



メールマーケティングマスター講座

MMC

Mail marketing Master Course

第7章

有料オファー戦略編

【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。

出来ない場合は最新の [Adobe Reader](#)（無料）をダウンロードしてください。

【著作権について】

本教材は、著作権法で保護されている著作物です。

使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

- 本教材の著作権は、著者である株式会社 CREA STYLE にあります。

著者の書面による事前許可なく、本教材の一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを固く禁じます。

- 本教材の一部、または全部をあらゆる手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど）により複製、流用および転載することを禁じます。

【使用許諾契約書】

本契約は、本教材をダウンロードした法人・個人（以下、甲とする）と株式会社 CREA STYLE（以下、乙とする）との間で合意した契約です。

本教材を甲が受けとることにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第1条 契約の目的

本契約は、本教材に含まれる情報を、本契約に基づき、甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第2条 禁止事項（第三者への公開の禁止）

本教材に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。

また、本教材の内容は秘匿性の高い内容であり、甲はその情報を乙の書面による事前許可なしでは、いかなる手段を用いたとしても第三者にも公開することを禁じます。

第3条 契約の解除

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第4条 損害賠償

甲が本契約の第2条の規定に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し違約金として、違反件数と販売価格を乗じたものの10倍の金額を支払うものとします。

第5条 その他

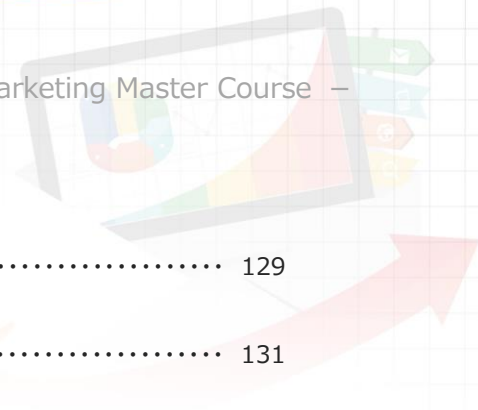
本教材に書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。

乙は甲の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。

また、本教材に沿って実行し、期待通りの効果を得ることができず、万一如何なる損益が生じた場合でも、乙は甲に対して責任を負わないものとします。

第7章 有料オファー戦略編 目次

有料オファー戦略概要	4
有料の商品を売るということ	4
セールスについて	8
セールスはあなたの仕事である	8
セールスをしていないから稼げない	10
引け目を感じるのは、オファーを隠そうとするから	11
“売る”のではなく、ただ“紹介”する	12
有料オファーの基本 – 3つのルールー	14
1. ターゲットに合っていないものは絶対にオファーしない	14
2. 1通のメールで売ろうとしない	16
3. 売れるものを売る	18
いきなり上を目指さず、着実にSTEPUPしよう	19
絶対に失敗しないセールス5STEP	21
STEP1：商品を決める	23
STEP2：販売戦略を立てる	25
STEP3：前振りをする	37
STEP4：セールス（オファー）する	41
STEP5：追撃をする	44
セールスメールバックナンバー	49
1通目：販売開始前日（前振り） 12月15日	50
2通目：販売開始日（初日） 12月16日	61
3通目：販売開始2日目（特典追加） 12月17日	74
4通目：販売開始3日目（先行販売終了前々日） 12月18日	96
5通目：先行販売終了日（特典削除） 12月20日	111
セールス後の重要な1通とは？	122
6通目：セールス終了後に送ったメール 12月22日	123
ダメ押しメールの間違った認識とは？	127
“ダメ押しメール”と名付けた意味	128



販売本数を自在にコントロールするために	129
購入者のクレームや返金率を極限まで下げる方法	131
2つ目以降の商品選定はどうすればよいか	134
成約率を劇的に上げるオプトインについて	137
オプトインに関する根本的な勘違い	139
有料オファー戦略まとめ	142

有料オファー戦略概要

この章では、有料の商品・サービスを売るための戦略、また、ノウハウやテクニックについてお話しします。

有料の商品やサービスがメールで売れるようになり、
自身の売り上げを自由にコントロール出来るようになることが MMC の最終目的となりますから、
この章に書かれている事が、ここまで学んできたことの総決算だと思ってお読みいただければと思います。

有料の商品を売るということ

さて、いきなりではありますが、
「有料の商品をメールで売ること」に関して、**最も大事なことを最初にお伝えしておきたい**と思います。

これは、今現在メルマガを使ってビジネスを行っている人のほとんどが、
“気付いていない”もしくは、“理解できていない”ことになりますので、
これを知っておくだけでも、他の人と比べて圧倒的優位に立つことが出来る大事なポイントです。

これからあなたがメルマガを使ってビジネスを行っていく上で、
必ず覚えておいていただきたいのが次の言葉です。

「メールを使ってモノを売る」のではなく、
「モノを売るためにメールを使っている」という意識を持つこと。

一見全く同じことを言っているように思えるかもしれませんが、

「メールを使ってモノを売る」ということと、
「モノを売るためにメールを使っている」ということは、実は全く違います。

これだけでは分かりづらいと思いますので、噛み砕いて説明します。

商品やサービスをオファーする際に、「メール（メルマガ）を使ってモノを売る」としか意識できない場合、メルマガの役割は、“読者に欲しいと思わせるためのツール”以上の物にはなりません。

耳障りの良い言葉を並べ立てたり、限定性や緊急性を強調し、いわゆる“煽るような表現”を多く用いて商品を販売したりする人がいますよね？

このように、「メール（メルマガ）を使ってモノを売る」という意識が先行してしまうと、“買わせるためのテクニック”や、“欲しくさせるためのギミック（仕掛け）”を追い求める形となり、モノを売るための本質からは大きく逸脱してしまいます。

メルマガを覚えようとする人の多くがライティングテクニックを知りたい、学びたいと思うのは、そういう観点しか持てないからです。

「売るためのメールが書ければ稼げる」と思ってしまう人ですね。
残念ながらこういった人のメルマガは“売れるメルマガ”にはなりません。

逆に、モノを売るための本質が理解できている人は、ライティングテクニックやギミックなどに頼る必要がありません。

実際、モノを売るためには、メール以外にもたくさんの手段がありますよね？

“対面販売”、“DM”、“電話営業”、“チラシ”、“ホームページ”等々、メルマガ以外の手段もいくらでもあるわけです。

その中で、物理的な問題やレバレッジの観点を総合的に考えると、メルマガという媒体を使うが一番効率的であるから、メルマガを使っているだけだということです。

商品売るために、本来は別にメールを使わなくても良いけれど、遠くに住んでいるお客様には直接会いに行けないし、一気に数千人、数万人に物を販売するためにはメルマガ以外の方法がないから、“たまたま”メールを使っている。ということです。

ですので、モノの売り方の考え方は対面販売などのリアルビジネスと全く同じだということになります。

例えば、あなたがデパートに洋服を買いに行ったとしましょう。

「このジャケットはいかがですか？非常に人気のアイテムなので、ラスト一点になります。」
と店員さんに言われ、「ラスト一点なら買っておこうかしら・・・」と、購入を決めたとしますよね。

そこで、次に入ってきたお客さんにもその店員さんが同じことを言って、
あなたが買ったものと同じジャケットをストックから持ってきて勧めていたらどうでしょうか？

「嘘付きやがって！フザケるな！」となるに決まっていますよね。

また、

「在庫処分セールで、本日限り50%OFFです！」と言われて買った商品が、
次の日も同じ金額で販売されていたらどう思うでしょうか？

2度とそのお店には行かないでおこうと思うところか、完全にクレーム物のお話ですよね。

でも、ネットビジネスの世界では似たようなことが平気で行われていると思いませんか？
当然、ネットだからと言ってそのようなことが許されるわけではありません。

先ほど説明したように、「メールを使ってモノを売る」という意識が先行してしまっている人は、
このようにリアルビジネスでは考えられないような異常なモノの売り方をしてしましますが、

「モノを売るためにメールを使っている（だけ）」という、本質の部分を意識出来ていれば、
絶対にそのようなセールスの仕方はしないはずです。

それが、最初に

「メールを使ってモノを売る」のではなく、
「モノを売るためにメールを使っている」という意識を持つこと。

この言葉を覚えておいてください。と言った理由です。

当然、これまでリアルビジネスでもネットビジネスでも販売の仕事をしたことがない方の場合、「モノの売り方の基本を守ろう」と言ってもイメージが付かないかもしれませんが、それはこれから MMC スクール期間を通してマニュアルとサポートでジックリとお教えしていきます。

私自身、リアルビジネスでは、これまで数万人の方に直接“接客”をしてきましたし、その中で、実際に3万人以上の方に商品を販売してきました。

商品が売れるパターン・売れないパターンは、それこそ数千・数万というケースを経験してきましたが、その成功パターンをメールに落とし込んでいけば良いだけの話ですので、難しいことはありません。

まずは、商品売るということの本質を理解して、それを表現するものが、たまたまメールであるという意識を持つことから始めましょう。

そうすることによって、テクニックに振り回されず、自然に良いセールスが出来るようになると思います。

ちなみに・・・、

「メールを使ってモノを売る」のではなく、
「モノを売るためにメールを使っている」という意識を持つこと。

という言葉は、私にメルマガを教えてくれた先生が常日頃言っていた言葉です。

私自身、これまでの十数年の販売経験と、メルマガを始めてからの成功要因を照らし合わせた時に、メルマガで成功するための秘訣は「この言葉に集約されている」と感じましたし、メルマガで成功するために一番大事なポイントは「この言葉以外にない」と思っていますので、是非、あなたも覚えておいていただければと思います。

もし、今すぐにイメージが湧かないという方がいても、将来絶対に腑に落ちる瞬間が来るはずですので。

セールスについて

これからメルマガを発行をしていくに当たり、当然ながら商品をセールスしていくことになります。

その商品とは、自社商品の場合もありますし、他社の商品のアフィリエイトをすることもあるでしょう。

前章で説明した無料オファーとの最大の違いは、「商品が有料であること」ですので、見込み客が“お金を払う”というハードルがあり、セールスではこのハードルを越えさせる必要があります。

「メルマガでセールスをする」ということに対し、引け目を感じてしまったり、中には嫌悪感を示す人がいるかもしれませんが、当然これは誤ったマインドとなります。

前章まででもお伝えしてきましたが、あなたがメルマガを発行する目的は、趣味でもボランティアでもなく、「報酬を得る」ことであり、行っている事はビジネスです。

唯一のキャッシュポイントである、“セールス”をしなければ報酬を得ることも出来ませんから、そう考えると、“セールス”のないメルマガはもはやビジネスと呼ぶことも出来ないでしょう。

ただし、当然正しくメルマガを運営していなければ、セールスは見込み客にとって“押し売り”にしかありませんので正しいオファーを覚えることが大前提です。

ここでは、最初に「正しいセールスとは何なのか」という考え方についていくつかお話していきます。

セールスはあなたの仕事である

あなたが今後メルマガを発行していく中で、「セールスはどのくらいの頻度でしていいものだろうか」という疑問が出ることもあるでしょう。

その問いに対して、有料商品オファーの頻度の基準としては、「毎日メルマガを発行をしているとしたら、月に1回程度でしょう」と私は答えます。

しかし、これはあくまでメルマガ読者の立場に立ち、リアルな現状を考えた上での答えに過ぎません。

ということかという、

ひと月の間に、2つも3つも教材や商品を紹介されて購入したとしても、
読者としては消化しきれないであろうから、月に1回程度にしましょう。ということです。

逆に言うと、

もし、同時に3つの商品を手にしたほうが読者にとって有益であると判断できるならば、
必ずしもセールスは月に1度ではなく3回行っても良いということになりますね。

例えば、あなたが“稼ぐ系のメルマガ”で読者に1つの教材を紹介するとして、
「その教材を実践するのであれば、テンプレートもツールも早めに購入したほうが絶対に稼ぎやすい」
と本気で思っているのなら、
「教材・テンプレート・ツール」を連続で紹介することも間違いではないということです。

まあ、商品を連続でオファーするというやり方はリスクもありますし、上級テクニックになりますので、
初めのうちからこの方法はとらないほうが良いでしょうが、考え方としては上記の通りだということです。

「買うか、買わないか」の最終的な判断は、読者が行います。

「読者にとって有益だ」と本気で思うのであれば、
私たちが何度セールスしても“押し売り”と捉えられることはないでしょう。
(もちろん、過度なオファーは嫌われますので、常識の範囲内でということです。)

当然、読者の立場に立たず、ただ「売りやすいから」、「稼げるから」という、
自分本位な考えのみでセールスをしていけば、読者はそれを見抜き離れていきます。

セールスすることに対して引け目を感じてしまう人の多くが、
上記のような自分本位な視点でセールスをしている場合が多いので、
その考え方を「読者視点」にシフトするだけでもセールスに対する罪悪感はなくなるはずです。

“セールスはあなたの仕事”ではありますが、
「セールスするものは、読者にとって有益なものだけ」と考えると気持ちよく行えるはずです。

セールスをしていないから稼げない

これは、既にメルマガを発行しているという方に向けてのお話になります。

メルマガというのは、正しく運営していれば自然と報酬が伸びてくるものです。

読者が増え、メールの精度が上がり、信頼関係が深まり、さらに実績が付き・・・、
そう考えると報酬が落ちてくるということはあまり考えにくいことなのですが、
中には、「メールを書けども書けども、報酬が全く伸びてこない」という方もいます。

この原因としてはいくつか考えられることがありますが、
主な要因として、「そもそもオファーをしていない」「オファーの回数が極端に少ない」ということがあります。

セールスすることに引け目を感じてしまったり、
売れないことやメルマガ解除されることを恐れてセールスが出来ない人にこの現象が起こります。

当然ですが、何かしらのセールス（オファー）をしないことには100%報酬は発生しませんので、
セールスをしないということは、“稼ぐ、稼がない”の問題以前のお話になります。

正しいセールスやオファーの仕方については、この後 MMC でジックリ学んでいただくとしても、
まずは「解除されたり、嫌われるのが怖くてセールス出来ない」というマインドはここで捨て去りましょう。

再度確認しますが、あなたがメルマガを発行する目的は「収益を上げる事」です。

収益を上げるためには、商品と見込み客（読者）が必要不可欠なわけですが、
セールス（オファー）を嫌がる人というのは、そもそもあなたの見込み客ではないということです。

これは非常に重要な考え方です。

商品を買ってくださる見込み客である読者（本当に大切な人）ではなく、
セールスを嫌がる読者（見込み客になり得ない人）に気を使ってしまいセールスが出来ないとすると、
それこそ本末転倒ではないでしょうか？

セールスを嫌がる“非見込み客”の方にはメルマガ解除されても全く問題ありません。
あなたが本当に大事にしなくてはいけないのは、そのような偽の読者ではないはずです。

引け目を感じるのは、オファーを隠そうとするから

もう一つ付け加えておきますと、オファーに引け目を感じてしまう人の多くが、読者にしっかりと“メルマガの目的”を伝えられていないということがあります。

マニュアルの別章でも、「メルマガの目的をしっかりと伝えましょう。」ということはお話ししましたが、「読者に嫌われてしまいそうで、なかなかセールスが出来ない・・・」と言っている人に限って、これが出来ていない人がほとんどです。

メルマガの目的というのは、人それぞれにはなりますが、共通しているのは「ビジネスとして行っているので、報酬を得ることが目的の一つである」ということ。

そうであるにも関わらず、

「全て無料で教えます」という言い方や、
「全くお金をかけずに学べます」という打ち出しで読者を集めてしまえば、矛盾が生まれて当然です。

あくまで、「メルマガ登録や購読は完全無料」だけれど、
「その中で、有益な情報や商品は有料の物も紹介します」ということは早い段階で伝えておくべきです。

極端な話、
「有益なものは有料の物も紹介しますので、必要だと感じたら是非買ってくださいね。」
とまで書いておいても良いでしょう。

最初から「モノを売ります」「有料のモノを紹介します」と断りを入れてあれば、メルマガを読み続ける人は“それを了承した人のみ”ということになりますから、これ以上商品売りやすい環境はありません。笑

上記のことをしっかりと守っておけば、

「全て無料で教えます」という言い方や、
「全くお金をかけずに学べます」という打ち出しで集めた読者に、
“騙し討ち”のような形でオファーする必要もありませんのでストレスなくメルマガを運営できることでしょう。

“売る”のではなく、ただ“紹介”する

メルマガで商品売る際の最大のコツがあるとしたら、
「売るのではなく、ただ紹介するという意識を持つ」ということでしょう。

例えば、

「どこか良い美容室がないかしら・・・」と美容室を探しているあなたの友人に、
自分が長年通っていて信頼できる美容室を紹介するということに抵抗を感じるのでしょうか？

「急に出張に行くことになったんだけど、〇〇駅の近くで安いホテルを知らない？」と聞いてきた友人に、
あなたがいつも利用している値段の割にグレードの高いビジネスホテルを紹介するのは悪でしょうか？

決してそんなことはないはずです。

そう考えれば、メルマガも同じですね。

- 英語を話したいと思っている人に、英語の教材を紹介する
- 在宅で収入を得たいと思っている人に、アフィリエイトの教材を紹介する
- 毎日健康で過ごしたいと思っている人に、サプリメントを紹介する

相手の悩みやニーズを把握したうえで、それを解決する手段を提案する。

これが、商品をセールスする際の最も基本的な考え方であり、
感謝されながら報酬を得るためのコツとも言えます。

先ほど、

「メールを使ってモノを売る」のではなく、「モノを売るためにメールを使っている」という意識を持つこと。
というお話をしたばかりですが、

「モノやサービスを必要としている人に、適したモノを紹介する。」
その手段として、「メールを使っているに過ぎない」と考えると、さらに分かりやすいかもしれませんね。

もし、セールスに引け目を感じてしまったり、“悪”だと感じるようなことがある方は、
「セールス＝報酬だけを目的とした行為」という認識が強すぎるのかもしれません。

セールスは、あなたが報酬を得るために行うものであるということは間違いないのですが、
あくまで、報酬は後から付いてくるものだと考えると良いでしょう。

読者が本当に必要としているモノ、自分が自信を持ってオススメ出来るモノを、
“紹介する”という意識でオファーしてみると、自然と大きな報酬が自分に返ってくるものです。

となれば、セールスする商品選定の判断材料は、
「読者にとって有益なモノであるかどうか」だけになると思いますので商品選定はカンタンですね。

有料オファーの基本 – 3つのルール

ここまでメルマガでセールスする際の考え方についてお話してきましたが、
「上記の考え方をさえ守っていれば、闇雲にセールスをして商品が売れる」というわけではありません。

これから少しずつ、セールのノウハウとテクニックについて解説していきますが、
まずは有料オファーの基本と、3つのルールを覚えておきましょう。

有料オファーの3つのルール

1. ターゲットに合っていないものは絶対にオファーしない
2. 1通のメールで売ろうとしない
3. 売れるものを売る

1. ターゲットに合っていないものは絶対にオファーしない

まず1つ目は、ここまでしつこくにお伝えしてきた内容と重複しますが、
「ターゲットの属性にマッチしていないものを紹介しないこと」に関しては有料オファーの際も同じです。

無料レポートや無料オファーなど、「お金を払うリスクがないもの」に関しては、
ターゲットの属性に合っていないものでも“間違っ”て成約するケースがありますが、
有料商品や有料サービスの場合は、まずあり得ません。

当然ですよ。

興味がないものや必要ないものに好んでお金を払う人などいるはずがありませんから、
そのようなオファーは“するだけ無駄”であり、あなたにとってデメリットしかありません。

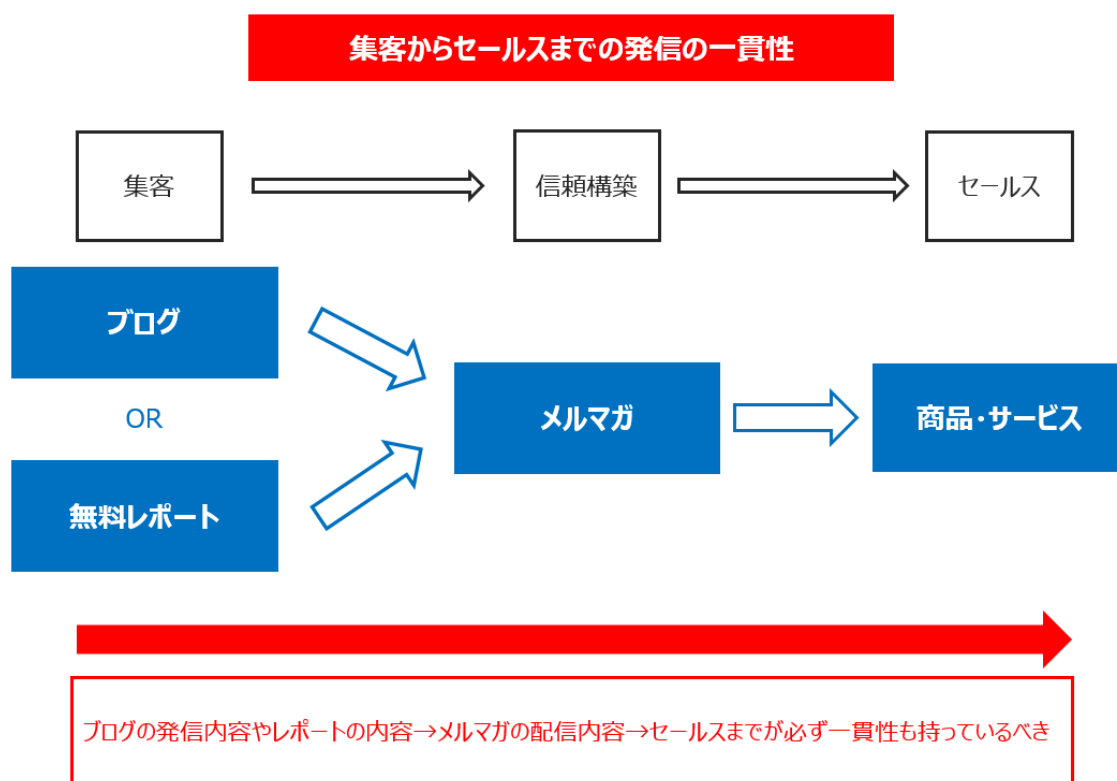
デメリットというのは、売れないものをオファーするためにかける“労力”や“時間”のことはもちろん、
オファーすることによって下がる読者の“信頼残高”もそれに当たります。

情報発信のブログを立ち上げる時や、無料レポートのネタを決める時に、あれだけターゲットについては考え抜いたはずなのに、いざオファーする商品を選ぶ段階になると、これを忘れ、ターゲットと売りたい商品がバラバラになってしまう人がいますが、再度、自分が情報を届けている人（メルマガ読者）のターゲットを再確認してみてください。

MMC では、ブログと無料レポートでメルマガの読者を集めますが、そうならば当然、ブログでの発信内容と無料レポートの内容もリンクしていなければなりませんし、ブログ、またはレポートの内容に興味を示した人に向けて、メルマガを書いていくことになります。

そして、メルマガでの発信内容と、紹介する商品は結びついていなければおかしいということです。

図で表すと以下のような流れになりますが、最初から最後まで一貫性を保つことが重要です。



これまで何度も繰り返しお伝えしてきたことなので問題ないかとは思いますが、紹介する商品の選定や、紹介すべきが悩む商品が出てきた際は、このことをもう一度思い出していただければと思います。

2. 1 通のメールで売ろうとしない

この 2 つ目の基本ルールも、
今後、メルマガでセールスをしていく上でずっと覚えておいていただきたい、重要なポイントになります。

メルマガで商品が売れない人の特徴として、“1 通のメールで売ろうとしている”傾向があります。

1 通メールを書いてオファーをしてみて、「全然反応がない・・・」とすぐに諦めてしまったり、
「この商品はうちの読者には合ってなかったようだから、別の商品を勧めてみよう。」というように。

最初に答えを言っておきますが、メルマガでのセールスというものは 1 通で行うものではありません。

自分自身が購入者の立場である時を考えてみるとすぐにわかると思いますが、
何の脈略も予告もなしに、いきなり「この商品は素晴らしいので買ってください！」と言われても、
よほどのことがない限り、商品の購入はしないのではないのでしょうか。

これは、なにも情報教材などに限らず、日常触れるあらゆる商品について同じことが言えると思います。

- その商品がどんなものであるのか
- 自分にとって必要なものであるのかどうか
- 周りの評判はどうなのか
- 実際に使用している人のレビューはどうか
- その金額を支払う価値があるのかどうか
- 同じような商品でもっと安いものはないだろうか

などなど、“商品を購入するまで”の間に、色々なことを“調査・比較・検討”し、購入を決めるはずです。

そう考えると、むしろ、たった 1、2 通のメールを送るだけで売れる方が珍しいと言えるかもしれません。

メルマガで商品を売るためには、

上記で挙げたような「購入を決定するために必要な情報」を、全て相手に伝える必要があります。

そうすると、1 通や 2 通では伝えきれるものではありませんから、
必然的に何通かのメールを通してセールスしていくことになるということがお分かりいただけると思います。

また、たった 1、2 通メールを送っただけでは商品は売れないということの理由はもう一つあります。

それは、「そもそも、読者は毎日メールを読んでいない。」ということです。

昨今、メール BOX を開けば大量のメルマガが届いている経験のある方がほとんどでしょうが、その、届いたメール全てを毎日読んでいる人などいないでしょう。

忙しい時であれば、メール BOX 自体を開かない日があってもおかしくありませんよね。

そのように、どれだけ価値のあるメルマガだとしても、
読者は“毎日欠かさずメールを読んでいるわけではない”ということをまずは意識しなくてははいけません。

私自身も、毎日大量のメルマガがメール BOX に届きますが、
「〇〇は本日で最終日です！」というタイトルのメールが気になって開いてみると、
「へえ、そんな商品を紹介してたんだ？知らなかった・・・」と、
そこで初めてセールスメールが来ていたことに気付くことも多々あります。

「最終日です！」というからには、何日間もオファーが来ていたのだと思いますが、
これが初日の 1 通しかオファーがなかったとしたら、完全に見過ごしていたはずですね。

このように、多くの読者というのは、
“そもそも、メールを読んでいない”場合がありますから、セールスに気付いてすらいけないのです。

売れる、売れないの問題の前に“読まれていない”という現象が起こり得るわけですから、
セールスする側としては、その点も考慮してメールを書かなくてはいけないということになりますね。

セールスをする時は 1 通のメールだけで売ろうとせず、何通かのメールを通してセールスすること。

この 2 つ目のルールもメルマガの基本となりますので、常に頭に入れておきましょう。

「何通、メールを書けばよいのか？」という部分や、「何を書けばよいのか？」ということに関しては、
商品のジャンルや価格帯によっても全く変わってきます。

当然、そういった戦略の面も、この後順にお伝えしていきますのでご安心ください。

3. 売れるものを売る

メルマガでオファーをする商品には、“自社商品”と“他社商品”がありますが、“他社商品”を紹介（アフィリエイト）して大きな報酬を得ようと思う場合の最大のコツが、「売れるものを売る」ということになります。

アフィリエイトをしたことがない方はイメージが付きにくいかもしれませんが、商品には“売れる商品”と“売れない商品”があります。

残念なことに、“売れない商品”はあなたがどれだけ頑張ってもメールを書いたとしても売れません。

極端な話をすれば、メールのライティングの良し悪し関係なく、“売れるもの”は勝手に売れていきますし、“売れない”ものは何通メールを書いても売れません。笑

また、「売れるものを売る」という理由はもう一つ、レバレッジの観点で見ても意味があります。

例えば、売れる商品を紹介するメールを1通書くのと、売れない商品を紹介するメールを1通書くのでは、それに要する“時間”と“労力”は全く変わらないはずですよね？

でも、売れる商品を紹介した場合の“報酬”が10万円。
売れない商品を紹介した場合の“報酬”が0円だったと仮定したら・・・、

同じ時間や労力に対して、報酬（成果）だけが大きく変わってくることになります。

これがレバレッジの観点から見た理由ですが、平たく言うと、「どうせ同じ手間をかけて作業するなら大きな報酬を得られる方を選びましょう」ということです。

「売れるものを売る」というのは、ビジネスの基本中の基本ですが、メルマガとなった途端この考え方を忘れてしまう方が多いので、このポイントも覚えておくの良いでしょう。

もちろん、「どんな商品が売れやすいのか」というお話は後ほどしていきますので、自分の発信するジャンルに置き換えて、販売（または紹介）する商品選定の参考にしてください。

いきなり上を目指さず、着実に STEPUP しよう

第 1 章で、あなたのメルマガ報酬額が決まる公式をお伝えしましたが覚えていらっしゃいますでしょうか？

メルマガ報酬を決める公式

$$\text{【メルマガ読者数】} \times \text{【成約率】} \times \text{【報酬単価】} = \text{【報酬】}$$

メルマガ報酬額の公式はこうなりますが、**これ以外に報酬を決める公式は“ない”わけ**です。

【報酬単価】に関しては、出来る限り高い報酬の商品を扱うということで容易に上げられますが、
【読者数】に関しては、少しずつ増えていくものですし、
【成約率】というのも、あなたのメルマガスキルの向上や、読者との信頼感関係によって変わります。

要するに、始めたばかりのメルマガ初心者が、

「いきなり大きな報酬額を得られるということはありません。」と認識しておいても良いでしょう。

成約率 10% で報酬単価 1 万円の商品が売れるとしても、

読者が 10 人しかいなければ、購入者は 1 名で報酬額は 1 万円にしかありませんよね？

ただし、これが、

読者が 100 人になれば、報酬額は 10 万円。

読者が 1,000 人になれば、報酬額は 100 万円になります。

そう考えるとどうでしょう。

逆に考えたとしたら、

「いきなり大きな報酬をあげることは不可能」だとしても、

「着実に実践を続けていけば、間違いなく報酬は伸びてくる」と言い換えられるのではないのでしょうか。

これから、あなたがメルマガで商品をオファーする際、
もしかすると、最初は全くもって反応が取れず、売り上げが上がらないかもしれません。

ただ、その時より読者を増やし、もう一度オファーしてみると、
今度はその中から1人でも購入してくださる方が現れるかもしれません。

その1人の方を大切にすることによって、あなた自身の評判が上がり、
次にオファーをした時には5人の方が購入してくださることもあるでしょう。

そのように、メルマガというのは少しずつ、ただし、着実に報酬が積みあがっていく特性があります。

ですので、もし最初のオファーで反応が取れなくても落ち込んだり、諦める必要は全くありません。

そんな時は、もう一度先ほどの公式を思い出し、自分自身の現状を考慮して、
【読者】を増やすべきなのか、【成約率】を上げる努力をすべきなのか冷静に考えてみましょう。

※ とはいえ、読者が500～1,000人を超すくらいまでは反応の見ようもありませんので、
他のことは何も考えずに【読者】を増やすことから始めていきましょう。

また、オファーする商品ですが、
基本的には、高額の商品よりも低額の商品の方が売れやすい傾向であることは間違いありません。

最初のオファーは5,000円～10,000円くらいの低額商品で練習してみて、
少しでも反応が読み取れるようになったら、10,000円～30,000円前後の商品、
更に成約率に自信が出てきたら、50,000円～数十万円の商品、というように、

オファーする商品の価格帯もSTEPUPしながら、実践していくのも良いでしょう。

最後に・・・、

「1度のオファーでいくつもの商品を同時に紹介せず、1つの商品に絞って紹介する」ということは、
これまで何度もお伝えしてきているため、3つのルールには敢えて入れませんでした、
これも信頼関係構築のために、当然大切なことですので、忘れずにおいていただければと思います。

絶対に失敗しないセールス5 STEP

いよいよ、この章の本題。

メルマガセールスノウハウの話に移っていきます。

メルマガでセールスする商品・サービスに関しては、

- 自社商品・サービス（自社コンテンツ販売）
- 他社商品・サービス（アフィリエイト）

がありますが、商品やサービスの概要が理解できている分、
比較的、自社商品・サービスの方がセールスはしやすいかもしれません。

自社の商品であるが故、他社の規約やルールに縛られることなく、
言葉は悪いですが、「好き勝手に」セールス出来るのが自社商品・サービスです。

逆に他社商品・サービス（アフィリエイト）の場合、
商品の特徴を理解する手間はもちろんのこと、他にも販売者の意向や販売元の規約、
他アフィリエイター（競合他社）との兼ね合いがあり、若干自社商品よりセールスしにくいと言えます。

ですので、マニュアルでは他社商品・サービスのセールスの仕方、
すなわちアフィリエイトのセールス手順を例に挙げながら解説していきたいと思います。

これをしっかりと理解していただければ、当然、そのまま自社商品に応用できる内容ですので、
自社商品・サービスを販売したい方も以下のノウハウをそのまま覚えていただければ大丈夫です。

※ 稀に、「自社商品は売れるんだけど、アフィリエイトしても全然売れない・・・」という方がいますが、
その場合は、ノウハウというよりも“メルマガ読者との関係性”という面が大きく関与しています。

両者において、ノウハウ自体が大幅に違うということではありませんので、
まずは以下のマニュアルのノウハウをしっかりと学び、どちらにも応用できるスキルを覚えていきましょう。

では、実際のセールス戦略の流れを見ていきましょう。

セールス・アフィリエイト戦略 5STEP

STEP 1. 商品を決める

STEP 2. 販売戦略を立てる

STEP 3. 前振りをする

STEP 4. セールス（オファー）する

STEP 5. 追撃をする

商品のセールスやアフィリエイトをする際に、

「何をどういう手順でやっていけば良いのか」ということに関しては、上記の 5 STEP が全てとなります。

どんな商品やサービスを扱う時も、この流れは変わらずに使えますが、
やることは 5 つしかないので、非常にシンプルですね。

シンプルなのですが、この流れの通りセールスを行うことによってしっかりと結果は出ます。

これから初めてメルマガを書く方にとっては、少し難しく感じる部分があるかもしれませんが、
時間がかかってもいいので、一つ一つ着実に進めていけば大丈夫です。

また、既に実践しているのに、まだメルマガで思うような結果の出ていない人は、多くの場合、
この手順のうちいずれかが抜けていたり、一つ一つのやり方を間違えている可能性が強いので、
STEP 1 ～STEP 5 までを、正しく覚えて再度実践していただくと結果が大きく変わってくると思います。

次から、順を追って各 STEP を詳しく解説していきますので、
実際にセールス（オファー）をする際には、しっかりとマニュアルに沿って進めていただければと思います。

STEP 1 : 商品を決める

セールスのファーストステップは、「セールスする商品を選ぶこと」から始まります。

情報発信のジャンルを決める際に、「“紹介する商品ありき”で決定しましょう」とお伝えしているので、既に最初にセールスする商品は決まっているはずですが、その商品が次の3つのポイントを満たしているか、再度確認してみてください。

セールスする商品は、

1. ターゲットに合ったものである
2. 報酬単価が高いものである
3. 売れる商品である

この3つのポイントを全て満たしている商品が好ましいと言えます。

そうですね、これまで何度かお話ししてきた内容になりますので繰り返し説明しませんが、3番目の【売れる商品である】ということに関してだけ、少し掘り下げて解説をしていきます。

売れる商品とは？

先ほど、セールスのルールの中でも、「売れるものを売る」ことが大切だとお伝えしましたが、では、実際に「売れる商品」とはどんなものなのかということが気になりますよね？

実は、「売れる商品」には共通した、以下の7つのポイントがあります。

このポイントのいずれかを満たしていたり、複数のポイントを同時に満たしている商品は、非常に売れやすいため、こういった商品を積極的に選ぶと良いのではないかと思います。

今回は、アフィリエイトの例を挙げて説明するので、情報教材の例を見ていきますが、情報教材やネットビジネスに限らず、同じことが言えるものがほとんどですので、情報教材をアフィリエイトしない方はご自分のジャンルに置き換えて見てみるようにしてください。

売れる商品の共通点

1. 新教材・新商品
2. 限定商品
3. 成約（CV）率の高い商品
4. 話題性・トレンド性のある商品
5. 王道商品
6. ロングセラー商品
7. セールスレターが分かりやすい商品

新教材やクローズド（限定）の案件は他の教材と比べると圧倒的にライバルが少なく、それほど強力な特典を用意しなくてもカンタンに売れていきますので狙い目です。

また、インフォトップなどの ASP では商品ごとの成約率が見られるようになっていきますので、目に見えて“売りやすい商品”が分かります。

各商品の成約率の見方や、“どの程度の成約率”があればオファーする商品として良いのかという基準値に関しては、【第 4 章 別冊：インフォトップ登録・操作マニュアル】で解説してありますので、そちらを必ず確認して“売りやすい商品”を選ぶようにしましょう。

また、トレンド性のある教材・商品は、ユーザーの関心度が非常に高く、こちらがさほど強くオファーしなくても勝手に売れる場合がありますし、ブログでレビューを書いておけば、検索エンジン経由での大きな売り上げも見込めます。

王道商品、ロングセラー商品は自身の特典次第で売り上げは大きく変わってきますが、やはり売れているものには“売れている理由”がありますので、訴求点さえ間違わなければ、下手な商品よりは絶対に売りやすいものとなります。

7つ目のポイントである、「セールスレターが分かりやすい」という観点については、自分自身が教材や商品を買うときのことを思い返すと分かりやすいと思いますが、

「結局のところ、何が学べるかわからない教材」や、「結局のところ、何が出来るかわからないツール」は欲しいと思えないはずです。

こちらが紹介する場合も、読者がそれを判断する箇所はセールスレター以外にありませんので、セールスレターを見た瞬間に明らかにクオリティが低いと分かるものや、読んでも内容が掴めないものは、紹介してもほとんど売れませんので紹介するだけ無意味です。

「売れる商品」には、以上のような 7 つのポイントがありますので、これを出来るだけ満たした商品を選ぶようにすると大きく失敗することが少ないと言えます。

それらを踏まえた上で、

1. ターゲットに合ったものである
2. 報酬単価が高いものである
3. 売れる商品である

この 3 点を満たした販売する【商品を決める】ことが、セールス 5 STEP のファーストステップとなります。

STEP 2 : 販売戦略を立てる

次は STEP 2。

ここで、【販売戦略】を立てます。

“戦略”と聞くと難しく感じるかもしれませんが、一度手順を覚えてしまえばどの商品を販売する際にも使えますし、何より、この戦略立案部分を飛ばしてしまえばセールスが成功しません。

メルマガで失敗する多くの方は、この手順を全く踏まずに、【商品決定】→【メールを書く】という流れで、いきなりオファーしてしまうので売れませんが、しっかりと販売戦略を立てられれば商品が売れないということはありませんので、是非マニュアルの通りに実践してみてください。



販売（アフィリエイト）する商品が決まったら、まずやるべきことは商品を理解することです。

- ・ 教材であれば、中身を全編通してしっかり読んでみる。
- ・ ツールであれば、実際に自分で使って操作感を確かめる。

私の場合は、

実際に自分の目で確かめたものや実践したことのある教材しか紹介しないと決めているので、この手順が必ず入りますが、ここが非常に大切なポイントだったりします。

やはり、自分で中身が分からないものは自信を持って読者の方へ勧められませんからね。

稀に、「紹介する教材は自分で買って見たほうが良いでしょうか？」という質問をいただきますが、お金や時間を惜しまず、中身をしっかり自分の目で確認することが、良いオファーをする一番の近道になると私は考えていますので、当然答えは YES ということになります。

これはもちろん、「ムリヤリにでも何かを買ったほうが良い。」と言っているわけではありませんが、自分自身が読者の立場に立って考えると、「勧めている本人が持ってもいないような商品をオススメだと言われても・・・」と思いますよね？

普通に考えると分かりやすいかもしれませんが、

食べたことのない料理を「おいしいよ！」と、人には勧めないように、
行ったこともない場所を「良い所だったよ！」と、人に勧めないように、

自分が持っていない教材、使ったことのないものは人に紹介出来ないのが当然だと思いますので、メルマガ発行者の立場としては、紹介する商品は“仕入れ”の感覚で手にしておくべきだと考えましょう。

※ 繰り返しますが、無理に新しく何かを買う必要があるということではありません。
まずは自分の持っている商品・教材から読者に紹介しても良いと思います。

話は逸れましたが、肝心の戦略部分の解説に入ります。

戦略と言っても、やることと言えば、決まったテンプレートに沿って必要項目を当て込んでいくだけです。そんなに難しいことではないので、一つ一つやっていきましょう。

1. 紹介する教材のターゲットを書き出していく

教材の中身を確認したら、

- ・ その教材を必要としている人はどんな人なのか？
- ・ その教材をどんな人に向けてお勧めしたいのか？

ということを書き出してみます。

一つの教材を出来るだけ多くの人に販売したいという気持ちが出るかもしれませんが、ターゲットは出来るだけ絞った方が良く、今回の教材を一番手にしてもらいたいのがどんな人か、というイメージをして決めてください。

例えば、サイトアフィリエイト初心者向けの教材をセールスする場合であれば、

【メインターゲット】

- サイトアフィリエイトを始めたばかりの人
- サイトアフィリエイトを実践しているが稼げていない人
- 長期的に稼げる資産サイトを作りたい人

このように、教材を購入してくれるかもしれない“見込み客”の特徴を挙げてみましょう。

上記で挙げたターゲットは、もちろんあなたの情報発信のターゲットとほとんど同じになるはずですが、ここではメルマガ読者の中でも“特にこの教材をお勧めしたい人”の特徴を挙げていきましょう。

ターゲットを書き出しておくと、後々非常にセールスが楽になります。

ここでしっかりとターゲット像を決めておけば、
これからのセールスメールは、“直接その人に向けて”語りかけるイメージで書くだけで良くなるからです。

2. ターゲットが抱える悩みを書き出していく

ターゲット像を書き出した後は、そのターゲットが抱えているであろう“今の悩み”を書き出していきます。

■ メインターゲットの悩み

- ・ どんな商品を扱っていいのか分からない
- ・ どうやってサイトを作っていいのかわからない
- ・ どの ASP に登録すればよいのか分からない
- ・ どんなジャンルが稼げるのか分からない
- ・ どの教材を選べばよいのか分からない
- ・ キーワード選定がちゃんとできない
- ・ サイトにアクセスが全然来ていない
- ・ 広告がクリックされない
- ・ SEO についての知識が足りない
- ・ 自分のサイトが上位表示しない

などなど、ターゲットが日頃悩んでいるだろうポイントをリサーチ（または予測）して、出来るだけ多く書き出してみましょう。

これからセールスのメールを書いていく際には、先ほど決めた“メインターゲット”に向けてメールを書いていくことになりますが、

ここで挙げた“悩み”を解決できるものが、この後紹介する商品だということに繋がりますから、ターゲットの悩みをしっかりと把握しておくことが大切です。

この悩みを、具体的に書き出しておけばおおよそ、ターゲットに響きやすい文章が書けるようになりますので、しっかりとピックアップしておきましょう。

ここまでの手順を行うことで、

あなたがこれから、「○○に悩んでいる、●●な人」に向けてメールを書いていけばよいということが、はっきりと見えてくるはずです。

3. 商品の詳細と強み・弱みを書き出していく

先ほどまでの手順で、「どんな人に向けてメールを書くのか？」が決まりましたので、次は、「どんな内容のメールを書くのか？」という部分に進んでいきます。

まずは、セールスしたい教材本編の内容やセールスレターを見ながら、商品の詳細とその商品の強み・弱みを箇条書きで書き出してみましょう。

商品詳細と言っても、「この教材はこんな内容だよ」と読者に伝えるためだけなので、カンタンなもので構いません。

【商品詳細】

サイトアフィリエイト初心者が楽しく実践を続け、3ヵ月で月収10万円を目指すための教材。

- 第1章 準備編（無料ブログの作り方・ASP登録マニュアル）
- 第2章 マインド編（サイトアフィリエイト実践の考え方）
- 第3章 ジャンル選定編（参入ジャンルの選び方・NGなジャンルについて）
- 第4章 キーワード選定編（アクセスを呼ぶためのキーワード）
- 第5章 ライティング編（成約させるためのライティングテクニック）
- 第6章 SEO編（上位表示させるためのリンクの送り方）

このような感じですね。

こうして一度書き出しておくことにより、メールを書く際に何度も何度も教材を開く必要もありませんし、メールを書く度にセールスレターを読み返さなくてはいけないという手間も省けますので、商品詳細（商品の特徴）は事前に書き出しておくのが効率的です。

※ これは自分用のメモとして使うものなので、セールスレターのコピペでも全く構いません。

また、商品詳細と同時に、教材の強み・弱みを書き出してみます。

これは、正確なレビューを読者に届けるためという意味もありますし、紹介の際に自分が付けるアフィリエイト特典を決める際にも役立ちます。

【商品の強み】

- 初心者にも分かりやすい、とても丁寧なマニュアルである
- PDF マニュアルに加え、動画講義で学べる
- 購入者限定のフォローアップメールも付属している
- 他のライバル実践者がやっていない SEO の手法が学べる
- 実際に稼いでいるサイトがデモサイトとして公開されている
- 稼げる商品のキーワードリストが貰える
- これまで多くの教材購入者が稼いでいる事から再現性の高さが分かる

など、教材の良い点を出来るだけ多く抜き出してみましょう。

良い点が多ければ多いほど、読者に紹介する際もお勧めしやすいと思いますが、毎回、その日の思い付きでメールを書くと支離滅裂なメールになってしまい、せっかくの教材の良さが読者にしっかりと伝わらない場合が多いです。

こうして教材の長所を事前に抜き出しておくことにより、

「まずはこの点に関して良さを伝えるメールを書いてみよう。」
「次の日はこの点に関して詳しく掘り下げて説明してみよう。」

というように、順序立ててメールを組み立てやすくなる分、しっかりと読者に伝わるようになります。

強みを書き出したら、逆に弱みの部分も考えてみましょう。

【商品の弱み】

- マニュアルのボリュームが多いため、消化しきれない人がある
- 販売者のサポート期間が30日間しかない
- SEO 対策のノウハウが有料でしか実践できないノウハウである
- キーワードリストだけをもらっても実践できない人がある
- ライティング編の部分の内容が他と比べると薄い

このように、弱みを書き出しておくことの意味は2通りあります。

1つは「メリットだけではなくデメリットもしっかりと読者に伝えることで、より信頼性が増す」ということ。
もう一つは、「教材の弱みとなる部分を自分の特典で補うことで売り上げが更に増す」ということです。

特典戦略に関しては、【第8章 特典戦略・リピーター戦略編マニュアル】で詳しく解説していますが、ここでは商品の強みとともに弱みもしっかりと把握しておく必要があるということだけ覚えておいてください。

4. 商品を手に入れた場合のベネフィット・手に入れなかった場合の損失を書き出す

“ベネフィット”という言葉については、これまで何度かマニュアルの中にも出てきましたが、カンタンに言う“利益”という意味で、「メリットの先にある未来」というイメージで捉えてください。

例えば、

何百万円もする【高級外車】を買う人は、“海外製で非常に丈夫である”という理由や、“時速300kmまでスピードが出せるから”という理由で高級外車を買うのではなく、

- 一種のステータスになるから
- 周りの人に羨望のまなざしで見られたいから
- 高級外車を乗り回すライフスタイルに憧れていたから

など、こういった理由で買う人の方が多いはずです。

この場合で言うと、

【商品のメリット】

- 海外製で非常に丈夫である
- 時速300kmまでスピードが出せる

【商品のベネフィット】

- ステータスになる
- 周りの人に羨ましがられる
- 求めているライフスタイルが手に入る

メリットとベネフィットの違いは上記のようになります。

先ほどまで例に挙げてきたサイトアフィリエイトの教材の場合も同じです。

- マニュアルが丁寧で分かりやすい
- メール講座でも学べる
- キーワードリストが貰える

などというのはメリットにしかならず、ここだけをどれだけ読者に伝えても商品は売れません。

ですので、より大事なのは“教材を手にした後のベネフィット”を伝える事。

- 多くのライバルが挫折していく中で、この教材を手に入れば一気にライバルに差を付けられる
- この教材で学べば、他のどの手法に取り組んだ時にも成功できる力が身に付く

といったように、比較的近い未来（ベネフィット）はもちろんのこと、

- 長期的に稼げるサイトを構築してしまえば、不労所得が手に入る
- 安定して収益の上がるサイトが出来れば、会社を辞めても自分の力で生きていける

など、大きなベネフィットを伝えても良いでしょう。

さらに、メリットから上手にベネフィットに繋げるテクニックも有効で、上記の例であれば、

ただ単に、「キーワードリストが貰えます。」という伝え方をするのではなく、
「稼げるキーワードリストが貰えるため、自分の貴重な時間を使ってキーワードを探す労力が省けます」

というように「○○によって●●が手に入ります。」というイメージで伝えるようにすると、
メリットだけを並べた時より、格段に読者の反応も上がります。

私がこれまで見てきた限り、メルマガセールスで稼げていない人というのは、
“ベネフィット”を伝えられず、“メリットや特徴だけ”をアピールしてセールスしている傾向がありますが、

セールスが成功するかどうかのポイントは、
「読者に“ベネフィット”がしっかりと伝えられるかどうかである。」ということを必ず覚えておいてください。

また、商品を手に入れた時のベネフィットと同時に、
「手に入れなかった場合に受ける損失」についても書き出しておくとい良いでしょう。

これはベネフィットとは逆のことを挙げておけばよいので、

- この教材を手に入れなければ、これまで通り稼げないアフィリエイトから抜け出せない
- いつまでも稼げないままサイトを作り続けても、時間だけが無駄になってしまう
- ○万円の投資をしないばかりに、将来の●●万円の利益を自ら放棄することになってしまう

などが「手に入れなかった場合に受ける損失」になります。

セールスの際に、これだけを強調して伝えてしまうと“煽る”ようなメルマガになってしまうので
その点は注意が必要ですが、セールスの中の一定のポイントで時折入れ込むと効果を発揮します。

5. 特典を決める

自社商品を販売する場合などは必要ありませんが、
他社の商品をアフィリエイトする場合は、“特典”を付ける場合が多くなります。

“特典”というのは、自分から商品を購入してくださった方へ渡す“オマケ”のようなものなので、
必ずしも用意しなければいけないというものではありませんが、
特典なしでアフィリエイトする場合と比べると、特典を付けることによって大きく売り上げは上がります。

特典の作り方や考え方、また、どのような特典を用意すれば読者の反応が上がるかということは、
こちら【第8章 特典戦略・リピーター戦略編マニュアル】で詳しく解説していきますので、
実際に特典を作成する際はそちらのマニュアルをご参照いただければと思いますが、
この段階で、戦略の一つとして“特典”に関しても決めておくということになります。

6. 販売スケジュールを立てる

販売戦略の最後の手順は、“販売スケジュールを立てる”ということになります。

多くのメルマガアフィリエイトは、セールスの際の販売スケジュールを立てていない場合がありますが、
物を販売するためのマーケティングの中では、当然やっておかなくてはならない工程になります。

アフィリエイトの際の販売スケジュールの立て方は、ある一定の決まりがあり、この決まりを覚えてしまえば、今後もそれをただ繰り返すだけになりますので是非覚えてしまいましょう。

メルマガでセールスをする際に、最も大切なのは「売れるときに売る」ということ。

先ほど、「1 通のメールで売るのではなく、何日かに渡ってセールスする」ということをお伝えしましたが、その“何日かに渡って”という中にも、“商品が売れやすい日と、売れにくい日”が存在します。

売れにくい日は、どれだけ頑張ってメールを書いても売れませんし、逆に言えば、“売れる日”に照準を合わせてその日だけ頑張れば良いということにもなるかもしれません。

これを知っておくことによって、日々の売り上げにモチベーションが左右されることもなくなりますし、かなり効率良くセールス（オファー）が出来るようになりますので、これからそれを解説していきます。

前章で、無料オファーが成約しやすい日について図解しましたが、無料案件と有料案件では売上推移に若干の違いがありますのでそこも正確に把握しておきましょう。

有料オファー成約数増減イメージ



成約件数と日数に関しては、例となりますが、有料オファーの場合基本的にこのような流れとなります。

まず、最も成約数が伸びるのが、

- 値上げ前日
- 販売終了日

これがほぼ同数で、

- 特典削除日

がこれに続きます。

基本的に販売開始日（セールス初日）というのは、思っているほど大きな売り上げにはならず、その後の“各イベント”のタイミングの方が売り上げは大きくなる傾向にあります。

※ 初日限定特典や先着特典を付けた場合は、初日から大きな売り上げを狙うことが可能です。

無料オファーの場合は、商品が無料であるという特性上、紹介する側も早い者勝ちで、初日の成約数が最も伸びるという話をしましたが、有料商品の場合はまた違うということですね。

こういった流れを加味し、「売れる日に売れるメールを書く」ということが大きな売り上げを効率良く上げるために必要となりますので、「どのタイミングで、どんな内容のメールを送るか」ということは、この時点で決めておくことになります。

セールスのオファーメールは、先ほど決めたターゲットに対して書いていくことになりますが、例えば上記のように売れるタイミングが分かれば、

- 初日 : 教材の良さを伝える
- 2日目 : 教材の再現性を伝える
- 3日目 : 自分の特典の価値について伝える
- 特典削除日 : 特典を手にしなないことのデメリットを伝える
- 5日目 : 教材のノウハウについて
- 6日目 : 教材の価値と値段のバランスの話
- 値上げ前日 : 値上がりすることと今が一番得であることを伝える
- 8日目 : もうすぐ販売が終了することを伝える
- 9日目 : 教材を手に入れないことのデメリットを伝える
- 販売終了日 : 販売終了の連絡と2度と手に入らないことを伝える

タイミングに合わせ、このような訴求を入れていくことも出来ますよね？

特典削除日に、「特典削除の連絡」をすることはもちろんですが、
そのさらに前日に、「自分の特典の価値」についてしっかり伝えておけば、
「特典を手に入りたい」と思う読者が増え、翌日の特典削除日に大きな売り上げが立ちます。

同じく、値上げ日にただ「値上げの連絡」をするのではなく、
その前日に「この教材のクオリティでこの値段は絶対にお買い得ですよ」と伝えておくことにより、
値上げ日の売上が最大化することに繋がります。

販売終了日に関しても同じことが言えますね。

重要なのは、「商品が売れる日」と「その理由」を把握しておき、
その日の売り上げが最大化するように他の日のメールで布石を打っておくことです。

これが出来るようになれば、比較的どんな商品でも自分自身で売り上げをコントロール出来ますので、是非このノウハウとテクニックは覚えておいていただくと良いかと思います。

以上がセールスの STEP 2【販売戦略】の立て方になりますが、最後に復習しておきます。

STEP 2【販売戦略を立てる】のまとめ

1. 紹介する教材のターゲットを書き出していく
2. ターゲットが抱える悩みを書き出していく
3. 商品の詳細と強み・弱みを書き出していく
4. 商品を手に入れた場合のベネフィット・手に入らなかった場合の損失を書き出す
5. 特典を決める
6. 販売スケジュールを立てる

この STEP はアウトプットが多くなりますのが事前に全て書き出すことによりメールが書きやすくなります。
全ての作業をメモ帳などで行ってもよいのですが、私はこれらの作業をマインドマップで行います。
※マインドマップで戦略を立てるやり方は、別動画の【セールスマップ作成動画】をご参照ください。

STEP 3 : 前振りをする

STEP 1 : 商品を決める

STEP 2 : 販売戦略を立てる

に続き、STEP 3 は【前振りをする】ということになります。

STEP 1 と 2 はセールスの準備でしたが、ここからが本番で実際のセールスメールを書くことになります。

セールスする商品が決まり、販売戦略を立てたらオファーのメールを送り始めることにはなりますが、いきなり商品の紹介やオファーをしてもほとんど商品は売れずに終わります。

商品をメルマガでセールス（アフィリエイト）する際、売れない原因というのはただ一つです。

それは、

「自分の読者がそれ（セールス）を求めている」

という要因です。

多くの人は、

「他でも売れているものだから売れるだろう」

「商品の価値が素晴らしいから売れるだろう」

という気持ちで商品を紹介（アフィリエイト）すると思いますが、

その前に、

「自分のメルマガ読者が、今、何を求めているか。」を把握できていないと商品は売れません。

例えば・・・、

リンゴが食べたいと思っている人に、タイミング良くリンゴを勧めれば、
高い確率で買ってもらえるというのはイメージが付きますよね。

ただしこの逆で、

リンゴが食べたいと思っている人にミカンを勧めてもなかなか売れないのも分かると思います。

たとえそのミカンがどれだけおいしく価値があるものであっても、要らないものは要らないんです。

実は、メルマガでのセールスもその状態と全く一緒です。

こちらがどれだけ素晴らしい商品だと強く勧めても、
読者がそれを求めているなければ結局その商品は売れないのです。

ですから、本来であれば、

“読者が求めているものだけを紹介する”というのが正解です。

“読者が求めているものだけを紹介する”なら、売れない理由の方が少ないと思いませんか？

そのような理由もあり、MMCのマニュアルではここまで徹底的にターゲットについてお話してきました。

「商品を購入してくれるターゲットを読者にする」ということが出来れば、
セールスは楽に行えますし、購入率も必然的に高くなって当然だからです。

ただし、読者が増えてくればくるほど“自分の意図したターゲット以外”の読者も増えてきますし、
いくらターゲットを決めたからとはいえ、そのような読者だけを完璧に集めるのは難しいですよ。

**そんな時に、「メルマガ読者があなたのオススメする商品を求めている状態」を
強制的に作り出せる、とっておきの方法が【前振りをする】ということになるわけです。**

オファーの前に必ず前振りをすることによって、

「メルマガ読者があなたのオススメする商品を求めている状態」を作りセールスが成功しやすくなります。

前振りの際に、一番意識しなくてはいけないのが、

あなたがこれからセールスする商品に【興味を持ち、必要性に気付いてもらう】ということ。

前振りをしている人の中でも多くの人がやり方を間違っているのですが、
前振りで伝えるべきことは商品の説明や特典の説明だけでは不十分です。

読者はどれだけ商品が素晴らしいものであろうが、多くの特典があろうが興味を持たないものなんです。

「それを手にした後、自分がどうなるのか？」

このようなベネフィットとメリットの提示がないと人の気持ちは絶対に動かないものですから、
前振りの際にはそういった点に注意して【興味を持ってもらう】ことを目的としてください。

読者は、商品に興味を持ち、必要性に気付くからこそ欲しくなるものなのですが、
しっかりとした興味付けをする前に商品自体のスペックを説明しても意味がありませんし、
必要だと思っていない人に対して、限定性や緊急性をアピールして煽っても売れるわけがありません。

- 商品の特徴
- 商品のスペック
- 商品の価格
- 商品の価値

このようなことを伝える前に、前振りの段階で、

- ☐ 読者の現状の問題点のあぶり出しをする
- ☐ その問題点を解決できたとしたらどのような未来が待っているか伝える
- ☐ 現状のままではいけないという現実を理解させる

こういったことをしっかりと伝え、

必ず【興味を持ち、必要性に気付いてもらう】ことから始めるべきだということを覚えておきましょう。

前振りのメールというのは、オファー前に送るものですが、
オファー前日（直前）に送る場合もありますし、事前に数日間かけて送る場合もあります。

私が通常、メルマガでセールスする時には、
以下のように、商品価格別に前振りとオファー日数の基準を決めています。

□ 商品の価格が1万円以下の場合

→ 当日、もしくは前日前振り、オファー期間は3日～7日間くらい

□ 商品の価格が1万～3万円の場合

→ 前振りに1日～3日間、オファー期間は3日～7日間くらい

□ 商品の価格が3万～数万円の場合

→ 前振りに3日～7日間、オファー期間は7日～10日間くらい

□ 商品の価格が10万以上の場合

→ 前振りに7日間、オファー自体も7日～14日間くらい

オファーの期間はどれだけ短くても3日間以上は取るようにしていますが、
これは読者との関係性や、メールの精度によっても変わってきますので、
セールスに慣れていないうちは、少なくとも7日間以上紹介を続けることを意識しましょう。

具体的にどういった内容の前振りメールを書けばよいのかということに関しては、
この後、私のメルマガセールス原稿を添付しておきますので、参考にいただければと思いますが、
メルマガでのセールスで最も大切なのは、この【前振り】であるということは今後ずっと意識してください。

どうやってオファーしようかな。
どういう誘導でクリックしてもらおうかな。

と、オファー日のメールを一生懸命考えてしまう人がいるかもしれませんが、
実際のところ、オファーの日のメールより圧倒的にこちら（前振り）のメールの方が重要です。

購入いただくことになる方の半数以上は、前振りの時点で買うか、買わないか決まっていますから。笑

STEP 4 : セールス（オファー）する

先ほど言った通り、前振りをしっかりと行った場合、
読者さんの大半はその時点で買うか、買わないか決まっていますから、オファーの日は、

「 お待たせしました。⇒ URL 」

極端に言うと、これだけで売れてしまいます。笑

といっても、購入見込み客の残り半数は、オファー日以降のメールで購入を決定しますし、
オファー当日のメールにも書き方のポイントがいくつかありますので、それを解説していきます。

オファー当日のメールのポイント

1. タイトルは開封してもらえる工夫を
2. 本題は早く切り出す
3. 最初のアフィリエイトリンクは前半に
4. アフィリエイトリンクを置きすぎない
5. 出口は一つに絞る
6. 特典は価値を伝える
7. セールスレターへの誘導が目的

オファー当日のメールの注意点を挙げるとすると以上の7点です。

注意点が多く感じるかもしれませんが、一つ一つは難しいことではありませんのでご安心ください。
とても単純でちょっとしたことではありますが、このポイントを意識するだけで成果が大きく変わってきます。

カンタンに一つずつ説明しますので、是非覚えておいてくださいね。

セールス以外のメルマガを送る際にも日頃からメールの“タイトル”というのは重要なポイントですが、セールス時のメルマガタイトルは、より重要であると言ってもよいでしょう。

オファーのメールが開かれず、メール BOX に埋もれてしまっただけ、どれだけ良いメールが書けても意味がありませんからね。

では、どんなタイトルなら読者に開いてもらえるのか、ということなのですが、ここで変に捻（ひね）ったり、余計なギミック（仕掛け）を使う必要はありません。

そもそも、MMC のノウハウでは、「前日までにしっかりと前振りのメールをしている」というのが大前提になってきますから、「読者はオファーのメールを待っている状態にある」と言うてもよいわけです。

そういったことを考えると、オファー当日のメールタイトルは

- お待たせしました。本日販売開始です！

というようなシンプル、かつ“オファーだと一目で分かるもの”で良いでしょう。

少しだけ捻るとした場合も、

- 昨日言っていたコレ、募集開始です。
- いよいよ販売開始。先着特典を必ず手に入れてくださいね！

この程度のもので良いと思われます。

余計なギミックを入れ、他のスパムメールの中に埋もれてしまっただけは逆効果になってしまいますからね。

本文に関してですが、オファー当日のメールは比較的軽めのもので構いません。

あまり長文になりすぎず、アフィリエイトリンクをクリックしてもらい、販売レターページへアクセスを誘導することを一番に意識しましょう。

オファー文面に力が入りすぎるあまり、長文になりすぎると途中で読者は離脱してしまいます。

そのため、基本的に1つ目のアフィリエイトリンクはなるべく早めの段階に持ってきた方が良いでしょう。

その上で、

- ☐ その商品はどんな商品か（簡潔に）
- ☐ どんな人に手にして欲しいか
- ☐ これを手にする、とどんな結果や未来が待っているか
- ☐ 自分から買ってくれた方への特典

といった内容を記載し、最後にもう一度アフィリエイトリンクを置くという流れがお勧めです。

また、オファー当日のメール内で“他の出口”や“選択肢”を与えることは基本 NG です。

“他の出口”や“選択肢”というのは、

- ☐ この教材で結果の出た実践者さんの声はコチラ → URL
- ☐ 販売者の●●さんについてはコチラのページで説明しています。 → URL

といったような、“販売レター以外へのリンク”のことです。

先ほども言いましたが、基本的にオファー当日のメールの最大の目的は
“販売レターへのアクセスを誘導すること”になりますので、
他の出口を与え、わざわざ離脱者を増やす意味はありません。

※ 別のリンクへ飛ばした後、読者は戻ってきてくれると思っている方もいるかもしれませんが、基本的に一度別のページへ飛んだら戻ってこない人の方が多いと考えたほうが良いです。

最後に、自分から購入いただく方に対しての特典ですが、
特典の詳細を前振り段階で伝えていけばこの日は復習に留まるだけでも良いですが、
オファー当日に初めて伝えるのであれば、しっかりと伝える必要があります。

特典を記載する際には、単なるタイトルの箇条書きだけではなく、
“一つ一つの特典の価値”を分かりやすく伝えるようにしましょう。

先ほど説明した通り、前振りの段階で“特典の価値”についても触れておくと、ここで生きてきます。

ということで、オファー当日のメールで気を付けるポイントを再度まとめると以下のようになります。

オファー当日のメールのポイント

1. タイトルは開封してもらえる工夫を（オファーだと分かるタイトルを）
2. 本題は早く切り出す（オファーを待っている人のために）
3. 最初のアフィリエイトリンクは前半に（離脱防止のため）
4. アフィリエイトリンクを置きすぎない（多くても2～3か所に留める）
5. 出口は一つに絞る（離脱すると戻ってこない）
6. 特典は価値を伝える（説明ではなく価値の提供）
7. セールスレターへの誘導が目的（細かいことは2日目以降でも良い）

以上がオファー当日のメールについてです。

STEP 5 : 追撃をする

セールス5 STEP の最後の STEP は【追撃をする】ということになります。

これまで何度も「セールスは1通のメールでするのではなく、何日かかけて行う」と言ってきましたが、販売開始翌日から販売終了までに出すメールのことを“追撃”と呼びます。

追撃は販売する商品のジャンルや金額にもよりますが、基本的にオファー後、数日～数週間に渡り行っていくものです。

私がアフィリエイトする際に大切だと思っているメールの順位は、

前振り > 追撃 > オファー初日

となり、この追撃メールの内容も売上本数を左右する大きな要因となります。

前振りメールの役割は、

- ☐ その商品の必要性を気付かせること
- ☐ 手にしてみたい、やってみたい、自分にも出来ると思わせること

になりますが、前振りの段階で購入を決断した方というのは、オファー初日で買う場合も多いですし、追撃でクドクド言わなくても、その後買ってくれる可能性が非常に高いと言えます。

そうすると、オファー翌日から送る追撃のメールの内容は決まってきますよね？

実は、追撃というのは、“まだ買っていない人”に向けて書くのではなく、
“まだ買う気がない”人にだけ向けて書いていけば良いということになります。

“まだ買っていない人”と“まだ買う気がない人”の違い。

この違いを理解しておくことが非常に重要です。

多くのメルマガ発行者は、

追撃の意味合いを、“まだ買っていない人”に向けてのものだと勘違いしているため、

「期間限定販売の為、早く買ったほうがいいです！」とか、

「先行価格は何日までですよ！」など・・・、

挙句の果てには、

「すぐに行動できない人はセンスがない」などといったことを書いてしまうわけなのですが。

追撃メールの役割は、限定性をアピールしたり、行動を煽ることではありません。

追撃メールの正しい意味は、

“まだ買う気がない人”を、“買う気にさせるため”のメールだということです。

ここを絶対に勘違いしないようにしましょう。

では、ここでいう“まだ買う気がない人”というのは、どんな人か分かりますでしょうか？

そうですね。

この時点で、買う気になっていない人というのは・・・、

「前振りが響いていない人」

ということになります。

前振りメールで伝えるべき内容は、

- ☐ その商品の必要性を気付かせること
- ☐ 手にしてみたい、やってみたい、自分にも出来ると思わせること

だとお伝えしてきましたが、

要するにこの時点で“買う気になっていない人”というのは上記のことがまだ伝わっていない人です。

だからこそ、オファー日以降の追撃のメールは、

様々な角度から“購入すべき理由”を伝えていくことが重要になります。

“様々な角度”というのは、例えば教材の場合であれば、

- 教材の中身・内容について
- 教材のボリュームや難易度について
- サポート体制について
- 教材に付随する特典について
- 教材購入者の声
- 教材実践者で結果が出た人の声
- 販売者の権威性・人柄
- 教材開発秘話

などなど、各要素のことを言います。

これらをオファー翌日のメール以降、順に伝えていくということになります。

当然、前振りまでに話していた内容と同じようなことを繰り返していても、既に響いている人にとってはしつこいだけですし、響いていない人にとっては同じく響きません。

追撃メールでは、前振りで伝えた内容と違う視点で伝えていかなくてはならないということです。

例えば、アフィリエイトの教材をオファーする場合で言うと、

- 前振りで「そのジャンルの市場の大きさ、稼ぎやすさ」をアピールしたのであれば、
- 追撃の1通目では「教材の内容の濃さ、丁寧さ」について話してみる
- 2通目では「教材の金額の安さ、価値」にフォーカスしてみる
- 3通目では「このノウハウを実践すればどのような結果が得られるか？」の話をしてみる
- 4通目では「自分が付けている特典の価値」について話をしてみる
- 5通目では「購入者の声」を記載して、別の角度からアピールしてみる
- 6通目では「実践者の実績」を並べて教材の再現性を伝える
- 7通目では「この教材を買わなかったらどうなるのか・・・」という危険性を伝える

などなど、例を挙げればキリがありませんが、
一つの教材に対し、それが持つ要素を分解して1通ずつ伝える。

これが【違う角度から攻める】ということです。

これまでの前振りが響いていない人に、
「別の視点で話しかける。」というイメージと思ってもらってもよいかもしれません。

多くのメルマガ発行者は「一つの教材に対し、一つの視点で延々と同じことを繰り返すだけ」なので、結局は“買う気がない人”を“買う気にさせる”ことが出来ませんが、

このように、毎日別の視点から様々な伝え方をすれば、
「昨日買わなかった人が今日買う気になった」ということが必然的に起こりますので、
結果、日々購入者が増えていくという現象が実際に起こります。

先ほども説明したように、オファー初日以降にもセールスの最中には様々なイベントがありますので、
そのイベントのタイミングに合わせ追撃をしっかりと送ることが大きな売り上げを上げるためのポイントです。

以上が、【絶対失敗しないセールス 5 STEP】となりますが、最後に復習として流れをまとめておきます。

セールス・アフィリエイト戦略 5STEP

STEP 1. 商品を決める

STEP 2. 販売戦略を立てる

STEP 3. 前振りをする

STEP 4. セールス（オファー）する

STEP 5. 追撃をする

この 5 STEP の手順は、アフィリエイトに限らず自社商品販売の際も全く同じ手順となりますし、一度覚えてしまえば、“あらゆる商品やサービス”をセールスする場合にも使えるものですので、是非この通り実践してみてください。

当マニュアルの 23P～48P が上記に当たりますので、一度読んで深く理解できない場合は、当該箇所を何度もお読みいただくことをお勧めします。

それでは、実際に私がオファーした際のメルマガ原稿バックナンバーを添付しておきますので、ここまで説明してきたことをどのようにセールスメールで活かしていくのかということを確認してみてください。

セールスメールバックナンバー

ここでは私自身が、GoogleAdSense で稼ぐための教材をセールスした時のバックナンバーを添付し、それぞれ簡単に解説していきますので、今後あなたがセールスメールを書く際の参考にしてください。

私のメルマガは、「トレンドアフィリエイト」や「サイトアフィリエイト」を実践している属性の読者が多く、日頃のメルマガではそういったノウハウを発信しているという前提で読んでみていただければと思います。

この時は【前振りのメールが1通】と【オファーのメールが4通】。

合わせて、たった5通のメールしか書いていませんが、100名以上の方にご購入いただき、売り上げで言うと1案件で120万円以上の報酬をいただいたときのバックナンバーになります。

毎月紹介報酬一覧

(2015年12月分)

注文ID キャンペーン広告名検索

カテゴリ すべて ▼ キャンペーン広告名 すべて ▼

絞り込み

	未払い報酬	支払済み報酬	合計
今月見込み報酬合計	—	—	1,212,400円
今月承認済み報酬合計	0円	1,212,400円	1,212,400円

<< 前月へ 翌月へ >>

CSV出力

<< 前へ 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 (107件中 101-107件目を表示)

注文ID	販売日時	カテゴリ / 成約ステップ	承認状態 メモ	見込み報酬額 承認済み報酬額
		キャンペーン広告名		
jcZHmTb4	2015-12-16 21:08:53	【有料商品】 / 初回支払	承認済み	11,200円
		【先行販売】 Google AdSense Master Club	-	11,200円
2m9B2Fou	2015-12-16 21:02:14	【有料商品】 / 初回支払	承認済み	11,200円
		【先行販売】 Google AdSense Master Club	-	11,200円
VgWhAWv2	2015-12-16 20:49:40	【有料商品】 / 初回支払	承認済み	11,200円
		【先行販売】 Google AdSense Master Club	-	11,200円
3oHKmd0b	2015-12-16 20:32:11	【有料商品】 / 初回支払	承認済み	11,200円
		【先行販売】 Google AdSense Master Club	-	11,200円
BmyzVOBI	2015-12-16 19:58:08	【有料商品】 / 初回支払	承認済み	11,200円
		【先行販売】 Google AdSense Master Club	-	11,200円
DE4hvO4F	2015-12-16 19:56:05	【有料商品】 / 初回支払	承認済み	11,200円
		【先行販売】 Google AdSense Master Club	-	11,200円
WWIYeUCv	2015-12-16 19:11:06	【有料商品】 / 初回支払	承認済み	11,200円
		【先行販売】 Google AdSense Master Club	-	11,200円

<< 前へ 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 (107件中 101-107件目を表示)

1 通目：販売開始前日（前振り） 1 2 月 1 5 日

【緊急予告】コレが今までなかったことが不思議

こんにちは、ともさんです。

今日は大事な連絡ですよ。
久々に、テンション上がってます。

このメルマガをお読みいただいている方なら、
お分かりいただけると思いますが、

私はメルマガを始めたずっと初期のころから、
トレンドアフィリエイトを勧めてきましたよね。

それこそ、2 年間は同じことを言い続けてきました。

トレンドで結果を出して、その後情報発信。

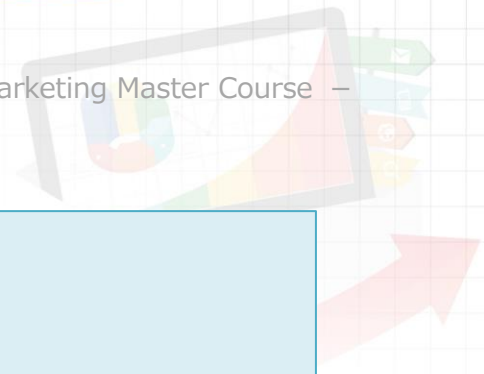
言い続けてただけあって、
この流れで大きく稼げるようになった読者さんが
たくさん出てきたこともうれしく思っています。

で、

そんな中、

『アフィリエイトは好き嫌いで手法を選んではダメですよ』

とも言い続けてきたのですが、



それでも、

『ペナルティが怖いし、出来ることならトレンドネタは扱いたくない』

『好きなことで無理なく続けられる手法はないかな・・・』

なんて思っている方もたくさんいると思いますし、

どうせやるんだったら、長期的に稼ぎ続けられる手法がいい。
と持っている方も多いのではないでしょうか？

■

☐ 〃 そんなノウハウが出ますよ。〃

自分の趣味だとか、

自分の勉強していること。

本業でやっているから詳しい業界のこと。

ただただ、興味があるもの。

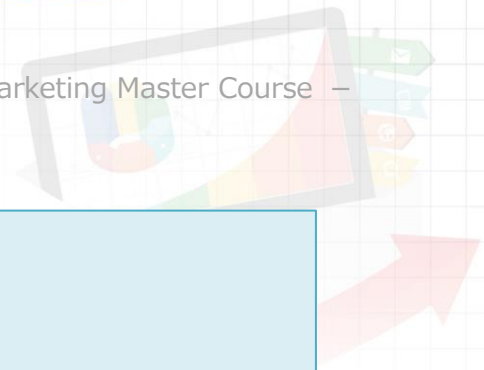
やっているスポーツのこと。

このように、

自分が興味があって、詳しいジャンルのことを
好き勝手書いていけば自然に稼げてしまう。

書けば書くだけ、報酬の柱が増え、
安定的に収入をもたらしてくれる。

そんなノウハウがあったら、
やってみたいと思いませんか？



トレンドアフィリエイトとは違うので、
トレンドのネタも扱わず。

サイトアフィリエイトのように
ASP で案件を扱っているネタだけに限定されず。

自分の趣味や、本当に好きなことだけの記事を書いていいとしたら、
記事の更新も苦にならず、飽きずにアフィリエイトを続けられると思いませんか？

『いやいや、そんなうまい話があったらやってみたいけど、
そんなノウハウ見たことないよ。笑』

という方がいるかもしれません。

そうなんです。

これまでは、そのような教材やノウハウが“存在しなかった”んです。

不思議ですね、

トレンドネタで稼ぐ下克上や、季節ネタで稼ぐ PRIDE。
また、物販に関してはルレアやアフィリエイトファクトリーなど。

それぞれ王道といわれる教材がありながら、

ジャンルやネタを選ばない超王道のアドセンス教材というのは皆無でしたから。

アドセンスが活躍するのは、
もちろんトレンドネタブログや、雑学系ブログ、イベント特化サイトではありません。

まさにオールジャンルで稼げる広告です。

今回、そんな“アドセンスで稼ぐための教材”の王道となるべく、ある教材が販売開始となります。

といいまして、

大々的に販売キャンペーンなどはやらず、ひっそりと一部の限られた範囲だけで先行公開となるのですが・・・

■

□ 結構無理言いましたよ・・・

トレンドアフィリエイトをやっている方なら、

【秀吉】さんの名前は知っているかと思いますが、今回のこの教材は私の友人である秀吉さんが作ったもので、

私もプロモーションに関して関与させていただきました。

特に価格と販売スケジュールの部分で・・・

もちろん、中身も全て見ましたが、メッチャ詳しく一から丁寧に教えてくれますし、かなり良い仕上がりになっているので中身は期待していただいて OK です。

というか、買っておいで損はない内容です。

ここは、私が口だしできる部分はなかったんですよ。

この教材の内容を理解すれば、本当に好きなジャンルで、興味があることの記事だけ書いてずっと稼ぎ続けることが出来ますからね。

気軽にできるところが最高だと思います。

で、ここからが本題。

教材が出来上がって、
秀吉さんから販売価格とスケジュールの案内が来た後のことです。

秀吉さん『ともさん、教材が出来上がりましたよ。●日から2万円位で販売しようと思っています。』

ともさん『お～！おめでとうございます！中身見ましたがいいですね、2万円の設定もちょうど良さそうです。』

ともさん『で、これを数日前から、先行販売させていただけますか？』

秀吉さん『？！』

ともさん『私の読者さんにだけ、数日間、安く紹介させてください。そのあと、一般販売しましょう』

秀吉さん『ええ・・・』

ともさん『で、私からの購入者さんは特単も付けれます・・・？』

秀吉さん『・・・特単ですか？』

ともさん『あ、あと、特典として配布するために対談とれますか？』

・
・
・

とまあ、自分でも“相当図々しいな”という提案をたくさんしたんです。笑

価格とスケジュールの部分に関与って・・・

ただ自分の読者さんをヒイキしてくれというだけのワガママ・・・

でも、その結果！

喜んでください。

このメルマガを読んでもらっている方には、

正規の価格よりかなり割引いた金額で購入いただけるよう、
秀吉さんからの許可が下りました！

さすがに、私だけというのはいろいろと問題があり、
数名のアフィリエイトが先行販売に関わりますが、

その数、日本中でたった 5 名。

これが、ひっそりと先行販売開始といった理由です。

教材に関しては、明日の夜 19:00 に販売開始ですが、

“5 日間だけ”このメルマガからなら割引価格で購入いただけます。

さらに今回は、秀吉さんとの仲のこともありますし、
先行販売期間のみの【オリジナル特典】も付けようと思います。

他の人に用意できないものを。

もちろん、必要な方、必要ない方がいると思いますが、
コレ、かなりいいので、絶対安いうちに手に入れておいた方がいいです。

教材の詳細や特典に関しては、
明日の 19:00 のメルマガをお待ちいただければと思いますが、
是非楽しみにしててください。

■ 追伸 1

私と秀吉さんを含め、日本中で 5 名のアフィリエイトだけしか
先行アフィリエイトはしません。

必然的に安く買うことが出来るラッキーな方は、
その 5 名の読者様だけとなります。

5 日間に限り、価格をかなり低めにしておりますし、
損はないかと思えますよ。

■ 追伸 2

と、ということはということかわかりますでしょうか？

買う人数がかなり限られる。

ということですね。

となれば・・・

その後、紹介する人も一気に増えず、

アフィリエイトもブルーオーシャン状態であるというわけです。

今回、この教材は、【購入者のみ限定】でアフィリエイト出来る様になりますが、
先ほど言ったように、私からの購入者さんは特単付けてもらえることになりました。

1 本売れるだけで、教材代の元がほぼ取れるように設定していますので、笑
仕入れとしても最高の教材だと思いますよ。

情報発信者は仕入れ必須ですね。

■ 追伸 3

上記の通り、“アドセンスで稼ぐための教材”ですので、どのジャンルをやられている方にも最適です。

教材は一からかなり丁寧に解説されているので、まったくの初心者である奥さんや家族に見せて、この通りに実践してくれ。と言ってあげば・・・

勝手にどんどん報酬の柱を増やすこともできますね。笑

■ 追伸 4

現状、アドセンスの王道教材が存在しないため、競合が全くおらず、長期的にかなり売りやすい教材になるはずです。

ブログやサイトで情報発信している人や、すでに何らかのメディアを持っている方にとっては最高ですね。

“アドセンスで稼ぐための教材”ですから、自分が運営しているサイトのジャンル問わず、

『趣味のメディアを作り、広告を貼るだけで副収入が得られます！』

と、この教材をメディアで紹介し、訪問してきた一般ユーザーに売ることにも可能だということです。

トレンドネタがどうこうとか、ASP で扱っている案件で売れそうなジャンルを選んで・・・

なんて細かい説明なしで、『興味があるネタで記事が書けます』と。

これだけの紹介で一般人にも勧めやすいので、これから始める初心者の方にもピッタリですね。

■ 追伸 5

最近下克上や PRIDE を買った方は、
無理に買う必要はないと思います。

じっくりとまずは今のノウハウに取り組んでみてください。

あまりにこちらの方が簡単そうだからって・・・
浮気しちゃダメですよ。笑

購入したくて迷ったら、
まずは私に連絡ください。
info@tomosan01.com

では、その他のご質問も何でもお受けしますので、
何かある方はいつでもどうぞ。

明日の 19 : 00 を楽しみにお待ちくださいね。
いつものように、先着特典も用意しようかと思っていますので。



以下、特電法に基づく表記など。（省略します。）

解説

これは販売前日の“前振りメール”になります。

私のメルマガでは日頃からトレンドアフィリエイトの情報を発信していますので、今回の教材も読者ターゲットにマッチしたものとなり、軽い前振りだけでも OK という感じでした。

日頃から、「稼ぐためには好き嫌いでノウハウを判断してはダメ。そこは仕事だと思って割り切りましょう」と言っているのですが、「そうは言っても、好きなことで稼げるならこれ以上良いことはないですね？」という訴求が出来たのが今回の教材でした。

「ペナルティは怖いし、出来る事ならトレンドネタは扱いたくない」
「好きなことで無理なく続けられる手法はないかな・・・」

といったように、“読者が抱えている潜在的な悩み”を実際に例に出し、
「そんなことを思っている人には最適な教材が出ますよ！」と伝えています。

この時点で、大半の人は「そんなノウハウ、待っていました！」となるわけです。笑

ただ、「そんなノウハウがあったら、もうやっているよ・・・」と思うかもしれない人に向けて、
「今まではそのような教材が存在しなかったから仕方がないけれど・・・」と、
過去にリリースされた教材名を挙げ、“今までのどの教材とも違う”ということを強調しています。

実際に教材名を挙げて違いを伝えることによって、
“その教材を既に持っている人でも新しい教材を買う理由”が出来ます。
(もちろん、他教材を批判する内容は NG です。)

ここをしっかりと伝えなくては、「以前買った教材と同じかも・・・」と思う方が出てくるため、
新しい教材の販売本数は伸びません。

また、メールの後半では教材販売者とのやり取りのエピソードを話しています。

一般的に良く言われることなのですが、こうして“教材開発秘話”や“販売の裏側の話”を伝えると、読者の反応が上がるという一つのテクニックがあります。

販売者のことを良く知らない場合などは、無理にこのような話は入れなくてもよいですが、他アフィリエイト（ライバル）との差別化にもなりますので入れられる場合は入れても良いでしょう。

読者からしてみても、販売者と知り合いということになれば、「変なものは紹介しないだろう」という心理が働き、安心感も出ますしね。

この時メールに書いた販売者とのやり取りは全て実際にあったことなのですが、「先行販売で安く買える」理由と経緯をハッキリと伝えるために、やり取りを公開したということです。

お読みいただくと気付くかと思いますが、この教材は「売れる商品」の特徴である、“限定要素”、“新作要素”を満たしている教材でしたので、ここをより強調する内容の前振りメールとなりました。

メールの最後では、「自分の特典に関しての前振り」も入れ、翌日のオファー時間に関してもしっかりと告知しています。（これが重要）

追伸では、購入者ターゲットの幅を広げるために、“実践者”だけではなく、“情報発信者”に向けて購入したほうが良い理由を伝えました。

この部分がないと、「自分はアドセンスをやらないから教材は必要ない」と思う方が出てくるため、「アドセンスを実践していなくてもメルマガで売る教材の仕入れとして買っておいた方が良い」と、メルマガアフィリエイトもターゲットとして引き込んでいるということです。
（最初のうちは難しいかもしれませんが、ここはあまり意識しなくてもよいですが・・・）

最後の最後で、“先着特典がある”ということに触れ、翌日のメールを即チェックする理由を付けて前振りは終了です。

2 通目：販売開始日（初日） 1 2 月 1 6 日

新アドセンス教材【販売開始】です！

こんにちは、ともさんです。

先日予告しました、
王道アドセンスの新教材が 1 9 : 0 0 より販売開始となります。

昨日よりお待ちいただいていた方々、
お待たせいたしました。

この教材は私の友人である秀吉さんという方が作った、
【アドセンス】で稼ぐための教材です。

自分の趣味、興味があること、好きなスポーツ、育児のこと、
本業の仕事関連のこと・・・

作るブログやサイトの種類は何でも OK !

アドセンスの稼ぎやすさが最強である理由は、
【どんなジャンルでも稼げる】ということ。

ネタの鮮度や、ASP 案件のあるなし、
検索ボリュームが何件ないといけない・・・

今回のノウハウは、
それら細かいことは気にする必要がありません。

私がこれまで紹介してきた下克上・PRIDE。

最近人気のある、ブロガーズ。

これらのノウハウもちろん素晴らしいですが、

- ・ トrendネタを扱う
 - ・ 季節ネタを扱う
 - ・ Yahoo！ ラーニングポータルや雑誌から
- 今後アクセスが来るであろうネタを選出し先に仕掛ける

いわゆる、

ネタ選定（参入するジャンル）に関して、

若干なりとも“嗅覚”や“センス”が必要となるノウハウが主流でした。

“誰にでも出来る”はずなのに、
出来ない人がいるとしたら・・・、この部分になるでしょう。

今回の Google AdSense Master Club は、
完全にニュートラルな立場でネタ選定が出来るので、

ここは難しくありません。

これまで、ネタ選定や毎日のネタ探しに挫折してしまった方でも
カンタンにクリアできるでしょう。

必要なのは、【継続すること】だけです。

当然、これは他の教材でも必要なことですので、
デメリットと呼ぶものではありませんが、
継続できない人は購入しないほうが良いと思います。

とにかく私がとやかく言うほど、
悩んで買うような教材ではありませんので、

- 実践の主軸教材として手に入りたい方
- 売りやすい商品を手したいアフィリエイターの方
- 今の報酬とまた別の柱を手軽に構築したい方
- 楽しく続けられる手法を探していた方
- 再現性の高いノウハウを求めている方
- 毎日忙しくてトレンドネタを追うのが厳しい方
- 3か月後にアクセスが来るネタで・・・といわれてもそれを考えるのが苦痛の方
- 情報発信のネタとしてやりやすいノウハウを探している方
- 無属性の人に売れる教材を探している方

これらのどれかに当てはまる方は、
必ず手に入れておいてくださいね。

先行販売は、たった 5 日間しかありませんので。

Google Adsense Master Club ご購入はコチラ

↓ ↓ ↓ ↓ ↓

<http://hitp.biz/l/c/MeKLfpKI/mwV2YImW>

※レターは仮ですが、秀吉さんの思いは伝わりますよ。

さて、今回。

この教材に一つ弱点があるとしたら、

サイト作成が Wordpress ではなく、
サイト作成ツールを推奨して動画解説しているところ。

これは単に、秀吉さんが普段 Wordpress を使わずに、
サイト作成ソフトを使ってメディアを作っているからという理由なのですが・・・

やはり Wordpress や無料ブログに慣れている方は、
そちらで出来ないのか？ということが気になりますよね？

結論から言うと、
Wordpress でも、無料ブログでもどちらでブログを作っていただいても
全く変わらずこのノウハウは実践できます。（秀吉さんに確認済み）

ですので、

シリウスなどを持っている方はサイト作成ツールで HTML サイトを。
ブログに慣れている人は、Wordpress や無料ブログで実践を。

どちらでも好きな方で全く構いませんので、
そのあたりは深く気にせずやってください。

※Wordpress でやりたいけど、設定が分からないという方のために、
私の方で特典として Wordpress 設定マニュアル（サーバー・ドメインこみ）
を用意しますのでご安心を。

では、恒例の特典コーナーです。

特典 1

★ 秀吉 × ともさん スペシャル対談動画

Google Adsense Master Club の著者である秀吉さんと、
私の対談動画となります。（顔は出ていません）

音声でなく、動画としたところに意味があるのですが、
この対談はよくあるような

- ☐ ●●さんがブレイクしたきっかけは？
- ☐ アフィリエイトで稼げる人と稼げない人の違いは？

といったような内容で終わる、くだらない音声対談ではなく、

- ズバリ！秀吉さんが200万稼いでいた時にやっていたネタは？
- 200万円を達成した当時、どのくらいのブログ数を運営していた？
- 当時、一つのネタで100万円稼いでいた人はどんなネタを扱っていた？

といったような知る人の少ないアドセンス業界情報や、

- 教材の中で『ここだけは必ず何度も見て理解してくれ！』というポイントはどこか？
- アドセンスで稼ぐための資産ブログを作るとしたらどんなネタがオススメか？
- その中で、ぶっちゃけ秀吉さんの的にどれが一番オススメか？ その理由も・・・
- その後、物販につなげるとしたらどんなネタがオススメか

という【暴露ネタ】に関する箇所に関しては、
秀吉さん自ら、参考となるサイトを画面上に写し、
それを見ながら解説してくれています。

そのような感じの対談ですので、
これを見て細かい気付きを見つけるだけで、
今後のあなたの報酬がグッと変わってくるのは間違いありませんね。

あ、あと、この対談の中では、
これまで誰にも教えたことがないのですが、
実は私が、2年間以上放置していて、その期間中数十万アクセスを
集め続けてきているブログのネタに関しても、ついつい漏らしてしまっています・・・

これは私が一番初めにアドセンス申請をしたときのブログなので、
たった10記事だけのブログとなります・・・

たった10記事、2年間以上放置でこれだけのアクセスが来たら、
結構ラッキーじゃないですか？
このネタと、ネタ元を知ってしまえば、いろいろとアイデアが沸きまくると思いますよ。笑

特典 2（※先行販売時限定特典）

★ 秀吉さん×ともさん 対面コンサル&懇親会参加権利

今回の教材は、秀吉さんのネットビジネスに対する考えから、
購入者限定で各地で懇親会が行われます。

実際にメールだけのやり取りではなく、
実際に会い、一言直接話だけで一気にブレイクするキッカケが掴めるのが
懇親会のいいところですね。

で、

今回は、

私からの購入者の方に限って、
その合同懇親会とは“別”に、対面コンサル会を開いていただくことにしました。

もちろん私も行きますので、
2人 対 あなた でなんでもお答えしますし、交流を深めましょう。

私からの購入者限定ということで、合同懇親会時よりは
圧倒的に少人数であつまれると思いますし、
その分、メチャクチャ濃い時間を過ごしていただけるのではないかと思います。

この特典は今回の先行販売時のみの特典とさせていただき、
【大阪または京都】で1度、
【東京】で1度の計2度にわたって行います。

大阪は私も自腹切って参加しますので、
是非このチャンスに会いに来てくださいね。

特典 3

★ メールサポート延長権利

今回教材特典として、秀吉さんの【メールサポート】がついていますが、通常 90 日のこのメールサポートを、私経由での購入者様は【180 日】に延長していただくことが出来ました。

秀吉さんは、塾の運営者でもありますからね。
そのようなレベルの方のメールサポートが 6 ヶ月無料でついてくるというのは、通常、どう考えてもあり得ませんよね。

塾なら半年で 20 ～ 30 万円ですから・・・

そのあたりの価値をしっかりと感じて使い倒していただきたい特典です。

特典 4

★ 購入者限定アフィリエイト権 60%

今回この GAMC は【購入者限定】でアフィリエイト出来る仕組みとなります。

購入者のアフィリエイト報酬は通常 50%。

これを私経由での購入者様は 60%スタートで設定していただけます。
さらにそこから、販売本数に応じて報酬 UP も応じていただけることとなります。

おわかりでしょうか・・・

通常は、20,000 円の商品を買って、1 本売れば 10,000 円の報酬。

それが今回先行販売時に購入いただくと、
16,000 円で商品が買えて、1 本売れば 12,000 円の報酬・・・

たった 1 本売れるだけで教材代が 4,000 円になるということですし、
2 本売れたら・・・その時点で +8,000 円。

儲かるとわかっていて、仕入れをしないお店がどこにあるでしょうか。笑

情報発信者は教材とともに、この権利も必ず手に入れておいてほしいと思います。

さて…

ここからが特典の本番ですかね。

特典 5

TMSE 会員限定サイト閲覧権利

私のトレンドアフィリエイトを教える講座で TMSE という講座があります。
すでに 200 名ほどの方に参加いただいております、
中には既に月 30 万～50 万稼ぐ人を輩出している講座です。

こちらを今 2016 年度版として全面的にリニューアル中なのですが、
※以前、少し紹介したこちらですね。

<http://tomosan07.com/suketi.png>
(最終的にはこの倍くらいのボリューム予定)

今回秀吉さんの教材を購入いただいた方には、
この会員サイトの【コンテンツ閲覧権利】を進呈します。

もちろん、別途 TMSE に参加いただいている方に申し訳が立たないので、

- メールサポート
- ブログ添削
- メール講座

はお付けできませんが、(これは正規の TMSE 生だけ)

会員サイトの閲覧権利だけでも 1 万円で販売予定となりますので、
今回、無料でこちらに参加いただけるのは本当にチャンスだと思います。

特典 6

Wordpress 設定マニュアル&テンプレートプレゼント

今回、教材内ではサイト作成ツールを用いてサイトを作っていますが、もちろん Wordpress を使ってブログ運営していただいても資産サイトは出来上がります。

そこで、私からの特典として、

Wordpress の人気テンプレート（レスポンシブ対応済み）と、Wordpress 設定マニュアルをプレゼントいたします。

特典 7 ～

ここから先は先着特典です。
内容は今日は伏せますが・・・

必ずあなたの役に立つものだと思いますので、是非先着に入り、これらの特典も手にしてください。

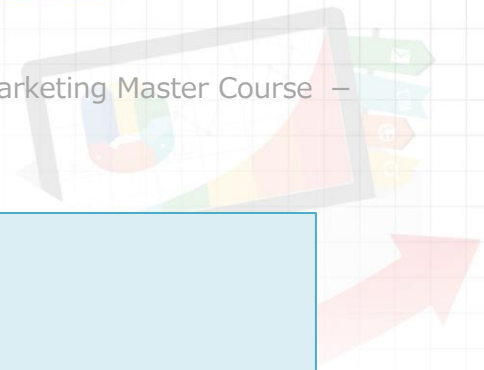
※これら＝一つじゃない・・・？

先着は 20 名までとなります。

DORAGORAM の時が 1 週間で 80 名ほど。
キーワードストライクの時と同じく 70 名ほど。

そのような感じで普段売れていきますので、その点も加味し、先着 20 名を狙って特典もゲットしてくださいね。

私が先着特典をいつも先に公開しない理由は
わかっていただけますよね？



中身見てダラダラ検討するのではなく、
信頼で購入いただいている方を一番優先したいからです。

だからあえて、伏せる。

ということですね。

では、このメールが届くのが 19 : 00 を超えてしまった方もいらっしゃると思いますが、
大変申し訳ございません。

本日中なら先着には入るかと思います。

ご容赦くださいませ。

Google Adsense Master Club ご購入はコチラ

↓ ↓ ↓ ↓ ↓

<http://hitp.biz/l/c/MeKLfpKI/mwV2YImW>



以下、特電法に基づく表記など。（省略します。）

解説

これは販売日の“オファーメール”になります。

前振りのメールをしっかりと送っている場合、オファー当日のメールはあまり長くなくて大丈夫ですので、最低限の必要事項を伝えたら、一つ目の購入リンクをメール前半に持ってきます。

この時のケースで言うと、

- 好きなジャンルで稼げるノウハウである
- 自分の友人が作った教材である
- アドセンスはやはり稼ぎやすいジャンルである
- これまでのノウハウで挫折してしまった人でも大丈夫
- この教材を手に入れたほうが良い人

という大切な点だけを復習として再度伝え、購入リンクを置いています。

また、商品を紹介する際に、

「その商品がオススメな人」と、

「その商品をオススメしない人」をハッキリと伝えてあげることはとても重要です。

その際は、文章でだらだらと書き連ねるのではなく、

- 実践の主軸教材として手に入れたい方
- 売りやすい商品入手したいアフィリエイトの方
- 今の報酬とまた別の柱を手軽に構築したい方
- 楽しく続けられる手法を探していた方
- 再現性の高いノウハウを求めている方
- 毎日忙しくてトレンドネタを追うのが厳しい方
- 3か月後にアクセスが来るネタで・・・といわれてもそれを考えるのが苦痛の方
- 情報発信のネタとしてやりやすいノウハウを探している方
- 無属性の人に売れる教材を探している方

このような箇条書き（“ブレット”と呼ばれます）で簡潔に伝えると良いでしょう。

メールの後半は、教材の弱点についてと特典の解説部分です。

商品の弱点というのは、購入する側にとって“商品を購入しない理由”になり得ますが、この弱点を先に伝えておき、それを解決できる方法を提示することが出来れば・・・、

逆に言うと読者は“買わない理由”がなくなります。

「弱点を埋めることのできる特典」が自分で用意できる場合は、
敢えて弱点を先に伝えてしまったほうが、相乗的に“特典の価値”も上がることになり、
圧倒的に商品が売りやすくなります。

今回の場合であれば、

「教材では Wordpress のマニュアルは用意されていないけれど、特典としてしっかり用意しています」

ということで、“教材”も“特典”も両方とも手に入れたという心理が働くことになりますね。

（他の人から買うと弱点だけが残るわけですから自分以外から買うのを抑制できる効果もあります。）

後半は自分の特典の解説です。

特典に関しては、「価値を伝える事」を徹底して意識するべきです。

例えば、特典の説明で、

- 特典① スペシャル対談動画
- 特典② 対面コンサル・懇親会参加権利
- 特典③ メールサポート180日に延長
- 特典④ 購入者限定アフィリエイト権利 60%
- ・
- ・
- ・

このような書き方をする方がいますが、これでは全く“特典の価値”は伝わりませんし、
正直、どれだけ素晴らしいウオリティの特典だとしても「欲しい」と思われることはないでしょう。

理由は明白ですね？

上記の説明を見ても、“特典の価値”どころか、内容すらもまったく分からないからです。

「対談動画ではどんな内容を話しているのか」

「何分くらいの動画なのか（3分の動画と50分の動画では価値が違います）」

「そもそも誰と誰の対談なのか」

特典①だけを見ても、全く内容が分からないのではないのでしょうか。

特典として“メールサポートの延長”を付けているのであれば、

延長分は、本来であれば“いくら相当の価値”があるのかという説明や、

●●日延びることで、実践者にとって具体的にどんなメリットがあるのかなどを伝える必要があります。

さらに、“購入者限定のアフィリエイト権利 60%”という特典は、誰にとって価値があるものなのか。

また、それを手にすることで“手にしない場合と比べ、どのくらいの差が生まれるのか”ということなど。

一つ一つの特典に関して“価値”を伝えられる説明が必須となります。

具体的な伝え方に関しては、バックナンバー本文を読んで参考にいただければと思いますが、

「特典を付けているのに全くアフィリエイトで成果が出ない」という方は、

セールスの際に“特典の価値”が上手く伝えられていない方がほとんどです、

その点を修正するだけでも売り上げは大きく変わってくるということを意識してやってみてください。

3 通目 : 販売開始 2 日目 (特典追加) 12 月 17 日

【特典追加】あのサイト URL を限定公開します。

こんにちは、ともさんです。

昨日の 19:00 に販売開始になった
Google AdSense Master Club ですが、
さっそく多くの方にご購入いただいております。

ありがとうございます。

一点、ここでお詫びしなくてはいけないのですが、
私の方での読みが甘く、

先着特典の 20 名様の枠が
現時点ですでに埋まってしまいました。

【現状の購入数】

↓ ↓ ↓ ↓ ↓

<https://i.gyazo.com/fb3b5ceb435a7f1b9ef887b9d698c5d8.png>

先行販売期間が 5 日間あるので、
初日は 10 名ほどかな、、、と予想していたのですが
予想のペースを上回る勢いで売れております。

ということで、特典に関しては
追加もご用意しましたので、この後ゆっくりご説明していきます。

もちろん、先着の20名に入られた方は、
今後追加する特典も全て受け取り対象となりますのでご安心ください。

■ Google AdSense Master Club ご購入はコチラ

↓ ↓ ↓ ↓ ↓

<http://hitp.biz/l/c/MeKLfpKI/mwV2YImW>

■ ご購入いただきましたら、こちらのフォームより特典申請をお願いいたします。

=====

【特典申請フォーム】

<https://crea-style.jp/p/r/lCqDt7vX>

=====

※購入 ID をこちらで確認後、
特典に関してのご連絡をしてみたいです。

■

☐ _____ 売れている理由 _____

今回のこの Google AdSense Master Club が売れている理由としては、
その他の教材と大きく違う点があるからだと思います。

通常、何かしらの教材を買う際は、

- その教材の内容を軸として実践するため
- 今実践しているノウハウに+αできそうだから
- 今実践している教材では学べない部分も学べそうだから

という理由で買うことがほとんどかと思いますが、

今回購入いただいている方の半分くらいが、別の理由なんです。

それは・・・、

- 自分の情報発信の軸としたいから
- 自分がアフィリエイトする軸教材としたいから

という理由です。

そうなんです。

みんな、こうして
“自分が自信を持って、安心してアフィリエイト出来る教材”
を待ち望んでいたんですね。

私は今、メルマガアフィリエイトのスクールにも所属していますが、
ここにいる生徒さんたちの中で、

トレンドアフィリエイト経験者の方や、
サイトアフィリエイト経験者の方はゆうに100名から200名程度いらっしゃいます。

で、サイトアフィリエイターを含め、皆さん口を揃えていっているのが、

『アドセンスが一番稼ぎやすいのは間違いないから、アドセンスを教えたい。
・・・でも、安心してお勧めできる教材がないし、だから売るのが決められない・・・』

ということなんです。

私なんかは、
『下克上とか、PRIDEでいいじゃん。いいところいっぱいあるよ?』
とってしまうのですが、

その人達いわく、

『それは私が実践している内容とは全然違うから・・・』
『トレンド系はペナルティが怖いので、ちょっとオススメしたくないです』
『私がやっているノウハウは PRIDE とも、少し違うんですよね・・・』

こんなこと言われたら、

『じゃあ、自分でノウハウまとめて独自教材作るしかないですね？』

って提案するしかないのですが、

『いや、自分でノウハウ作るのはちょっとハードル高くて・・・』

と。

決まってこうなるわけです。

ここまで聞いたら、イラッとか来ませんか？笑

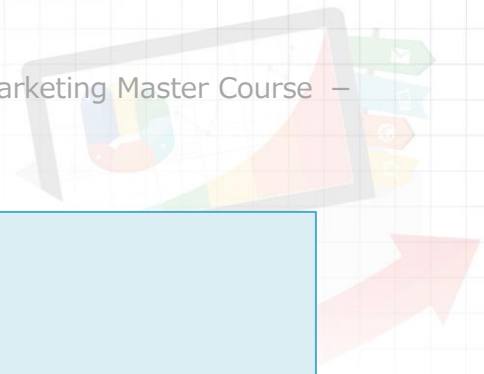
『じゃあ、何売るんですか？』と。笑

情報発信したり、メルマガ書いたりするのって、
趣味でやるわけではないですから、

やはり“何か”を売らないとお話にならないわけですよ。

もちろん、一番初めの手順も【売るものを決める】ことからスタートです。

売るもの決めないと、ブログもメールも書き始められないですからね。



『売るものを決めなくてはいけない』

『でも、変なものは勧めたくない』

『自分の実践している内容と発信内容をブラしたくない』

『実践している内容と違う教材を売ったら、質問が来た時に答えられない』

これらのことを全てトータルで考えると、

『売るのが無い』

になってしまうというわけなんですね。

まあ、考えてみればおかしい話なんですよ。

ラーメン屋やりたいのに、

豚骨ラーメンはコッテリしすぎていて作りたくない！

味噌ラーメンはいい味噌を仕入れられないから作れない！

鶏ガラスープのラーメンは嫌いな人が多いだろうから作りたくない！

って言っているようなものですからね。

店を開く云々、以前の問題で躓いているわけです。

本来は“逆”ですからね。

アフィリエイトに話を戻しますが、

じゃあ・・・、

自分の実践しているノウハウに近く、
みんなが気にしているペナルティも受けにくく、
初心者さんにもわかりやすく、丁寧で・・・

実践するにも、アフィリエイト素材として使うにも“最適”な教材があったら？

買わない理由ってあるんでしょうか・・・？

- ・
- ・
- ・

あるわけないですよ。

それが今回、
Google AdSense Master Club が売れている理由です。

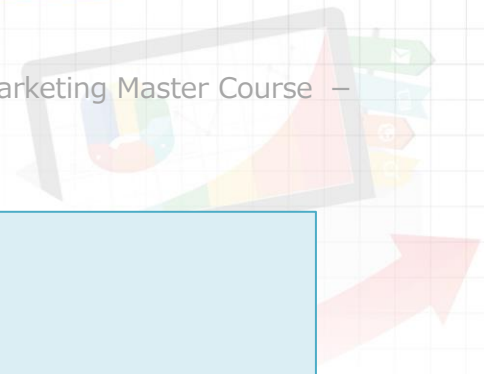


☐ _____ 教材の内容は？ _____

レターの中ほどを見ると、教材の内容は記載されているので
ここで目次を上げることはしませんが、

カンタンにご説明しておくと、

- ・ Google AdSense とは？
- ・ アドセンス審査用ブログ作成・アカウント取得方法



などといった基礎から始まり、

- ・ ネット選定（事例付）
- ・ ライバルチェック
- ・ 記事作成・投稿に関して
- ・ インデックス促進・SEO

という重要なノウハウ。

また、

- ・ サイト運営の流れ
- ・ サイト分析

など、トレンドアフィリエイターにはさほどなじみのない、
新しい知識を身に付けられるコンテンツもあります。

このメルマガをお読みいただいている方は、
それぞれレベルが違うと思いますので、
ご自分にとって大事なポイントが変わってくると思いますが、
私が一通り全て動画を見終えた感想としては、

- トrendアフィリエイトを実践していてまだ報酬が数千円、数万円。
もう一度、基礎ノウハウをインプットして実践に弾みを付けたい

という方はノウハウ目的でご購入いただいても絶対損はないと思いますし、

- トrendアフィリエイトで既に10万以上の実績がある。
この情報を元にメルマガやブログでの情報発信にステップアップしたい

という方は、ご自身が中身を確認して、
今すぐにアフィリエイトの準備に取り掛かっていただきたいと思います。
今なら超絶ブルーオーシャンです。

■ これまでどちらかというとサイトアフィリエイトを実践していたが、アドセンスってもっと簡単なんですよね？実践にもアフィリエイト素材としても使いたい。

という方がいれば、“その考え方は間違いないです！”と後押ししたいと思います。

■

☐ _____ こんな私は買ったほうが良いですか？ _____

昨日、今日で10件以上このようなご質問メールをいただいております。
個別チャットなどでご質問をいただいた方も、順に返信しておりますので、
しばらくお待ちください。

多分、同じような悩みや考えの方はたくさんいると思いますので、
コチラもシェアしていこうと思いますが、
さすがに今日のメルマガで書くと長くなりすぎるので明日まとめてシェアしますね。

あ、

あと、数名いらっしゃいましたが、

“どれだけ止めてもどうせ買う人”には、

コチラもあまり考えずに
『買いましょう！』と返信しますので、よろしくお願いします。笑

どうせ買うでしょうし、問い合わせメールすらギャグでしょう？笑

でも、大丈夫。
きっと役に立ちますから ^^

そういったメールもいつも嬉しいですよ。
ありがとうございます。

■

□ _____ こう考えてください。 _____

『こんな私は買ったほうが良いと思いますか？』

という方のご質問に関して、明日まとめてシェアしましたが、
それを見てからだ、追加の先着特典も間に合わないのでは？

と気になる方がいるかもしれないので、
一点だけ私の考え方をこちらでお話ししておきます。

いつも言っていますが、

教材を買うとき、意識することとして、

- 実践軸として購入するもの
- 知識ベースを上げるために購入するもの

という2つの考え方を持ちましょね、とお伝えしています。

だから、そう考えると、

PRIDE を実践していますが、これを買ってもやる時間がないと思います・・・とか、

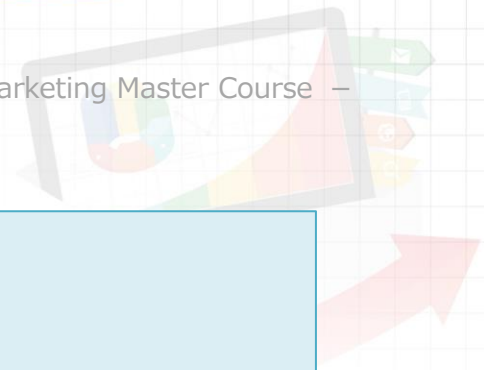
DORAGORAM を持っていますが、これはまた全然違うものですか？

といったような考え方は、前者の考え方の枠に捉われすぎ。ということが言えます。

繰り返しになりますが、いつも言っていますよね。

下克上のキーワード選定スキルをベースに PRIDE 式のネタ選定をしてもいいし、
DORAGORAM でサイトを作る際に、PRIDE のキーワード俯瞰ノウハウを応用してもいい。

そう考えると、無駄になる教材やノウハウってほとんどないはずなんです。



あとは、自分で自分の知識のためにどこまで投資する気があるか？ですね。

それは予算の範囲内で決められればよろしいかと思います。

私が、コンサル生に

- ・ トrendアフィリエイト
- ・ サイトアフィリエイト
- ・ YouTube
- ・ アダルトアフィリエイト
- ・ メルマガアフィリエイト
- ・ SEO
- ・ サイト作成
- ・ ブランディング
- ・ コピーライティング
- ・ 企画作り
- ・ コンテンツ作成法
- ・ セミナーセールス
- ・ 外注化

などなど、これら全てを教えられるのは、
全てにおいてお金を出してノウハウを学び、
自分の知識を底上げし“続けて”いるからです。

多くの人は、
“実践した経験がないと人に教えられない”
“自分が実践したことがないとコンテンツが作れない”

と思っていると思いますが、

実践や経験の前に、ノウハウを知らなければ意味がありませんし、
知識だけで作れるコンテンツもたくさん存在します。

吸収した知識 = 自分の潜在能力
といってもいいでしょうね。

無理に買えということは絶対言いませんが、

これらが腑に落ちて、それでいて投資にお金を使える方は、
Google Adsense Master Club は買って損はない教材となりますよ。

ということだけお伝えしておきます。

私がレビューページまで作って紹介する有料教材って、
1年間で多くても、3～5つくらいしかありませんからね。

そのうちの一つに入る“優良教材”ですので、安心して下さい。

■

☐ 特典について

諸々の理由があり、

特典は付けずに紹介しようと思っていましたが、
今回は友人の“秀吉さん”の渾身の教材ということで、
自分への誓いを破って“特典”を付けさせていただいております。

どうせ付けるならケチらずいこうと思いますので、
是非興味のある方はこの機会に手にしてください。

20名様先着特典が終わりましたので、
昨日と表記の仕方のみ変わりますが、ご了承ください。

※特典の配布は先行販売終了後、スタートします。

【終了】先着 20 名特典

コチラは対象者に別途ご連絡します。
お名前を全て拝見したところ、
実践ベースの購入、アフィリエイト素材としての購入の方、
半々かなと思いますので、
それぞれの属性の方に役立つものをまとめて両方差し上げます。

楽しみにお待ちしております。

【New！】先着 40 名特典

このペースでいくと、今日明日で終了してしまうと思いますが、
さらに 20 名様枠を増やし先着特典を 2 つ用意しました。

1 つ目の特典は、【サイト URL 公開】

“特典 1”の対談動画の中で、私が 2 年間以上放置で、
その間に累計数十万 PV を集めている、たった 10 記事のサイトに関してのネタバレをしています。

対談の中では、

どのジャンルか？何をネタ元にそのジャンルを選んだのか？
という話をしていますが、これはかなり幅広いジャンルに応用できる話です。

今回、先着特典として 40 名までに入られた方には、
さらにその無料ブログのサイト URL をそのまま公開してしまおうと思います。

このブログ、10 記事書いて 2 年放置しているのに、
カテゴリ内 80,000 以上のブログの内、いまだ 1,000 位くらいにいるんです。

笑えますよね。笑

最近久々にログインしたらそんな状況になってましたので、
コチラを公開します。

（※もちろん、先行販売期間中のみの特典とし、40 名埋まらなくても 20 日で締め切ります）

2つ目の特典は、【LP 作成マニュアル（情報商材編）】

今回、この教材を買われる方の中には、メルマガをやっていない方もいるでしょう。

ただ、何度も言うようにアフィリエイターの立場からすると、超ブルーオーシャンで紹介できる教材ですので、紹介しないのがもったいないです。

そこで。

メルマガをやっていない方も、自身の媒体（ブログ）でしっかり紹介して稼いでいただけるよう、情報商材の LP 作成マニュアルをお渡ししたいと思います。

私自身、この 1 年ブログだけでも数百万と教材を売ってきておりますので、少しは参考になるのではないのでしょうか？

これも飽和させたくないの、先着特典とさせていただきます。

特典 1

★ 秀吉 × ともさん スペシャル対談動画

Google AdSense Master Club の著者である秀吉さんと、私の対談動画となります。（顔は出ていません）

音声でなく、動画としたところに意味があるのですが、この対談はよくあるような

- ☐ ●●さんがブレイクしたきっかけは？
- ☐ アフィリエイトで稼げる人と稼げない人の違いは？

といったような内容で終わる、くだらない音声対談ではなく、

- ズバリ！秀吉さんが200万稼いでいた時にやっていたネタは？
- 200万円を達成した当時、どのくらいのブログ数を運営していた？
- 当時、一つのネタで100万円稼いでいた人はどんなネタを扱っていた？

といったような知る人の少ないアドセンス業界情報や、

- 教材の中で『ここだけは必ず何度も見て理解してくれ！』というポイントはどこか？
- アドセンスで稼ぐための資産ブログを作るとしたらどんなネタがオススメか？
- その中で、ぶっちゃけ秀吉さんのどのネタが一番オススメか？ その理由も・・・
- その後、物販につなげるとしたらどんなネタがオススメか

という【暴露ネタ】に関する箇所に関しては、
秀吉さん自ら、参考となるサイトを画面上に写し、
それを見ながら解説してくれています。

そのような感じの対談ですので、
これを見て細かい気付きを見つけるだけで、
今後のあなたの報酬がグッと変わってくるのは間違いありませんね。

あ、あと、この対談の中では、
これまで誰にも教えたことがないのですが、
実は私が、2年間以上放置していて、その期間中数十万アクセスを
集め続けてくれているブログのネタに関しても、ついつい漏らしてしまっています・・・

これは私が一番初めにアドセンス申請をしたときのブログなので、
たった10記事だけのブログとなります・・・

たった10記事、2年間以上放置でこれだけのアクセスが来たら、
結構ラッキーじゃないですか？
このネタと、ネタ元を知ってしまえば、いろいろとアイデアが沸きまくると思いますよ。笑

特典 2（※先行販売時限定特典）

★ 秀吉さん×ともさん 対面コンサル&懇親会参加権利

今回の教材は、秀吉さんのネットビジネスに対する考えから、
購入者限定で各地で懇親会が行われます。

実際にメールだけのやり取りではなく、
実際に会い、一言直接話だけで一気にブレイクするキッカケが掴めるのが
懇親会のいいところですね。

で、

今回は、

私からの購入者の方に限って、
その合同懇親会とは“別”に、対面コンサル会を開いていただくことにしました。

もちろん私も行きますので、
2人 対 あなた でなんでもお答えしますし、交流を深めましょう。

私からの購入者限定ということで、合同懇親会時よりは
圧倒的に少人数であつまれると思いますし、
その分、メチャクチャ濃い時間を過ごしていただけるのではないかと思います。

この特典は今回の先行販売時のみの特典とさせていただき、
【大阪または京都】で1度、
【東京】で1度の計2度にわたって行います。

大阪は私も自腹切って参加しますので、
是非このチャンスに会いに来てくださいね。

特典 3

★ メールサポート延長権利

今回教材特典として、秀吉さんの【メールサポート】がついていますが、通常 90 日のこのメールサポートを、私経由での購入者様は【180 日】に延長していただくことが出来ました。

秀吉さんは、塾の運営者でもありますからね。
そのようなレベルの方のメールサポートが 6 ヶ月無料でついてくというのは、通常、どう考えてもあり得ませんよね。

塾なら半年で 20 ～ 30 万円ですから・・・

そのあたりの価値をしっかりと感じて使い倒していただきたい特典です。

特典 4

★ 購入者限定アフィリエイト権 60%

今回この GAMC は【購入者限定】でアフィリエイト出来る仕組みとなります。

購入者のアフィリエイト報酬は通常 50%。

これを私経由での購入者様は 60%スタートで設定していただけます。
さらにそこから、販売本数に応じて報酬 UP も応じていただけることとなります。

おわかりでしょうか・・・

通常は、20,000 円の商品を買って、1 本売れば 10,000 円の報酬。

それが今回先行販売時に購入いただくと、

16,000 円で商品が買えて、1 本売れば 12,000 円の報酬・・・

たった 1 本売れるだけで教材代が 4,000 円になるということですし、
2 本売れたら・・・その時点で+8,000 円。

儲かるとわかっていて、仕入れをしないお店がどこにあるでしょうか。笑

情報発信者は教材とともに、この権利も必ず手に入れておいてほしいと思います。

特典 5

★ TMSE 会員限定サイト閲覧権利

私のトレンドアフィリエイトを教える講座で TMSE という講座があります。
すでに 200 名ほどの方に参加いただいております、
中には既に月 30 万～50 万稼ぐ人を輩出している講座です。

こちらを今 2016 年度版として全面的にリニューアル中なのですが、
※以前、少し紹介したこちらですね。

<http://tomosan07.com/suketi.png>
(最終的にはこの倍くらいのボリューム予定)

今回秀吉さんの教材を購入いただいた方には、
この会員サイトの【コンテンツ閲覧権利】を進呈します。

もちろん、別途 TMSE に参加いただいている方に申し訳が立たないので、

- メールサポート
- ブログ添削
- メール講座

はお付けできませんが、(これは正規の TMSE 生だけ)
会員サイトの閲覧権利だけでも 1 万円で販売予定となりますので、
今回、無料でこちらに参加いただけるのは本当にチャンスだと思います。

特典 6

★ Wordpress 設定マニュアル&テンプレートプレゼント

今回、教材内ではサイト作成ツールを用いてサイトを作っていますが、もちろん Wordpress を使ってブログ運営していただいても資産サイトは出来上がります。

そこで、私からの特典として、

Wordpress の人気テンプレート（レスポンシブ対応済み）と、Wordpress 設定マニュアルをプレゼントいたします。

特典 7

★ 外注化スタートアップマニュアル

最終的には、外注化したいと考えている方も多いでしょう。

既に外注を雇い始めていて、なかなか良い人と巡り合えず悩んでいる人もいるかもしれません。

教材でも、外注化を見越したサイト運営については推奨していますが、教材の中には外注化のコンテンツは入っていません。

外注化はしてみたいけど、ハードルが高そう・・・
やり方がわからない・・・

そういった方のために、私がまとめたオリジナルの外注化マニュアルを特典としてお付けします。

- どういった作業が外注化できるのか？
- 作業を依頼するまでの手順は？
- どこで外注さんを探せばいいのか？
- 報酬単価ってどのくらいがベストなの？
- 契約書って必要？何を書けばいいの？
- 外注はすぐ辞めちゃうって聞いたけど、どうすれば長く続けてくれるの？
- 将来的には全く自分で作業をしたくないんだけど、そんなの可能？

などなど、あなたが外注化を始めるに当たり気になる部分や、

実際に外注を雇う際に気を付けるべきこと、
雇った後の育成方法のコツまで網羅したマニュアルです。

こういった外注化マニュアルの特典を付けている方の中には、

- ・ 契約書ひな形
- ・ 実際の募集文面のテンプレ

などを付けている人も多いですが、

実はそのようなものは、特典でもらわなくてもすぐに手に入ります。
(大して特典としての価値がないということです。)

そのあたりの説明や入手法もマニュアル内でしていますので、
今回はテンプレなどはマニュアルに付けておりません。

以下のように実際に実践に役立つノウハウをまとめているので、
是非時間をとってじっくり読んでみてください。

– 目次 –

0. はじめに
1. 外注化するまでにやるべきこと
2. 外注先について
3. 外注先おすすめサイト
4. 募集要項について
5. 契約について
6. 優秀な外注を雇うコツ
7. 外注を育成するコツ
8. 外注化 STEP UP 編
9. おわりに

以上が、Google AdSense Master Club の特典となります。

付けすぎましたか・・・？

こんなに付けるのは最後になるかもしれません。

今回は特典目当てで購入いただいてもいいですが、
そういった方は、次回紹介するものは特典なしでも買ってくださいね。笑

お願いしますね・・・？ 約束ですよ・・・？。笑

ホント、約束ですよ・・・

■ Google AdSense Master Club ご購入はコチラ

↓ ↓ ↓ ↓ ↓

<http://hitp.biz/l/c/MeKLfpKI/mwV2YImW>

■ ご購入いただきましたら、こちらのフォームより特典申請をお願いいたします。

=====

【特典申請フォーム】

<https://crea-style.jp/p/r/lCqDt7vX>

=====

※購入 ID をこちらで確認後、
特典に関してのご連絡をまいります。

◆◇◆—————◆◇◆

以下、特電法に基づく表記など。（省略します。）

解説

これは販売開始翌日のメールとなり、“追撃メール”の1通目ということになります。

基本的には、オファー翌日のメールではまず“初日にご購入くださった方へのお礼”が必要です。もちろん、個別のメールでお礼することもあります。それと併せてメルマガでも書くということです。

ここで書く内容によっては、

購入した方にとっては“まだ買っていない方に対する優越感”を感じてもらおうとともに、購入していない方にとっては“若干の焦り”を感じさせる効果も狙えます。

まあ、そんなことは関係なく「常識として、まずお礼は必要ですね。」ということになりますが・・・。

また、既に購入いただいた方へのメッセージを全体に向けて書くことによって、“購入している方が多いこと”を暗に示すことにも繋がりますのでバンドワゴン効果も生まれます。

今回は、先行販売が5日間しかなかったということもあり、ここで“追加特典”を用意しましたが、追加特典の内容は敢えてメールの後半に持ってくることで、途中の本文をしっかりと先に読んでもらうという狙いもあります。

また、今回のメールの主旨ですが、“これまでとは別のターゲットに向けた内容を書き、さらに購入者を増やす”ということになります。

ここまでのメールはどちらかというと、アドセンスアフィリエイトを実践して稼ぎたいという“実践者”に向けた紹介をしてきましたが、このメールではこの教材をアフィリエイトして稼ぎたいという“紹介者”に向けた内容にしています。

追撃の内容というのは、「様々な角度から行いましょう」というようにお伝えしてきましたが、教材の内容に関して視点を変えるだけでなく、このように“ターゲットをズラシて訴求する”という方法も効果的です。

本文を読んでいただくとお分かりいただけると思いますが、
その際も“ターゲットが日頃悩んでいる悩み”の例を具体的に挙げ、
その悩みを解決できるものが“コレ”ですよ。という流れで訴求をかけています。

実際の会話の事例や、やり取りを例に挙げることによって、
非常にリアリティが増しますので、当然のことながら、その分読者の反応率も上がります。

メールの後半では“教材の中身”に関して触れています。

多くの方は、メールで商品をオファーする際にこのような“商品の概要”のみを何度も伝えがちですが、
今回の例で分かるように、本来、“商品の概要”はセールスの中で補足程度に伝えるだけで十分です。

そもそも、商品の概要に関してはセールスレターを見れば分かることですので、
ここをしつこく伝えても、さほど意味がないですし、反応も取れないということになりますね。

もし、概要を伝えるのであれば、その後に、
「○○だからこそ、●●な人にとっては価値がある商品です。」と伝えなければいけません。

むしろ、その後半部分の方がよほど重要だということです。（具体例は本文参照）

また、メールの中では「教材を買うことの意味」について、また“別の角度”から伝えています。

一つの商品（教材）をセールスする際に、
こうして様々な角度、様々な視点でアプローチすることが出来れば、
読者もいずれかのタイミングで「自分にとって必要なモノだ」と気付いて購入に至るということです。



4 通目：販売開始 3 日目（先行販売終了前々日） 1 2 月 1 8 日

いただいたメールと回答を一挙公開しますね。

こんにちは、ともさんです。

先行販売 3 日目となりました、
Google Adsense Master Club ですが

ようやくレビューページを書きました・・・

既に入手している方は、
今日あたりに特典の【LP 作成マニュアル】を配布しますので、
そのマニュアルと、私のページを見て、
実際にレビューを書いてみてくださいね。

こんな程度の LP でも十分売れていくと思います。

教材の中身が良いですからね。

【Google Adsense Master Club レビュー】
<http://tomosan01.com/googleadsensemasterclub>

ページにも特典を記載しておきましたが、
昨日追加した先着特典はまだ間にあいます。

ご検討中の方は、是非手に入れてくださいね。

あと、ご購入後に申請いただいていない方は、
【特典申請】も必ずくださいね！

Yahoo！メールが若干届きづらい現象が起きているので、
万が一、申請したのに私から返信がないという方は別のアドレス等でご連絡ください。

ちなみに、
この LP は今日 16：00 に作り始めて、完成が 18：00 くらい。

文章はメルマガで書いたことを微修正して掲載しているだけです、
装飾まで含め 1 時間程度。

ヘッダー画像作成に構成から 30 分。

その他画像（帯・ボタン）作成と、ショートコード使用で 30 分。

という感じです。

慣れるまでは、こういったページでも丸 1 ～ 2 日かかるかもしれませんが、
LP 作成マニュアル読んでノウハウを覚えて、
慣れてしまえばだれでも早く書けるようになりますよ。

ブログを持っている・作れる方は、是非挑戦してみてください。

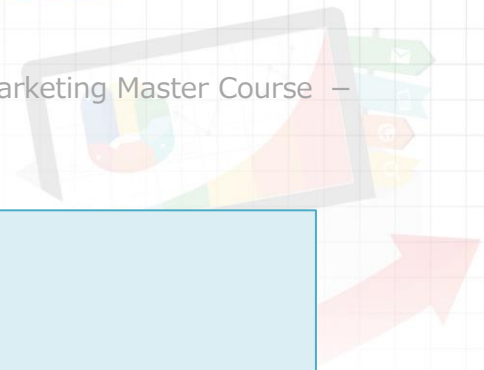
■

☐ ———— 買おうかどうか迷っています・・・ ————

さて、昨日のメルマガでも少しお伝えした通り、
今回 GAMC の販売に当たり、購入を迷っていらっしゃる方からの
質問メールを多数いただいております。

現状、すべての方に個別返信しておりますが、
同じようなことで少し迷っているという方がいたら、
私からの回答も添えておきますので、参考にしてみてくださいと思います。

※お名前は全て伏せさせていただきます。



=====

■ いただいたご質問

>はじめまして。

>

>購入を検討しております。

>

>質問なんです、現在ドラゴラムを購入済みでこれから実践していく予定です。

>

>ドラゴラムと内容がかぶる点がありますか？

>

>またアフィリエイト初心者なのですが、

>この Google アドセンスの教材も併用した方が良ければ前向きに検討しようと思います。

>

>宜しくお願い致します。

■ 私からの回答

いつもメルマガをお読みいただきありがとうございます。

DORAGORAM を実践されているんですね！

基本的にトレンドアフィリエイトは、

はじめのうちはいろいろなネタを狙っていく、

【ごちゃまぜブログ】をやったのち、

一つのジャンルに特化した、

【特化型ブログ】というものにステップアップしていきますが、

DORAGORAM は、

その【特化型ブログ】の一種で【ゲームアプリ】に特化したノウハウとなっています。

今回の GAMC は、

様々な特化型ブログでの稼ぎ方の元となるノウハウですので、
ゲーム以外にも、好きなジャンルを見つけてブログを作っていくことができます。

DORAGORAM より、アドセンスアフィリエイトの基礎に近いということですね。

また、DORAGORAM は基本ポイントサイト（物販）の成約を狙う手法ですが、
GAMC はアドセンスで稼ぐノウハウですので、
クリックしてもらうだけで報酬が発生するのもメリットです。

ベースは完全に一緒ですが、
教材のコンテンツとして被る部分はあまりないかもしれませんね。

基礎の部分、（アドセンスに関してとか、記事投稿の仕方とか）はもちろん一緒ですが、
もっと基礎概念・ノウハウから学べる教材ですね。

ですので、K さんがすでに DORAGORAM で十分な結果が出ているようであれば、
そちらに集中された方がいいので必要ないと思います。

逆にまだ大きく稼ぐに至っていない場合は、ノウハウとして勉強する価値はとてもあると思います。

そういった点も含めてご検討ください。

=====

■ いただいたご質問

>ともさん

>

>お世話になります！●●の M です。

>

>先々週、●●に入塾し、先週 PR○DE を購入、

>今週下〇上を買ったばかりなのですが、こちらのアドセンス教材も欲しいと思っています（笑）

>

>自分の現状としては、今年8月末にアフィリエイトを開始し、

>9月5万→10月11万→11月30万という感じで一応報酬は右肩上がりではきている状況です。

>

>しかしながら、これはたまたまのマグレだろうと思っています。

>

>

>僕は器用ではないので、本来なら一度にひとつのことしか取り組まないのですが、

>今回はタイミングといいますか、ノリといいますか…パツンパツンになりましたね（笑）

>

>アドセンスで稼ぐ＝PVが多いメディア向きのマネタイズ方法だと思えるので、やりたいのは山々。

>しかし、どれも中途半端になりそうな気もほんの少しだけしています。

>

>ともさんのアドバイスをいただけると幸いです。

■ 私からの回答

こんにちは、ともさんです。

8月から始めてもう30万円ですか(*´Д`)

センスありすぎですよ！

徐々に伸びているところを見ると、
マグレではないと思いますが、
リスクヘッジや報酬を底上げしていくのはいいことですね！

最近たくさん買われているので、
無理に買う必要はないと思いますよ。笑

申し訳ないですし。汗

一点、Mさんにとってメリットがあるとする、

他の教材と比べて、

GAMC は圧倒的に売りやすいし、売れる層の幅が広いということですね。

Mさんが指導者の立場になった時、

高額商品を紹介してもなかなか一般人に売りにくいと思うのですが、

GAMC ならそう言った仕入れの観点からするといいのかな、と思います。

私も上記 4 ノウハウすべて持っていますが、

初心者とか、これから始める人に何を勧めるか？と聞かれると、

GAMC が一番手になると思いますので。

買った教材を全て別々で考えると実践が追い付かないですが、

全てを同時に実践するというわけではなく、

自分の知識の底上げ（下〇上や PR〇DE のノウハウを得たうえで GAMC を実践するとか）と、

自分が売るための商品を仕入れるという観点で持つといいかもしれません。

ただ、たくさん買っていっぱやるので、無理はしなくていいと思いますよ。

先行価格の 1 6 0 0 0 は 2 0 日までとなりますが、

その後も長期的に販売されるので、2 0 0 0 0 円でも大丈夫でしたら

いつでも買えますので、焦る必要はないと思います<m(____)m>

=====

■ いただいたご質問

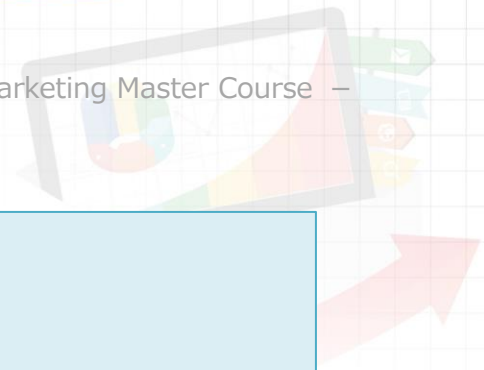
>ともさん こんにちは ^ ^ 。

>

>M です。

>

>ご無沙汰しております。



>
> 秀吉さんの教材購入したくて迷ってます。
>
> こんな僕はどうすればいいのでしょうか^^ ???

■ 私からの回答

買いましょう＼(^o^)/

■ その方からの返信

> ともさん こんにちは ^ ^。
> M です。
>
> 連絡遅くなりましたが購入させて頂きました。
>
>
> 決済完了は 19 時 11 分でした。

=====

■ いただいたご質問

> Google Adsense Master Club
> 購入しようか悩み中です。
>
> アドセンスのアカウントは持っていますが、
> 収益化が出来ていないのが現状なので、
> アドセンスで稼ぐための基礎から学びたいこと、
> 知識として知りたいですし、実践もしたいです。
>
> ネット選び、タイトル付け、アドセン広告コードの取得・貼り方を
> 手探りでやっているの、そこも基礎から学びたいと思っています。
>
> ともさん特典の外注化マニュアルも興味があります。

■ 私からの回答

基礎を学ぶなら GAMC が一番ですね。

アドセンスに関してのことは他の教材でも学べますので、

特に、

キーワード選定のスキルアップと短期的な収入を目指すなら下克上。

イベント関連（クリスマスとかハロウィンなど）で数ヶ月後に話題になるネタなどで、
中長期的に稼ぐブログ作りなら PRIDE かブロガーズ。

完全オールマイティなら GAMC。

という感じになりますが、

C さんの場合は自分で色々なノウハウと組み合わせるでしょうから、
一番ニュートラルな GAMC で基礎をしっかり身につけるといいのかな。と思いますよ。

=====

■ いただいたご質問

>ともさんさん

>

>こんにちは、メルマガ読者の T です。

>はじめてメールさせていただきます。

>

>

>今ともさんさんが紹介されているアドセンスの教材が気になっています。

>

>先日までともさんさんが紹介されていた下克上がありますが、

>私の場合、すぐに報酬が入らなくてもいいので、

>

>ゆっくりじっくり取り組めるやり方が望ましいのですが、

>その場合はやはりこちらの新しい教材の方が良いという認識で良かったでしょうか？

>

>私自身アフィリエイトを始めたばかりで

>いまいち他の教材を知らないなので教えていただけますでしょうか？

■ 私からの回答

まず、手っ取り早くすぐに収入を得るのであれば、
下克上が一番いいと思いますしそちらをオススメしています。

記事を書いたその日に、即収入が発生することもありますので。

ただ、同じアドセンスを使って稼ぐと考えた際、
出来るだけ安全に安定的に、稼ぎ続けられる方法を。

といわれると、GAMC の方がもちろん適しています。

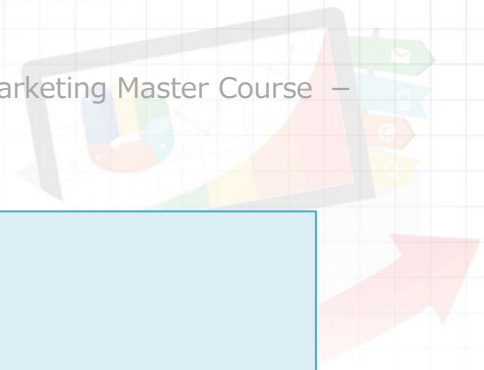
いただいたメールからすると、

>私の場合、すぐに報酬が入らなくてもいいので、

とのことですので、じっくりーから学ぶうえでも
GAMC があるのではないかと思いますよ。

ちなみにトレンド（速報系）の記事をもし書きたくなったら、
私が特典に付けている TMSE でガッツリ学べますので、
特典も手に入る今なら、お得かもしれませんね。

その点も踏まえご検討くださいませ。



=====

■ いただいたご質問

>ともさん、お世話になってます。K です。

>

>ともさんがオススメしていたので、即買いしようと思いましたが、

>一点気になって、聞いてからと思いメールしました。

>

>ノウハウはサイト作成ツール（？）を使うとなっていますが、

>Wordpress でも問題ありませんか？

>

>Wordpress だとアクセスが来ないとかありますか？

>

>

>下克上も、PRIDE も DORAGORAM も持っていますが、シリウスとかは持ってません。

>いまやっているのが Wordpress なので、もしできるならブログでやりたのですが・・・

>

>出来るなら買おうと思ってます。

>

>お忙しいところ、申しわけありませんがよろしくお願いいたします。

■ 私からの回答

完全に Wordpress でも大丈夫です。

というより、何のデメリット也没有ません。

教材でサイト作成ツールを使っているのは、
秀吉さん自体があまり Wordpress に詳しくなく、
サイト作成ソフトを使って自分のサイトを作っているという背景からですね。

すでに、アドセンスアカウントも持っていて、
下克上、PRIDE、DORAGORAM も持っているなら
即スタートできますよ。

ちなみに、Kさんがやっているブログのネタ、
あのネタ元があるじゃないですか？

あれに関してもっと他のネタも見つけられるよう、
対談動画でその話もしていますので、
ガンガン他のブログも立ちあげていきましょう。

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

以上、長くなってしまいましたが、
いただいたメールと回答のいくつかを共有させていただきました。

購入後にお礼のメールをくださる方も結構多かったですが、
まだ実践していないと思いますので、笑

実践してサクッと成果が出たら、またその時“喜びの声”をメールください。笑

そういうメールが一番うれしいです ^ ^

ということで、

頑張って GAMC のレビューページを作りましたので、
是非見てみてくださいね ^ ^

【Google Adsense Master Club レビュー】

<http://tomosan01.com/googleadsensematerclub>

※特典も上記のページで確認できます。

■ 直接のレターからのご購入はコチラ

↓ ↓ ↓ ↓ ↓

<http://hitp.biz/l/c/MeKLfpKI/mwV2YImW>

※紹介者の欄は【ともさん】などとしていただければ OK です。

■ ご購入いただきましたら、こちらのフォームより特典申請をお願いいたします。

=====

【特典申請フォーム】

<https://crea-style.jp/p/r/lCqDt7vX>

=====

※購入 ID をこちらで確認後、
特典に関してのご連絡をまいります。

追伸

ちょっとメルマガでは書きそびれていましたが・・・

販売開始日の夜中、秀吉さんからこんなチャットが届きました。

=====

本当にありがとうございます！

ともさんメルマガで
自分の教材が紹介されてるのが
嬉しいです^^

あと、遅くに申し訳ございません。

追加情報です。

Gmail 取得
エックスサーバー申込
ドメイン取得
ネームサーバー変更
楽天アフィリエイト新規登録
楽天アフィリエイト広告設置

こちらの図解マニュアル（PDF）を作成し
本日、購入者サイトに UP 致しました。

今後、PDF コンテンツを充実（動画マニュアルの音声書き起こし・図解マニュアル）
自前の HTML ソフトかワードプレステEMPLATEを用意
レターも、デザイナーに依頼し作り直し

いろんな修正・バージョンアップを繰り返し良い商品にしていきます。

急ピッチで他の PDF など
作成していきますので、今後ともよろしくお願い致します！

=====

ですって。

追加コンテンツ作るの、はやっ・・・

そこまで来たら、“塾”なみのコンテンツになりますね・・・

上記はあくまで秀吉さんの“目標”ですので、
お約束出来るものではありませんので、
購入の意思決定は、現状の教材ベースでお願いしますね。

まあ、そこはご了承いただければと思いますが、

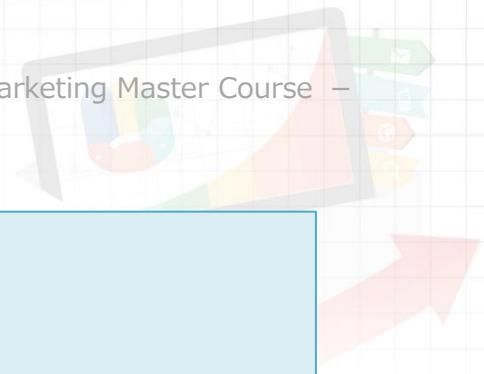
実際、ホントにここまで出来たら素晴らしいと思いませんか？

購入者の立場としても、うれしいですし。

で、

冷静に考えたら、

20,000 円でこれなら、みんな買うでしょ。
（値上げはするかもしれませんが・・・）



今、この時点で手に入れて、来るべき時のために、
レビューページ書きましょうよ。

メルマガやっている人は、ガッツと紹介しましょうよ。
(23 日から解禁です。)

購入されたあなたは、購入者であると同時に、
紹介者になれるので、この秀吉さんの頑張りによる恩恵はデカいですよー。笑

先行者利益。

好きでしょう？笑

私も大好きな言葉です。爆

最近アフィリエイトを始めた私たちが、
“先行者利益”を手に入れられるとしたら、

こういった優良教材にいかに早く絡めるか？がカギとなりますからね。

今から、老舗ブランドの教材を買っても、売っても、
販売者に感謝され、近づくことなんてできませんが、

GAMC なら・・・

ですよ。



以下、特電法に基づく表記など。(省略します。)

解説

このメールでは“読者からの質問メール”と“その回答”をシェアする形でメルマガを書いています。

私の場合は、いただいたメールには全て個別返信をしているのですが、
こうしてメルマガでシェアすることでその内容自体もコンテンツ化でき、レバレッジが効きます。

1 人の読者から質問が来るということは、他にも同じ疑問を持っている方が大勢いると考えられますし、
その回答をメルマガでシェアすることによって、その疑問が解決される方が大勢いるということになります。

疑問の解決・・・、
イコール、購入していただけるということに繋がりますよね。

そう考えると、いただいた質問というのはメルマガでどんどんシェアしたほうが良いと言えるでしょう。
(名前を伏せたりするなど、プライバシーの保護には気を付けなくてははいけません。)

他人の言葉を引用することで、必然的に普段の自分のメルマガと変化が出ますので、
読んでくださっている読者も気分転換が出来て良いという利点もありますね。

また、メルマガを始めたばかりで「読者からの質問なんて来ない」という方は、
無理にウソをついて「読者の方からこんなメールが来ました」などという必要はありません。

その場合は、
「読者の方は今、こんな気持ちでメールを読んでいて、こんなことを疑問に思っているだろう」
という、自分なりの予測をした上で、それを解決できる内容をメルマガで書いていくようにしましょう。
(詳しくは【第4章 メルマガ構築編マニュアル】で解説しています。)

※ レビューページで購入履歴の画面キャプチャを公開していますが、
こういったものを用意できる場合は積極的に使ったほうが良いです。

あのようなキャプチャを一種の“自慢”として捉えてしまう卑屈な人もいますが、
あれは“自慢”などの意味ではなく、「購入者への安心感」と「他社との差別化」を生むものです。
当然、バンドワゴン効果も生み出しますのでキャプチャ画像は上手に活用したほうが良いでしょう。

5 通目 : 先行販売終了日（特典削除） 12月20日

【本日 23 : 59 終了】PRIDE や下克上との違い…え？！

こんにちは、ともさんです。

本日、Google Adsense Master Club の
先行販売“最終日”となります。

今日だけで既に 30 名以上の方にご購入いただいております。

【Google Adsense Master Club レビューページ】

<http://tomosan01.com/googleadsensemasterclub>

え…！？

30 人！？

朝起きてビックリしました。

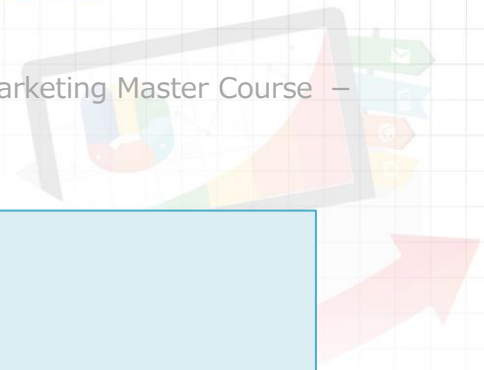
何でしょう、この“祭り”のような勢い。

最終日だから…？！

いや、今日はまだリマインドもしていないし、

何より、昨日もメルマガを送ってない。

さすがに 2 日間空けてこの結果は考えられない…



なぜだ？

メールボックスを見て、その理由が判明しました。

■

☐ 祭りの理由が判明しました。

私には、今師匠が2人います。

一人はもう2年もお世話になっている“みのごり”こと奥村さん。

この方は、メルマガ ZERO 時代からの恩師で、
私が一からメルマガで稼げるようになったのは、
紛れもなくこの方のおかげですね。

とにかく知識が幅広く、教えるのがすごくまい方で
今でも毎月に近いペースで実際に勉強会をしてもらったり、
遊びに行かせてもらう仲です。

そして、もう一人が“松原さん”。

このメルマガでこれまであまり名前を出したことがなかったですが、

まあ、誰に聞いても『伝説のメルマガアフィリエイト』と皆が口を揃える、
メルマガ・メールマーケティングのプロです。

The 7th Marketing Club というメルマガ塾の塾長（講師）ですが、
とにかくメルマガが上手い。

読んだことある人は知っていると思いますが、、
とんでもないメルマガを書きますよ。笑

私がメルマガを書くうえで、一番の目標としている人が松原さんなので、もちろん毎日のメルマガは欠かさず読んでいるんですね。

で、今。

松原さんもこの GAMC をアフィリエイトしているのですが、

まあダントツで売っているわけです。

どんなこと書いてるか、気になるじゃないですか。

なんか参考になることないかな・・・と、今日もチェックしようと思ったら、松原さんの今日のメルマガのタイトルが

『PRIDE や下克上との違い』

ですよ。

- ・
- ・
- ・

松原さん、PRIDE も下克上も持っていないんですよ。

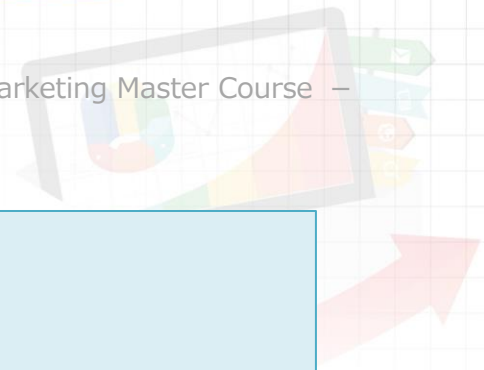
これまた、凄い切り口で来たな・・・と。笑

『トレンドアフィリエイトとか、アホじゃろ？』とかいつも言ってるので。汗

自分が持っていない、なおかつ普段推奨していない教材との比較。

松原さんならどうやって書くんだろう・・・

メチャクチャ Dis るなら、それはそれで面白いが・・・



そう思って開いてみたんです。

で・・・、

ここから勝手に松原さんのメルマガが添付します。笑

▼ ここから松原さんメルマガ ▼

> 松原です。

>

> 確認ですが

> GAMC は本日 20 日（日）いっぱい

> 先行販売が終了、またこれにともない

> tom 特典も削除となります。

>

> よろしく願います。

>

>

> ■ PRIDE や下克上との違い

>

> ご質問頂きました。

>

> いわゆるトレンドアフィリエイトと呼ばれる

> 「PRIDE」「下克上」と GAMC との違い、

> また、これらを購入している場合、

> GAMC を購入する価値はあるのか？

>

> という方が結構いらっしゃるようです。

>

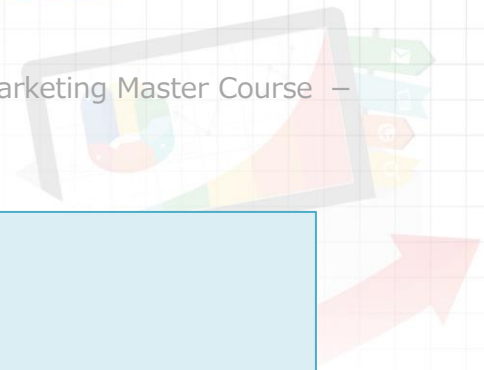
>

> こちらの件に関しまして、申し訳ないですが、私は

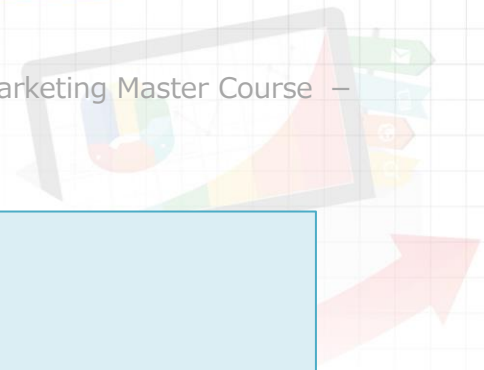
> 「PRIDE」及び「下克上」という教材を購入しておらず

> これらとの比較を行う事ができません。

>



>そこで、
>「PRIDE」及び「下克上」をどちらも購入し、
>かつご自身が実践して大きな実績を上げた上で
>GAMC のレビューを行っている方がいますので
>そちらの意見を参考にされてはいかがでしょうか。
>
>ごつい特典も付けて紹介しておられるので
>この方を経由して購入するのもありかと思います。
><http://tomosan01.com/googleadsensemasterclub>
>
>
>ちなみにこの方は、
>私も個人的にお付き合いのある
>「クソ珍しいぐらい真っ当なアフィリエイトさん」
>ですので、この方のレビューに関しては
>全面的に信頼して良いと断言しておきます。
>
>万一、上記のレビューページに誇大表現や偽りがあり、
>もしそれを信頼した上で購入し、
>後で後悔したなどという事があった場合には
>松原個人が返金保障付けます。
>
>そのぐらい、誠実で、
>実績と経験を元に情報を発信しておられる方です。
>
>
>で。
>
>うわ、この人の特典の方が良いじゃん・・・
>松原の紹介で買うんじゃなかった・・・
>
>とってしまった方があれば申し訳ないです・・・
>
>もうちょい早くこのページ見つけてたら
>私もすぐに紹介したんですが
>逆にこのタイミングで見つけてしまった事に
>申し訳無さを感じる次第であります。



>私は今回、
>この教材を紹介して儲かるとか
>そんなのはどうでも良いんです。
>
>単にこの教材が気に入ってしまったので
>誰の紹介だろうが、
>なんせ一人でも多くの人が購入してくれれば。
>
>もちろん、
>松原を経由してくれたらなお嬉しいですが。笑

▲ 松原さんメルマガここまで ▲

? !

こんなのありますか？

メチャクチャうれしいんですけど・・・

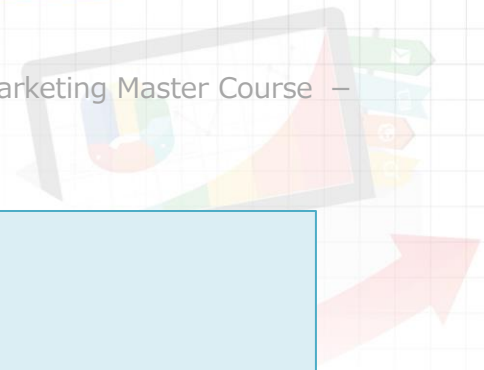
普通いますか？

オファー中に、しかも最終日に人のレビューページ送って
『この人から買えば』という人なんて・・・

教材販売者とアフィリエイターの立場なら、
よくこういったことやっている人達は見かけますし、
特段珍しいことではないんですが、

今回は松原さんの教材じゃないですからね。

しかも、そのメールが届いたのが朝 10 時くらいで、
10 時以降の購入者様が、30 名以上・・・



と、

今もう一度確認したら、40名くらいになってる・・・

松原さんの影響力、強すぎ・・・

“紹介してくれたこと”がうれしいのではなく、
“紹介してくれた内容”がすごくうれしいんです。

本来であれば、先行販売最終日なので、

もっと GAMC のことに関して書くべきだったのですが、
あまりにも嬉しかったこともあり、このようなメールとさせていただきました。

■

☐ 松原ストップがかかっています

ということで、少しだけ話が変わるんですが、
今私は、みのごりさんと松原さんが運営する
The 7th Marketing Club というメルマガの塾に所属しています。

ここは以前のメールでも紹介した通り、
メールマーケティングを学ぶには最高の場所です。

その The 7th Marketing Club の SNS で、
松原さんに言われたんです。

『ともさん、あれだけ頑張って特典つけてアフィリエイトするのってしんどいじゃろ。
アフィリエイトなんて気軽にできて稼げるのがメリットなのに、
あれじゃ、自分の商品作って売った方がよっぽど効率がいいですよ。』

メルマガアフィリエイトするなら、特典で売るのではなく、
“この人が言うなら特典なんかなくてもこの人から買おう”
という状態を作り出さなくてはダメですよ』と。

もちろん、コンテンツ（特典）は成約率と成約数を高めるために
非常に重要なファクターになりますが、

言われてみれば、

『信頼で売れる』

この状態が究極なのではないかと。

私も凄く痛感しています。

ですので、

『次にアフィリエイトする時は“特典なし”でやります！』

と、SNS で私も高らかに宣言したんです。

結果、

いろんな事情があり、今回は特典を付けてしまった。汗

ドクターストップ・・・、いや、

松原ストップがかかっていたのに。です。

いやあ、いつか私も松原さんやみのがりさんのように
“余裕”を持ったアフィリエイトが出来る様になりたいな。と思います。

そして、

自分の利益関係なく、
コンサル生や塾生のレビューページをサラッと紹介できるような、
大きなアフィリエイターになりたいと思いました。

多分、松原さんたちの時代は、
今回のようなことが多々あったんだと思います。

松原さんも人にそうやってもらったことがあり、
嬉しかったり、感謝している経験があるからこそ、
今回のメールを書いていたんだんではないでしょうか。

今のアフィリエイターは売る力がなくなっていると言われてますが、
そういった関係性を持てる仲間を、私自身の力でも増やしていきたいなと感じています。

そうなったら、すごく楽しそうですね。

と、ということで。

最終日なのに何もレビューしていないですが、笑

検討中の方は、レビューページをもう一度ご覧くださいね。

『残り3時間です！』

『残り1時間です！』

といったようなメールは送りません。

先行販売中のメールはこれで最後としますので、是非、公開のない決断をしてくださいね。

明日からは 4,000 円値上がりし、販売価格が 20,000 円となります。

4,000 円あったら、1 週間のランチ代くらい浮いてしまいますし、せっかくならその浮いた分のお金を有意義に使ってください。

※ 本日 23 : 59 で先行販売を締め切ります

【Google Adsense Master Club レビューページ】
<http://tomosan01.com/googleadsensemasterclub>

※特典も上記のページで確認できます。

■ 直接のレターからのご購入はコチラ
↓ ↓ ↓ ↓ ↓
<http://hitp.biz/l/c/MeKLfpKl/mwV2YImW>

※紹介者の欄は【ともさん】などとしていただければ OK です。

■ ご購入いただきましたら、こちらのフォームより特典申請をお願いいたします。

=====

【特典申請フォーム】

<https://crea-style.jp/p/r/lCqDt7vX>

=====

※購入 ID をこちらで確認後、特典に関してのご連絡をまいります。

本日でいったん販売ストップし、

23 日から一般販売がスタートしますが、
本日中に購入いただければ、
一般販売時にアフィリエイトもスタートダッシュがかけられますので、

情報発信者の方は、お早めに準備をしていきましょうね！。



以下、特電法に基づく表記など。（省略します。）

解説

このメールが先行販売終了日のメールとなります。

このメールに関してはテクニックやギミックは一切なく、特に狙いもありません。
「今日が値上げ前の先行販売終了日だ」ということだけが伝われば良いと思って書いています。

基本的に、人は期限が差し迫らないと動かないものです。

ですので、このメールでは、

「買おうと思ったけど、忙しくて忘れていた」
「買おうと思っているけど、まだ買っていなかった」

という方に向け、「今が一番お得に買える」ということを再度伝えるだけで十分です。

最終日というのは、「まだ検討中」という方が多いのですが、ここで煽って“本来買う必要のない方”に購入していただくと、その後の満足度が下がり逆効果になります。

これまで何度も教材の良さを伝えてきましたし、購入したほうが良い理由も伝えてありますので、最後のメールではあまり多くを語らず、リマインド程度に抑えるのが良いでしょう。

セールス後の重要な 1 通とは？

以上が当時のメルマガ原稿バックナンバーとなります。

これからメルマガを始めるという段階の方にとっては、
いきなり同じようなことを書くのは難しいかもしれません。

しかし、実際に何度かオファーのメールを書いてみると徐々に感覚が掴めて来るといいますし、
その頃に、またこのバックナンバーを読み返してみると今とは違う気づきがきつとあるはずです。

上記のバックナンバーは実際に大きな報酬を得ることの出来たメルマガそのものですので、
各メルマガの流れと意図を理解して上手にモデリング（マネ）していただければ幸いです。

さて、セールス時のバックナンバーは以上となりますが、
最後にもう一点、セールス時に書くメールのポイントで大事なことをお伝えしておきます。

それは、

「セールスが終わったら、必ずもう 1 通メールを送ること」となります。

※ 私はこのメールのことを“ダメ押しメール”と呼んでいます。

意外と多くの方がこれをしていないのですが、
セールスが終わったら、そこでピタッとメール配信を終わらせてしまっはいけません。

「いけない」というよりは、そこで終わってしまうと「もったいない」と言ってもよいかもしれません。

なぜなら、セールス後に送る 1 通のメールがあることによって、
次回のセールスでさらに大きな成果を上げられることに繋がるからです。

このメールはセールス終了後、出来るだけ早く（可能であれば翌日）送った方が良いのですが、
遅くても 2 ～ 3 日以内には送れるようにしたほうが良いでしょう。

では、その“ダメ押しメール”で「どんな内容のメールを送ればよいのか？」ということに関しては、
実際に見たほうが分かりやすいと思いますので、先ほどのオファーの際のバックナンバーを添付します。

6 通目 : セールス終了後に送ったメール 12月22日

ここからが本番ですね！

こんにちは、ともさんです。

20日までご紹介していた Google AdSense Master Club ですが最終的に、大変多くの方に手にしていただきました。

20日で先行販売が終了となり、
バタバタしておりまして昨日はメールが書けませんでした、
本日のメールでお礼させていただきたいと思います。

ご購入いただいた皆様、ありがとうございました！

現在のところ、特典申請いただいている方“全員”に、
購入者通信で特典配布させていただきました。

万が一、【GAMC 特典配布】のメールが届いていないという方がいらっしゃいましたら
お手数ですが、このメールへ返信という形でお知らせください。

銀行振込等で決済や決済確認がまだの方は、
販売者である秀吉さんからの確認メールが来た時点で
特典申請フォームよりご連絡ください。

=====

【特典申請フォーム】

<https://crea-style.jp/p/r/lCqDt7vX>

=====

※購入 ID はすべて確認しておりますので、不正は無理です。笑

既にご登録いただいて数日経つ方には、本日までに、

- LP 作成マニュアル（情報教材編）
- アフィリエイト特別単価設定について
- 秀吉×ともさん 対談動画
- 外注化スタートアップマニュアル
- Wordpress テンプレート&設定マニュアル

をお届け済みですので、
ぜひ時間を取って全て確認してみてくださいね。

申請いただいた方には順にお届けしていますので、
現時点で上記の特典が届いていない方もご心配なく。

日々、一つずつ届きますので、焦らずお待ちください。

■

☐ ここからが本番ですよ

今回、先行販売が終了し、
明日 12 月 23 日からは【一般販売】が開始となります。

Google AdSense Master Club に関しては、
まだまだ、レビューページ等もネット上にほとんどない状態ですので、
しばらくは超ブルーオーシャン状態でアフィリエイト出来るのは間違いありません。

今回私からご購入いただいた方は、
アフィリエイト報酬が特別単価 60% の権利がありますので、

ご自身のブログやメルマガをお持ちの方は、
是非このチャンスにしっかり稼いでいただけますよう、

早めにレビューページ等を用意して、
明日 19:00 からの本番に備えてくださいね。

- ※ パートナー登録と特単申請は必ずお忘れなく！
- ※ お配りした LP 作成マニュアルを参考にしてください ^ ^

今回アフィリエイトしない方も、

これからが実践本番ですね！

教材を買うことがゴールではなく、
教材を買ってからがスタートです！

私自身もいつもそうなのですが、汗
ここで満足しない様に気を付けましょう。笑

教材を手に入れて満足するのではなく、
軸教材として実践したり、新たな知識を吸収したりすることが目的なはずです。

是非、最大限有効に活用してくださいね ^ ^

それでは。



以下、特電法に基づく表記など。（省略します。）

以上が、“セールス終了後に送ったダメ押しメール”のバックナンバーになります。

読んでいただければ、大体どのようなことが書かれていたかはお分かりいただけると思いますが、
このメールを送る意図は 2 つあります。

1 つは、

購入してくださった方に対して感謝を伝え、「売りっぱなしではないという安心感」を与えるということ。

もう 1 つは、

購入しなかった方に対して若干の疎外感と後悔を与えるということ。

まず・・・、

セールスの翌日以降全くメールが来なくなると、読者からしてみるとあまり気分が良くはありませんよね。
「売りっぱなし」「売るのが目的だった」と思われても仕方ないと言えます。

ですので、当たり前のことですが、購入してくださった方へお礼をするのがまず第 1 です。

その上で、

「購入後は●●●●をしてくださいね」というように、購入者へ向けた分かりやすいフォローが必要です。

販売終了直後というのは、“決済は済んだけれど、教材のダウンロード方法が分からない”という方や、
“特典申請の返信がいつ来るのか心待ちにしている方”など、色々な状況の方がいらっしゃいます。

そのそれぞれの状況を予測した上でしっかりとフォローしてあげることによって、
「売りっぱなし」ではないことが伝わり、購入者の方へ安心感を与えられることになります。

このようなことは普通に考えると当たり前のことではあるのですが、
ネットの世界ではフォローをしっかりと出来ている人が少ないため、
“普通のことを普通にやるだけ”でも、購入者の信頼度は自然に高まります。

そして、もう一つ。

商品を購入しなかった方に対してのこのメールの意味合いですが、
若干の疎外感と後悔を与えるということになります。

本文を読んでいただくと分かりやすいかもしれませんが、
このメールに関しては、完全に“購入した方にだけ”向けて書いていますよね？

メールを書く側としても、やはり“買ってくれなかった方”より、
“買ってくださった方”を優先したいという気持ちがあるのは当然なのですが、
それにしてもあからさまに“買ってくださった方”だけに向けて書いているのが見て取れると思います。

セールス後のメールというのは、
“買ってくださった方”と“買わなかった方”の両方が目にするものではあるのですが、
全体に向けて書くはずのメルマガを“買ってくださった方”へ向けた内容とすることで、

大多数＝購入者である

というイメージを少なからず与えられる効果があります。

セールス後というのは、「最後の最後まで迷って買わなかった」という方が必ず存在しますので、
そういった方々に対して、「やっぱり買っておけばよかったかな・・・」と思ってもらうことが出来れば、
次のオファー時に「もう後悔はしたくない」という意識が働き、購入に繋がる場合があります。

ですので、“買わなかった方”に対して若干の疎外感と後悔を与えることが出来れば、
このダメ押しメールの目的は果たえていると言えます。

ダメ押しメールというのはそういった目的で送るものではありませんが、
ただし、ここで間違った認識をしないでいただきたいと思います。

ダメ押しメールの間違った認識とは？

ダメ押しメールが、“買わなかった方”に対して若干の疎外感と後悔を与えるものだとしても、

「買わなかった人は今後“無視”しましょう。」と言っているわけではありませんし、
「“買わない人はセンスがないですね。”などと書きましょう。」ということではありません。

これは本当に勘違いしないでください。

買わない人に対して、非難をしたり否定することは絶対にやってはいけないことですし、そもそもそんなことをする必要はありません。

読者は「自分にとって必要だ」と思えば商品を買いますし、「自分にとって必要ない」と思えば買わないものですから、こちらでその判断に関してとやかく言う必要はないのです。

ただ、単純に“買ってくださった方”の判断を褒め、精一杯のフォローの姿勢と感謝を示す。これだけで十分です。

一部のメルマガで良く見かけますが、“買わなかった方への非難や嫌味”は絶対やめましょう。

これをやってしまうと次からのオファーの反応率が下がりますし、自分で自分の首を絞めることになります。

“ダメ押しメール”と名付けた意味

セールスというのは、どれだけ成功したとしても、割合を見ると、“購入した方”の数よりも、“購入しなかった方”の数の方が圧倒的に多いものです。

どれだけ本気でメールを書いても、完璧に商品の良さを伝えきったとしても、

買っていない人の方が圧倒的に多いということを忘れてはいけません。

その“買っていない方”を、次のオファーで“買ってくれる方”へ変えていくことで、どんどん自分のメルマガからの収益は伸びていきます。

通常、“ダメ押しメール”と言うと、「セールス最終日のメール」をイメージする方が多いかもしれませんが、
私の場合は、「その1回きりのセールス」でセールスを完結させるのではなく、
次のセールスも、その次のセールスも視野に入れた上でメールを書いているので、
セールス後のこのメールが、次のセールスへ繋がる“ダメ押しメール”だと考えているということになります。

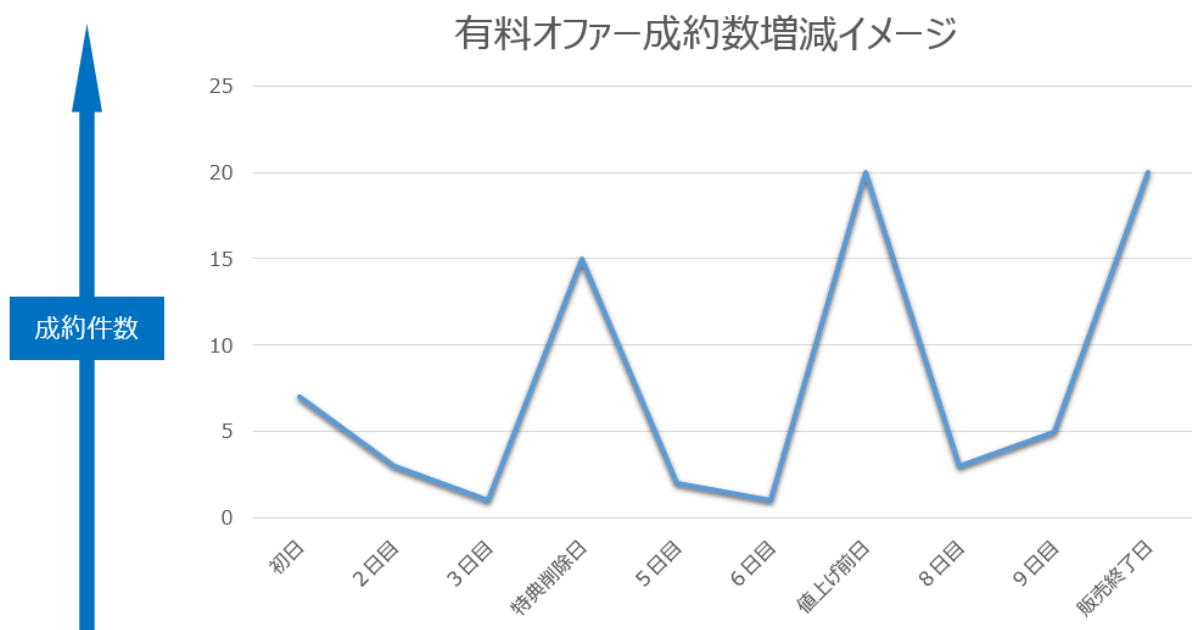
販売本数を自在にコントロールするために

自社商品と違い、他社の商品をするアフィリエイトでは、販売者の都合により左右される部分が多々あります。

例えば、販売スケジュール。

基本的には販売者の決めた販売開始日に沿って準備を進めなくてはならなかったり、値上げのタイミングや、販売終了のタイミングも販売者任せになります。

そのようなこともあり、アフィリエイトをする際の売り上げというのは、基本的に決まりきった一定の“波”があります。



必然的に上記の図のような“波”が出来るということになりますので、「その“売れるタイミング”に合わせメルマガを発行しよう」というのは先ほどもお伝えした通りです。

ただし、アフィリエイトでも、あるものを上手く活用することによって、
上記の“売れるタイミング”以外にも売り上げのピークを作り出すことが出来たり、
“売れるタイミング”に合わせ、さらに大きな売り上げを狙ったりすることが出来るようになります。

そのあるものとは・・・、“特典”です。

アフィリエイト独自の“特典”を上手く活用することで、販売者のスケジュールにさほど左右されず、
自分自身で自在に売り上げをコントロールすることが可能となるわけです。

テクニックとして代表的なものでは、

- 先着特典
- 初日限定特典
- 期間限定特典
- 特典削除
- 特典追加

が挙げられます。

“先着特典”というのは、「先着〇名様まで」といったように、人数で区切ることも出来ますし、
「〇月〇日まで」というように、日時で区切る方法も使えます。

また、“先着特典”と“初日限定特典”を組み合わせることで、
本来さほど大きな売り上げを見込めない販売開始日に“2度”もピークを作り出すことさえ可能です。

さらに、通常であれば売り上げが落ち込んでくる中日に、“期間限定”の特典を“追加”することで、
他のアフィリエイトが気を抜いている間に一人勝ち出来るケースもあります。

このように、アフィリエイトと言えども、
自分自身の戦略次第で売り上げのピークを自在にコントロールすることは十分に可能です。

このテクニックを一度覚えてしまえば、販売者の都合のみに左右されず、
自分のペースで商品を紹介することも出来るようになりますので、
アフィリエイトに慣れてきたら、是非様々な戦略をご自身で試してみてくださいと思います。

購入者のクレームや返金率を極限まで下げる方法

メルマガで商品を販売する際、
「クレームが来るのが怖くてオファーが出来ない」という方が極稀にいますので、
「購入者のクレームや返金率を極限まで下げるためのワンポイントアドバイス」をしておきます。

まず、大前提として、

- 自分で中身を確認して自信を持って紹介できる商品
- ターゲットにマッチした商品

を、適度なペースでオファーする分には、“セールスに対して”のクレームは来ようがありません。

上記に関しては、MMC マニュアルでも詳しく解説してきていますので、
再度繰り返さずとも大丈夫だと思いますが、

もう一点、クレームが来るタイミングとして考えられるのが“購入後”だと思います。
最悪の場合は、このタイミングで「返金要求される」といったこともあり得るかもしれません。
(特に、ネットの世界ではありがちなことかもしれませんね。)

これを防ぐ方法として効果的な方法が2つあります。

1つは、「買って欲しくない人には売らない」ということ。

メルマガを始めたばかりの頃は特に、「出来るだけ多くの人に売りたい」という意識が働くと思いますが、
本来、買う必要のない人にまで商品を見ると、圧倒的にクレームや返金要求率が上がります。

買う必要がない方が買ってしまう原因というのは、当然“売り方”に問題があるからです。

- 商品の中身をしっかりと伝えないで売る
- 買わざるを得ないと感じさせるほど、無理やり煽って売る
- ターゲットにマッチしていないものを言葉巧みに売る

このような売り方をした場合、当然のことながら購入後に、

「話が違う」

「やっぱり買わなければよかった」

「冷静に考えたら必要なかった」

と思う人が続出するわけですね。

これを防止する方法としては、これまでお伝えしてきたように、
オファーの中で、「この商品がオススメの人」と「この商品がオススメではない人」をハッキリ伝える事。

「こんな人は買わないでください」とハッキリ提示することによって、
ある程度購入属性を絞ることが出来ます。

「出来るだけ多くの人に買って欲しい・・・」という気持ちは痛い程よく分かりますが、
無理な売り方、煽る売り方は、後々自分にとってマイナス要素が多く残りますのでお勧めしません。

また、クレームや現金要求を防ぐ方法として効果的な方法がもう1つあります。

この方法は、私がリアルビジネスで販売業をやっていた時に徹底的に意識して行っていたことで、
過去、数万人と接客してきた中でこのやり方で販売した方からは一度も返金要求はありませんでした。

もちろん、ネットビジネス（メルマガ）においても、同じやり方をしていますので、
過去、一度も返金要求やクレームを受けたことはありません。

そのくらい、効果がある方法（心理テクニック）になりますのでこれを覚えておくの良いかと思います。

その方法とは・・・、

「買うか、買わないかは“お客様自身”に決めていただく」という方法になります。

もっと簡単に言うと、「買ったほうが良いですよ！買いましょう！」とこちらが提示するのではなく、
「コレをください！」という言葉をお客様に“自発的に”言ってもらおうということになります。

メルマガでのセールスの場合は、実際にお客様の声はこちらに届きませんし、「コレをください！」という言葉の代わりに、URL をクリックして決済するという行動になるわけですが、

買わせるための執拗なプッシュをするわけでもなく、煽って行動させるわけでもなく、向こうから“自発的に”購入してくれるような誘導の仕方をするということになります。

そのためには、先ほどから何度も言ってきたように“前振り”のメールの段階で興味を惹き、オファー当日には買う気満々でメールを開いてもらうという流れが必要になります。

初日のオファーで購入をしなかった方に対しても、翌日以降、色々な角度から情報を与え続けるだけで「コレをください！」と言ってもらえることは出来ます。

このようにして、自らの意志で自発的に購入に至った方というのは、その後の結果がどうであれ、購入を決断したことに対する“責任の所在”が自分にありますので、クレーム率や返金要求率が圧倒的に低くなります。

逆に、煽られたり急かされたりして購入を決断すると、“決済したのは自分”であるにも関わらず、「売りつけられた」という心理が強く働き、クレームや返金要求に繋がりがやすいということになるわけです。

そう考えると、“行動を煽る”行為というのは、このテクニックと正反対の行為になると言えますね。

実際に、メルマガ上でこのテクニックを使うとなると少し慣れが必要になりますが、ここでは私が言わんとしていることだけ理解しておいていただければ十分です。

煽らず、急かさず、最終的な判断は“自発的に”読者にしてもらう。

このイメージだけは、今後メルマガでセールスをしていく中で持ち続けていただくと良いかと思います。

2つ目以降の商品選定はどうすればよいか

この章では、有料オファー戦略としてセールスのノウハウ、テクニックについてお話してきました。

メールの書き方に関しては、どの商品をセールスする時にも同様に使えるものになりますが、メルマガを発行していく中で、また別の疑問が出るかもしれません。

それは、

「1つ目の商品のセールスが終わった後、次はどうしたら良いのか」ということです。

セールスの STEP の 1 つ目として“商品選定”があったかと思いますが、
2つ目以降の商品をどう選べば良いのか、また、次はどのタイミングでセールスをして良いのか、
この辺りが気になる方も出てくると思います。

通常、1つのセールスが終わった後もメルマガの発行を止めず、ノウハウの発信を続けることになります。

そして、

ノウハウの発信を続けていく中で、またタイミングを見て次の商品のオファーを入れていくという流れです。

このタイミングに関しては、先にお伝えした通り決まりはなく、
読者にとって必要なものがあれば、必要なタイミングで提案していくということになりますが、
一般的な基準としては、オファーから次のオファーまでの間隔は 1 ヶ月程度で考えると良いと思います。

月に 1 回程度セールスまたは、無料オファーを紹介していくというイメージですね。

ただし、これに関しては本当に決まりというものはありませんので、
ひと月に 2 つの商品をセールスしてはいけないということや、
1 ヶ月後には必ず次のセールスをしなくてはならないということではありません。

あくまで、一つの例として考えてください。

次のオファー（２つ目の商品）として、どのようなものを紹介すればよいのか？ということに関しては、当然、発信しているジャンルや、前回セールスした商品と一貫性を持つものを選ぶことになりますが、読者の立場になって考えてみるとより分かりやすいと思います。

例えば、あなたが最初のセールスで「サイトアフィリエイトの初心者向き教材」を紹介したとしましょう。

その上で、それを購入いただいた方は“１ヶ月後に何を必要としているのか”ということを考えてみます。

１ヵ月と言うと、教材を読み込み実践を始めて少し経った頃かと思いますが、その頃、実践している方はどんな状況で、何が不足しているのか、それを考えてみましょう。

- 無料ブログでの実践から本格的な HTML サイトを作っての実践に STEPUP したいと思っている
- キーワードの選定が上手くいかず、アクセスが呼べずに困っている
- １つのブログで成果が出始めたので、どんどんブログを量産したいと考えている
- 教材を読んでも何から手を付けてよいかわからず手が止まっている

ざっと挙げてみましたが、上記のような状況の方がいると想定できますよね？

そうすると、次にオファー（提案）する商品というのはおのずと決まってくるでしょうか。

もし、

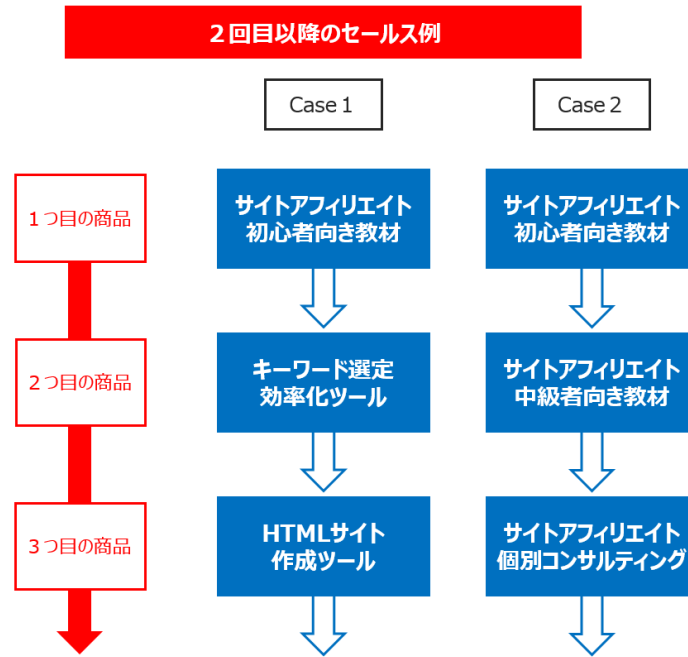
- 無料ブログでの実践から本格的な HTML サイトを作っての実践に STEPUP したいと思っている

このような状況の方をメインターゲットに考えるのであれば、
【サイトを簡単に構築するためのツール】や【サイト用テンプレート】などを提案すれば良いですし、

- キーワードの選定が上手くいかず、アクセスが呼べずに困っている

このような状況の方をメインターゲットとするならば、
【キーワード選定に特化した教材】や【キーワード抽出ツール】を提案すれば簡単に売れるでしょう。

その他にも、ブログを短時間で量産できる便利なツールなども考えられますし、
手が止まっている人に対して１から指導するコンサルティングサービスなどを提案しても良いでしょう。

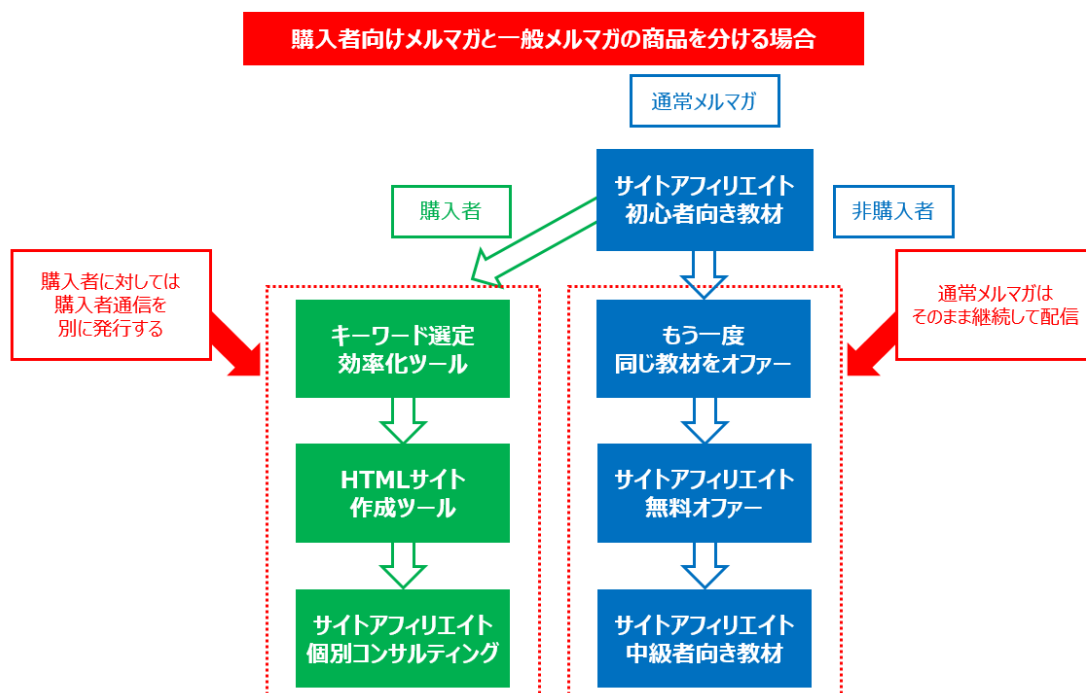


図解するとこのようなイメージになります。

大切なのは、一貫性を保つことと、相手の立場に立って考えることです。

自分本位に商品を選定しようと思うのではなく、
「相手が何を必要としているか」という観点で考えてみると非常にカンタンに商品は決まると思います。

また、中・上級者向けのお話にはなりますが、次のように購入者だけ別のメルマガに登録してもらい、
“購入者通信”でフォローしつつ、一般読者と違う商品をセールスしていく方法も非常に効果的です。



成約率を劇的に上げるオプトインについて

メルマガ読者増編の章でお話しましたが、
「ユーザーが自分自身で登録フォームからメルマガに登録してくれる」ことをオプトインと呼びます。

オプトインで獲得した読者は、“自発的に”メルマガに登録した読者なので、
その後のメルマガ精読率も高く、質の良い読者であるということはお分かりいただいているかと思います。

逆に考えると、「質の高い読者」「興味・関心度の高い読者」を集めようと思った場合、
オプトインを取ることが必要不可欠であると言ってもいいかもしれません。

ただし実は、このオプトインを取るという行為は、最初のメルマガ登録時だけではなく、
メルマガを発行していく中で何度も行っていくものとなります。

・・・と、この説明だと少しややこしいかもしれませんがもう少し簡単に説明します。

あなたも他の方のメルマガを読んでいて、

「新しいメルマガを始めましたので、読みたい方はコチラに登録しておいてください」

「〇〇〇に興味ある人はコチラのフォームから登録してください」

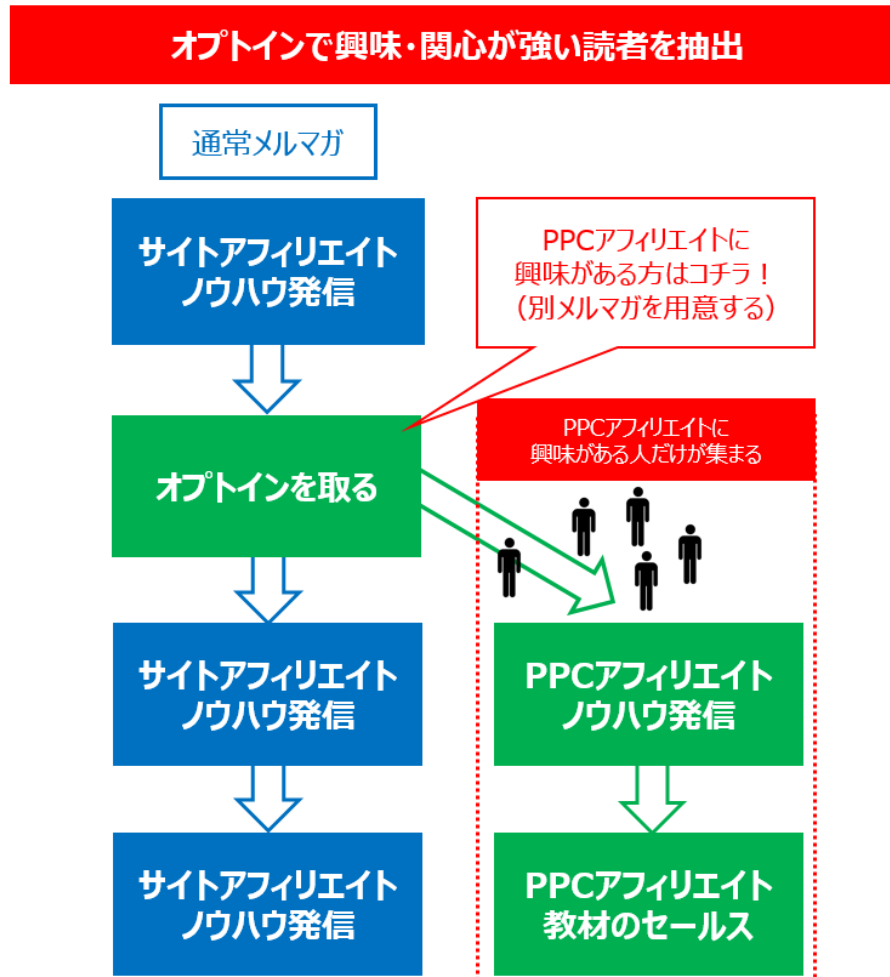
「●●が欲しい方はこの URL をクリックしてください。クリックしてくれた方だけに●●をお届けします」

などと誘導しているケースを見た事があると思いますが、
あれこそが“オプトインを取っている”ということになります。

要するに、「ある特定のものに興味がある人だけを“抽出”する」のがオプトインを取る目的です。

例えば、「〇〇〇に興味ある人はコチラのフォームから登録してください」としておいて、
フォームから登録した人だけに〇〇〇に関連した商品をセールスするというテクニックですね。

一度オプトインを取り、“興味がある人だけ”を集めているわけですから、その後のセールスも当然のことながら反応が出ますし、高い確率で売れることになります。



このように、通常メルマガを配信していく中で、別の配信内容やセールスに関して“より興味・関心度の高い”読者を抽出するのがオプトインです。

これにより、メルマガの精読率やセールスの成約率等を上げることが可能となりますし、逆に言うと、“興味のない方に対し、関係のない情報を発信しなくても済む”ことになります。

通常メルマガに残った読者の方の信頼残高を下げずに済むということにも繋がります。

オプトインを取ることに关しては、タイミングや回数などに決まりはありませんので、発行者の自由に行ってもよいのですが、上記で挙げたメリットの他に当然デメリットも存在しますので、ここで再度メリットとデメリットを挙げておきます。

オプトインを取ることのメリット

- ・ 興味がある人だけを抽出するのでメルマガ精読率が高い
- ・ 興味がある人だけを抽出するのでセールス成約率が高い
- ・ オプトイン後の離脱率が低い
- ・ オプトインしなかった方の信頼残高が下がりにくい
- ・ 読者リストの属性分けが可能となる

オプトインを取ることのデメリット

- ・ 売上げが最大化しにくい（読者の絶対数が減るため）
- ・ オプトインしなかった方に疎外感が生まれる
- ・ 頻繁にやりすぎるとオプトイン率が下がる
- ・ 別メルマガを用意するため手間がかかる
- ・ メルマガのシナリオ数が増え管理が煩雑になる

見ていただくと分かるように、「興味がある人だけを・・・」という意識が強くなり、あまり頻繁にオプトインを取っていると、メイン媒体の読者離れにも繋がります。

特に、自分のセールスに自信が持てない方というのは、
“オプトインというテクニックに頼ってしまう傾向”があるのですが、
オプトインしてくれる読者というのは、あくまで読者全体の中の一部にしかすぎません。

本来、全体に対してセールスしておけば購入してくれたかもしれない読者の方を、最初の段階で除外してしまう可能性も大いにありますので、あまりにオプトインに頼ってしまうのも考えものです。

オプトインに関する根本的な勘違い

これまで私も多くの方のメルマガを読み、また指導してきた経緯がありますが、その中で、「オプトインを取ることにに関して“根本”から勘違いしている方」を大勢見てきました。

根本的な勘違いをしているが故に、最大の失敗をしている事にも気付いていないわけです・・・。

その“多くの人が陥っている最大の勘違い”とは・・・、

「オプトインがセールスの免罪符だと思っている事」です。

すなわち、

「興味がある人だけを集めているのだから、この人たちにはガンガンセールスしても良いですよ！」
「オプトインに入ったということは、“セールスされることを容認している”わけだから、気持ちが良いです。」
「今回はゴリゴリにセールスしていく予定だから、オプトインを取ります。」

このようなことを平気で言っている人たちが多いのです。

オプトインした読者というのは、発行者のセールスを受けるためにオプトインしたわけではありせんし、期間中、しつこいセールスメールを受け続けることを目的にオプトインしたわけではありせん。

よろしいでしょうか？

そこを大きく勘違いして、「ガンガンセールスする時はオプトインを・・・」などと考えているのは、頭の悪いメルマガ発行者のエゴです。

お伝えしてきた通り、オプトインを取る意味というのは「興味のある方の抽出」です。

これからあなたが発信していく内容に「より興味がある」と思う方がオプトインしてくださるわけですから、オプトイン後はどんな発信をしていけば良いのか、お分かりですよね？

はい。

オプトインした方に対しては、オプトインしなかった方に対して以上の、“濃い情報”、“濃いノウハウ”、“深いノウハウ”を発信していくべきだということになります。

例えば、あなたが普段“サイトアフィリエイトノウハウ”のメルマガを書いているとして、PPC アフィリエイトに関して興味がある人のオプトインを取るのであれば、まずは普段のメルマガで発行していない PPC に関しての“濃いノウハウ”を伝えるべきだということです。

オプトインした = 興味がある、より深く知りたいと思っている

ということですので、先にその情報を与えるべきだということですね。

そう考えると、オプトインを取って、

「最初から最後まで、ただただセールスのメールを送り続ける」というのは違いますよね？

もちろん、オプトインを取るからには“最終目的がセールス”であっても問題はないわけですが、
まずは、“濃い情報”、“濃いノウハウ”、“深いノウハウ”を発信していくべきだということを意識しましょう。

普通に考えると良く分かると思いますが、

「オプトインをした瞬間しつこいセールスしか来ない」と分かれば、
読者も次のオプトインに入ろうとは絶対に思わないはずですね。

興味があってオプトしたのに、価値のないメールが届くわけですから、
次の募集があっても「また価値のない別メルマガか・・・」と感じるはずです。

以上が、「オプトインに関する根本的な勘違い」についてとなりますが、

既にメルマガを発行していて、「回数を重ねるごとにオプトインの反応が落ちている・・・」という方は、
上記のような根本的な勘違いと大きな失敗をしてきた方かもしれません。

今後、「オプトインを取る = 普段以上のノウハウを提供するため」という意識で取り組めば、
その反応も復活してくると思いますので、是非正しいオプトインのノウハウを実践してみてください。

有料オファー戦略編 まとめ

この章では、有料オファー（セールス・アフィリエイト）戦略についてお話してきました。

基本を覚えてしまえば、扱う商品が自社商品・他社商品であるかを問わず、メルマガを使って大きな売り上げを上げることが可能ですので、是非、この章を何度も読み込んでノウハウを自分の物にしていきたいと思います。

当然、ノウハウを学んだ後は「実際にそれを実践すること」が最も重要です。

文字や言葉で学べることには限界がありますから、実際に手を動かして、まずはそれを形にしてみる必要があります。

また、“PDCA サイクル”という言葉は聞いた事があるかと思いますが、メルマガにおいてもこの PDCA を回していく考え方は非常に大切です。

ノウハウに沿って忠実にメルマガを書いたところで、
生きた反応が出るのは“読者”から以外にありません。

私達メルマガ発行者は、常に読者の声に耳を傾け、読者の求めるものに近付けていく。読者との双方向のやり取りの中で、自分のメルマガをより良いものにしていく。

行きつくところはそこになります。

その中の一つとして、有料商品・サービスのセールスがあるということになりますが、当然、セールスの形も読者の反応に合わせてブラッシュアップしていくことで、メルマガ発行者自身も成長していかなければならないということですね。

是非、この章を通し、そういったことも併せてご理解いただければと思います。

最後に・・・、この章はだいぶ長くなりましたのでポイントをまとめておきます。



メルマガを発行していく中で必ず意識しておくべきこと

「メールを使ってモノを売る」のではなく、
「モノを売るためにメールを使っている」という意識を持つこと。

有料オファーの3つのルール

1. ターゲットに合っていないものは絶対にオファーしない
2. 1 通のメールで売ろうとしない
3. 売れるものを売る

セールス・アフィリエイト戦略 5STEP

- STEP 1. 商品を決める
- STEP 2. 販売戦略を立てる
- STEP 3. 前振りをする
- STEP 4. セールス（オファー）する
- STEP 5. 追撃をする

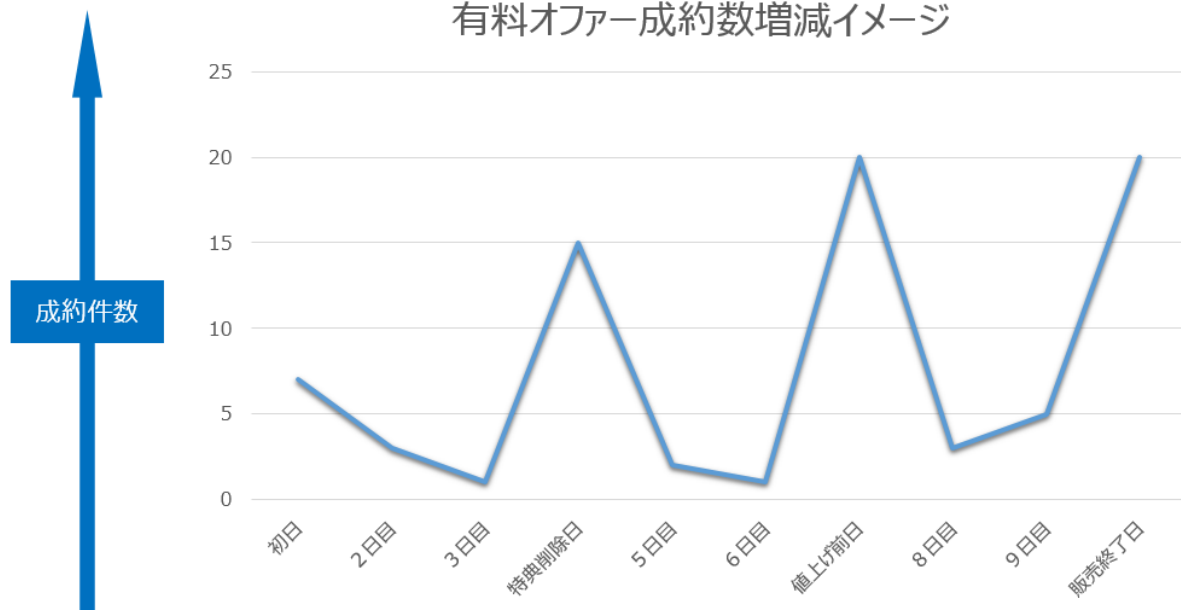
売れる商品の共通点

1. 新教材・新商品
2. 限定商品
3. 成約（CV）率の高い商品
4. 話題性・トレンド性のある商品
5. 王道商品
6. ロングセラー商品
7. セールスレターが分かりやすい商品

オファー当日のメールのポイント

1. タイトルは開封してもらえる工夫を（オファーだと分かるタイトルを）
2. 本題は早く切り出す（オファーを待っている人のために）
3. 最初のアフィリエイトリンクは前半に（離脱防止のため）
4. アフィリエイトリンクを置きすぎない（多くても2～3か所に留める）
5. 出口は一つに絞る（離脱すると戻ってこない）
6. 特典は価値を伝える（説明ではなく価値の提供）
7. セールスレターへの誘導が目的（細かいことは2日目以降でも良い）

有料オファー成約数増減イメージ



この章では、この他にも非常に大切なポイントを凝縮してお伝えしてきました。

まとめに関しては、実際にセールスする際の“注意点早見表”としてお使いいただくとして、大前提にはこの章でお伝えしたすべてのノウハウが必要です。

ボリュームが多いとは思いますが、是非何度も読み返していただくことをお勧めいたします。