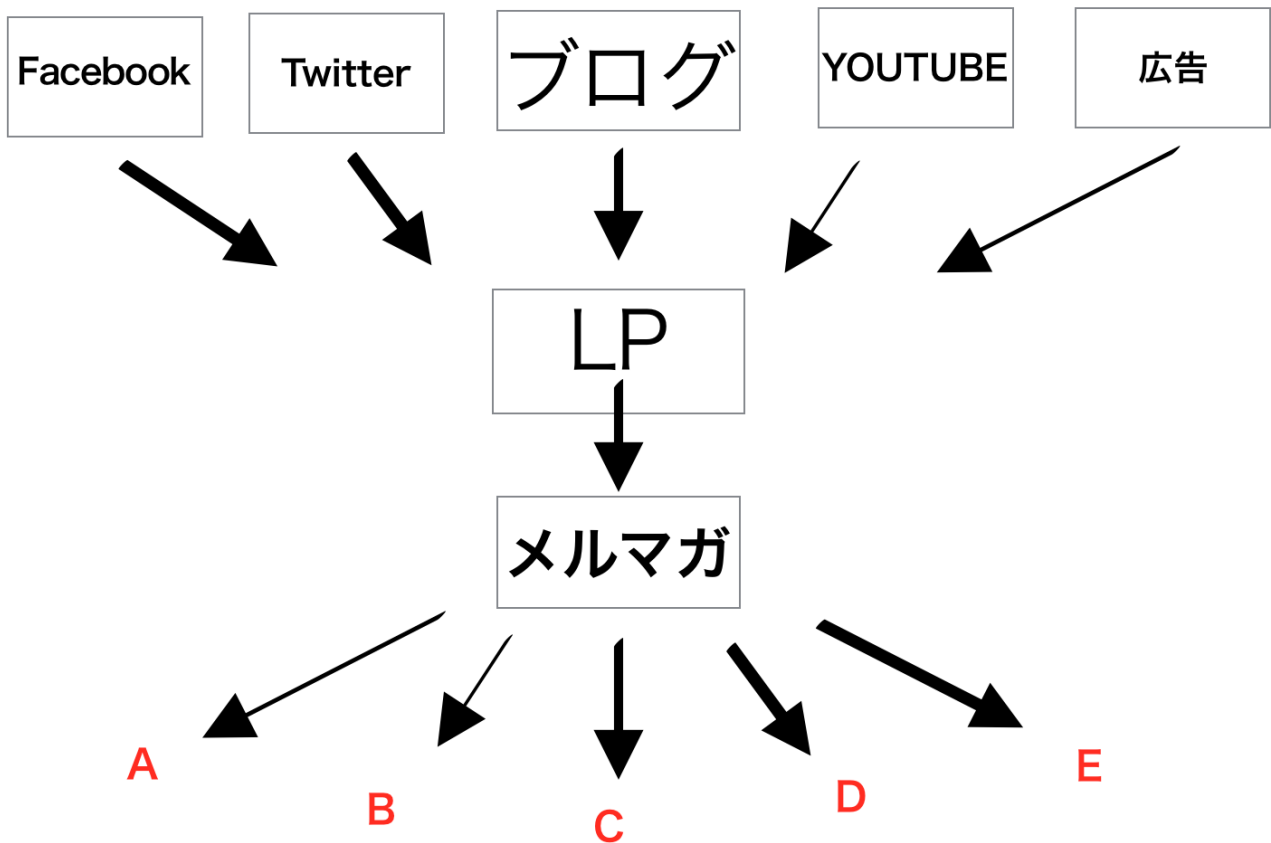
シナリオを増やす理由をまとめておくと、

濃いファンと薄いファンに分けられるので、メッセージを分けられる

属性を分けることで、メッセージ性を強める

LTVを高めて行ける。

ということが、シナリオを分けることの意味となります。



今一度、フリーオートの上級者向けの仕組みを見て行きましょう。

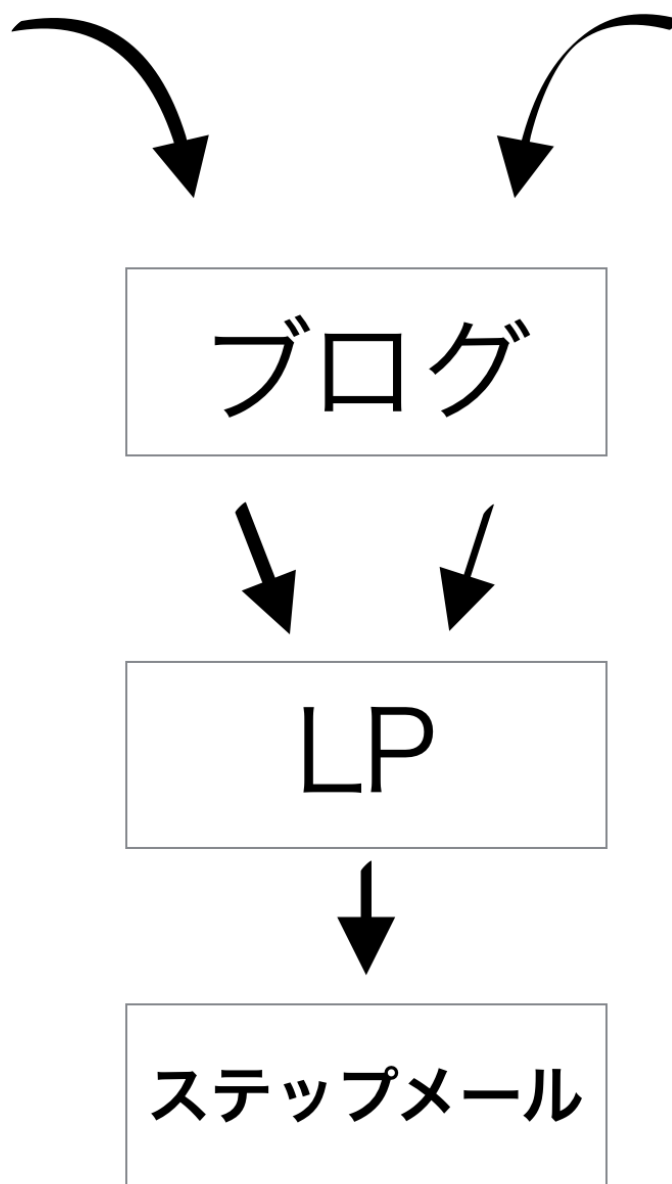
それぞれに役割があり、それぞれに目的があります。

集客媒体やリスト化媒体、販売媒体と、それぞれが上手く作用する事によって、

「自動で集客し、自動で販売されていく」という流れを上手く作る事が出来る訳です。

もちろんこれは上級者向けですので、最初からここまで作ろうとしなくても大丈夫です。

最初に提案する商品も、まずは1つからで十分で、後からBシナリオ、Cシナリオと追加して行って、上級者向けの仕組みを目指して行ってください。



初心者の方で、これからフリーオートを作っていくという方は、まずこの仕組みを作る所から始めてみてください。

「初速をつける」という意味ではsnsは効果的です

が、ボクの理念には合わないためさほど活動していません。

それでも問題なく集客することができています。

全ての基盤は、この「ブログ、LP、メルマガ（ステップメール）」から始まり、

後から付け加えて行く事で、複雑で行動な仕組みになって行きますので、

この3つからスタートして頂ければと思います。