

TRUST AFFILIATE

3rd

TOP アフィリエイトしか知らない

無料オファー攻略メソッド

Three arrows strategy

【 株式会社 CREA STYLE 】

丹羽 智則 (ともさん)

はじめに

メルマガアフィリエイトで稼いでいくためには鉄板のステップがあります。

ステップと言ってもカンタンなものですが、このステップの第一歩を間違えると、

『メルマガって稼げない・・・』

『俺ってメルマガの才能ないのかも・・・』

『メルマガが稼げるなんて嘘だ！！』となってしまうことでしょう。

このレポートでは、そのステップの第一段階『無料オファー』についてお話ししていきます。

無料オファーとは何なのか？ということはもちろん、限られた TOP アフィリエイターのみが使っている【無料オファーの成約数を爆発的に伸ばす】為の“マル秘”テクニックも実例と解説を交え、ご紹介します。

ですので、あなたはこのステップをしっかり理解して、自分の今の実力に応じたステップの実践をしていってください。

無料オファーの基礎理解

■【STEP 1】無料オファーで稼ぐために

メルマガアフィリエイト初心者が確実に報酬を上げるために、まず取り組んでみるべきは【無料オファー】です。

この STEP1 の無料オファーだけでも、月に 10～20 万円くらいなら誰で稼げますし、0 から 1 を最速で作り、今後さらに報酬を伸ばしていく礎を作る方法としては、一番いい方法かもしれません。

無料オファーとは？

無料オファーとは、【無料で行われているキャンペーン】などをメルマガで紹介して、そのキャンペーンにあなたの読者さんが登録してくれたら、その登録 1 件につき、数百円から千円ほどの報酬があなたに入るといったものです。

無料キャンペーンにはいろいろな種類のものがあり、

- コンテンツやツールなどのプレゼントキャンペーン
- セミナー募集キャンペーン
- メルマガ登録で特典などがもらえるキャンペーン
- モニター募集キャンペーン

など、魅力的なものが無料で手に入るため、読者さんにとっても損のないものとなります。

この無料オファーの紹介は、難しいなどと考える必要はありません。

無料のものを紹介するだけ。

普通の感覚で考えたら、これが難しいわけがありませんよね。

読者さんはメールアドレスを登録するだけの手間で、何一つリスクはなくキャンペーンに参加できます。

読者さん側にリスクがないというところが、有料の商品を売るときとの最大の違いですね。

しかも最近の無料オファーは、昔と比べると格段にクオリティが上がっていて(上げないといけない理由もあるのですが・・・)、LP(ランディングページ)と呼ばれる募集ページにアクセスさえ流せば大抵の読者さんは登録してくれます。

無料オファーの成約率

一般的に言われているのは、登録率 20 ～ 30 % くらいでしょうか。

この登録率というのは、アクセスに対しての登録者数の割合ですが、有料商材の成約率が良くて数%と言われているのに対して、かなり高い数値であるということがお分かりいただけると思います。

たった 10 人だけでも LP に飛ばすことができれば 3 人登録 = 3,000 円くらいの報酬が入ることになります。

100 人だったら、3 万円、1000 人だったら 30 万円という計算です。

そう考えるとどうでしょうか？

無料のものを紹介し、アドレスを登録してもらっただけで数十万という報酬が生まれるなんて、物販のアフィリエイトをやっている方にとっては夢のような話だと思いませんか？

ライティング力は全く不要

もう一つ、メルマガ初心者にとって無料オファーが最適な理由があります。
それは、コピーライティングなどのスキルがなくても稼げてしまう。という点です。

なぜかと言うと、無料オファーは多くの場合、その案件を扱っている ASP 側で、
プロが書いた反応の取れる紹介文を用意してくれているからなんです。

ですので、紹介するあなたはこの文章をコピーするだけで稼げてしまいます。
『コピーで稼ぐ』と聞くと、抵抗がある方がいるかもしれませんが、よく考えてください。

その紹介文やレターは、ライティングのプロが書いたものです。

キャンペーンや商品の魅力を最大限にユーザーに伝えることが正義。と考えた
場合、下手に初心者である自分が書くより、読者さんにとって有益な場合も多い
のです。

紹介文のコピーというのは、ブログ記事のコピーのように、他人のコンテンツを無
断で流用する悪意のあるものではないので、このあたりはあまり気にする必要は
ないかと思います。

もちろん、反応のある紹介文を書くスキルがついてきたら、自分で書くことによっ
て、他のアフィリエイトとの差別化を図るのも戦略の一つになります。

登録率 50%の理由

先ほど、無料オファーの成約率は一般的に 20～30%であるとお伝えしました。反応のない案件の場合はもちろんこれを大幅に下回ります。

ところが私の場合、無料オファーの登録率はよく 50%を超えます。有料商材の紹介の際も、成約率が 30～50%という日があるのも珍しくないの、一般的な平均値とは大きくかけ離れていると言えるでしょう。

先日もコピペで案内した無料オファー 1 案件で、10 万円ほどの報酬を得ることも出来ました。

コピペで 10 万円稼ぐ。

これは、数十万人の読者さんがいる大御所アフィリエイターであれば、容易なことかもしれませんが、私のメルマガの読者さんは約 2000 名ほど。

メルマガ読者の数が 100 倍ほどの TOP アフィリエイター達に混ざっても、私が様々な案件のランキング上位にランクインできる理由は、この“成約率(登録率)が圧倒的に高い”から。という理由に他ならないと言えます。

では、これだけ反応が高いのはなぜか？？

この答えもカンタンです。

別のレポートでお話した 2 つの法則で信頼度が MAX になった読者さんに対して、さらに爆発的に無料オファーが登録される“マル秘”テクニックを使っているからです。

このテクニックは、知っているか知らないかだけで報酬に大きな差が出てきてしまう、かなり有効なテクニックです。

そして、この“マル秘”テクニックを使っている人は例外なく稼いでいます。

私もいろいろな方のメルマガを読んでいます、このテクニックを知っている人は、“毎回必ず”使っていますね。

そうなんです。このテクニックを使うか使わないかで、間違いなく 3 倍以上の成果の違いが出ますので、使わない理由がないですからね。笑

『どういうことをすれば読者さんの心を動かすことが出来るか？』

ここが体感として理解できていなければ、有料のものをガンガン販売することなんてもちろん不可能です。

逆に、『無料オファー』を完全攻略してしまえば、その後はなんでも販売できるようになります。

だからこそ、このレポートでお教えするこの“マル秘”テクニックは、最重要です。マスターしてしまえば、今後ずっとあなたの武器になるでしょう。

Three arrows strategy

さて、私は今回お伝えするテクニックを【Three arrows strategy】すなわち、【3本の矢戦略】と名付けました。

この3本の矢をうまく使うことによって、このように1案件で10万円以上稼ぐという結果はいつでも出せるようになります。

月別獲得報酬

年月を指定して、「検索」ボタンを押してください。

2014年 8月 検索

※当月・前月のデータについては、まだ未承認状態のため、非承認となる可能性があります。

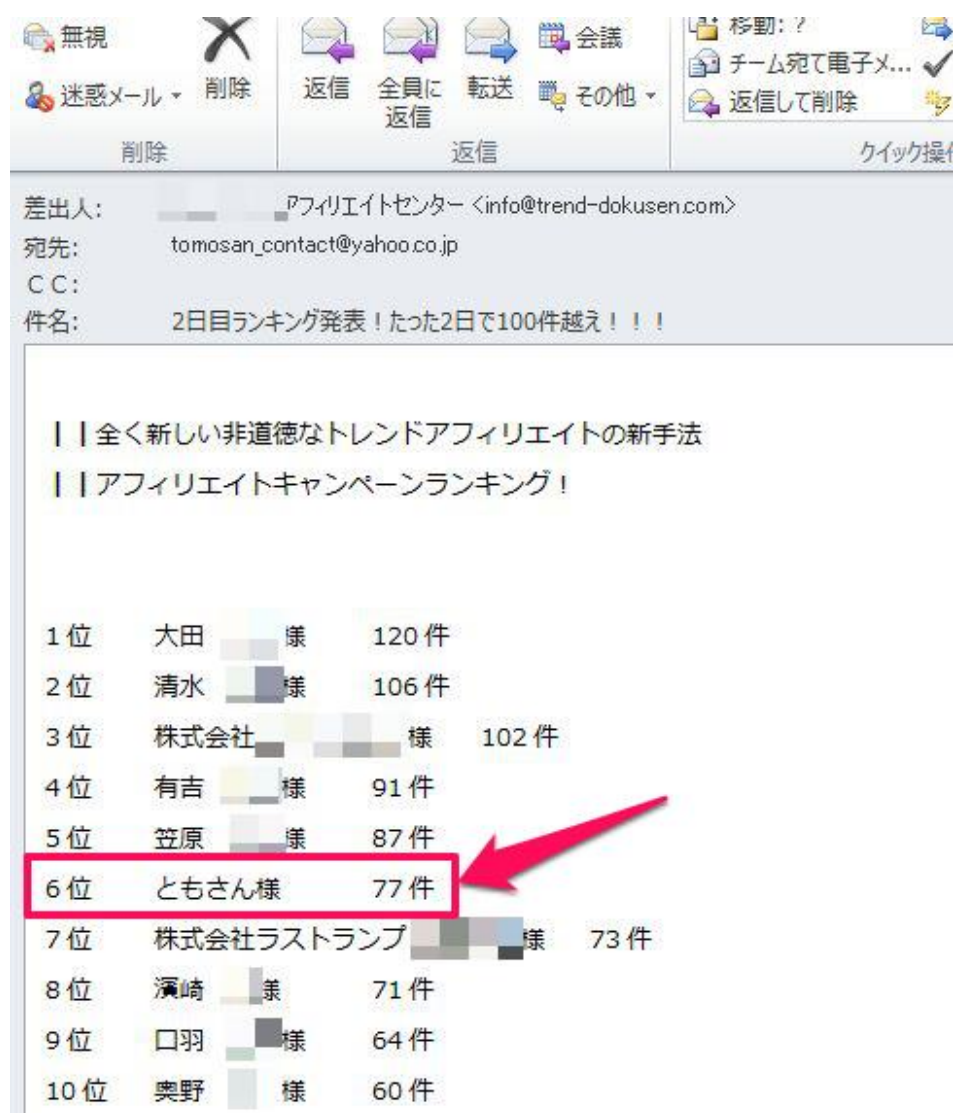
2014年8月
成果報酬額 101200円

商品名	件数	金額
【終了致しました】MTS感謝祭2014CP	—	—
【終了致しました】『最新！億万長者になるための6つの鍵』公開CP	—	—
【終了致しました】メルマガアフィリエイト・Dynamite CP	88名	101200円
【終了致しました】報酬獲得者「続出」CP	—	—
【終了致しました】奇跡のビジネス公開キャンペーン	—	—

無料オファーはある一定の条件を満たすと、【VIP・超VIPアフィリエイト】として、【特別単価】というものが設定してもらえますので、1件当たり1000円～2000円(もしくはそれ以上)という好条件でアフィリエイトが出来る様になります。

更にこの案件の時は、最終的なアフィリエイトランキングでも上位に入り、別報酬もいただくことが出来ましたので、【無料オファー】でも、有料商材を売る時以上に報酬を稼げることもあります。

ちなみに無料オファーのアフィリエイターランキングというのはこういうものですね。



この時は、わたしがまだメルマガアフィリエイトを初めて2か月くらいしか経っていない時のものなので、読者さんは1000名いなかった時期だと思います。

そして、この時のランキングの20位以下には、誰もが知っているようなTOPアフィリエイター数名の名もありましたので、これからお伝えする“マル秘”テクニックを使うと、私のような初心者アフィリエイターでも十分にここまでの戦いができる。ということをお分かりいただけたかと思います。

Three arrows の本当の意味

では・・・そろそろテクニックの解説に入りましょうか。

最初にこちらの画像をご覧ください。

【終了致しました】メルマガアフィリエイト・Dynamite CPの 検索結果

登録日	URL誘導	登録完了	登録率(%)
2014-08-04	68	36	52
2014-08-05	35	21	60
2014-08-06	20	9	45
2014-08-07	15	4	26
2014-08-08	5	3	60
2014-08-09	2	2	100
2014-08-10	2	0	0
2014-08-11	7	4	57
2014-08-12	2	1	50
2014-08-13	1	0	0
2014-08-15	2	0	0
2014-08-17	4	2	50
2014-08-18	16	6	37
2014-08-19	1	1	100

注目していただきたいのは、一番右の【登録率%】です。

『ともさん、登録率 50%なんて、話盛ってるんじゃない？』

なんて思ってた方も、これで私のことを信用してくれましたでしょうか。笑

逆に、登録率が 50%を切っている日の方が少ないことが分かります。

図を見ていただくと、【赤】【ミドリ】【青】で括っている部分があると思いますが、この部分の解説から参りましょう。

無料オファーというものは通常、“初日”の登録数がダントツで高く。

次いで“2日目”。その次が“最終日”です。

有料オファーの場合は、販売終了直前日や値上げ直前日が最も成約率が高くなるので、このあたりは無料オファーの場合少し違いますね。

理由はカンタンで、『扱うものが無料だから。』ということが言えます。

ということかという、無料オファーの場合、登録する側にリスクがないので、基本的に案件に興味がある方は、いつ登録しても、誰から登録しても一緒なわけです。

すなわち、紹介する側は、【早い者勝ち】です。

これが、有料オファーの場合、アフィリエイトごとに付けている特典が違うので、『もっといい特典を付けている人はいないか？』と何日間も様子を見る人も多いですし、【お金の問題】で購入を先送りにする人も多いですよ？

無料オファーにはそれがないのです。

まずは、覚えておくべき 1 つ目のこととして、無料オファーを紹介するなら【初日】が超重要である。ということが挙げられますね。

さて、ここで勘違いしないでいただきたいことがあります。

私が提唱する Three arrows strategy というのは、なにもこの登録率が高い【初日】【2 日目】【最終日】の 3 日間でメルマガを流しましょう！というようなチープな戦略ではありません。

Three arrows strategy というのは、ただでさえ登録率が高い【初日】【2 日目】【最終日】の登録数を意図的に、さらに、“爆発的に”高めることができる。そのためものになりますので、ぜひ期待してください。

The first arrow

先ほどの章で、登録率が高い 3 日間のお話をしましたが、まずはその【初日】と【2 日目】の登録率を高めるために放つのが、【1 本目の矢】です。

この【1 本目の矢】を撃っているかどうかで、初日、2 日目の登録数は何倍もの違いが出てくるという 1 番重要なポイントになります。

The first arrow : 初日・2 日目の登録率を劇的に高める 1 の矢

無料オファーを登録してもらう上で一番大事なテクニック。

それは・・・、

“前振り”メールを送るということです。

“伏線”とか、“布石”と呼び変えてもいいでしょうね。

無料オファーは、いきなり紹介しても絶対に登録数は伸びません。

紹介した時点ですでに、読者さんが『登録したくてしたくてたまらない』という、そんな状態を作り上げておく必要があるのです。

そして、それを可能にするのが“前振り”です。

例えば、あなたが無料オファーで、あるツールを紹介したいとします。

そうした場合、事前のメールで読者さんには、手作業でやることの大変さや煩わしさ、時間が無駄になるということを伝えると同時に、効率化の重要性を強調しておきます。ただし、そんな効率化を実現するためには、高い有料のツールを買うしかないんですよね・・・と、悩みを解決するには通常多くのお金がかかることも示しておくわけです。

そして、その次のメールで、

『そんな悩みをすべて解決する高機能なツールが今なら無料で貰えます！！』
とするわけです。

前日のメールを読んでいた人なら、絶対に登録するに決まっていますよね。
これが、前振りの効果です。

1番カンタンなのは、この“直前の前振り”ですね。
この直前前振りは確実に大きな効果を発揮しますので、必ず実践するとよいでしょう。

The first arrow : 前振り LvUP バージョン

では、さらに LvUP したテクニックを紹介します。

この前振りというのは、【直前のメールに限ったものではない】ということです。
もちろん直前のメールで前振りをする事も多いですが、次の例のように 1 週間前や 1 か月前から伏線を張っておくといったように、長期的なスパンで準備しておくことも可能です。

長期スパン 伏線→回収 参考例 :

今日ツイッターのツールを買いました〜！！
これからは本気でツイッターのノウハウを研究していこうと思っています。

ツイッターはすごく簡単で、時間も取らないので副業にはもってこいですね！！
このツール、ちょっと高かったんですが、フォロワーもメチャクチャ増えるし、BOT 機能も使い勝手申し分なし！
いやあ、奮発して買ってみてよかったです。
いずれ、成果が出たらこのメルマガでも報告しますね〜！！

▼▼▼ 1 か月後 ▼▼▼

先月始めたツイッターですが、ついにフォロワーが 1 万人を超えました〜！
もちろん初報酬も GET！思ったより簡単でしたよ ^ ^
以前お話ししたように、このツール、機能も抜群ですし、何より使いやすい。
持っていて絶対に損はないと思うので、あなたにもお勧めしようと思ったのですが・・・

なんと・・・このツールとほとんど同じ機能を持ったツイッターツールが貰えるキャンペーンが始まるようです。

2 万円出して買った私はなんだったんだ・・・(T_T)
無料で貰えるうちに絶対もらっておいてくださいね〜。
これを逃すと、2 万損しちゃうので(笑) → URL

このような感じですね。
これも立派な前振りです。

あなたのメルマガを真剣に読んでくれている人は、あなたのメルマガにストーリーを感じているので、前振りをしておくことにより、あなたのメルマガにしっかりと一貫性が生まれ、読者さんの信頼度が高まります。

これが、前振りの LvUP バージョンですね。

この、前振りというのは、いろいろな方法があります。
正確にいうと、様々な角度から攻めることができるということです。

- 極限まで期待感を上げておいて → ちょうどいいものが出ました！
- 自分は価値のないものは絶対に紹介しません！ → これは価値がある！
- 何事もチャンスを逃すと損しますよね。 → 今がチャンスです！
- ふつうこれだけの価値なら相当金額しますよね・・・ → なんと無料です！

などなど、上げるとキリがないほど出てきます。

これはもちろん有料教材を売るときなども同じく使うテクニックになりますが、無料オファーの際は『お金を払って購入してもらう』とハードルがないため、この前振りのテクニックは面白いように決まっていきます。

ぜひ、いろいろなパターンを試してみてください。

逆に、なんの前振りもせずに、キャンペーン開始当日に張り切ってオファーをかけた場合。

読者さんはそもそも興味を持っていない状態なので、全く登録されずに撃沈してしまう。というのが当然ということもお分かりですよね・・・？

The second arrow

前振りを完璧に決められたとしたら、初日と2日目の登録数はこれまでより確実に伸びているはずです。

しかし、ここで気を緩めてはいけません。

登録数を伸ばすためには次の【2本目の矢】も重要です。

それでは、次の解説に移っていきましょう。

The second arrow : 一度0になった登録数を再度復活させる2の矢

では、もう一度こちらの画像をご覧ください。

【終了しました】メルマガアフィリエイト-Dynamite CPの 検索結果			
登録日	URL誘導	登録完了	登録率(%)
2014-08-04	68	36	52
2014-08-05	35	21	60
2014-08-06	20	9	45
2014-08-07	15	4	26
2014-08-08	5	3	60
2014-08-09	2	2	100
2014-08-10	2	0	0
2014-08-11	7	4	57
2014-08-12	2	1	50
2014-08-13	1	0	0
2014-08-15	2	0	0
2014-08-17	4	2	50
2014-08-18	16	6	37
2014-08-19	1	1	100

このレポートでお伝えする“マル秘”テクニックは【3本の矢】を撃つことで完成しますが、この章では先ほどの画像の【ミドリ】の枠で囲った部分。

この部分に関してお話ししていきたいと思います。

先ほどの画像を見ていただくとわかるように、この時の案件は、

- 1日目 → 36件の登録
- 2日目 → 21件の登録
- 3日目 → 9件の登録

があったものが、当然の如く減っていき、7日目には一度0件になっています。

しかし翌日(ミドリの枠の部分)、また4件の登録があったわけですが、なぜかわかりますでしょうか？

そうですね。

ここで“マル秘”テクニックの第2の矢である、“中押し”メールを送ったからなんです。

大体のアフィリエイターがこのくらいの時期には既に紹介をやめています。

初日と2目にガッツと紹介した後は、ライバルたちがあまりいない。といったイメージでしょうか。

言葉が悪いですけど、初めの2日間ですべて“刈り取った”と思っているアフィリエイターが多いからだと思います。

これ以上紹介しても伸びないだろう。ということですね。

だからこそ、このタイミングでしっかりリマインドをかけることによって、
『登録しようと思っていたけど、そういえば忘れてた！！』という人たちに対して、
絶大な効果を発揮するわけです。

では、その中押しメールの実例を一つ挙げてみますので参考にしてみてください。

中押しメール 参考例：

先日、ご紹介した〇〇の無料情報ですが、
登録した方はそろそろ3本目の動画が送られてくる頃かと思います。

私も毎日見っていますが・・・2本目の動画、すごいですね、コレ(笑)。
ここまで暴露しちゃっていいんでしょうか？

まあ、〇〇アフィリエイトをしている人にとっては、ホントのところ、ここが一番気になるところだったと思う
ので、この情報でだいぶ救われた人が多かったのではないのでしょうか。
(しかし、あそこまで暴露するとは・・・(笑))

(中略)

あっ。まだ2本目の動画見ていない方は、8分30秒過ぎあたりからとんでもないノウハウをポロッ
と暴露していますので、そこだけでも見てみた方が良いと思いますよ！

あ～。次の動画がすごく気になってきました ^ ^ ；

そういえば、まだ登録されていない方はコチラから登録しておいてくださいね！
そろそろ締切になるそうですので。

登録したら、2本目の動画、絶対見逃さないほうがいいですよ！ → URL

このような感じででしょうか。

これが私がよく使う、中押しメールの基本形になりますね。

メール全体のイメージとしては、既に登録している人がほとんどだという前提の内容です。

- 実際登録してみてどうだったか
- 登録した人しか知り得ない情報(ネタバレは NG)
- 登録した読者さんへの具体的なアドバイス
- 登録したことによって自分が得たベネフィット

基本的にはこれらの内容で、まだ登録していない人の興味を惹きます。
また、今回の案件に興味がない属性を引き込むための一文も効果があります。

例えば、トレンドアフィリエイトの案件に対して、他の属性の人を引き込みたい場合は、以下のような一文を追加してみます。

引き込みメール文面 参考例：

今回の動画って、トレンドアフィリエイターのためのものかと思っていたのですが、あのキーワード選定のノウハウはサイトアフィリエイトにバリバリ生かせるじゃないですか！

しかも、あのノウハウ、普通のサイトアフィリエイターなら絶対に気付かないでしょうし・・・これ見た人、ブルーオーシャンじゃないですか(笑)

あれ。。。？

そう考えたら YouTube を使ってアフィリエイトしている人も、コレ応用効きますね！

〇〇の部分、YouTube の●●で置き換えれば OK ってことですよ・・・？

まだ、今のうちならコレに気付いている YouTuber もいないでしょうし、もしかしたらコレを知るだけで一人勝ちできる可能性がありますよね・・・

ということで、サイトアフィリエイターと YouTuber もホント必見ですよ → URL

このような感じでしょうか。

こうすることにより、今までは、ある一定の属性の読者さんしか反応しなかった案件に、様々な属性の読者さんを引き込むことができます。

その結果、通常よりも多くの登録数が見込めるようになるというのは、容易に想像できるのではないのでしょうか。

中押しメールを送る際に私がよく使うテクニックは、中押しメールを送る前に、一旦その案件の紹介を止める。ということです。
毎日毎日、同じ案件を連続で紹介しているとしつこいですし、読者も疲れます。

ですので、違う切り口で2～3回紹介した後は一度紹介をストップしてみて、次に中押しメールを送るタイミングを見計らう。ということを意識すると、さらにこの【第2の矢】の効果は強大なものとなりますので覚えておいてくださいね。

※画像でお見せした案件の際は、中押しメールのリンク先をブログにしたので、登録数があまり伸びていませんが、直接無料オファーのLPに誘導することによってさらに登録数は伸びると思います。
ですので、あなたがやる際には直接LPに飛ばすことをオススメします。

…と、いうことで。

“マル秘”テクニックの第2の矢は、『中押しメール』を送るということでした。

では、最後に第3の矢の解説に移りたいと思います。

The third arrow

では、Three arrows strategy 最後の矢について解説していきます。

ここまで、1 本目と 2 本目の矢のテクニックについてお話ししましたが、
前振り → 中押しと来れば、その後はお分かりですね？

そうです。3 本目の矢は“ダメ押し”メールを送る。ということになります。

ただし、多くの方がイメージしているダメ押しメールと、私がここで言っているダメ押しメールは意味が違います。

ということか？それを今から説明していきますね。

The third arrow : 次回の登録率を高めるための最終の矢

【終了しました】メルマガアフィリエイト・Dynamite CPの 検索結果			
登録日▼	URL誘導	登録完了	登録率(%)
2014-08-04	68	36	52
2014-08-05	35	21	60
2014-08-06	20	9	45
2014-08-07	15	4	26
2014-08-08	5	3	60
2014-08-09	2	2	100
2014-08-10	2	0	0
2014-08-11	7	4	57
2014-08-12	2	1	50
2014-08-13	1	0	0
2014-08-15	2	0	0
2014-08-17	4	2	50
2014-08-18	16	6	37
2014-08-19	1	1	100

上の画像では、青枠で囲った部分が募集最終日になるのですが、多くの方がイメージする最後の矢とは、この最終日に送る【締切メール】のことではないでしょうか？

- 登録は○日いっぱいまでになっております！
- あと●時間で締切です。お急ぎください。
- 残り●名で定員です。まだの方は残りの席があるうちに・・・
- リンクが開かなかったら申し訳ございません。
- 今日でサーバーから削除します。

などなど、いわゆる煽り系のメールですね。

もちろん、最終日はまた登録数が跳ね上がりますので、告知は必ずした方がよいのですが【本当の意味でのダメ押しメール】はこの締切メールではありません。

Three arrows strategy 最後の矢とは、締切の後日送る【登録してくれなかった人に若干の後悔を与える】のことなんです。

このメールは、

- 実際に登録した人の成果
- 登録した人からのお礼の言葉
- 登録した後に届く情報の有効性
- 登録した後に届く特典の価値

などを、登録しなかった人に対して伝えることによって、
『登録しようと思っていたけどめんどくさくて止めちゃった』という方や、
『最後の最後まで迷ってたんだけど、結局登録せずに期限が来ちゃった』
なんて言う人にとっても効果的です。

『ああ〜・・・やっぱ登録しておけばよかったかなあ・・・』と思わせることが出来たらこのメールは成功です。

この世の中、残念なことに価値の判断が正しくできなかつたり、判断出来ても、非常に行動が遅いという方も大勢いるわけですね。
いわゆる『優柔不断』という方々も含まれます。

こういった読者層に向けて、
『すぐに行動した人はだいぶメリットがあったみたいだよ。でも今からじゃもう取り返しがつかないんだよ。だからあれほど言ったのに・・・』
というような、“行動しなかったことに対して損失を伝えるメール”を送っておくと、その後のその読者たちの登録率は格段に上がります。（批判は NG！）

最終的にダメ押しメールとは、登録を促す最後のメールではなく、
登録しなかった人に少しの後悔を感じてもらうメールだというのが正解です。

これは、無料オファーだけではなく有料のオファーの時も全く同じです。
あなたも目にしたことがあると思います。

この第3の矢の効果を最大限に発揮するためには、参加した人がどれだけ得をするか。
これをしっかりと読者さんに伝えなくてははいけません。

ですので、実際に登録した人、参加した人などの声などはコンテンツとして非常に有効になってくるということも覚えておいてください。
※自作自演は読者さんにも伝わるので NG です。

おわりに・・・

さて、このレポートでは【Three arrows strategy】と題し、
無料オファーの登録率を劇的に高めるテクニックについてお話してきました。

The first arrow : 初日・2 日目の登録率を劇的に高める 1 の矢

The second arrow : 一度 0 になった登録数を再度復活させる 2 の矢

The third arrow : 次回の登録率を高めるための最終の矢

レポートの冒頭でもお話しした通り、このテクニックはカンタンなようでいて、本当に稼いでいる一部のアフィリエイトしか使いこなせている人はいませんし、多くのメルマガ初心者はもちろん知らないテクニックになります。

このテクニックを知ったことによって、あなたがまだメルマガを発行したばかりの初心者だったとしても、すでにほかのアフィリエイトよりも一歩先に進んでいると自負していただいてもよいと思います。

また、もしあなたが、これからメルマガに挑戦してみようという段階なのであれば、このテクニックを使って、ぜひ自信を持って、メルマガ発行に挑戦してみてください。

丹羽 智則 (ともさん)

【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 Adobe Reader をダウンロードしてください。

<http://get.adobe.com/jp/reader/> (←無料でダウンロードして頂けます)

【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。