

情報発信ビジネス講座

3

初心者の情報発信ビジネスの課題を
微塵も気遣いせず話すだけ話した後で
一番現実的な解決方法をお話します

■これまでの復習

- ① 今、最も大きくなっている市場は間違いなく情報発信
- ② ・個人の要求に合わせた商品提案
・問題解決のために行動できる環境 この2つを情報発信は用意しやすい
- ③ その情報発信ビジネスの肝は「お客さんを理想の未来へ導くこと」
- ④ そのために自分がリーダーとしてお客さんを導く必要がある
- ⑤ だから、無料コンテンツを提供することが大事

総じて、情報発信で稼ぎたいのであれば無料情報を提供しましょう。というお話です。

■そうは言っても・・・

情報発信者はこの世にたくさんいる

⇒ ブロガー、Youtuber、ツイッターラー、メルマガ発行者、ウェビナー、etc.....

⇒ 個人、企業を含めたらその数は本当に数えきれない

⇒ 当然、大きなライバルはたくさんのお客さんを取り込んでいる

⇒ 登録者数 600万人の Youtubeチャンネル

⇒ 月間アクセス数 30万のブログ

⇒ フォロワー1万人のアカウント

何が言いたいのか？

⇒ **今から始めても、大してお客さんを集められないのではないか？**という懸念

■そうは言っても・・・

大企業の介入でインターネットはますます過酷に

⇒ 体力のある企業が広告費を大量にかけて集客をしている現状

⇒ 専門用語を使うと、**オークションマーケティング**

⇒ 検索上位表示、エンゲージメント、ページ誘導の数字を札束で殴り合って獲り合う

⇒ 大企業が台頭する市場では、個人が圧倒的に不利

⇒ 企業はゴリ押しで勝てるから

⇒ 個人事業主の土俵は狭くなる一方

今から始めても大して稼げないのではないか?という懸念

■ただそれは、このままの状態が続けば・・・の話

少なくともオークションマーケティングだけで生き残るのは難しくなっている

- ⇒ 広告費の高騰
- ⇒ 広告の資産構築性の低さ
- ⇒ 広告掲載審査の厳しさ(Google広告、Yahoo広告など)

Googleを中心にインターネットのマーケティングは変化

- ⇒ **お金を払っても検索上位は約束されない**
- ⇒ お客さんに価値のある情報を優先的に上位表示させる
- ⇒ お客さんとの関係性が商品成約に大きく関わる
- ⇒ ただなんとなく凄そうな商品は売れなくなっている(購入者の変化)
 - ⇒ **この人についていけば成功しそう。と思った人の商品が買われる**
 - ⇒ 商品力に依存した「大量集客 **×** 商品力」が限界

雑な大量集客ではなく丁寧に一人一人集める方法が好まれる

■ただそれは、このままの状態が続けば・・・の話

広告費をかけない情報発信者が大量集客している事例について

- ⇒ 登録者数 600万人の Youtubeチャンネル
- ⇒ 月間アクセス数 30万のブログ
- ⇒ フォロワー1万人のアカウント などなど、、、

※ 彼らはすべてのアクセスをマネタイズできているわけではない

- ⇒ むしろ穴がたくさんあると考えていい
- ⇒ 大量にアクセスがあっても収益に繋がってない場合が多い
- ⇒ 月間アクセス30万でも月収10万(アドセンスのみ)
- ⇒ Twitterで1万人にクラウドファンディングした結果、2000円

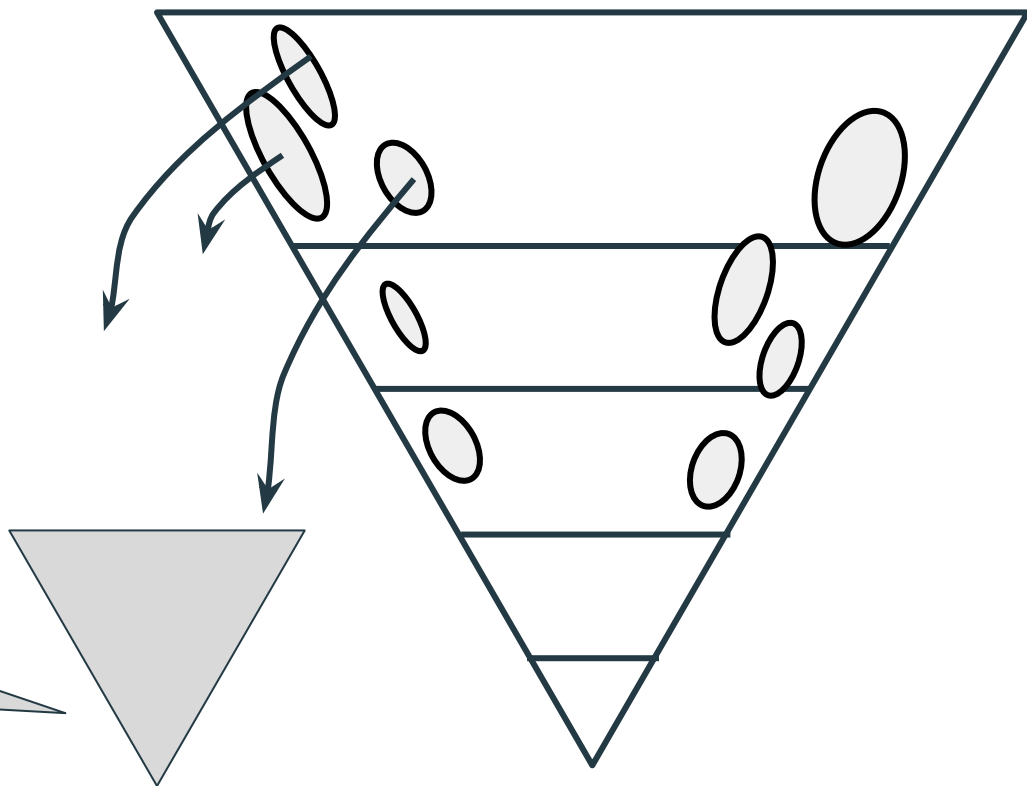
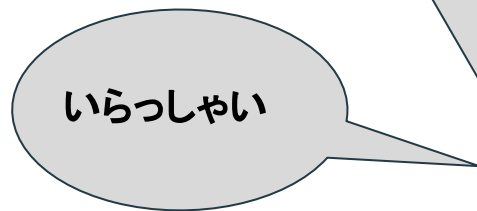
■なぜそんな結果になるのか？

⇒ 穴が多いから

⇒ 集めるだけ集めて販売に繋がらない
ケースが多い

⇒ 関係性が薄いので客離れも多い

巨大メディアの穴からこぼれたお客さんを
自分のメディアのなかに取り込む



⇒ 巨大メディアの穴が大きいので、今から始めても全然お客さんは集まる

■FRMという考え方

FRM = ファンレスポンスマーケティング

⇒ ファン(Fan, Fun)を作る

- ⇒ 面白い、勉強になる、といった情報発信者に向けた興味
- ⇒ 商品単体ではなく「情報発信者 ~~×~~ 商品」で販売する

■そもそも情報発信とは(講座2)

- ⇒ 「理想の未来に連れて行ってくれるリーダー」だとお客さんに認識させること
- ⇒ 発信者への興味が尽きればビジネスが成立しなくなる

■FRMという考え方

FRMの全体像

- ① 集客
- ② ファン化
- ③ 購入、リピート購入

⇒ リピートを実現させるだけですべてのビジネスにおいて売上が安定する

■FRMという考え方

FRMのカギになる要素

⇒ **ブランドのカ**

⇒ ブランドの無いビジネスは終わり

⇒ ブランドがあれば商品購入のハードルは極端に低い

お客さんに購入してもらうには無料の価値提供が重要(講義2)

⇒ とはいえ、「無料→有料」の突破は簡単じゃない

⇒ ブランドがあるとその壁を簡単に突破できる

⇒ リピート購入のハードルも圧倒的に低くなる

⇒ アップル製品がなぜ大量に売れるのか「アップルの商品だから」

⇒ ブランドがあることで購入のハードルは極限まで下がる

■ここまでをまとめると

- ① 今のビジネス(情報発信)では FRM の考え方がとても重要
 - ⇒ 大量広告費、大規模メディアに慢心したマーケティングは危険
 - ⇒ いくら集めようが関係性が薄ければ、吹いて飛ぶビジネス同然

- ② FRM って何だったか？
 - ⇒ お客さんをファンにしてリピート購入してもらう
 - ⇒ リピート購入できれば安定的に売上が立つ
 - ⇒ 新規集客に依存するのは効率が悪い

- ③ FRM で成功するカギは「ブランドを作ること」
 - ⇒ ブランドがあれば、集客も販売も困らなくなる
 - ⇒ 安定的に儲かる強力なビジネスに成長する

情報発信 × FRM

大量集客、大きな競合は全部思い込み
実際は自分が入り込める隙間だらけ

ファンを作れるスキルがあれば
善戦どころか圧勝する