

第3回

集客の自動化

集客は自動化した方がいいのではなく、しなくてはいけない

- ・多くの起業家は集客に大半の時間をかけてしまいがち。
- ・それで肝心なファンを作るための質の高いコンテンツ作りや、顧客のアフターフォローがおざなりになってしまったら本末転倒。
- ・→質の高いサービスを提供して顧客を喜ばせるには集客に手をかけなくていいように自動化し、それ以外に時間を割くことが必須！

結論 . . .

- ・ 集客は広告を使いましょう。
- ・ もちろん、
「1リストあたりの顧客単価の高い仕組み」が
できてる前提。
- ・ 顧客単価が高ければ、赤字になるリスクは
ほぼないので、いくらでも広告費をかけて
お客さんを集めることができる。

事例

- ・ **成約率5%**
- ・ **販売商品20万円**
- ・ 100人メルマガに登録したら、5人が20万円の商品を買ってくれる計算。 $5 \times 20 = 100$ 万円の売上
- ・ 顧客単価は、 $100 \text{万円} \div 100 \text{リスト} = 1 \text{万円}$
- ・ 仮に1リスト2000円の広告費で獲得できたとしたら・・・
- ・ $1 \text{万円} - 2000 \text{円} = 8000 \text{円}$
- ・ 1リスト取得できるごとに、8000円儲かる計算になる

無料で集客する意味

- ・ 多くの人「リスクがないから」と無料の集客だけやりがち。

でも、無料で集めようが、有料で集めようが、大事なものは商品が売れることであり、無料で集客しても売れなかったら儲からない。

- ・ 重要なのは何で集客するかじゃない。
大事なのはいかに客単価の高い仕組みを作るか。

集客＝アクセス集めじゃない

- ・ アクセスを集める（広告、SEO、SNSなんでも）
- ・ →LP（ランディングページ）に誘導しリスト化
- ・ →ステップメール（自動化が可能）でファン化
- ・ →セールス（セールスレター、ライブ、電話、対面）
- ・ →アフターフォロー→リピート

集客＝アクセス集めじゃない

- ・ 「ファン化」までして集客という考え方。
- ・ だから、コンテンツを充実させて、
いかに楽しませるか？がビジネス成功の秘訣。
- ・ でも、アクセスを集めるだけなら、
基本は広告をかければ済む話。

ネット広告のメリットは少額 からテストできること

- ・ 広告も少額からテストできるから、ぶっちゃけほとんどリスクはない。

1日1000円とかから始めて、売れると
わかってから広告費を上げれば良い。

- ・ 今ならSNS広告が全盛。

無料集客が悪なわけではない

- ・ ブログやYouTube動画もコツコツ作っていけば資産になる。
- ・ **ただ、最初から全部無料でやるうとするのは効率が悪い。**
- ・ 無料集客の最大のデメリットは成果が出るのに時間がかかることと、正確な効果測定ができないこと。
- ・ 今後はブログやSNS、YouTubeなどのメディア作りも、広告をかけてブーストをかけるのが主流になってくる。

仕組みを持ってる人が最強

インフルエンサーとか、ブロガーが流行ってる。
これからもっとどんどん増える。

が、満足する収入を稼げてるブロガーなんてほとんどいない。

→彼らに自分のメディアや商品を広告してもらえればWIN-WIN

僕らは彼らになるんじゃなくて、彼らを使う側になれば良い。