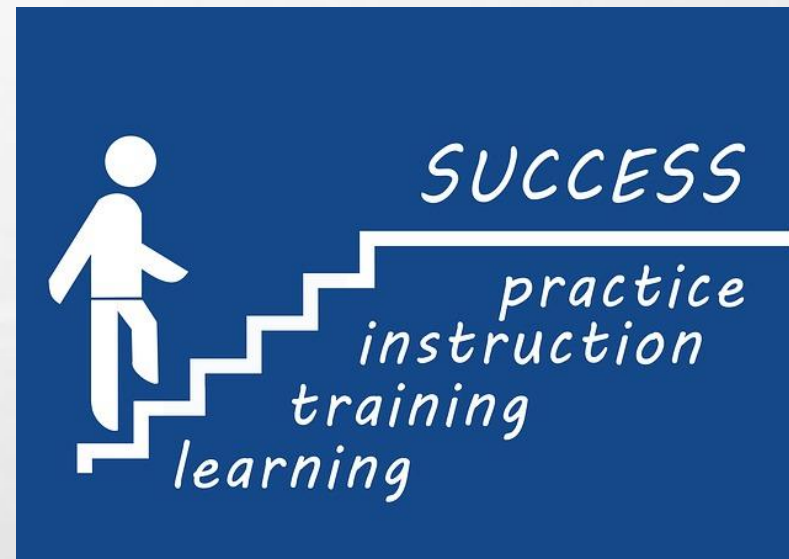




第3回セミナー 9/17 @東京

第1回・第2回セミナー内容

1. 情報発信の基礎理解と全体像
2. “ブログ”構築
3. “メルマガ”構築
4. 読者増戦略 – 無料レポート –
5. 読者増戦略 – メルマガ登録LP –



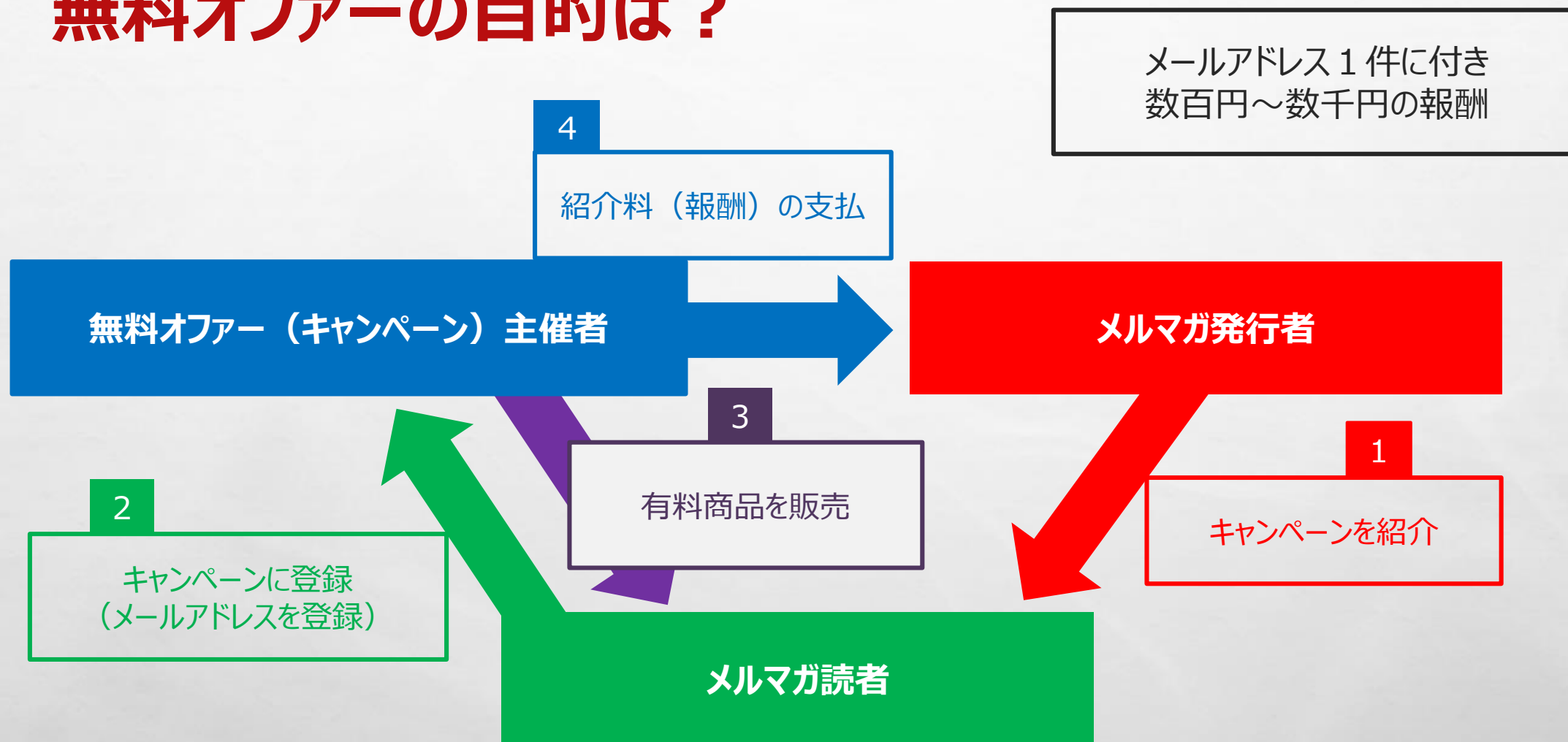
本日のセミナー内容

1. 無料オファー戦略
2. 有料オファー戦略
3. 成功事例シェア
4. グループディスカッション



1. 無料オファー戦略

無料オファーの目的は？



無料オファーの特徴

- 読者さんにとって“お金を払う”というリスクがない
- 有料オファーと比較しても圧倒的にカンタン
- 特典を付ける必要がない（原則禁止）
- 成約率は平均20～30%（有料の場合は1%～5%）
- ほとんどが期間限定で開催される
- 最近では、クオリティが高いものも多い



無料オファーの特徴

無料オファーの登録率は20～30%程度

メールアドレス1件につき1,000円の報酬が得られる案件の場合、
LPへ10人誘導×30%（10人のうち3人が登録）＝3,000円の報酬

注文ID		注文日	~	検索する	(検索結果をリセット)
検索条件における合計データ		注文件数	198 件	獲得報酬額	260,200 円
検索結果: 198 件 [1 - 50 / 198] [1] < 前の50件 1 2 3 4 次の50件 > [4]					
注文日時	注文ID	商品名	売上	アフィリエイト報酬	
2016/03/22 (火) 23:46	2688283	【LP2】ペラサイトって本当に稼げるの!?	0 円	1,400 円	
2016/03/22 (火) 23:27	2688275	【LP2】ペラサイトって本当に稼げるの!?	0 円	1,400 円	
2016/03/22 (火) 23:02	2688264	【LP2】ペラサイトって本当に稼げるの!?	0 円	1,400 円	

特別報酬単価（特単）について

一部のアフィリエイトに与えられるVIP権利

通常案件

一般	：	300円
VIP	：	700円
S VIP	：	1,500円
●VIP	：	2,000円

セミナー案件

一般	：	1,500円
VIP	：	3,000円
S VIP	：	5,000円
●VIP	：	7,000円

「その案件を企画しているASPに対して、どれだけ貢献しているか」

無料オファーの主な禁止事項

- 自己アフィリエイト
- 友人や家族に登録を依頼してのアフィリエイト
- 別のアドレスで重複登録を促すこと
- 特典やインセンティブを付けてのアフィリエイト
- 虚偽のある誘導
- その他、すべての不正



当然こんなやり方もダメ！

〇〇を無料でプレゼントします！

プレゼントの受け取り方はカンタン！

1. まず、次の無料案件 5 つにすべて登録してください

http://mmc-aff.com/manual_09

http://mmc-aff.com/seminar_r_2

http://mmc-aff.com/manual_01_01

<http://mmc-aff.com/main/3597>

<http://mmc-aff.com/original07>



2. 全部に登録したら、以下のフォームより申請してください。

→ 申請フォームURL

無料オファー案件の見つけ方

1

無料オファーASPから“新オファー開始の連絡”が来る

- ▶ 無料オファーASPに登録しておく必要がある
- ▶ 紹介したい時に、紹介したい案件が見つかるわけではない
- ▶ ASP用のメールアドレスを分けておくと把握しやすい

2

実際に無料オファーに登録することによって紹介権利を得る

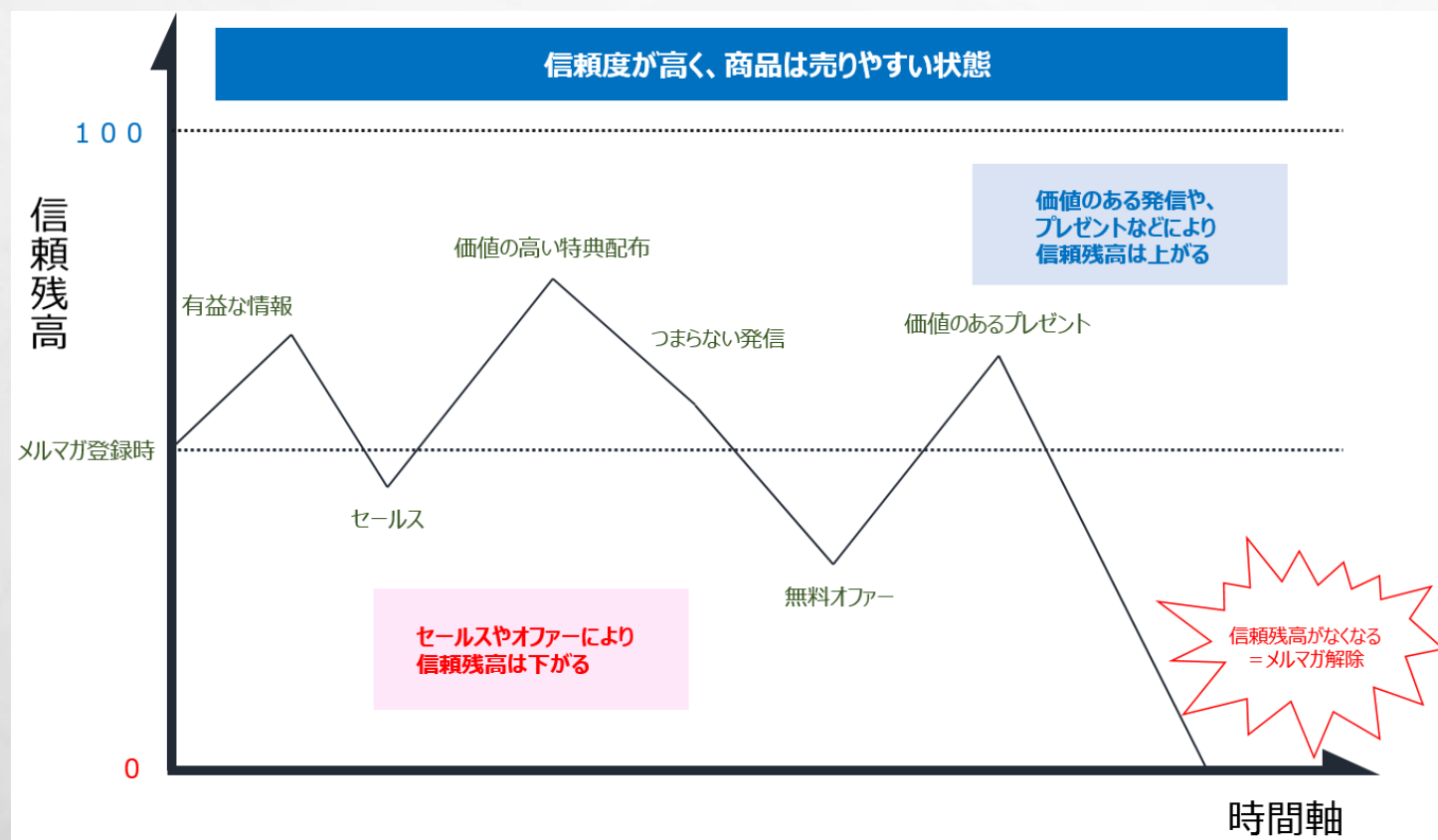
- ▶ 他アフィリエイターのメルマガをチェック → 登録してみる
- ▶ 登録後の画面、もしくはメルマガでアフィリエイター登録が出来る
- ▶ 全てのASPでそういう仕組みになっているわけではない



効率良く稼ぐためには？

1. 案件はターゲット属性に合うものだけを扱う
2. 報酬単価が高いものを扱う
3. 浅く広くではなく、深く狭く
4. 登録率が高い日を狙い撃ちする

報酬単価が高いものを扱う理由



理由

一度のオファーで減ってしまう信頼残高が一定なのであれば、報酬単価が高い案件をアフィリエイトする方が、信頼残高を守るためにも最も効率良い。

浅く広くではなく、深く狭く

いくつもの案件を同時進行で紹介するのではなく、1つの案件に絞り、それを何度も紹介する

■ □ ■ 今週の無料プレゼントはコチラ ■ □ ■

■ 最速で稼ぐスピードアフィリエイト

記事を書いて即収入GET！最速最短で稼ぐ新アフィリエイト手法です。

>>> [アフィリエイトリンク](#)

■ クリックするだけで現金が湧いてくる？！

PCスキルが一切なくても大丈夫！

マウスを数回クリックするだけで報酬が入ってくる自動現金製造装置を手に入れませんか？

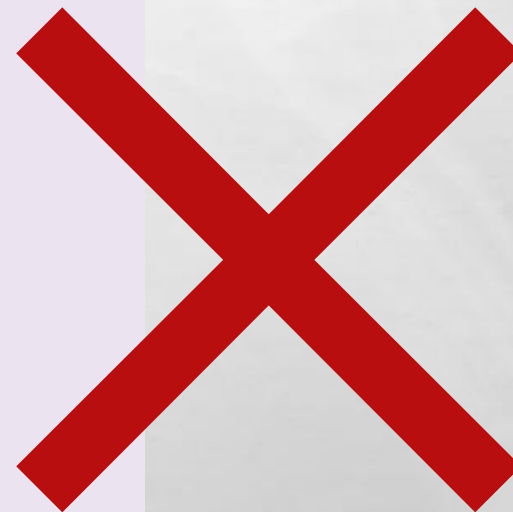
>>> [アフィリエイトリンク](#)

■ これでダメなら迷惑料をお支払いします。

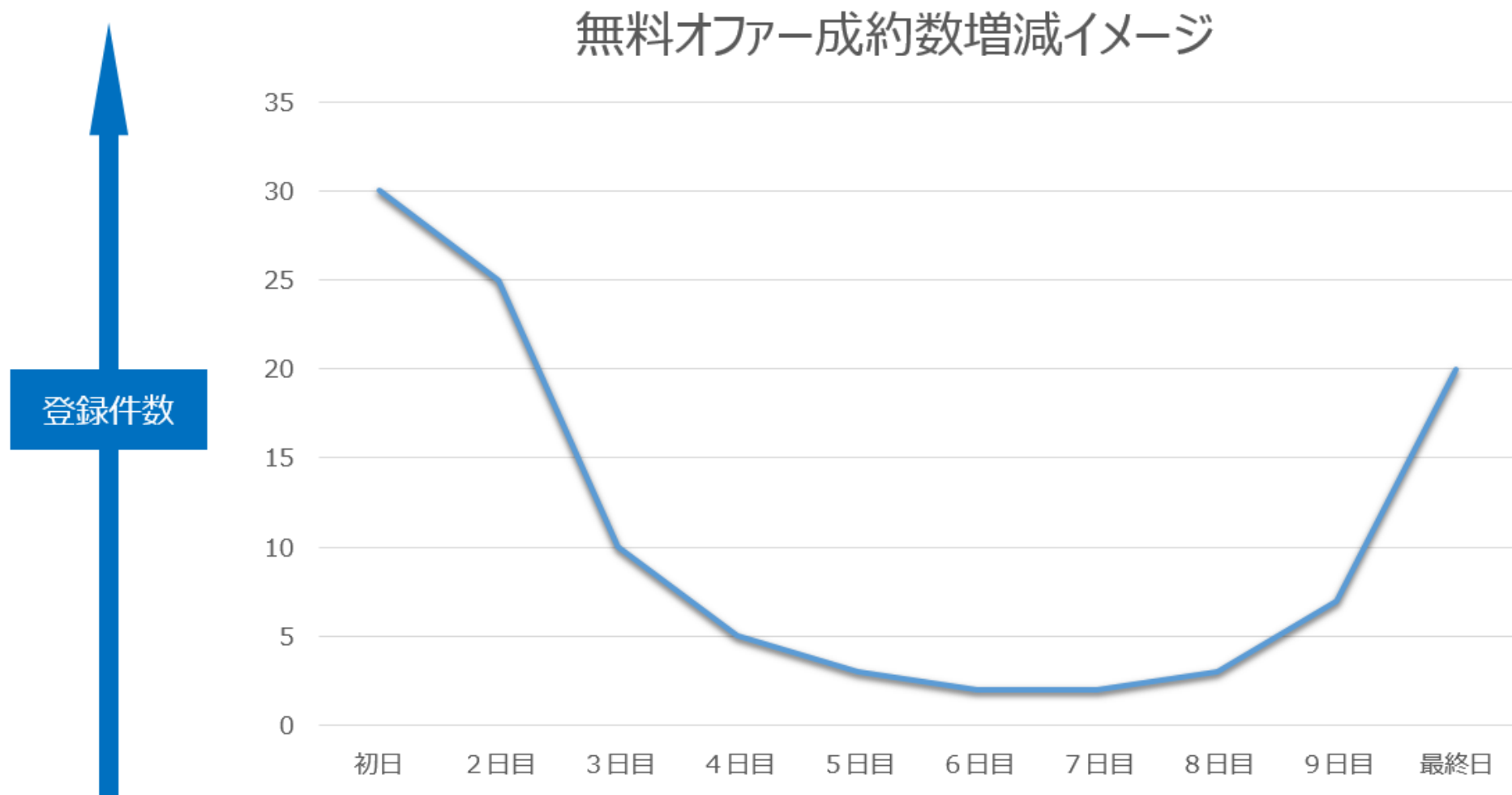
今までなかった画期的なせどりツールをなんと無料で！

しかも役に立たなかったら迷惑料まで貰えるそうです。無料なのでとりあえずもらっておきましょう。

>>> [アフィリエイトリンク](#)



登録率が高い日を狙い撃ちする



コピペがいか、自分で書くのがいいのか？

コピペで無料オファーを流すというのは、あくまでメルマガ初期の練習の一つ。

「メルマガを始めたばかりでオファー文章がどうしても上手く書けない」

「無料オファーをメルマガで流したいけど、今日はどうしても時間が取れない」

「何日かオファーをしている中で、どうしても書くことがなくなってしまった」

という場合は、コピペオファーでも構いませんが、

もし、出来ることならば、

コピペではなく、“全て自分の言葉で文章を書く方が良い”。



ASPの広告文をコピペで紹介するときのPOINT

1

冒頭のあいさつ、編集後記などは“必ず”自分の言葉で書く

- ▶ 「コピペ感」が薄くなる
- ▶ 自分の言葉が入ることによって説得力が増す
- ▶ 「適当感」が薄くなる

2

タイトルに【号外】を入れるのはNG

- ▶ タイトルに【号外】と入っているメルマガを開くか？
- ▶ 【号外】＝価値のない無料オファーをコピペしているメールという認識
- ▶ 自分に相当なブランドがある場合以外は、必要ない

無料オファーの 5 STEP

STEP 1 : どんな内容の無料オファー（キャンペーン）であるかの把握

STEP 2 : どんなターゲットに対しての無料オファー（キャンペーン）であるかピックアップ

STEP 3 : そのターゲットが普段どんなことで悩んでいるのかをピックアップ

STEP 4 : 無料オファー（キャンペーン）の中身をピックアップ

STEP 5 : メールを書く

無料オファー書き方の流れ

問題提起

悩みへの共感

解決策の提示

ターゲットの悩みに訴求

実際の事例などを交える

悩みの解決策として

無料オファーマール 基本テンプレート

問題提起

こんなことに悩んでいませんか？

共感

わかりますよ、私もそうでしたから。

事例

こんなことや、あんなことで悩んでしまいますよね。

解決案

でも、それを解決できるものがあるとしたら、欲しいと思いませんか？

解決策提示

その解決策というのがこちらです！

PASONAの法則が使いやすい

何日かに渡って紹介する際はターゲットをズラす

1 日目のオファーメールは、以下のターゲットに向けて書く。

- サイトアフィリエイトを実践しているけれど、満足に報酬が得られていない
- 売れる案件が自分で見つけれずに悩んでいる
- キーワード選定が下手でアクセスが全く呼べない

2 日目のオファーメールは、次のターゲットに向けて。

- サイトアフィリエイトをやってみたいけれど、難しいと思って挑戦できずにいる
- 記事を量産するようなアフィリエイト手法で挫折してしまいそうだ

3日目は、このようなターゲット。

- 独学でやっているため、モチベーションが上がらないし、いつも不安だ・・・
- 正しいノウハウを知らないため、自分のやっていることが合っているか分からない



最終日は、次のターゲットに絞ってメールを書く。

- 商品を成約させるための文章が書けない

**初心者 → 中級者 というように、
ターゲットのレベル別に訴求をしても良い。**

WARNING

1. 未払いASPに注意すること
2. 最低支払額に達しないと振り込みがない
3. 中身が分からないものを紹介すると読者にも迷惑がかかる
4. 無料オファー主催者へ、リストが流れることを前提に

無料オファー編まとめ

- 無料オファーの概要
- 無料オファーで効率的に稼ぐためのコツ
- 無料オファー案件の見つけ方
- 無料オファーの書き方 5 STEP
- 無料オファーの頻度について
- 無料オファーの弊害について



「無料オファーで稼ぐ感覚」を掴んだら、

最終目的地は、「有料商品やサービスの販売・アフィリエイト」ですよ！



Break

2. 有料オファー戦略

私たちは“ブログやメールを使って商品売る”のではなく、
“商品売るためにブログやメールを使っている”だけだということ。



マインドブロックを取り除く

1. ボランティアではなくビジネスとしてメルマガを発行している意識を持つ
2. “売る”のではなく、ただ“紹介”する

ボランティアではなく、ビジネスとしてメルマガを発行している意識を持つ

セールスはあなたの仕事である

「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」と本気で思うものであれば、
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。

× 自分目線のオファー



○ 相手目線のオファー

ボランティアではなく、ビジネスとしてメルマガを発行している意識を持つ

セールスをしていないから稼げない

メールを書けども書けども、報酬が全く伸びて来ない原因は・・・

「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」

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

ボランティアではなく、ビジネスとしてメルマガを発行している意識を持つ

引け目を感じるのは、オファーを隠そうとするから

「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つては、矛盾が生まれて当然。

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

メルマガの目的をしっかりと伝えることが最重要

メルマガで商品売る際の最大のコツ

“売る”のではなく、ただ“紹介”する

- 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。

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. 売れるものを売る
3. 1 通のメールで売ろうとしない

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

デメリット

- ▲ 売れない
- ▲ 労力のムダ
- ▲ 時間のムダ
- ▲ 信頼残高低下
- ▲ 精読率低下



売れるものを売る

売れる商品の特徴



新教材・新商品



限定商品



成約（CV）率の高い商品



話題性・トレンド性のある商品



王道商品



ロングセラー商品



セールスレターが分かりやすい商品



1 通のメールで売ろうとしない

メルマガでのセールスというものは 1 通で行うものではない！



読者は毎日メールを読んでいない



読まれていないという前提で、読んでいる方に向けて書く



読者が購入を決断するまでに必要な情報を
何通かのメールを通して全て伝えきる必要がある



そこで、必要となってくるのが、

オファー戦略【絶対に失敗しないセールス 5 STEP】

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

STEP 1. 商品を決める

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

STEP 2. 販売戦略を立てる

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・手に入れ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

1. 紹介する教材のターゲットを書き出していく

- 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？

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。

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

2. ターゲットが抱える悩みを書き出していく

- ターゲットが抱えているであろう“今の悩み”を書き出していく

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る。

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。

これから、「〇〇に悩んでいる、●●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

3. 商品の詳細と強み・弱みを書き出していく

- 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いく



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る

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

- マニュアルが丁寧
- 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



- 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
- 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

5. 特典を決める

反応が取れる4つの特典

- 教材・商品の弱点を補完するもの
- 教材・商品の強みにプラスアルファされるもの
- レバレッジを効かせ報酬をUPさせるもの
- 時間や手間を短縮できるもの



6. 販売スケジュールを立てる

- 売れるときに売するための販売スケジュール

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

6. 販売スケジュールを立てる

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

STEP 3 : 前振りをする

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

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。

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。

【重要】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】ことが目的。

特徴やメリットではなく、ベネフィットを伝える

- 商品の特徴
- 商品のスペック
- 商品の価格
- 商品の価値

- ☐ 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

興味を持ち、必要性に気付く。そして・・・欲しいと感じる。

前振りはいつ、どのくらい送るか

- **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

STEP 4 : セールス（オファー）する

オファー当日メール のPOINT

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カ所に留める）
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）

STEP 5 : 追撃をする

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。

メールの優先順位は、

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。

“まだ買う気がない人”を、“買う気にさせるため”のメール

追撃では“様々な角度から”購入すべき理由を伝える

“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。



様々な角度や視点とは・・・

- 前振り 「そのジャンルの市場の大きさ、稼ぎやすさ」をアピール
- 1 通目 「教材の内容の濃さ、丁寧さ」について話してみる
- 2 通目 「教材の金額の安さ、価値」にフォーカスしてみる
- 3 通目 「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？」の話をする
- 4 通目 「自分が付けている特典の価値」についてをしてみる
- 5 通目 「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 「実践者の実績」を並べて教材の再現性を伝える
- 7 通目 「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

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



Break

成功事例シェア



メールマーケティングマスター講座

MMC

Mail marketing Master Course

本日のセミナーは、これで終了となります。

残り4ヵ月間、頑張ってください。