

マネタイズスキル免許皆伝セミナー

～理論編～

1. ブログマネタイズの目的

i. お金儲け ※「お金」＝”価値”であり”感謝”である

ii. お金の向こう側＝自己実現・社会貢献 ※お金⇒投資⇒価値の拡大⇒大きなお金⇒・・・

◆大事なマインドセット

・お金儲けは価値提供を大きくするのに不可欠な要素で、悪ではない。

・お金は「価値提供の対価」 ※お金を”奪う”のではない。

2. ブログを書き始める前にすること

～何を・誰に・なぜ・どのように、発信するのか？～

i. 何を発信するのか？(ブログのテーマ)

ポイント① できるだけ多くの人が、深く悩んでいること

⇒人類共通: 恋愛・お金・キャリア・健康・人間関係

ポイント② 「大きなテーマ」の中のニッチを狙う ⇒ 特に悩みの深い部分

◆特に悩みの深い部分を探す3ステップ(ex. 恋愛系の場合)

ステップ1 ニッチな悩みにはどんな種類があるか考える

(彼氏・彼女を作りたい・結婚したい・パートナーと仲良くしたい・復縁したい)

ステップ2 1で考えた中で、差し迫った悩みはどれか？順位をつける

(1位 復縁、2位 結婚、3位 彼氏・彼女、4位 パートナーと仲良く)

ステップ3 自分の持っているスキル・経験と照らし合わせて

できるだけランキングの高いものを選ぶ。

自分の持っている経験 ⇒ 夫婦関係を良好に保つ

できるだけ深い悩み ⇒ 夫婦関係が崩壊しかけているけど改善したい

ii. 誰に発信するのか？(ターゲット設定)

ポイント① お金を持っている人を狙う (ex. 高校生<<新社会人<<<<<独身貴族)

ポイント② 悩みのできるだけ深い人・緊急性のある人を狙う

(ex. 妻が冷たい<口をきいてくれない<<<<離婚届がちらつく)

ポイント③ お金を払いやすい人を狙う

＝すでに「その悩み」を解決するためにお金を使っている人・使おうとしている人

(ex. 薄毛に悩んでいる人<髪にやさしいシャンプー<<<<<アートネーチャー)

iii. なぜ発信するのか？(理由・目的・大義)

ポイント① 共感してくれるように工夫して、発信する目的を掲げる
⇒自分が〇〇したいから＋読者に〇〇してほしいから

ポイント② 感情的価値を刺激する
⇒「あなたから聞きたい！」と選んでもらえるポイントはここ

ポイント③ ちょっと言いすぎなくらい大きな目標・夢を掲げる
⇒夢の大きさ＝情報発信の規模の限界

iv. どのように発信していくのか？(ツール・ノウハウ)

ポイント① 集客方法は？(ブログ・Facebook・Twitter・メルマガ・Youtube・広告)
⇒人さえ集まれば、どうにでもなる。

ポイント② キャッシュポイントは？(扱う商品・セミナー・コンサル)
※商品は”本当に良い物”を扱う！
※※できるだけ単価を上げる！

◆角田のオススメノウハウ = アメブロ ⇒ リスト取り記事 ⇒ メルマガ

3. お金になるブログの設定

i. ブログタイトル

ポイント① ターゲットがメリットを感じるタイトル(ex.〇〇の方法、〇〇が分かるブログ)
※ターゲットに対する深い洞察が必要

ポイント② 大衆ウケする要素を入れる(おもしろそう、めずらしい)

ii. ブログの説明

ポイント① メリットを感じさせる文章を書く

ポイント② 解決できる悩みを明示する
⇒良いこと(得たい欲)ばかりではなく、悪いこと(避けたい欲)にも触れる。

iii. ブログの表示件数 ⇒ 1記事ずつ

※デザインは見やすさ第一。必ずしもお金・手間をかける必要はない。

iv. コメント表示設定 ⇒ 承認制

※クレームは無視してOK。

v. 名前(肩書)

ポイント① ブランディングに直結する

ポイント② 信頼感を演出する

⇒すでに社会的信用のある言葉をつかう

vi. プロフィール

ポイント① ストーリー(過去-現在-未来)の流れを作る。

⇒時間の流れの中にコントラストを作り出す。

ポイント② 簡潔さよりも、冗長さが大事。

⇒読者の共感ポイントはどこにあるか分からない。

4. ブログ記事の書き方

i. 内容 = 読者が知りたいこと、読者の役に立つこと、読者が喜ぶこと

ポイント① 完全に”読者中心”で書くこと。自分の言いたいことは言わない。

ポイント② タイトルから考えると、ネタ切れはあり得ない。

ii. 文章の書き方 = コピーライティングをつかう(テクニック論)

ポイント① テクニックはあくまでもテクニックでしかない。

ポイント② 4つの学習タイプをつかって書く。(型を覚える)

ポイント③ 僕のコピーライティング講座を読んでください。

iii. オファーを忘れない

ポイント① とにかく行動してもらうこと。

⇒どんな小さなアクションでも良い。行動が信頼につながる。

ポイント② ブログ記事のゴール地点は「リスト取り記事」

5. リスト取り記事

i. 目的 = 読者のリスト(メールアドレス)を取得することのみ”。

※リスト≒マネタイズ

ii. リスト取り記事の役割

ポイント① 見込み客の囲い込み

⇒「プル型営業」から「プッシュ型営業」へ

ポイント② ブログの答え合わせ

⇒リストが入っているということは

テーマ設定・ターゲット・ブログの書き方は間違っていない。

◆『やるべきことをやる』これだけで、ある程度のマネタイズはできる。

6. メルマガ

i. コンセプト

ポイント① まずは登録してもらわないと話にならない⇒何を伝えたら登録したくなるか？

ポイント② ブログのテーマに沿ったもの。ターゲットをぶらさない。

ii. タイトル

ポイント① 「すぐに」、「簡単に」、「明確な」メリットを得られることが分かるタイトル
⇒必要であれば、無料レポートを用意する

ポイント② 「メルマガ」は基本的に印象が悪い
⇒別の言葉・文脈でリストを集める(ex.メール講座、〇〇マニュアル)

iii. 内容

ポイント① 共感を得る＝信頼を高める

ポイント② 『プロダクトローンチ』を使って、商品・サービスを売る

ポイント③問題点を明確化⇒問題の“解決策”を売る

◆プロダクトローンチとは？

・ネットビジネス業界において、もっとも”売れる”と言われている

「商品の打ち出し方」のノウハウのこと。

(参考書籍:『ザ・ローンチ』⇒ [書籍の詳細はこちらをクリック](#))