

# せどりマーケティング

## 情報発信1年目の教科書

バレちゃった社長 ふゆき

# 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【バレちゃった社長 ふゆき】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。

このレポートのご利用は自己責任でお願いします。

このレポートの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。

# 本教科書の注意事項

## ※必ず最初にお読み下さい※

### ■注意点1

せどりを最近始めたばかりで、さらに情報発信まで手を広げてしまうと  
せどりも情報発信もどちらも中途半端になってしまいそうだ・・・と思われた方は、  
まずは、せどりでマネタイズすることを意識していただくことをおススメします。

せどりも少し慣れてきたし、そろそろ情報発信にもチャレンジしてみたい！  
というタイミングが来た時にしっかりと読み直していただけますと幸いです。

この教科書を公開することによって、何となくやってみよう！で始めた人が  
ご自身が望まない“残念な結果”になることだけは避けたいと思っています。

しっかりと意識した上でご覧になって頂けると幸いです。

## ■ 注意点2

本教科書での説明の都合上、

読者さんをリストと表現している部分がありますが、

説明する際の便宜上でそのような表現をさせて頂いております。

不快に思われる方もいらっしゃると思いますが、ご容赦くださいますようお願いいたします。

## ■ 注意点3

本教科書では、しっかりと内容をお読み頂きたいが故に

画像をあまり使用せずに、文章で伝えている割合が多いです。

大変読みづらく、読むのに力を要するかと思いますが、

こちらに関してもご容赦くださいますようお願いいたします。

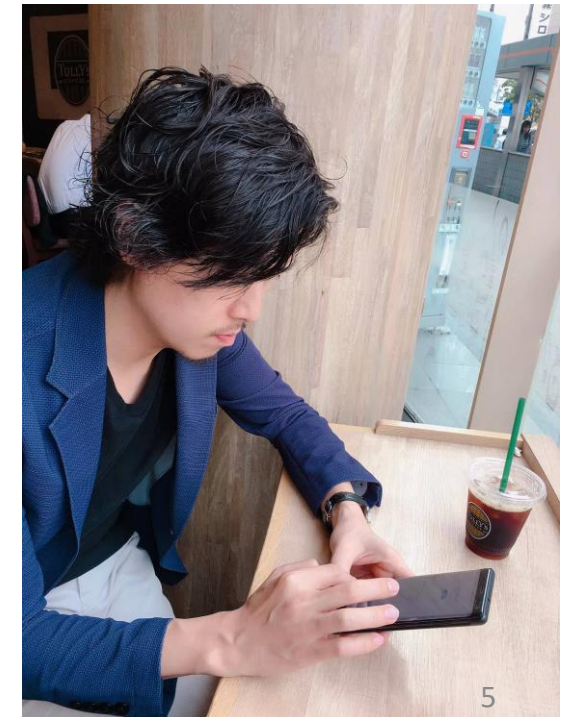
こちらの注意点3点をお読みいただきました方は、

次のページの目次からご覧ください。

かなりのボリュームになっていますので、覚悟してご覧くださいね！

# 目次

01. はじめに
02. なぜ、せどり情報発信をオススメするのか？
03. 情報発信を始めるためのマインドセット
04. 情報発信者のキャラクター設定
05. 情報発信者としての1年目の過ごし方
06. 情報発信の基礎知識
07. 情報発信の応用知識
08. 情報発信をするにあたり守るべき法律
09. 情報発信を始めるための準備
10. 読者さんを集める方法
11. 役立つ購入者心理
12. コンテンツ販売(フロント・バックエンド)
13. フロントエンドオファー
14. バックエンドオファー
15. 実力がなくても結果を出す方法
16. 無料体験の御案内
17. おわりに



# 01. はじめに

こんにちは、バレちゃった社長 ふゆきです。

今回は僕の作った教科書「せどりマーケティング」を手に入れていただき、本当にありがとうございます。

こちらの教科書の目的はたった1つです。

**「実際に取り組んでいるせどりを活かして、あなたに情報発信で稼いでもらうこと」**

情報発信という稼ぎ方を知っていて興味はあるけども、「どんなことをすればよいのか？」という状態で、なかなか進めることが出来ない方がたくさんいらっしゃいます。

また、情報発信にチャレンジしてみたものの、「難しい・・・。」と考えてしまい、段々とやるのがおっくうになり、挫折してしまった人もたくさんいらっしゃいます。

そんな人たちに向けて、僕自身がどのように考えて、どのように取り組んで、情報発信で収入を得てきたかのすべてをお伝えしようと思い、この教科書を作ることにしました。

ただ、はじめに約束して欲しいことがあります。

この教科書を読んだだけで「やった気にならない、満足しないで欲しい」ということです。

どんな教材やマニュアルを手に入れても、しっかりと取り組まなければ結果を出すことができません。

この教科書は、少なくとも3回は見直してください。

そして、分からなくなったときは必ず立ち戻って見直してみてください。

繰り返しにはなってしまいますが、僕がこの教科書を書く理由は、

**「実際に取り組んでいるせどりを活かして、あなたに情報発信で稼いでもらうこと」**

だからこそ、それを常に意識しながらこの教科書を読んで欲しいと思います。

情報発信は、せどりのように今日からやり始めたとしても明日すぐに結果がでるようなことはありません。

ですが、コツコツと取り組んで行けば、せどりでは絶対できないレベルの少ない労力で

信じられないくらいの収入を手にする可能性が生まれるチャンスがあります。

それでは、本題に入って行きましょう。

## 02. なぜ、せどり情報発信をするのか？

せどり情報発信オススメできる理由が“3つ”あります。

それは、

- (1) 先にお金を使わずに稼ぐことができる
- (2) 今やっているせどりを活かして稼ぐことができる
- (3) せどりと情報発信の組み合わせがよく稼ぎやすい

(1)・(2)の理由に関しては、情報発信というメリットをダイレクトに表したものです。  
また、(3)の理由に関しては、せどり×情報発信だからこそその最大のメリットとなります。

この3つの理由をしっかりと理解した上で、  
あなたにせどり情報発信という稼ぎ方を取り組んでいただきたいので、  
これから1つずつ詳しく説明していきますので、しっかりと理解してくださいね。



## (1) 先にお金を使わずに稼ぐことができる

この教科書を読んでいるあなたは、せどりをやられていると思います。

せどりは、先にお金を使って商品を仕入れるため、売れるまではお金が減っている状態です。クレジットカードを使っているので、あまりお金が減っている意識がない人もいらっしゃいますが、毎月の口座の引き落としのタイミングで、ガッツリと引き落としがされているはずで

せどりで実際に利益が出ているとしても、また次の支払いがやってくるため、クレジットカードの引き落としがかかり、口座にお金が残らない状態が続いていきます。

その点、情報発信という稼ぎ方は、“**自分の情報**”を販売し、**その情報の対価として収入を得る**ため、何か商品を仕入れるというようなお金を使うことはありません。

もちろん、まったくお金がかからないわけではなく、情報発信をするための仕組みに対するお金は多少かかります。  
(例 メルマガスタンド: 月に3,000~5,000円ほど、サーバ代: 月に1,000円程度)

ですが、元手がかからずに収入を得ることができるので、せどりの仕入れで使ったお金以上に、情報発信での収入が入るようになると、毎月のクレジットカードの支払いがきたとしても、口座のお金が減らなくなり、口座にお金を右肩上がりで残していくことができるようになります。

## (2) 今やっているせどりを活かして稼ぐことができる

あなたが取り組んでいるせどりに対する様々なことがお金に変わります。  
せどりのやり方、経験、いつも収集している情報、過去にあったトラブル、、、何でもです。  
あなたが取り組んでいることに対する“やり方”や“経験”などが有益な情報となります。

「えっ、自分がやっているせどりの情報なんて大したことないけど、、、」  
と思われる方もいらっしゃると思いますが、ここでよく考えてみてください。

例えば、あなたのお友達、会社の同僚などを思い浮かべてみてください。  
全員が全員、せどりに取り組んでいらっしゃいますか？  
少しは取り組んでいる方と思いますが、おそらく1割にも満たないはずです。

これからせどりを始める人にとっては、有益な情報となることは間違いありません。  
あなたが数万円でも収入を得ることができているのであれば、立派に教えることができるはずです。

**自分よりも経験が低い人にとっては、自分で膨大な時間を使って調べるよりも  
圧倒的に求めている答えに早くたどりつけますし、本当に貴重な情報となります。**

だからこそ、あなたが取り組んでいるせどりを活かした情報発信をすることができます。  
今、あなたが取り組んでいることに“別の付加価値”が生まれ、お金に繋がるとしたら嬉しいはずです。

### (3)せどりと情報発信の組み合わせがよく稼ぎやすい

この理由こそが、「せどり×情報発信」をする最大の理由と言っても過言ではありません。

それは、「**せどりが誰でもチャレンジしやすく、どのネットビジネスよりも“即金性”かつ“再現性”が高い**」

明日どこかのお店に仕入れに行き、アマゾンやメルカリで販売すれば利益が出る可能性が高いです。アマゾンであれば2週間に1回の入金、メルカリであれば最短2日で入金されます。再現性が高い、かつ、即金性がある情報として販売しやすいというのがあります。

また他の理由として、せどりをやっている人はお金を使って仕入れるということに慣れていています。そのため、せどり教材やコンサルに対しての投資に対しても違和感なく、お金を使われる方が非常に多いです。

ここには、「せどりで稼げるから1万円ぐらいは使ってもいいだろう・・・」というような心理もあります。せどりをしているからこそ、使ったお金を回収できる目途が立つわけです。

ですが、せどりをやっていない人であれば、お金を稼ぐスキルがないために、お金を使うことに関してはとても慎重にやられている方多いです。せどりをやっていない、月のお小遣いが3万円のサラリーマンを想像してもらえれば一目瞭然です。

# 03. 情報発信を始めるためのマインドセット

こちらの章では、情報発信を始めるためのマインドセットについて説明します。

僕が情報発信を約4年間取り組んできて目の当たりにしたのが、  
これから説明するマインドセットがない人たちがたくさん挫折してしまったということ。

考えてみれば当たり前のことなのですが、当事者になってしまうと、  
難しく考えてしまったり、うまくできないことに対して自分を責めてしまったりし、  
情報発信をやること自体に苦痛を感じ、いつしかやらなくなってしまう。

だからこそ、この教科書を読んでいるあなたがこのマインドセットを  
知らなかったがために挫折してしまわないように説明していきたいと思います。

僕があたなにお伝えしたい情報発信を始めるためのマインドセットは5つあります。

- (1) できないことを悲観しないこと
- (2) 誰かと比べて悲観しないこと
- (3) 自分のペースで継続し、行動し続けること
- (4) 具体的な目標設定をすること
- (5) 何のためやっているのか常に意識すること

この5つのマインドセットを常に意識していれば、情報発信でお金を稼ぐ、求めている結果により近づきます。これから1つずつ説明していきますので、つまずいた時、悩んだときは何度も何度も見返してほしいと思います。

### (1) できないことを悲観しないこと

情報発信を始めると、色々なことを覚える必要があります。パソコン操作、メルマガの配信の仕方、サーバー操作、また、文章を書くことも慣れていない人は、何を書けばよいか分からない、どう伝えたらよいか分からないなど、本当にビックリするぐらい、つまずくポイントがたくさん出てきます。

### 「最初から上手にできないのは当たり前」

子供の自転車の練習と同じで、何度も何度も転ぶからこそ、最後には自転車に乗れるようになるのと同じで、最初からうまくやろう、できなきゃ自分は向いてないなどとは絶対に思わないでください。今、結果を出している人も、ほとんどの人が何度も何度も転んだからこそ、今があります。

## (2) 誰かと比べて悲観しないこと

情報発信を始めると、誰しも必ず悩んでしまうの「誰かの実績や結果と比べてしまうこと」。当然、情報発信をするためのせどり実績には、人それぞれ違いがあります。

月商100万の人がいれば、月商500万円の人、凄い人では月商1000万という人もいます。自分より上の人を見てしまうと本当に再現がなくなってしまいます。

よく考えてみてください、同じ条件や環境でやっているわけではないですよ。資金力も違えば時間も違う可能性があります。

もちろん、同じ条件や環境で自分より凄い人はいるかもしれませんが、ここでしっかりと思い出していただきたいのは、  
あなたがどんな人のために役に立ちたいか、情報を届けたいか考えてみたときに  
自分よりもせどりレベルが上の人に情報を届ける必要はないということ。  
あくまでも自分よりも経験がない人、実績がない人に情報を届ければいいわけです。

僕が教え子に話している言葉があります。「上を見ずに常に下を見続けろ」  
あなたにもぜひとも意識していただきたいと思います。

#### (4) 具体的な目標設定をすること

どんなこと、どんなビジネスをするにあたり最も大切なのは、具体的な目標設定をすること。

**「いつまでに、どんな目標を達成したいのか」**ここをしっかりと決める必要があります。

教え子で「情報発信でうまく稼げません」というような相談をしてくる人の大半は、目標がないから“ただ何となく”メルマガなどの情報発信をしている状態になっていたり、期限が決まっていないから“どんなペース”で進めてよいのかが分からずに、ダラダラと取り組んでしまったりというような状態になっています。

マネタイズしたいから情報発信を始めたのに、とりあえず、メルマガだけは毎日やっている状態ではまったく意味がありません。

しっかりと目標と期限を決めるからこそ、その目標に向かって準備をする、コンテンツ作りであったり、販売ページの作成であったりと進んでいるわけです。

だからこそ、情報発信を始める前に「いつまでに、どんな目標を達成したいのか」ここだけはしっかりと決めておいてほしいと思います。



## (5) 何のためにやっているのかを常に意識する

情報発信をしてどうなりたいのか？何のためにやるのかを  
あなた自身でしっかりと考えてから決めてから取り組んでほしいと思います。

何となく始めたい、何となく興味があるでは、余程のセンスがない限りは結果が出ません。  
もちろん、趣味でやる分には結果は特に必要がないものなのでよいですが、

この教科書を読んでいるあなたは「お金を稼ぎたい」ということがあるはずです。  
そして、その先に「**お金を得て何をしたいのか？どうなりたいのか？**」  
この目的意識をしっかりと持ってほしいと思います。

お子さんのための学費を稼ぐ、欲しいモノを買いたい、会社を辞めて独立する、目的は何でも構いません。  
ここを常に意識できている人は、しっかりと行動に移すことができます。

ですが、目的がなくやっている人は、つい後回しになってしまい、やらなくなってしまう人が大半です。  
自分がどうなりたいのかより具体的にイメージするからこそ、行動に繋がるわけですから、  
ぜひとも「理想の自分」「理想の結果」を常に意識してみてください。



# 04. 情報発信者としてのキャラクター設定

情報発信を始めるにあたり、どんなキャラクターでスタートするかを決める必要があります。キャラクターと言っても、アニメのようなキャラクターではなく、

**「どんな情報を、どんな人に向けて発信するのか？」という軸を決める必要があります。**

この情報発信者としてのキャラクターの軸を決めなければ、読者さんが集まってきません。

例えば、あなたの街に新しいお店ができたとします。

ですが、看板もなく、何屋さんという情報ですらも分からなければ、余程のチャレンジャーじゃない限りはお店に入ろうと思う人は少ないと思います。

ですが、ケーキ屋・ラーメン屋と分かるような情報が看板などに書いてあれば、何も情報がないよりは、お店に入ってみようと思う人は多いはずです。

つまり、どんなコンテンツを持っているのか、どんなことが得意なのか強いのかをリアルなお店が分かりやすい看板を出すのと一緒に、しっかりと考えた上で決める必要があります。

では、スーパーマーケットのように何でも屋さんというような強みやコンテンツで勝負することはダメなのか？  
という疑問が出てくる人もいらっしゃると思いますので、先回りして答えますが、

得意なこと、強みがないと他と差別化ができずに、普通で終わってしまいます。  
もちろん、何でも屋さんというようなイメージでせどり情報発信をしている人もいますが、  
そのキャラクターで成功しているのは、本当に実力のある一部の人間しかいません。

だからこそ、情報発信を何となく始めるのではなく、  
最初に何屋さんであるのか自分の強みや得意なことをしっかりと理解していただき、  
その強みや得意なことを活かした尖った情報発信をしていただきたいと思います。

そのためこの章では、情報発信者としての看板を掲げるためのワークをやっていただきます。  
あなたにやっていただくワークは以下の“3つ”です。

- (1) 自分自身ができることの棚卸し
- (2) 誰に向けて配信をするのかターゲット決定
- (3) 情報発信者としてのキャラクター設定

## (1) 自分自身ができることの棚卸し

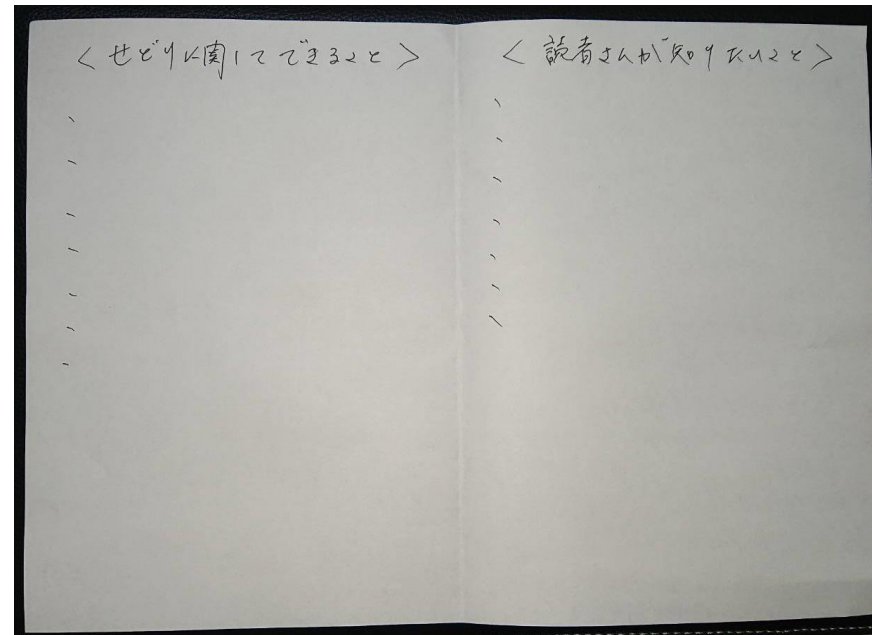
どんな情報発信をしていくかの方向性を決めるために、これから1つワークをしていただきます。

それでは、1枚の紙を用意していただき、横向きにして半分に折ってください。

まず、左の方に、「せどりに関することでご自身ができること」を箇条書きでひたすら書き込んでみてください。

次に、書き込んだことに対して、右の部分に「読者さんだったら知りたいこと」を関連付けて書いてみて下さい。

イメージはこのような感じです。



このワークでは、ご自身がどんなことができ、読者さんにどんな情報を配信できるかを客観的に見ることができます。

左側に書き込んだことに対して、関連付けた内容の数をもっとも多いモノがあなたの強みや得意なこととなります。<sup>69</sup>

## (2) 誰に向けて配信をするのかターゲット決定

情報発信をするにあたり「どんな人に向けて配信をしていくのかを」しっかりと決めておく必要があります。

幅広い人に情報を届けられることができればベストですが、  
全ての人に対して響くような濃い情報を配信することは現実的に考えて不可能です。  
また、**全ての人を意識した情報では濃いファンを作ることができません。**

自分が持っている情報でも役立つ、響くというようなターゲット層はどんな人なのか、  
以下のような感じで具体的なターゲットイメージを決めておきましょう。

例) 男性、40代、家族構成(奥さん、子供2人)、副業、せどり時間は毎日帰宅後の2時間、せどり月商50万、etc、、、

このようにターゲットイメージを明確にすることで、  
例えば、せどり月商が50万という基準があれば、「こんな情報を出しても大丈夫かな？」と  
自分のレベル以上の人に対しての配慮で悩む必要がなくなります。

あくまでも自分は、こんなレベルの人に配信しているからいいんだ！と思えば、  
自分の情報にも自信が持てますし、情報発信の内容もブレずに進めることが可能となります。

### (3) 情報発信者としてのキャラクター設定

最後に情報発信者としての人物イメージを決めていきます。

もちろん、あなたのありのままのキャラクターで発信者としてなるもOKです。

また、別の方法として、あえて情報発信者としてのキャラクターを作り上げるのも1つです。

自分だったら、こんな情報発信者の人の情報を見たい！というのがあれば、それでもよいですし、

また、普段は大人しめですが、情報発信者としては明るく熱血系のキャラクターとなってみる など。

キャラクター設定の方法は、本当に色々あります。

最終的には、**あなたに無理がなく、楽しんで情報発信ができれば長く継続していくことができます**ので、ご自身でよく考えてキャラクター設定を考えてみてください。

ここまでのワークを完了すると、

あなたは「どんな情報を、どんな人に向けて、どんなキャラクターで届けるのか」が決まったはずです。

それでは、次は「どんな風に1年目を過ごせばよいのか」ということについてお話していきたいと思います。

# 05. 情報発信者としての1年目の過ごし方

情報発信を始めて1年でどう過ごすべきか僕なりの考えをお話します。

情報発信を始めてから1番大事にすべきことは、「とにかく早くお金を稼ぐこと」

趣味でやっている人は、この考え方を意識しなくてもいいのですが、お金を稼ぎたくて情報発信を始めようと思っている人は絶対に意識してほしいです。

というのもコレを意識できなければ、取り組んでいるわりにはお金にならずに挫折してしまう人が多いからです。

一般的な僕の目安は、「半年以内に1円でもマネタイズすること」  
できることなら、「3ヶ月以内を目指すこと」。これを目指してください。

では、半年以内、そしてそれ以降にどのようなことにどう取り組んでいけばよいのかを僕なりの経験から1ヶ月単位で詳しく説明していきたいと思います。

## (1) 情報発信1ヶ月目

とにかく、情報発信を始めるための準備を始めて進めること。  
サーバー契約、ドメイン取得、メルマガスタンドを契約など、  
メルマガ情報発信を取り組むための準備を1ヶ月以内に終わらせること。

早ければ1週間以内で終わらせることができます。  
僕個人としては3週間以内にはひと段落つけて欲しいと思います。

## (2) 情報発信2ヶ月目

情報発信を始めて2ヶ月目には、とにかく読者さん集めを徹底すること。

読者さんを集める方法は色々ありますが、どんな方法でもよいので  
メルマガの読者さんを前提として「読者数最低500人」を達成しましょう。  
集客方法についてはまた別途お話をさせていただきますので、ご安心ください。

僕が取り組み始めたときに目指したのは、  
「読者数1000人」だったので、同じぐらいは目指してほしいところです。

### (3) 情報発信3ヶ月目

読者さんが集まってきたことで、そろそろマネタイズに向けて走り出します。

ここらへんで、お金を稼ぐことができればモチベーション維持もでき、情報発信を継続することができます。  
一番手っ取り早く稼ぐならば「無料オファー※」などに取り組んでみるのも1つの方法です。

※メールアドレスなどが登録されるだけで報酬を得る案件(別の章でしっかりと解説します)

ただ、自分の商材を作ってみて、それをオファー・セールスしてみるのが  
僕個人としては一番良い経験になりますので、コンテンツ作成をしていくことをお勧めします。  
価格は、19800~29800円程度で販売することができそうな教材を作ってみる。

そのオファー・セールスの準備期間として3ヶ月目は頑張ります。

オファー・セールス準備と言っても、コンテンツ作成するだけではなく、  
販売するためのランディングページ作成、決済リンクの作成、コンテンツの受け渡し方法など、  
とにかく販売をするまでに色々な準備をしなければなりません。  
やり方については別の章で解説しますので、ここでは3ヶ月目のイメージを持つだけで構いません。



#### (4) 情報発信4ヶ月目

いよいよ、3ヶ月目で準備したコンテンツの販売。ここでお金を稼ぐ経験をします。  
もちろん、うまく行く人、行かない人がいるかと思いますがここで経験することが次のステップに繋がります。

できれば、月収10～30万程度は稼げると情報発信の面白さを感じることができ、  
もっともっと頑張ってみようという気持ちになるので、ぜひとも結果を出してほしいところです。

#### (5) 情報発信5ヶ月目

4ヶ月目に取り組んで結果が出た人は、コンテンツ販売からステップアップして、  
スクール・コンサルなどの高額販売に挑戦してみましょう。  
高額収入を得る経験をすると、知識やスキル、モチベーションも格段にステップアップしますので、  
高額という不安を乗り越えて、ぜひともしっかりと取り組んでほしいと思います。

ただし、4ヶ月目にうまく結果が出なかった人はこのタイミングでしっかりとそのときのオファーの分析をしつつ、  
焦らずに改善を図り、再度オファーをしてみることに全力投球してみてください。

## (6) 情報発信6ヶ月目

ここまで頑張ってみると、意外と情報発信で稼ぐことは労働だと感じます。  
だからこそ、ステップメールやLステップというものを構築し「自動収益化」を目指します。

ステップメール、Lステップを簡単に説明すると、登録があったら自動で何通かのメールやLINEを流す仕組みです。  
この仕組みを利用すると、最後に自動セールスができるようになり、  
教材が売れてからの引き渡しまで全て自動で対応することができるので、構築までは労働とはなりますが、  
それ以降はほぼ自動化でセールスからマネタイズまで繋げることが可能です。

この自動化の仕組みを覚えることで、幅広い稼ぎ方に繋げていくことができるので、  
自動化、その他仕組み化などを意識しながら活動していくのが6ヶ月目に取り組むことです。

## (7) 情報発信7ヶ月目以降

7ヶ月目以降って何するのか？ということなのですが、既存のコンテンツを定期的に再セールスかける。  
もしくは、新しい案件を作り出し、オファーやセールスをかける、そして、自動収益化の構築。  
これらのオファーやセールスを繰り返しをしながら、マネタイズをし続けていきます。

今までの流れを見ていくと、  
ずっと労働だな、、、と思われた方もいらっしゃると思いますが、

情報発信で稼げるようになったとしても終わりはなく、  
お金を稼ぐためにずっと走り続けなければなりません。

稼ぐためにアイデアを出し、それをカタチにしてセールスする。  
どんなビジネス、どんな商売もこの基本に沿って取り組んでいます。

セールスを極力し続けなくてもよい状態を作るために、  
リピータービジネス、サブスクリプションモデル(月額性)  
というような仕組みを取り入れることを考えていけるようになると、  
労働的な負担も少なく、無理なく継続できると思うのでぜひともイメージしておいてください。

それでは、情報発信の基礎知識について見ていきましょう。

# 06. 情報発信の基礎知識

こちらの章では、情報発信者としての基礎知識について説明していきます。

- (1) 情報発信の仕組み
- (2) 発信媒体
- (3) 発信頻度
- (4) 発信時間
- (5) 発信内容

こちらの5つの基礎知識をまずはしっかりと押さえていただき、  
どんな風に情報発信をしていけばよいかということをしかりと理解していきましょう。

特に(5)発信内容については、色々な発信内容を考えることができますが、  
その中でも、こういったモノが読者さんにとって有益なのかをしかりと説明していきます。

## (1) 情報発信の仕組み

そもそも、情報発信で「どうやってお金に変えているのか？」ということに疑問に感じていると思います。情報発信の仕組みを理解をすることで解決しますので、しっかりと説明していきます。

情報発信でお金を稼ぐというのは、シンプルに3つのことをやります。そして、このフロー(流れ)に関してはどの業界のビジネスでも使われています。

**「1. 集客 ⇒ 2. 教育／接触 ⇒ 3. 販売」**

例えば、スーパーでのウィンナーの試食販売

販売までの感覚はちょっと短めですが、

- ・集客 : 集客するためにウィンナーを配る
- ・教育／接触 : ウィンナーの美味しさなどを説明する
- ・販売 : ウィンナーを販売する

ちなみに、これはフリー戦略と言って、プレゼントを渡して相手に興味を持っていただき、接触のチャンスを得るという立派な手法です。

では、僕たちせどり情報発信としては、「1. 集客 ⇒ 2. 教育／接触 ⇒ 3. 販売」に対してどのようなことをしているのかを詳しく説明していきたいと思います。

## ■ 1. 集客

僕たちのせどり情報発信については、見込み客として「読者さん」を集めていきます。

## ■ 2. 教育／接触

読者さんが集まったら、自分がどんな配信をしているのかを見てもらい、自分に対して、または、自分のコンテンツに対しての「信用」を高めていきます。この工程で信用を高められなければモノは売れません。

## ■ 3. 販売

教育／接触を繰り返して、最後に信用が高まってきたところで自分が販売したい商材や案件などを提案し、セールスに繋げてマネタイズをします。

この流れこそが、僕たちがやっているせどり情報発信の王道のマネタイズまでのフローとなります。

## (2) 発信媒体

僕たちがやっているせどり情報発信も、幅広い発信媒体があります。

メルマガ / LINE@ / Twitter(ツイッター) / Instagram(インスタグラム) / Facebook(フェイスブック)  
/ ブログ / Youtube(ユーチューブ) / note(ノート) / その他

僕がメインでやっているのは、メルマガ、LINE@です。サブとしては、ブログ、ツイッターなどもやっています。  
でも、**発信媒体として一番「メルマガ」を大事にしています。**

なぜか分かりますか？答えはシンプルで**「プラットフォーム依存ではないから」**

プラットフォーム依存というのを詳しく説明すると、  
プラットフォームでどんなにたくさん読者さんやフォロワーさんを増やしたとしても、  
アカウントが使えなくなってしまうと、読者さん・フォロワーさんがすべて無くなってしまいます。

ですが、メルマガの場合は、メールアドレスを読者さんとして管理するため、  
メールを配信するためのシステムがだめになっても、メールアドレスが残っているので、  
別のメール配信システムを使えば、また読者さんにコンタクトを取ることができるからです。

そういう意味であれば、ブログもプラットフォーム依存していません。  
ですが、ブログの場合に関しては読者さんはいますが、何かしらの数字では表れないものです。  
フォロワー数、読者数というのが目に見えたカタチに見えません。

だからこそ、プラットフォーム依存しないという要件を満たし、  
さらには、読者さんを目に見えたカタチで管理できる「メルマガ」が大事なわけです。

また、メルマガならのではメリットは他にもあります。

メルマガだけではなく、LINE@などもそうなのですが、「PUSH型の配信が可能」

PUSH型の配信が可能というのは、どういうことかと言いますと  
自分の好きなタイミングで配信ができるということ。

先程のプラットフォーム依存しないブログに関しては、  
何かしらのカタチでアクセスされるまではブログを見てもらうことはできません。  
また、ブログに関して、グーグルやヤフーなどの検索エンジンでヒットするまでには1～3ヶ月間かかります。



さらに、例えばですが、「せどり ブログ」とグーグルで検索して、1ページ目の1番上に表示されるためにはSEOというモノを意識しなければなりません。

SEOというのは、グーグルやヤフーの検索で上位表示されるための検索のアルゴリズム(仕組みみたいなもの)のことを言います。

このSEOにて“良い”と判断されなければ、最初のページなど、上位表示されない仕様になっています。

このSEOを高くするには、明言されたルールや仕様は公開されておらず、諸説では、記事数が50~100、文字数が2000文字以上、ユーザーがブログのページを見ている滞在時間が長い、グーグルやヤフーのサーチエンジンに好まれる装飾をしているなど、色々な条件を満たしていく必要があります。

また、SEOの仕様は頻繁に変わっていきます。そうした場合に、見られるための努力が本当に涙ぐましいものになり、努力が報われる可能性が非常に低いです。特に、ライバルが多い検索ワードの場合はなおさらです。

ですが、メルマガの場合はメールアドレスさえ手に入れてしまえば、コチラから積極的に情報発信をすることができるという最大のメリットがあるため、僕はメルマガをオススメしています。

### (3) 発信頻度

メルマガやLINE@の発信頻度に関してのオススメは「1日1回」もしくは「2日に1回」。

明確なルールはありませんが、メルマガやLINE@にて、せどりに関する様々な情報を発信しながら少しずつ接触回数を増やし、信用を貯蓄していかなければなりません。

また、最終的にセールスをしてマネタイズするのであれば、そのセールスするものに対しての、魅力、メリット、使い方、実績、ユーザーの感想などなど色々なことを伝えていかなければなりません。

読者さんが集まったので、いきなりセールスでは信用もないので、「何だコイツ・・・！！」という状態になりかねません。いきなり、信用もない人にセールスされて買うなんてことは余程、自分がのどから手が出るほど欲しいモノやサービスをセールスされた以外は考えられません。

また、よくありがちなのは、セールスが終わってから一切がっさい発信をしなくなる、、、これもダメです。何かセールスしたい時だけ発信する情報発信者というレッテルが付き、信用を失ってしまいます。

だからこそ、定期的に情報発信をしていくことで信用に繋がっていき、モノが売れるわけです。

#### (4) 発信時間

情報発信をする時間って好きな時間でいいの？何時に配信すればよいですか？という疑問を持たれる方もいらっしゃると思いますが、基本的にこうしなければいけないという決まりはありません。

ただし、2つだけポイントがあります。

1つは、「自分がターゲットとする読者さんがどんな人かイメージして決めること」

例えば、副業のサラリーマンせどらーをターゲットにするのであれば、本業時間を避けるということを考えます。日中に配信をしても、本業の仕事をしていて見られない可能性があります。だからこそ、会社が終わるであろう18～19時以降に配信してみるなどを考えてみるとか、自分がターゲットとする読者さんをイメージしてやるのが大切です。

そして、もう1つのポイントに、「できる限り、決まった時刻に配信をすること」

時間を決めずに配信してしまうと、いつ配信されるかが分からないので、読者さんが定着しづらいです。テレビ番組、ドラマなどが決まった時刻に配信されるからこそ、認知し始めて、定着します。だからこそ、僕たちのせどり情報発信においても基本的には定刻を決めて配信することをオススメします。

## (5) 発信内容

ただ趣味でやるのであれば、自分のことを好きなように書けば大丈夫ですが、僕がやっているせどり情報発信に関してはマネタイズするために取り組んでいます。だからこそ、どんな情報発信をするかということは非常に大切になってきます。

僕が情報発信をするときに意識していることは3つあります。

- ・読者さんが知りたいこと
- ・読者さんの利益に繋がること
- ・読者さんの不利益に繋がること

なぜ、読者さんがせどり情報発信を見るかと言うと、この3つを知りたいからです。もちろん、せどり情報発信だけではなく、芸能人の配信やプライベート配信を除いて、他の情報発信にも同じことが言えるはずです。

ただし、これだけの内容ではファン化には繋がらないと考えています。そこで大事になってくるポイントがあります。

「自分の考え方や価値観」を必ず入れるということ。

これが最も大事なことだと考えています。

例えばですが、同じような配信をしているAさんとBさんがいて  
AさんのメルマガやLINE@は考え方や価値観がない情報、  
Bさんの内容は情報だけではなく、その情報に対する考え方や価値観があるものであった情報、

どちらの配信を読みたくなるかは一目瞭然ではないでしょうか？

<A>

ヤマダ電機に仕入れにきました！  
見込み利益が1万円の商品を仕入れました。

その商品がコチラ。

<B>

ヤマダ電機が決算セールなので3店舗ほど仕入れきました！  
決算セールでは、パソコン製品周りの商品が利益を取りやすいので、  
リサーチしてみたところ、見込み利益1万円分を仕入れることができました。

その商品がコチラ。

ただし、仕入れすぎると決算セールによる  
セラー増加があるので少量仕入れをおすすめします。

<B>の方は、決算だったからという仕入れに行った情報があったり、決算セールではパソコン製品が利益取りやすいという経験による情報があったり、少量仕入れをすべき考え方が書いてあったりしました。

<A>の方は、ただ仕入れに行っただけで、利益が出たという報告です。

比べてみると本当に分かりやすいと思いますが、<B>の情報発信の内容の方がせどら一さんのなぜを解決したり、なるほどと思わせる情報があったり有益なのは間違いありません。

情報発信をしていると、ついつい自分中心のことばかりを話してしまい、読者の目線を忘れてしまうことがあります。

そうなってしまうと、読者は段々と離れていってしまうので最初にお伝えした3つのことをぜひとも意識してみてください。

# 07. 情報発信の応用知識

こちらの章では、情報発信者としての応用知識について説明していきます。

- (1) 情報発信の稼ぎ方
- (2) 無料オファーと有料オファー
- (3) リストの価値

こちらの3つの基礎知識よりも、グッと情報発信に踏み込んだ話をしていきます。

特に(3)に関しては、情報発信者としては生命線でもある「読者さん」、つまり、読者さんのメールアドレスやフォロワーなどに対しての価値についてお話します。

これを理解することで、情報発信と言うことに対して知識が格段に深まりますし、情報発信という稼ぎ方の威力を知ることになります。ぜひ、楽しみにしていてください。それではさっそく、「(1) 情報発信の稼ぎ方」について解説していきます。

## (1) 情報発信の稼ぎ方

僕たちがやっているせどり情報発信を使ったマネタイズの方法には、本当に色々な稼ぎ方があります。あなたも過去に何かしらの教材を購入したことがあるはずですが、それも1つの稼ぎ方です。

僕が知っている限りの情報発信での稼ぎ方はコチラです。

教材販売 / 商品リスト販売 / コンサル販売 / スクール販売 / コミュニティ販売(商品情報チーム)  
/ サービス販売 / ツール販売 / アフィリエイト / 号外広告 / プロモーション / その他

知っている限りで10種類以上、かつ、細かな作業ベースの稼ぎ方も合わせればもっとあります。

この中で自分があった稼ぎ方を見つけて、情報発信という稼ぎ方をしていくことがポイントです。

継続的な労力をかけずにマネタイズしたいのであれば、「教材販売や月額性ツール販売」

大きな金額をドカンとマネタイズしたいのであれば「コンサル販売やスクール販売」

というように、色々な選択しがありますので、

自分の好きな稼ぎ方をイメージしつつ、せどり情報発信を構築していきましょう。



あと、もう1点だけ稼ぎ方についてアドバイスをしておくすると、  
自分に向いていないと思うことは無理してやらなくよいです。

例えば、「教材作成」をやってみたけど、ドキュメントを作るのが苦手、、、と思えば、  
ドキュメント作成がいらないような「コミュニティ運営」をやってみるとかでも構いません。

無理して苦手なことをやり続けて、苦手意識が芽生えたり、苦痛に感じるようになってしまい  
いつしか情報発信をするということ自体がツラくなってしまいうケースも多々あります。

また、苦手なことをは思い切って外注してみるというのもあります。  
ワードで体裁を整えるのが苦手、そもそもタイピングが苦手だということであれば、  
誰かにお願いすることを考えてもいいかもしれません。

苦手なことに膨大な時間を使うよりも、コストをかけたとしても投資対効果があればOKなわけです。  
稼げないうちは自分で頑張ることをオススメしますが、ぜひとも外注依頼というのも視野にいれておいてください。

## (2) 無料オファーと有料オファー

僕たちがやっているせどり情報発信でのオファー種類は、大きくわけて2種類に分けられます。

- ・有料オファー

- ・無料オファー

せどりだけやっていた人からすると、なかなか馴染みのない言葉ではありますが、せどり情報発信だけではなく、他の情報発信でオファーする場合も同様です。

この2つのオファーについて、しっかりと理解することでより情報発信者としての知識がアップします。また、この2つのオファーについては知らず知らずのうちに関わっている方が大半ですので、説明を見てみると、「あっ！？あれがそうだったんだ！」などのピーンと来ることもあるかと思います。

ということで、詳しく解説していきたいと思います。

## <無料オファー>

### ■概要

無料オファーを簡単に言うと「相手にお金がかからずに、自分が報酬を得るオファー」のことです。

「無料オファー」という方の他に「オプトインアフィリエイト」というケースもあります。

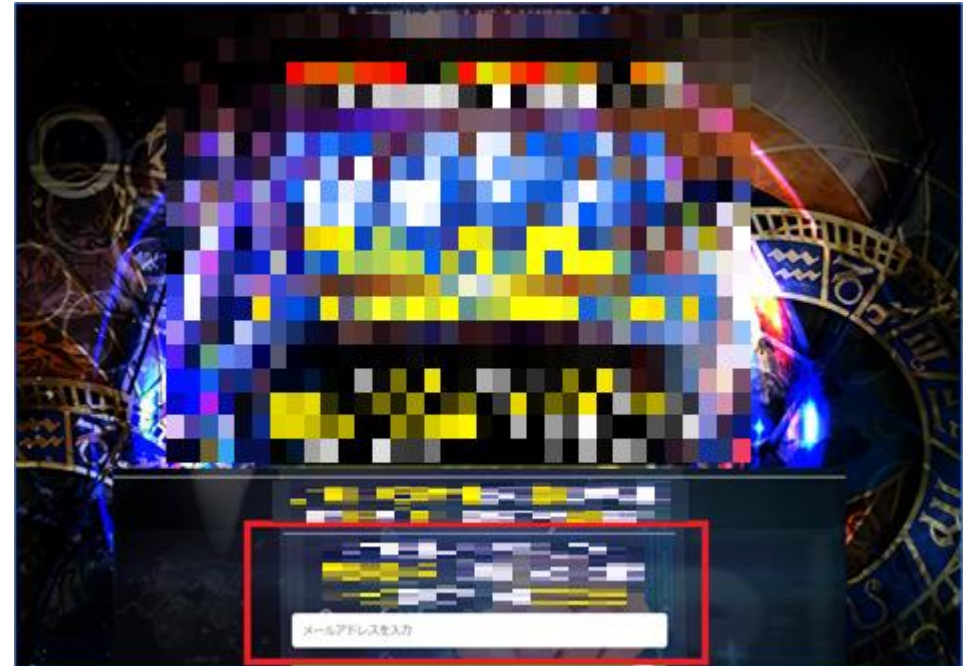
メールアドレスやLINE友達追加されると1件あたりに対して報酬がもらえるオファーです。

ASP(アフィリエイトサービスプロバイダー)

というアフィリエイト案件を管理しているところがあり、  
そこから案件を見つけて、自分の読者さんに対して紹介し、  
報酬を得るという仕組みになっています。

右のようなLP(ランディングページ)をご覧になったことはありませんか？  
メールアドレスを入力すると、〇〇がもらえるというようなものです。

※モザイク入りで申し訳ないです



## ■報酬

まずは、あなたが一番気になるであろう「報酬面」について説明していきます。

最近の1件あたりの相場はざっくり言うと「1,500～2,000円」、僕の周りではこのような感じです。

一般のASPの場合は、アフィリエイトに報酬ランクがあるので、

一般 : 1件あたり500～1,000円

VIP : 1件あたり1,000～2,000円

SVIP : 1件あたり3,000～5,000円

SSVIP : 1件あたり5,000円～

というようなイメージです。

いかかですか？メールアドレス1件やLINEのフォロワー1件で、このような金額をもらうことができます。

何かしらの有料コンテンツを作らなくても、仮に、報酬単価が2,000円だとして、

10件登録があれば「2,000円×10件＝20,000円」という報酬を得ることができます。

僕の上に案件案内が来ているものを、ちょっとピックアップしてみるとこんな単価のモノもあります。

こちらは、**ゲリライベント報酬UPタイプ**で

**順番・時間帯によって報酬UPがされるというタイプ**の案件です。

見ての通り、先着によって変わったり、時間帯によって異なったりと、色々な工夫をして、アフィリエイターさんに頑張ってもらおう感じです。

◆スタートアップ報酬◆

【先着報酬】

- ・12時～先着50名 1件10,000円
- ・18時～先着50名 1件10,000円
- ・22時～先着50名 1件10000円

【時間帯報酬】

- ・12時～13時 1件3,000円
- ・18時～19時 1件3,000円
- ・21時～22時 1件3,000円
- ・22時～23時 1件3000円

それ以外の時間帯は

【VIP1件：1,200円】

【一般常時1件：200円】

こちらは、**セミナーや勉強会誘導方タイプ**の案件です。

実際にセミナー会場などに読者さんに行ってもらうのは本当に難しいです。

だからこそ、報酬単価が高いモノが多くあります。

というように、ちょっと見るだけで色々なパターンの報酬タイプがあることがお分かりいただけたと思います。

◆アフィリエイト報酬◆

セミナー直誘導オプトイン

★SVIP1件:20,000円

★?VIP1件:10,000円

★一般1件:??,000円

※キャンペーン期間外にご紹介いただいても報酬は発生しませんのでご注意ください。

## ■無料オファーのメリット

無料オファーのメリットは「簡単で始めやすい」ということ。さらに、深掘りしてみると“3つの大きなメリット”があります。

1. コンテンツがない人でもできる
2. メルマガやLINE@で紹介するという単純作業
3. 成約しやすく報酬ゲットが比較的簡単

この3つのメリットは、情報発信を始めて少しでも読者さんがいる人でもできる稼ぎ方で、あまり負担もかからずに、チャレンジすることができる稼ぎ方です。

それでは、1つずつ説明していきたいと思います。

### (1. コンテンツがない人でもできる)

自分に販売できるコンテンツ、つまり、商材がなかったとしてもアフィリエイトできるというメリットがあります。

また、有料アフィリエイトのようなアフィリエイトする人が各自特典をつけてアフィリエイトするというようなことはNGなので、特典勝負・コンテンツ勝負にもならず、自分の紹介力だけで勝負でき、誰にでも公平にチャンスがあります。

## (2. メルマガやLINE@で紹介する単純作業)

基本的には、「メルマガやLINE@で紹介するだけ」という単純作業となります。時間もメルマガやLINE@を書くだけなので、早い人であれば10分程度の場合も。というのも、紹介するための案内ページ(LP)などもしっかりと用意されているため、そのまま紹介するだけで済むという労力的にも楽な部分が多いです。また、ASPによっては紹介文のサンプルもいくつか用意してくれているケースも多いです。

## (3. 成約しやすく報酬ゲットが比較的簡単)

何よりも大きいメリットは、「成約しやすく報酬ゲットが簡単」ということです。というのも、読者さんにお金を使わせない、そして、何かしらの登録プレゼントが読者さんに渡されることが多いので、比較的登録もされやすいということ。ここがポイントです。だからこそ、比較的早く稼ぎやすいと言えます。

以上が、無料オファーのメリットになります。

読者さんが1人でもいればチャレンジできる案件ですので、情報発信で1円でも早く稼いでみたい方はぜひともチャレンジしてみてください。

## ■無料オファーのデメリット

先程の無料オファーのメリットを見ると、無料オファーのデメリットってなんかあるの？  
と思われる方もいらっしゃると思いますが、コチラに関しても3つあります。

1. 読者さんを集めないといけない
2. お客さんが流れる
3. 詐欺案件などがある

それでは、1つずつ説明していきたいと思います。

### (1. 読者さんを集めないといけない)

大きく報酬を得るためには読者さんがたくさんいることが前提で、その方々にたくさん登録してもらう必要があります。  
1ヶ月に何度も何度も案件を流しすぎるとメルマガを解除されたり、LINE@をブロックされたりと読者さんがいなくなります。  
そうすると、新規読者さんを集め続けなければなりません。一般ビジネスでもそうですが、  
読者さんを集めるということ、つまり、集客というのは本当にと大変なことです。



## (2. お客様が流れる)

1. のデメリットにも近いのですが、自分のお客様が別の人のお客様になってしまうということが多々あります。案件の先にはセールスが待っているのに、そのセールスを購入してしまい、その販売者のお客様になってしまいます。もし仮に、自分のコンテンツを作ってセールスしていたら、もっとマネタイズできたかもしれないというようなことになりかねないです。だからこそ、バランスよくやっていく必要があります。

## (3. 詐欺案件などがある)

このような無料オファー案件は詐欺まがいに近いモノも数多くあり、前に紹介したものが読者さんにリスクを与えるようなものがあったときに信頼がなくなってしまう、二度とお客さんにならないケースも多々あります。実際に詐欺被害サイトなどを見ると、このような案件が掲載されていることがたくさんありますので、案件紹介をするときは、内容をよく確認してから紹介する必要があります。良く理解しないで紹介してしまい、自分のクビを絞めないように気を付けましょう。

以上が、無料オファーのデメリットになります。しっかりとデメリットについて理解した上でチャレンジするようにしてみてください。

## ■ やっていけないNG行為

無料オファーには、いくつかのやってはいけないNG行為があります。

コチラに関しては各アフィリエイトセンターや各案件によって異なりますので、代表的なNG行為をご紹介します。

どんなものがNG行為かというと以下の3つです。

1. 自己アフィリエイト
2. 知り合いに依頼する
3. 特典やプレゼントをつける

### (1. 自己アフィリエイト)

自分で自分のメールアドレスを登録することです。

実は、これは簡単にチェックできます。IPアドレスというパソコンの住所みたいなものを見ると、

違反行為をしているのが一発で分かってしまうため、絶対にやらないようにしましょう。

違反行為をしていると、各アフィリエイトセンターの情報共有にてブラックリスト入りしてしまいます。

## (2. 知り合いに依頼する)

「知り合いに登録してくれ！」と依頼するケースは、広告費をかけて集客した先にセールスがあるにも関わらず、購入に至らない可能性が高いです。だからこそ、知り合いに頼むという行為は基本的には禁止されています。

何気なく依頼してしまうケースもありますが、これは気を付けないと後々に詐欺扱いとなり、損害賠償などの大きなトラブルになりかねないので絶対にしないようにしましょう。

※ASPや案件のルール次第ではOKなところもありますのでしっかりと確認しましょう

## (3. 特典やプレゼントをつける)

案件に対して、僕から登録すると〇〇を差し上げますという行為は絶対にNGです。

先程のNG行為と同じように、読者さんが紹介者の特典欲しさで登録してしまい、

セールス前に離脱してしまうので、案件をしている側が広告費をかける意味がなくなってしまうからです。

以上が、無料オファーのNG行為になります。

気付かないとやってしまいそうな行為もありますので、しっかりとルールを守った上で、

無料オファーに取り組んでいきましょう。

## ■まとめ

無料オファーの案件を探せば、本当にたくさんの案件があることが分かります。

ただし、気を付けなければいけないことが1つ。

どんなに成約をしてもお金を支払わないASPというのも実際に存在しています。

案件販売で売上を見込んでいたにも関わらず、案件自体が失敗してしまい、  
広告費という赤字だけが残り、報酬支払いができずに、飛ばれるということも多々あります。  
だからこそ、信用できるASP信用できる案件信用できる案件者ということが絶対に大事になってきます。

僕自身がお勧めするのは、同じコミュニティや環境で活動しているメンバーの案件を  
優先して取り組むことが一番安全の無料オファーの稼ぎ方だと考えています。  
当然、普段からコミュニティ内で交流もあるからこそ信用もできるわけですし、  
どんな人かが分かっているのと分かっていないのでは紹介に対する力加減も変わってきます。  
自分が応援したいな！と思える人であれば頑張って紹介できますからね。

ということで、「無料オファー」についての説明でした。

## <有料オファー>

### ■概要

「有料オファー」とは、読者さんに何かを紹介する際に、読者さんがお金を使って何かを得ることによって、その成約報酬として報酬をもらえるオファーのことを言います。

何かしらの教材などを紹介する場合などがこの「有料オファー」にあたります。

### ■有料オファーの成功の秘訣は戦略

何も準備もせず、ただ紹介して成約がとれるほど、「有料オファー」は簡単なものではありません。

何となく配信して、成約が取れてしまう人は読者さんからの絶大なる信頼がある方です。

普通の場合は、まず、成約を取ることは難しいです。

そうした場合に、どういう風に戦略を立てていくかがまずは大事になってきます。

「有料オファー」で成約を取るための戦略は3つあります。

1. プロモーション型
2. 特典型
3. 実践型

この3つの戦略について1つずつ説明していきます。

## (1. プロモーション型)

この戦略を簡単に言ってしまうと、自分のコンテンツをメインにオファーし、自分のコンテンツを購入する場合は、「アフィリエイト予定の教材」の決済リンクから決済してくださいね！というような方法です。

この戦略のメリットは、普段からの自分の配信内容と販売する内容が大きくブレないということ。

たとえば、普段は家電せどりの配信をしているのにも関わらず、いきなり中国輸入という畑違いのことについて話を始めたときに読者さんがどう思うかということです。

もちろん、切口とかを考えて面白く誘導することができれば、それでもよいのですがなかなか難しいので、自分のコンテンツを推すことが成約に繋がりやすいというメリットがあります。

また、自分のコンテンツを購入するとおまけとして、特典として「別のコンテンツ」がついてくるよ！

という副次的な特典効果としても購入意欲を駆り立てます。

何もないよりも、セットで特典もらえると思えば、お得感が出てきます。

このようなオファー戦略が、プロモーション型と言います。

## (2. 特典型)

「特典型」という戦略があります。これはどういうことかと言いますと、「アフィリエイト予定の教材」をメインに自分から購入してもらえれば別で特典をつけますよ！というような考え方です。

あくまでもメインは「アフィリエイト予定の教材」サブ的な位置づけとして「自分の特典」というようなイメージです。

この戦略のメリットは、自分のコンテンツが少し弱くて単体では売りづらいなと思われた場合に、この方法を使うことで、2つのコンテンツがもらえるというお得感を出すことができます。

ただし、どんな特典をつければ効果的なのかということを考えて作らないと魅力的には映りません。例えば、「アフィリエイト予定の教材の弱点」を保管した特典にしてみる。これであると、弱点を補完するためにこの特典が必要だと思わせることができます。

つまり、ニーズを意図的に作り上げることができるわけです。

まったく違うジャンルの特典、まったく別の内容の特典を付けることも可能です。

だからこそ、どうやったら成約が取れるかを効果的な特典は何なのかを十分に考えて戦略を立てる必要があります。

### (3. 実践型)

この戦略は、実際にオファーする予定の教材を試してみてもその実践記を読者さんに伝えて、魅力に思ってもらい販売する戦略です。

2. 特典型＋実践型というパターンでもできますので、どう組み合わせるか自由です。

同じオファーをするライバルがない場合は、じっくりと実践して結果を出して、その結果を出す過程を読者さんに話したり、結果について話したりして引き込んでいくようなイメージです。

そして、僕私も結果が出たからあなたもどうですか？というのがこの戦略です。ただし、同時期に同じものをオファーする人がいると特典がつかないよりもつく方から買ってしまうために、実践型にするかどうかは慎重に選ばないといけませんのでご注意くださいね。

以上が、有料オファーの説明でした。

何をしなければよいのか、具体的な進め方については別の章で説明しますので、ぜひとも楽しみにしていてくださいね。



### (3) リストの価値

情報発信をするならば、絶対に理解しておいていただきたい「リストの価値」について説明してきます。

率直に言うならば「集客したリストの価値」は物凄い価値があります。

「リスト = メールアドレス、LINE@友達」

僕らの業界で言えば、読者さんに当たるわけですが言い換えてみれば「顧客」つまり、顧客リストが手に入るわけです。

どんなビジネスにおいても顧客リストは、本当に重要なモノで価値があります。

昔の商売人は、火事があったときに一番最初に手に持ったのが「顧客帳簿」だったという話もあります。顧客帳簿があればまた商売ができる、これは僕たち情報発信者においても同じことです。

では、リストさえ集めればすべてに価値があるのか？ということに関して言えば「NO」です。

獲得方法によりリストの質や価値が全然違います。

だからこそ、これを理解した上で情報発信に取り組んで行く必要があります。

ここで、あなたに質問です。「**どちらの方が質の良いリストだと思いますか？**」

- 例えば、
1. 仲間から「このコンテンツは素晴らしい」と紹介されて集まるリスト
  2. 何かしらの無料でプレゼントが受け取れるからで集まるリスト

どちらの方が質が高いか？ぜひ、考えてみてください。

考えてもらえれば、前者であることは想像がつくと思います。

前者の場合、あなたの情報発信媒体や商品に興味を持ってくれる可能性があります。

後者の場合、プレゼントだけもらったら、即解除される場合もあります。

ですが、後者の場合であったとしても集まったリストに対して、うまく接触する仕組みがあったり、引き込む何かしらの仕組みがあったりすれば興味を持ってくれる可能性があります。

やり方や仕組み次第にはなりますが、どのように集客したリストかによって違いが出てくることをしっかりと理解しておいてくださいね。

## ■リストの価値番外編「号外広告」

また、リストがあれば、「(1) 情報発信の稼ぎ方」で紹介した中にあった「号外広告」という稼ぎ方ができます。

号外広告とは、広告依頼をしてきた人の文章を紹介することです。

メルマガであれば、タイトル、文章の中身、配信日時などを依頼相手から提出してもらい、自分のメルマガで指定された配信日時に流す。

LINE@も基本的な考え方は同じで、文章の中身、配信日時、場合によってはリッチコンテンツといった画像などをもらって指定された配信日時に流します。

メルマガ、LINE@のどちらも、配信結果が悪くても良くても、反応結果については問われません。

また、号外広告の報酬相場については、メルマガであれば、たったの1通で「5～15万」ぐらい、LINE@であれば「10～30万」ぐらいで号外広告の依頼のやりとりがなされています。

濃いファンを持っている人ほど、号外広告の依頼をされやすいです。

リストを保持していればこそ、このような労働がまったくない稼ぎ方もできます。

ぜひ、あなたのリスト(読者さん)の質を上げるような集客の仕方、ファン化を進めてみてくださいね。

# 08. 情報発信をするにあたり守るべき法律

リストを所有すれば、売上は確実にアップしていきます。  
ですが、その分、リストを所有するデメリットなども同時に発生してきます。

「リストを取り扱いを間違えてしまうと、一気に信用をなくしてしまう」

たくさんのリストを保有すると、影響力が出てきます。そうすると、公共性が出てきます。  
そのため、1つ1つの発信内容に責任を持つ必要が出てきます。

またそれ以外にも、特に気を付けなければならないのが「個人情報の取り扱い」

リストを保有するということは、個人情報を取り扱うということです。  
だからこそ、厳重に取り扱わなければなりません。よくリスト流出してしまい、  
大きな問題となってしまう企業などがニュースに取り上げられることがあります。  
僕たち情報発信者も同じことが言えますので、必ず意識していかなければなりません。

そして、他にも意識しなければならぬ法律がありますのでご紹介していきます。

## (1)特定電子メール法

実は、リストを保持している人に対して、必ず守らなければならない法律があります。

それが「特定電子メール法」というものです。

この法律のポイントは3つあります。

1. 事前に許可が必要
2. 送信者の表示義務
3. なりすましの禁止

この法律を違反した場合に厳しい処分が下ることがあります。

稼ぎやすい反面、気づかないうちに法を犯していることも多々ありますので、たかがインターネットビジネスとは思わずに、情報発信を始める前に必ず頭の中に叩き込んで欲しいと思います。

それでは、「1. 事前に許可が必要」から解説していきます。

## (1. 事前に許可必要)

リストを集める場合は、メルマガなどを購読する方の「オプト」というものが必要となってきます。オプトとは、「許可する」というような意味です。つまり、相手の許可を得る必要があるということです。「私はこのメルマガを読むことを許可している」というのがなければ、違反となってしまいます。

## (2. 送信者の表示義務)

相手の同意を得てからメルマガを送信する場合には、送信者には以下情報の表示が義務づけられています。

- ・送信者などの氏名又は名称
- ・受信拒否の通知を受けるための電子メールアドレス又はURL
- ・受信拒否の通知先の直前又は直後に、受信拒否の通知ができる旨
- ・任意の場所に、送信者などの住所
- ・任意の場所に、苦情・問合せなどを受け付けることができる電話番号、電子メールアドレス又はURL

### (3. なりすましの禁止)

電子メールアドレスに書いてる送信者情報を偽って送信することは禁止されています。

例えば、送信元アドレスをなりすまし。

他にも、表示しないようにパソコンのソフトで設定して送った場合なども違法となってしまいます。

#### ■違反した場合の法的処罰

違反した場合は、

「1年以下の懲役」

「100万以下の罰金」(法人の場合は3000万円以下の罰金)

というとんでもない法的処罰が下されます。

情報発信は稼げるからといって、安易にはじめて、

気付かないうちに、法律違反をしている・・・見て見ぬふりしている・・・なんてことはないように、

インターネットビジネスは稼ぎやすい反面、気付かないうちに法を犯していることが多々ありますので、

必ず立ち止まって考えるようにしてきましょう。

## (2)リスト売買

情報発信をしていると、メールアドレスの価値を感じるようになり、何とかして手に入れたい！というような気持ちになることがあります。

そんなときに、情報発信者関係の方から「リスト買わない？」というように持ち掛けられることがありますが、この提案には絶対に乗らないようにしてください。

先程、説明しましたが「オプト」がとれていない場合は違法となります。

そして、何といっても一時的にリスト数は増えると思いますが、このメルマガが何で届いたのだろう・・・、許可した覚えがない、、とそのメールアドレスの保持者に思われた場合、メルマガを送るためのシステム会社に対して迷惑メール通報されたり、

また、メールフォルダ内にある迷惑メールフォルダに行くような設定をされたりしてしまい、このようなことが積み重なると、今までメルマガが届いていた読者さんにもメルマガが届くようになります。



# 09. 情報発信を始めるための準備

この章では、情報発信を始めるための準備について解説していきます。

こちらの6つのことについて詳しく説明していきます。

- (1) 情報発信に必要なシステム説明
- (2) サーバー契約契約
- (3) メルマガスタンド契約
- (4) 公式LINEアカウント作成
- (5) レポートスタンド登録
- (6) メルマガとLINE@の使い分け

導入システムについての説明、各システムに関する詳細説明、  
そして、最後の(6)については、理解しないで導入してしまうと、無駄になってしまいます。  
事前に理解しておくことで、最大の効果を発揮しますので、しっかりと理解していきましょう。

## (1) 情報発信に必要なシステム説明

情報発信をして稼いでいくために、いくつかのシステムを導入する必要があります。

導入すべきシステムはコチラです。

- ・サーバー契約
- ・メルマガスタンド契約
- ・レポートスタンド登録
- ・公式LINEアカウント開設

今回構築するものは、僕が現時点でやっているシステムについてのみお伝えしていきます。

基本的には、この4つを契約すれば、せどり情報発信で稼いでいくことが可能です。

場合によっては必要ないものもありますが、そこは適宜判断をしてください。

もちろん、ここにプラスして「ツイッター」や「Youtube」などもプラスするのもあります。

ですが、スタートするのは情報発信に慣れてからで十分です。

何でも手広くやりすぎたりして、どれも中途半端にならないように焦らず積み上げていきましょう。

## (2) サーバー契約

サーバーと呼ばれるモノを契約します。

サーバーを一言でいうとインターネット上のレンタルスペースです。

なぜ、サーバーを契約するかと言いますと、

せどり情報発信をしていくためのドキュメント(画像、教材)の置き場所として

他にもブログなどの開設し設置する場所として、サーバーが必要になります。

サーバーは色々な会社やサービスがありますが、僕自身は「Xサーバー」と呼ばれる会社のサービスを契約しています。

月額ですと、1,000円程度、年契約だとお得16,500円。そんなに高いモノではないので、年契約をおススメしています。

個人と法人のプランがありますが、個人プランで「X10」というプランで

十分ですのでコチラを契約するようにしてください。

また、契約時に契約自動更新をしておくことを忘れないようにしましょう。

期間が切れて勝手に切れてしまい、ページが見えなくなるということだけは絶対に避けましょう。

(僕の知り合いは、セールス最中に契約が切れてページが見えなくなって困っていました・・・(笑))

### (3)メルマガスタンド契約

メルマガを一斉配信するためのシステムの契約をします。

読者さんが数人であれば、通常のメールを送る仕組みでもよいのですが、100人、200人となったときに一斉送信するために送信先を選ぶのは非常に手間になります。

そこで「メルマガスタンド」という仕組みを導入します。

このメルマガスタンドは、無料で使えるモノもあれば有料のモノもあります。また、車と同じでデザインも違えば、機能や性能も大きくことなってきます。

だからこそ、自分にあったメルマガスタンドを選ぶ必要があります。ただし、メルマガスタンドも限りなく数がありますので、僕個人が利用しているモノをご紹介します。

僕個人が現在利用している「メルマガスタンド」は3つ。

1. アスメル: 有料
2. オートビズ: 有料
3. オレンジメール: 有料/無料

## (1. アスメル:有料)

株式会社レジェンドプロデュースが運営するメール配信システムです。

月額固定料金は3,333円から利用できるというとてもリーズナブルな費用で、ステップメールストーリー数、配信数、登録リスト数使いたい放題というのが最大の特徴です。

<https://www.asumeru.info/>

なぜ、僕がここを使っているかというと、とにかく使いやすいというのが理由です。

また、他のメルマガスタンドよりもメルマガが届く気がしています(あくまでも個人の感覚です)

というのも、僕が前に所属していたせどり情報発信組織では、エキスパ、マイスピーといったメルマガスタンドを使っていたのですが、大勢の人数がセールスやオファーをしかけたり、中には乱暴な発信をしていることで、スタンド全体的にメルマガが迷惑メールに行くような傾向があると感じました。

だからこそ、みんなが利用していないメルマガスタンドを利用することで、周りとの違いを作ったという経緯があります。実際にエキスパからアスメルに変えたら、クリック数が10倍ぐらい変わったということもありました(笑)

あくまでも、個人的主観が入っていますのでよく吟味してみてください。

## (2. オートビズ:有料)

株式会社ビズクリエイイトが運営するメール配信システムです。

初心者の方にも手軽に導入しやすい低料金が魅力で、「月額1,700円」から利用することができます。

プランについては、スーパーライトプラン、ライトプラン、スタンダードプランの3つを提供しています。

低価格でも実践的な機能が充実しています。

<https://autobiz.jp/>

一応、サブスタンドとして利用しています。

なぜ、僕がこのメルマガスタンドを使っているかと言いますと、

無料レポートから取得したリストなどを再オプトさせてから登録させる機能があるからです。

メイン集客として、無料レポートスタンドからのリスト収集をしています。

そのため、無料レポートをダウンロードするだけの属性と、

興味をもって来てメルマガを登録してくれる人をわけて管理するために

オートビズの機能が有効だと考えて利用しています。

### (3. オレンジメール: 有料/無料)

株式会社オレンジスピリッツが運営するメール配信システムです。読者数100件までなら永久無料。30日間無料体験がついているので、何か問題があっても30日以内であれば無料で解約することが可能です。

<https://mail.orange-cloud7.net/>

また、定額制なので配信数によって料金があがるようなことはありません。そして、機能としてもそこそこ充実していますので、ステップメール機能などもあります。

僕自身は、オレンジメールに関しては、現在はアクティブに利用しているわけではなく、メルマガをお金をかけずに始めたい人に教えるために登録しています。

こちらのオレンジメールも、無料と言っても機能は充実しているため、メルマガをスタートするならば教えやすく、また、使いやすいというのも1つの理由です。

以上が、僕が使っているメルマガスタンドの紹介でした。この他にも色々なメルマガスタンドがありますので、ぜひともネットで検索してみて、自分のやりたいことにマッチしたものを選ぶようにしてみてください。

## ■番外編:アスメル(自己アフィリエイト方法)

あなたが、もしアスメルをご利用になれる場合は、  
自己アフィリエイトすることができるため初期費用を抑えることができます。

やり方について、簡単にご説明します。

1. ツルゾンというASP(アフィリエイトセンター)にアフィリエイト登録。

<http://www.toolzon.jp/>

↓

2. 自己アフィリエイトリンクの取得

↓

3. 2のリンクからアスメル申し込み

これだけで通常の方法よりも安くシステム利用ができますので、ぜひとも試し下さい。

もし、分からなくて僕のサポートを受けたいという方、アスメルの使い方までサポートを受けたい方は、  
個別でお問い合わせください。僕のアフィリエイトリンクお渡しします(笑)



#### (4)LINE公式アカウント作成

メルマガ以外にもLINE公式アカウントを開設しておきましょう。

なぜ、LINE公式アカウントも開設しておく必要があるかは(5)で解説していきます。

LINE公式アカウントについては作成するにあたり、1点だけルールを理解しておいてください。

実は、LINE公式アカウントでは「稼げる系の情報商材」などの配信は禁止されています。

そのため、いつアカウントが凍結するか分からないというリスクがある中で使う  
配信媒体であるという認識をしっかりと理解しておきましょう。

LINEがコミュニケーションの主流だからといって、LINE@に依存してしまうと凍結してしまったときに、  
精神的にもビジネス的にも痛手を負いますので、事前に意識しておきましょう。

アカウント作成手順は、noteに以前まとめましたのでチェックしてみてください。

<http://shonai-shacho.com/blog/2020/04/29/line-account-make/>

## (5)レポートスタンド登録

読者さんを集めるためのシステム「レポートスタンド」に登録します。

せどり情報発信者が、自分のせどりに関する情報をレポートにしてレポートスタンドに掲載します。

そのレポートを読みたいと興味を持った人が、そのレポートを読むときに、自分のメールアドレスを登録することでレポートをダウンロードすることができます。

レポート掲載者は登録されたメールアドレスを取得することができます。

その後、取得したメールアドレスを自分のメルマガスタンドに登録をすることで、メルマガを配信することが可能となる。

こんな仕組みで読者集めを手助けしているのがレポートスタンドの役割となります。

レポートスタンドとして僕が使っている、僕の運営しているコミュニティで推奨しているのはせどりに特化したレポートスタンド「せどりBANK」です。

<https://sedori-bank.jp/Top>

せどりに興味を持った人だけが登録しているため、他のSNSなどで読者集め(フォロワー)を集めるよりも非常に濃い属性の人たちが集まっています。

せどりBANKには、数万人というユーザが登録されており、

また、グーグルなどのサーチエンジンなどで検索すると検索順位が上位に表示されます。

※2020/5/24時点では1ページ目の6番目に表示されています。

それぐらい「せどり」というジャンルに関しては強いサイトとなっているので、集客が見込めるプラットフォームとなっています。



「せどりBANK」にはもう1つ大きな魅力があります。

レポートを登録しなくても、誰かのレポートを自分専用の紹介リンクでメルマガなどで紹介することで「協賛ポイント」というポイントが貯まり、そのポイントによりメールアドレスをゲットすることもできます。

<※協賛ポイントの仕組み>

ご自分のレポート紹介URLからレポート詳細画面のメールアドレス入力後、ダウンロードボタンが押された段階で1ポイント加算されます。ポイントは1週間ごと（日曜の0時0分～月曜の23時59分）に集計され、集計後のランキング順に協賛メルマガの欄に表示されやすくなります。  
せどりBANK-PLUS会員なら1ダウンロードにつき2ポイント、つまり2倍たまりやすくなります。⇒ [PLUS会員のお申込みはこちら](#)

また、最新のせどり情報を収集するといった使い方も可能ですし、色々なジャンルのせどりノウハウについても知ることが可能。せどり情報発信をするのであれば、登録しておいて損はしないサイトです。

発行者登録に関しては、簡単に登録できますので、ぜひとも登録しておきましょう。使い方に関してなどの不明点等があれば、お気軽に聞いてくださいね。

## (6)メルマガとLINE@の使い分け

コチラのテーマでもある「メルマガとLINE@の使い分け」については、良く理解してほしいと思います。というのも、理解しないでやってしまうとどちらも中途半端になってしまいます。

コチラの2つの媒体の特性を生かした使い方をしなければ大きな結果を残すことができませんので、これから説明することはしっかりと頭に叩き込んでおいてください。

メルマガに関しては、基本的には一方通行だと考えておきましょう。

今のコミュニケーションの主流はLINEになります。

そのため、メールで返信をすることや問い合わせをするということが限りなく少なくなっています。

だからこそ、メルマガではお知らせや耳より情報的な配信をして、相手から反応をもらう場合は、LINE@を使ってやっていくことがポイントになります。

LINE@の良さは、読者さんがスタンプなどで簡単なアクションがしやすいので、その特性を活かして、相手との距離を縮められるような配信をしていくと信頼・信用を高めることができます。

例えばですが、

メルマガでは、アカウント規制の最新の情報について説明する。  
その中で、対象の商品を詳しく知りたい方はLINE@に連絡ください。

そこから、興味がある読者さんがメルマガからLINE@に登録してくれて、  
LINE@経由で問い合わせがきて、ここで自然とやりとりができるようになります。

このタイミングで、LINE@のリストが増えますし、  
また、1度連絡をとっていることから、相手からの問い合わせや質問も来やすくなり、  
何かとコンタクトを取ることができるので、信用・信頼を高めることができます。

セールスタイミングなどで効果を発揮しますので、  
メルマガとLINE@の特性を活かした配信をするように心がけてください。

# 10. 読者さんを集める方法

こちらの章では、読者さんを集める方法について説明してきます。  
誰でもスグに始められるということをもとにした方法をお伝えします。

今回、この教科書で説明する方法は以下の2つです。

- (1) 無料レポート
- (2) ツイッター

1つ前の章でもお話したせどりに興味を持った属性を効果的に集めるために、「無料レポート」を使ってリストを集めていきます。

そして、もう1つはパソコンに向かう時間がとれなくてもスマホができる時間が多い方なら今からでもすぐに始めることができる「ツイッター」を使ってフォロワーからのリストへという導線をしっかりと作って集める説明をしていきます。

2つやり方があることは分かったけど「結局はどちらをやればよいの？」と疑問に思う方もいらっしゃると思いますので僕なりのポイントを説明します。

### <無料レポートとツイッターの特性>

#### ■無料レポート

無料レポートは、パソコンを使用して、ワードやパワポなどを使ってドキュメントを作りますので、時間は多少かかりますが**一回の読者さんの集まり方は大きい**です。  
また、メールアドレスを資産として残すことができます。

#### ■ツイッター

**スマホとスキマ時間さえあれば、いつでもどこでもツイートすることでフォロワーさんを集めることができます。**  
ただし、何度もツイートする、誰かのツイートに反応するなど小まめにしなければフォロワーさんは増えにくいです。  
また、メルマガ登録やLINE@登録してリストの外出しをしなければアカウントが凍結したら資産はゼロになります。

どちらも一長一短なので、個人的には余力があるならばどちらもやるべきだと考えています。  
あなたがどちらをメインにやっていくは、何を優先すべきかポイントを考えてから次のページを読んでみてください。



## (1) 無料レポート

無料レポートとは、無料で提供するノウハウをまとめたレポートのことです。

あなたが書いた、せどりに関する無料レポートを無料レポートを紹介するサイトに登録し、それがダウンロードされることで、メールアドレス(読者さん)を獲得することができます。

例えば、自分の得意なジャンルのレポートを書き続けることで、あなたが何者であるのか読んだ相手にアピールすることができますし、自分が将来的に販売するコンテンツに興味がある属性の読者さんを集めることができます。

実際にどんなことを書けばよいか？ということについては、

- ・せどりをしていて驚いたこと、知らなかったこと
- ・せどりのテクニックやノウハウ
- ・自分のせどり経験談

というようなことを書き、そのレポートの中で「1つの気づき」があるような内容を書くことがベストです。

無料レポートのテンプレートはコチラからダウンロードしてください。

URL : <http://randy1215.xsrv.jp/tmp/sample.docx>

レポートの書き方の参考は、せどりBANKのレポートを参考にしてみてください。

また、せどりBANKにレポートを掲載する際に、いくつか注意点がありますので一読しておいてくださいね。

<無料レポートの審査について>

せどりBANKに申請した無料レポートが、以下に該当する場合は、承認することは出来ません。

- 1.週に2本以上のレポートの掲載依頼（掲載依頼は週1本までとします）。
- 2.無料レポートにハンドルネームとメルマガの情報がない(メルマガ登録URL含む)。  
※無料レポートが本人のものか判断する為です。
- 3.レポート作成者の連絡先が記載されていない（メールアドレスなど）。
- 4.レポート内に記載されたリンクが切れている。
- 5.販売されている教材などの内容を暴露している。
- 6.誹謗中傷である。
- 7.アダルト系、出会い系などせどりとは無関係のもの。
- 8.内容が中途半端で終わっている。
- 9.無料レポート内に内容が無く、ブログその他に飛ぶことで内容を知ることが出来るもの。  
※ツールや内容を別媒体で配布する行為も含む。  
※YouTubeは例外とする。
- 10.レポート内にアフィリエイトリンクが貼られている。
- 11.レポート内容が完全に他人のコピーである。
- 12.文字化けしている。
- 13.住所などの個人情報が記載されている。
- 14.レポート内において他社スタンドに掲載しているレポートを紹介している。
- 15.その他、せどりBANK事務局が不適切と判断したもの。
- 16.短縮リンク使用禁止
- 17.表紙およびレポート内に、タレント（有名人）やアニメのキャラの画像を使用している（商品に記載の場合は対象外）。

実際にどのぐらいの読者さんのメールアドレスを取得できるか？ということで、2020年8月20日時点のダウンロード数を公開します。

1レポートあたり100～500ぐらいまでのダウンロードがあります。

せどりBANK SNS

レポート検索

キーワードを入力してください

ランキング

第1位

【9/1～】FBA在庫パフォーマンス指標の改善方法についてお知らせ

ハンドルネーム

SK

ダウンロード数

483回

第2位

SPU達成しただけで終わってない？誰でも簡単に仕入れが出来ますよ！楽天ブックス攻略法 実際に見つけた利益商品をそのまま教えちゃいます

ハンドルネーム

はま

ダウンロード数

246回

第3位

モノレートの代替ツール筆頭！keepaのグラフの見方が分からない！を解決する！

ハンドルネーム

ちゃんやま

ダウンロード数

198回

第4位

えっ？！このサイト知らないの・・・10年以上前からあるけど多くのせどらーが知らないお得なサイトをご紹介！ライバルに知られる前に稼げる商品ガンガン手しちゃいましょう！！

ハンドルネーム

独占販売探偵@くろすけ

ダウンロード数

185回

第5位

えっ？！販売しただけなのに？！知らなかったでは済まされない！！販売停止の心配してる場合じゃありませんよ？恐怖の事例を教えます。(クラマス)

ハンドルネーム

クラマス

ダウンロード数

154回

第6位

猛暑・酷暑はこんな商品が激アツになる！品切れ間近？！酷暑の夏のをチェック商品は過去に学べ！by モリボン

ハンドルネーム

モリボン

ダウンロード数

144回

### ランキング

#### 第1位



【9/1～】FBA在庫パフォーマンス指標の改善方法についてお知らせ

ハンドルネーム

SK

ダウンロード数

483回

#### 第2位



SPU達成しただけで終わってない？誰でも簡単に仕入れが出来ますよ！楽天ブックス攻略法 実際に見つけた利益商品をそのまま教えちゃいます

ハンドルネーム

はま

ダウンロード数

246回

#### 第3位



モノレートの代替ツール筆頭！keepaのグラフの見方が分からない！を解決する！

ハンドルネーム

ちゃんやま

ダウンロード数

198回

#### 第4位



えっ？！このサイト知らないの・・・10年以上前からあるけど多くのせどらーが知らないお得なサイトをご紹介！ライバルに知られる前に稼げる商品ガンガン手しちゃいましょう！！

ハンドルネーム

独占販売探偵@くろすけ

ダウンロード数

185回

#### 第5位



えっ？！販売しただけなのに？！知らなかったでは済まされない！！販売停止の心配してる場合じゃありませんよ？恐怖の事例を教えます。(クラマス)

ハンドルネーム

クラマス

ダウンロード数

154回

#### 第6位



猛暑・酷暑はこんな商品が激アツになる！品切れ間近？！酷暑の夏のをチェック商品は過去に学べ！by モリボン

ハンドルネーム

モリボン

ダウンロード数

144回

無料レポートはオワコン！なんて言われる方もいらっしゃると思いますが、  
確かに読者数が多い方にとっては読者さんが重複してしまい、  
あまりメリットのない集客方法になるかもしれませんが、

これから情報発信を始めようと思っている方にとっては

いち早く読者さんを集める一番のベストな方法なのではないかと思います。

また、反応も薄いのでは？と情報発信経験者の方は思うかもしれませんが  
このクリック数をご覧いただければアクティブなリストだということがお分かりいただけると思います。

以下の画像は「せどりBANK」の公式メルマガのクリック数になります。  
もっと良いクリック数では500以上を超えるものも過去にはありました。

クリック数 (ユニーク)	クリック数	最終クリック日時
<b>400人以上がクリック</b>		
89	70	2020/08/13 06:07:50
406	451	2020/08/05 08:46:30

クリック数 (ユニーク)	クリック数	最終クリック日時
<b>300人以上がクリック</b>		
49	49	2020/06/17 11:24:28
311	321	2020/06/13 12:51:29

## (2) ツイッター

ツイッターから自分のメルマガやLINE@に向けて誘導し、読者さんを集める方法です。

基本的には、固定ツイートと呼ばれる、ツイートしても流れないようにする機能を使い、メルマガやLINE@に登録する「〇〇プレゼント」というフリー戦略にてリスト収集をするのが鉄板です。

ただし、その前に自分自身に対して、自分の発信が価値があるものであると自分のフォロワーさんに認識してもらう必要があります。

そのために、意識すべきことは「どんな人に対して、どんな発信をしていくのか」簡単に言うと、どんなポジションでどんなことを言うのかを決めるということ。

ここがブレてしまうと、いくらフォロワーさんがたくさん集まったとしても、自分が求める属性のフォロワーさんが集まらないということです。

量より質という言葉がある通り、メルマガでもツイッターでも見ている人の反応があればあるほど、チャンスが生まれます。逆に、反応が薄ければチャンスは生まれません。

また、ツイッターの特性上、フォロワーさんのアクションがあるからこそ自分の内容が拡散されます。  
だからこそ、濃い読者さんやフォロワーを増やすためにどうすればよいか？ということ意識する必要があります。

特にツイッターでは、顕著に反応が表れやすいです。

ここで注意しなければならないのが「フォロワーさんを増やす方法」です。

僕がおススメする方法は以下。

- ・自分の属性と合っている、かつ、毎日アクティブに活動しているユーザーを見つけて  
1日あたり5人程度フォローする(フォローしすぎるとアカウントが凍結します)
- ・自分のツイートよりも自分がフォローした人のツイートにリアクションを起す。  
1日あたり7回程度する(リツイート、リプライ、いいね！などをツイートを見ながら選択する)
- ・自分のツイートは1日3回程度ツイートする。内容に関してはフォロワーさんに関連することや興味がありそうなこと。

この3つを1ヶ月やり続けると、エンゲージメントを高めつつ、フォロワーさんがどんどん増えていきます。

この方法を実践したことで、僕自身もフォロワー数とエンゲージメントがグッと伸びました。

ちなみにですが、次のページに僕のフォロワーさんを増やす方法の実績を書いてみました。



僕がツイッターを本格的に始めてからのデータです。

現在はフォロワーさんが1000人を超えましたが、

このインプレッション数を出したときは、1000人達成していない2か月目の段階でした。

※一番左のツイートは、固定ツイートにしているので当時よりは増加しています

ハンドネーム	スタート時	1ヶ月目		2ヶ月目						
	2020/05/25	2020/06/25		2020/07/25						
	フォロワー数	フォロワー数	増加	フォロワー数	増加	最高インプレッション	最高エンゲージメント総数	最高いいね数	収入	
らんでい	280	512	232	769	257	19643	8175	136	298000	

インプレッション ユーザーがTwitterでこのツイートを見た回数	50,807
エンゲージメント総数 ユーザーがこのツイートに反応した回数	10,712
詳細のクリック数 ユーザーがこのツイートを詳細表示した回数	8,054
プロフィールのクリック数 名前、@ユーザー名、またはプロフィール画像をクリックした回数	2,046
いいね ユーザーがこのツイートをいいねした回数	555
返信 このツイートへの返信数	10
リツイート ユーザーがこのツイートをリツイートした回数	21

インプレッション ユーザーがTwitterでこのツイートを見た回数	19,726
エンゲージメント総数 ユーザーがこのツイートに反応した回数	8,183
詳細のクリック数 ユーザーがこのツイートを詳細表示した回数	6,080
プロフィールのクリック数 名前、@ユーザー名、またはプロフィール画像をクリックした回数	1,958
いいね ユーザーがこのツイートをいいねした回数	136
返信 このツイートへの返信数	1
リツイート ユーザーがこのツイートをリツイートした回数	1

インプレッション ユーザーがTwitterでこのツイートを見た回数	18,847
エンゲージメント総数 ユーザーがこのツイートに反応した回数	3,669
詳細のクリック数 ユーザーがこのツイートを詳細表示した回数	1,858
プロフィールのクリック数 名前、@ユーザー名、またはプロフィール画像をクリックした回数	1,619
いいね ユーザーがこのツイートをいいねした回数	175
返信 このツイートへの返信数	10
リツイート ユーザーがこのツイートをリツイートした回数	4
リンクのクリック数 このツイート内のリンクまたはカードをクリックした回数	87

プロフィールクリック数が多いのは戦略的なツイートをしています

フォロワー数を増やすという観点だけで考えれば、  
相互紹介とかをしながらフォロワー数を増やす方法もとても有効だと思いますし、交流自体がナイスだと思います。

ですが、自分の配信にまったく興味がないフォロワーさんをいかに多く集めても、  
一時的な増加によるフォロワーさんは、一時的な付き合いで終わってしまうことが多く、  
いいね！などをいつしか押してくれなくなるため、自分のツイートが拡散できなくなる傾向が強いです。

ただし、僕の方法ではエンゲージメントも高めつつ、フォロワーさんとの交流も深めていくため、  
いいね！などのエンゲージメント率が下がらずにキープすることができます。

2 2 112

7 2 96

8 3 113

6 2 111

3 2 77

1 2 91

2 2 93

**バレちゃった**  
社長 Twitter

プロフィールを編集

ふゆき  
@SHONAI\_SHACHO

せどり情報発信 × マーケティングを教える先生。380名以上在籍するせどり情報発信者コミュニティ「NEXT」創設者 兼 代表。システム開発 × マネージメントというスキルを駆使したWebマーケター / プロモーター。令和2年8月1日独立。「年商1億円」の会社を経営中。情報発信を応用し、実業+地方創生+社会貢献に挑戦中！

shonai-shacho.com/blog/ 誕生日: 1984年12月15日  
2019年12月からTwitterを利用しています

213 フォロワー **1,220 フォロワー** **8月20日時点**

ツイート ツイートと返信 メディア いいね



ポイントになってくるのは、趣味ツイッターなのかビジネスツイッターなのかということ。  
ここを明確にして取り組むとより効果的な結果が生まれます。

もし、ビジネスツイッターをやっているのであれば、誰でも彼でもフォローするというのはNGです。  
自分の配信に対する属性にあっていない人をフォローしても効果は非常に薄いです。  
また、アクティブなユーザーではない人をフォローしても効果が見込めません。

ツイッターは、自分のフォロワーさんじゃない方にも拡散されるという特性があるため、  
あなた自身のツイートに対してアクションを起こしてくれる可能性がある人をフォロワーさんにしなければ、  
ただフォロワー数ばかり多いだけで効果が薄くなる傾向にあります。

フォロワー数が多いと、数の暴力で謎の権威も生まれますが、  
フォロワー数に対するいいね！などが数をチェックすると、ツールで集めたり、  
属性がごちゃごちゃの相互紹介などで集めたフォロワーさんの可能性だということが大体分かります。  
※100%そうだとは言いきれませんが、ご自身でご判断ください

何が正解は断言できませんが、情報発信でマネタイズしたいのであれば  
ご自身の配信などでファン化を進めていくのがやはりベストかと思います。

最初の方は相手に対してリアクションをすることで、返報性の法則(※)により自分のツイートにも反応をもらえるようにすることに注力します。

※相手から受けた好意などに対し「お返し」をしたいと感じる心理のこと

いいね！すれば、相手もいいね！してくれる、リプライすれば、相手もリプライしてくれる。というようなイメージです。  
損して得をとれじゃありませんが、まずは、自分がギブすることが一番大事です。

ツイッターの世界は、炎上などもすぐに発生しやすいし、避難されることも多いです。  
誰かにアクションをすることをためらっている人がいるというたくさんいるという事実があります。

だからこそ、自分からリアクションを起こすことで、私は気軽に反応するよ！という姿勢を見せることもできます。  
この姿勢を見せるからこそ、相手も反応しやすい人だな！というようにイメージしてくれてアクションをしてくれます。

そんなキッカケから自分のツイートを毎回見ていただけるようになり、  
ファンになってもらえたり、交流できたらいいのではないかと思います。

以上がツイッターについての簡単な説明でした。まだまだ知識やテクニックがたくさんあります。  
最後に僕の個人ツイッターチームの無料体験の案内がありますので、ぜひともご覧ください！

# 11. 役立つ購入者心理

こちらの章では、せどり情報発信をしてマネタイズするために覚えておくべき「購入者心理」について解説していきたいと思います。

情報発信をして何かを伝えるとき、コピーライティングにてセールスをするとき、心理効果を働かせて読者さんにアクションさせる“ズルいテクニック”があります。

僕がおススメする効果は5つあります。  
この効果を使うことで格段に成果が上がります。

- (1) 権威効果
- (2) フィア・アピール効果
- (3) カリギュラ効果
- (4) 希少性効果
- (5) バンドワゴン効果

## (1) 権威効果

権威効果とは、相手の肩書や身なりで印象が左右される心理効果。

例えば、「お医者さんが言っていた」、「弁護士さんが言っていた」など、社会的地位が高い人が何かを話すとその話をした内容の信憑性が大きく上がります。

他にも取引実績が10万あります！なんて書いてあると、取引実績が少ない業者よりも信頼性が確実に上がります。

こんな効果を”権威効果”と言います。

## (2)フィア・アピール効果

これは俗にいう「恐怖心を煽る」不安や恐怖心に訴えかけることで、読者さんの心を揺さぶり、目的のアクションへ誘導する方法です。

例えば、「あなたはダイエットをしないと1年以内に病気になる」  
だから、このサプリメントを飲みましょう。

体重増加を気にしている人への“フィア・アピール”です。

他にも、確定申告をしましょう！さもないと、税務調査が入ります。  
こんなのがフィア・アピールです。

### (3)カリギュラ効果

これは「禁止されると逆にやりたくなってしまう」という心理効果です。

触っちゃだめ！と言われても触ってしまったり、社内恋愛禁止！とか言われると余計に燃えてしまったり(笑)  
こんなのがカリギュラ効果です。

よくライティングで、「こんな方は見ないでください！」とかあるのはこの効果を使ったテクニックです。

### (4)希少性効果

これはよく見る効果です。「手に入りにくいものほど価値を感じる」という心理を利用した効果で、

「残り1点」こんなキーワードはよく見かけますが、まさにこの効果を利用しています。

「限定10名様まで」こんなのも同じです。

この効果を利用すると、差別化が図りにくいモノでも注目を集めることができます。

## (5) バンドワゴン効果

バンドワゴン効果とは、「支持する者が多ければ多いほど、対象物への支持が上がる」というような効果です。

よくあるケースは、「1万人の方からお申込みがありました！」  
というようなコピーを見かけると、

みんな申し込んでいるなら申し込まなきゃ、、、  
というような心理を働かせる効果です。

この効果は、結局は『みんなと同じがいい』という同調圧力が根本にあります。

同調することで、安心を得たり、  
自分だけ損をしたくないという心理効果を生みだします。

以上が僕がおススメする心理効果5つでした。  
ぜひ、あなたのセールスやオファーに取り入れていきましょう。

# 12. コンテンツ販売

この章では、フロント・バックエンドについて解説していきます。

「フロント・バックエンド」という情報発信の仕組み化には、絶対にかかすことができない考え方になります。

この考え方を知って情報発信やマーケティングに取り組むのと取り組まないのでは雲泥の差が出ます。

情報発信をいきなり始めるのではなく、まずは基礎知識をつけることが大切です。

それでは、「フロントエンド」と「バックエンド」についてしっかりと理解していきましょう。

まずは、考えてみましょう。

あなたが何かしらの商品を販売して、売上を上げようと思われたとします。

その時に、あなたはどのように考えて行動しますか？

いきなり、コレ買ってね！と商品をセールスしようとしたら、逆の立場だったらどう思われますか？

買います！！なんてことはめったにないことで、大体は引かれて逃げられます。

むしろ、嫌がられますね。



これは、どんなビジネスにおいてもそうだと思いますが、  
情報発信を使ったビジネスでも同じことが言えます。

つまり、「いきなり商品やサービスをセールスしてしまうのはNG」

もう少し踏み込んで言うと、販売ページやセールスレターをいきなり見せてしまうのはNG。

実際に、あなたがお客としてどこかのお店に行ったときに  
お店に入ってすぐに「この商品、どうでしょうか？」と来られた時にどう思うか？

これと同じことです。

ネットでもリアル店舗でもお客様が興味を持つことがなければ売上が立つ可能性が低いです。  
「お客様に興味を持ってもらうことがセールスの絶対条件である」と僕は考えます。

## (1) フロントエンド・バックエンドとは？

ここからは「フロントエンド」について説明させていただきますが、  
まずは、分かりやすくするためにリアル店舗の例から説明していきましょう。

お店などでよく見かけますが、  
アンケートを記入するだけで何かしらのプレゼントがもらえる！というようなキャンペーンがあります。

プレゼントを渡すことで、リストを集めているわけです。  
なので、後日に何かしらの商品情報やセール情報をメールなどで配信することで来店チャンスを増やすことができます。

リスト取得することで、従来はお客様の気分によって来店されていたところ、  
お客様に対して積極的にアクションを取ることが出来る。

つまり、受動的なセールスから、能動的なセールスになることにより売上アップが見込めます。

この何かしらのプレゼントを「フロントエンド」、  
そして、メール配信した何かしらの商品情報やセール情報「バックエンド」と呼びます。

## (2) 全体の仕組み

ここからは、「フロント・バックエンドの仕組み」について解説していきます。  
全体の仕組みとしては以下となります。

1. 魅力的な無料商品を使ってリストを集める。
2. 無料商品を提供する(フロントエンド)
3. メール配信をする。
4. 本丸の有料商品をセールスする(バックエンド)

ちなみに、無料商品をプレゼントすることを「Free戦略」とも言いますが、  
コチラについては、また別の機会でお話させていただきます。

話は脱線してしまいましたが、そもそも、僕が携わっている”転売業界”ではどういう感じか？

僕の業界では無料商品ではなく、少額の有料教材(～39,800円程度)をフロントエンドと言うケースが多いです。

フロントエンド商品を購入後、その興味が濃い属性の購入者に対して、  
バックエンド商品として、スクールやコンサルなどの高額商品オファーがあることが一般的であったりします。

家電せどり教材を買った人に対して家電せどリスクールや家電せどリコンサルをオファーする。  
あっ！そういえばと思われた方もいらっしゃるのではないのでしょうか？

### (3) 僕なりのポイント

「フロント・バックエンドの仕組み」イメージが湧いたところで、僕なりの戦略ポイントを少しばかりお話させていただきます。

「フロントエンド」商品は、無料であれば何でもよいわけではない。ここがポイントになります。

「えっ、そんなのもらっていいの？」とその属性の方にあつた、驚きが出るようなモノをフロントエンド商品として考えてみるのが一番大切です。

例えば、

転売に興味を持っている人に対して、ポケットティッシュプレゼント！  
と言われても反応ゼロなのは言うまでもありません。

ですが、

転売に興味を持っている人に対して、利益10万円分の電腦せどり商品リストであった場合は、前者よりも圧倒的にご興味を持つ方が多いのではないのでしょうか。

さらに、ポイントをお伝えいたしますと、

「えっ、無料でいいんですか？」と逆に心配されるぐらいのモノをフロントエンド商品とすることで、有料のモノを購入したらもっとすごいのではないか？

という期待値を高めることができれば  
売上が上がる可能性は格段に高まります。

**無料で渡すから適当で！ではなく、**

**「無料で渡す商品こそが最初のあなたの顔」となりますので、**

ご自身ができるベストなモノ、  
気合いを入れて選定したモノをフロントエンドにすることを  
ぜひ頭に入れておいてください。

この考え方があるかないかで結果がだいぶ変わってきますので！

# 13. フロントエンドオファー

この章では、「フロントエンドオファー」についてお話をしていきます。

初めてお金を稼ぐために、フロントエンドオファーとして“有料教材”をセールスしていきます。

ですが、ただ教材をつくって、ハイ買って！という訳にはいきませんので、セールスするためには色々な準備をしていく必要がありますのでオファーの流れを説明していきます。

オファーまでの準備工程は「6段階のフェーズ」に分かれます。

1. 前準備
2. コンテンツメイク
3. 集客
4. 販売
5. オファー
6. 振り返り

ということで1つずつ、どんなことをやっていくのか見ていきたいと思います。

## (1)フロントオフィアの準備

### (1. 前準備)

- 課題抽出/解決
- セールス商品の決定
- セールス商品の強み検討(メリット・ベネフィット)
- ターゲットの決定
- ライバルとの差別ポイント検討
- 目標売上/本数決定
- どの戦略でセールスしていくか決定

### (2. コンテンツメイク)

- セールス商品の構成検討
- セールス商品の素材・データ収集
- セールス商品の作成
- セールス商品の添削or評価依頼
- セールス商品のブラッシュアップ
- 特典作成(可能であれば作成するのがベター)

### (3. 集客)

○読者さんを集める

○実践記、前振り構成検討

(どんな配信をするのが概要レベルでオファー最終日まであらすじを作る)

### (4. 販売)

○LPライティング構成検討

○LPライティング

○LPライティング添削 ※添削してもらう人がいれば

○LPライティング添削後修正 ※添削してもらう人がいれば

○LPデザイン作成

○LPデザイン添削後 ※添削してもらう人がいれば

○LPデザイン添削後修正 ※添削してもらう人がいれば

○特商法作成

○決済リンク作成

○決済後の受け渡しの準備



## (5. オファー)

- データ分析
- データ分析後の軌道・修正対応

## (6. 振り返り)

- データ分析・反省
- 改善点洗い出し
- 第三者にアドバイスをもらう
- 改善点修正

もっと細分化すると本来もっと細かいのですが、  
今回は、あくまでもテンプレート的に僕がやっているオファー準備について書きました。

このように見てみると、色々な準備があって大変そうに見えますが、  
何度も実践することでフロントエンドオファーの流れを掴むことができます。

もちろん、これだけ見てもどんなことをやるのかイメージつかない方も  
たくさんいらっしゃると思いますので、分からない場合は、お気軽にご質問ください。

## (2)フロントオファーの準備

フロントオファーをするための流れを説明させていただきました。

その中で、情報発信をやったことない人がつまずきそうなポイントとして、

1. 教材作成
2. ランディングページ作成
3. 決済リンク作成
4. オファーの配信検討

という4つの作業についてピックアップしてしっかりと説明していきたいと思います。

コンテンツがニーズがあるもので、

この4つの作業さえ理解できて実践できればしっかりとマネタイズもできます。

ということでしっかりと見ていきましょう。

## (1. 教材作成)

教材作成と言ってもどうやって作ればよいか？ということが分からない方もいらっしゃると思います。一番手っ取り早いのは、過去に買ったことがある「せどり教材」を見直してみることに。これが一番最短で、どんなものを作ればよいか分かります。

まず、教材というものを“何で”作ればよいか？というところからになりますが、

- ・ワード
- ・パワーポイント
- ・会員サイト

のいずれから作成するのがよいです。

ワードやパワーポイントの場合は、本ドキュメント「せどりマーケティング」のように色々な章立てを考えて作るというのが想像できるかと思います。

会員サイトに関しては、ワードプレスにてブログのように作るもよし、また、サイフォンスという会員サイトがカンタンに作れるWebソフトがあります。

「商品が欲しいから」ではなく「参加したいから」購入される  
新しいビジネスを創造するコミュニティ作成システム



見込み客にどんどん参加してもらい、  
必死に売り込みをせずとも勝手にリピーターが量産されていく、  
これからの時代に最も適したシステムの作り方を、今から全てお話しします。

URL : <https://www.infotop.jp/click.php?aid=328121&iid=57175&pfg=1>

※アフィリエイトリンクになっています

詳しい内容はURLからページをご覧ください。

意外とパソコンが苦手な人は、最初の段階で詰まってしまうので  
導入とかのサポートを受けたいという人は、ぜひとも僕のアフィリエイトリンクで購入してください。  
初期設定など立ち上げについて全面アドバイスします。※場合によっては僕が設定します(笑)

教材作成時に気を付けるべきポイントは、  
こちらの教科書の冒頭にもあった通り、著作権について、何か損害を受けた場合に責任はとれない  
というようなことをしっかりと書いておくことが重要です。

## 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【**ショナイの社長**】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。

このレポートのご利用は自己責任でお願いします。

このレポートの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。

## (2. ランディングページ作成)

ランディングページ(LP)とは、検索結果や広告などを経由して訪問者が最初にアクセスするページのことです。訪問者がホームページに着地するという意味からランディングページと言われていています。

僕のせどり情報発信業界で言うと、大体はセールスレターを指します。

教材やスクール、コンサルなどの様々な商品を購入するときに商品説明が書いてあるページのことです。

あっ、あの縦長のページね！ってなられた方が多いかもしれません。

ランディングページ(LP)が、なぜ縦長なのか？ということですが、

ランディングページ(LP)は集客からお問い合わせのアクション誘導までを単独でおこなえるように設計されています。

そのため、セールストークを1枚のページで再現したような構成になります。

つまり、営業トークを順序立てて再現しているため、どうしても情報量が多くなり、

あのような縦長のページになってしまうというわけです。

ランディングページを作りにあたり、2つの工程を踏む必要があります。

1つは、文章を書くこと。もう1つは、デザインをすること。  
基本的には、文章を仕上げてからデザインに移ります。

よく文章を書きながらデザインもやる人がいらっしゃいますが、  
文章を変えなければいけないケースが発生したときにデザインも変えなければならないという二度手間になりますので、  
必ず文章を仕上げてからやるようにしてください。

それでは、まずは文章の書き方から説明していきたいと思います。

## <ライティング>

初心者さんに一番ススメする方法は、「TTO」。  
TTOとは、**徹底的にオマージュ**するということです。

初心者さんがいきなり文章を書いたとしても、論理的なものになっていなかったり、  
うまく文章を書けなかったり、購入までに誘導できるようなものが書くことができません。

だからこそ、上手に書いている人のを徹底的にオマージュさせてもらいます。

オマージュって、一応敬意を払って真似することです(笑)※パクるって言葉があまり好きではないので

例えば、「食品せどりの教材のランディングページを書く必要がある」といった場合に、  
上手に作られている家電せどりの教材があったとしましょう。

家電せどりのメリットは、

☑○○である

☑○○である

☑○○である

とそのランディングページのとある個所に書いてあったら、

・「家電せどり→食品せどり」に変更する

・メリットの○○の部分食品せどりのメリットに変える。

これだけでOK。



そうすると、そのランディングページ上でメリットを話すパートについては完成するわけです。

こういう容量で、参考にするランディングページの文章構成がどうなっているかをチェック。

ここでは、ターゲットを絞るようなパート、自分の教材の説明をするパート、追伸を書くパート、  
というように構成を理解しながら、文章を家電せどりから自分の食品せどり用にカスタマイズしていけばOK。

参考元のランディングページは、結果を出すために文章構成や文章の表現などを真剣に考えて  
時間を作って書いたものであることがほとんど。

だからこそ、その文章構成や表現を踏まえて、流用させてもらうことを考えます。

そうすると、文章が苦手な人でも、驚くほど簡単に時間をかけずにランディングページ用の文章ができます。

ご自身は、塗り絵をイメージしてください。ドラえもんの色は青、でも、自分用だと赤。というように  
自分自身の商品にあったように色を変えたり、表現を変えたりするだけ。

でも、ドラえもんというベース、カタチは変えないということです。

TTOすると本当に簡単にできますが、  
あくまでも最初はこのように進めてランディングページの構成や書き方を  
ご自身で覚えるためにやっていただきたいと考えています。

毎回、この方法をやってしまうと自分で文章を作り出すことができなくなり、  
独自性がなくなってしまったり、参考がなければできない体質になってしまいます。

僕らせどり情報発信業界と言えども、常に進化しつづけなければなりませんし、  
新しい発想や考えを取り入れていかなければなりません。

だからこそ、ある程度ランディングページに慣れたら、ご自身で考えて作成するようにしてください。

ということで、次はランディングページを自分の力で書くための知識をシェアさせていただきます。  
僕が知っている限り、ランディングページの書き方には3つの法則があります。

- ・PASONAの法則
- ・AIDMAの法則
- ・QUESTの法則

## (PASONAの法則)

コピーライティングにおいて最も人の反応を最大限に引き起こしやすいと言われているのがこの「PASONAの法則」。  
神田昌典さんという方が提唱された法則で、5W1Hを網羅してコンテンツを構成できるものです。

Problem(問題): 悩み、不安、不平、不満を示して問題提起をする

Affinity(親近感): 同じ境遇を共感しながら描写する

Solution(解決策): 問題解決策として商品とその機能などを紹介する

Offer(提案): 具体的な提案をする

Narrowing Down(絞込): ターゲットや期間を限定する

Action(行動): 行動を促す

といった構成になっています。

大体のランディングページがこの法則に則って作られています。

人の悩みを軸にしたライティング手法です。

## (AIDMA(アイドマ)の法則)

Attention(注意)

Interest(関心)

Desire(欲求)

Memory(記憶)

Action(行動)

の頭文字を取ったものです。商売の基本で消費者の心理的プロセス・モデルです。

消費者があるモノを知り、それから買うと言う行動に至るまでのプロセスでコミュニケーションの反応プロセスのひとつです。

AIDMAモデルは大きく別けて3つ

「認知段階」

「感情段階」

「行動段階」

のプロセスに分かれます。

例えば、

僕らせどり情報発信者としてオファーをかける際に  
「ツール」を販売しようとしたとしますと

### 「認知段階」

消費者が「このツールは効果が高い」「このツールは有名なせどら一さんが使っている」  
「ブログやメルマガで特集されていた」などを知るという段階である。

### 「感情段階」

「好きか嫌いか」「使ってみたい」など気持ちを判断する段階です。

### 「行動段階」

行動をする段階で、ズバリ「買う」「使う」という段階です。

次にもっと細かく見ると、

そのツール(商品)を知らない消費者に呼びかけ注意(Attention)を引いて知ってもらい、



その商品に興味をもてば感心(Interest)の段階へ進み、



良いなとか使ってみたいなと思えば欲求(Desire)の段階へ進み、



そのときの欲求が強ければ強い程に記憶(Memory)され、



後日その商品の話題に触れた時に記憶が甦らされ、  
その商品を買えば最後に行動(Action)

に移ったということになる。

このようなプロセスを段階に別け、その段階ごとに段階に合ったマーケティング戦略を考えるモデルです。

メルマガでツールオファーをかける場合のAIDMAを使った例でお話すると、

### ●Attention(注意)

興味を引く打ち出しをする

- ・めちゃくちゃ効率よく商品が見つかり
- ・本当に稼げるツールがある

### ●Interest(関心)

関心を持ってもらえるような話をする

- ・ツールは小学生でも使えるぐらい
- ・使いやすくて誰でも使える
- ・利益商品が本当に見つかった証拠や動画などを見せる

## ● Desire (欲求)

絶対に欲しいと思わせるようにする内容を話していく

- ・実際に利益が増えた
- ・こんなに楽になった
- ・生活が変わった

という話をするすることで自分も欲しいと思わせる。

## ● Memory (記憶)

消費者の頭の中に印象づけるように数値や言葉をインプットさせる

- ・稼いだ金額
- ・利益率
- ・時間効率
- ・特徴となる言葉

その言葉を何度も何度も配信することで記憶に残るようにする



## ●Action(行動)

購入したくなるようにする

- ・限定性(限定何名)
- ・緊急性(いつまでしか売らないなど)
- ・先着特典(プラスで特典がある)
- ・バンドワゴン効果(みんなが買っている)

など

こんなギミックを使って、行動させるように配信をしていく。

以上が、AIDMA(アイドマ)の法則使った配信方法です。

このプロセスを理解し、  
自分なりのオファー戦略を組み立ててみてください！！

## (QUEST(クエスト)の法則)

マイケル・フォーティン氏が考案された  
QUEST(クエスト)の法則について説明していきたいと思います。

QUEST(クエスト)の法則とは

Qualify(絞り込む)

Understand(共感する)

Educate(啓発する)

Stimulate(興奮させる)

Transition(変化させる)

の頭文字を取ったものです。

自分の抱えている問題や欲求が明確で、その問題解決をしたいという人に対して  
うまくマーケティングを起こすことができるコピーライティングとしての考え方です。

## ●Qualify(絞り込む)

見込みがある人だけを対象にします。

そのため、

- ・読み手を特定すること
- ・問題を自覚させること

対象者を絞るために、どんな人がどんな問題を抱えているのか、そして、どの解決策はどんな人に役立つのかということを相手に伝える役割をします。

例えば、

「せどりをやって稼いでいるはずなのに、口座のお金が減っていませんか？」

と抱えているや問題などについて質問をすることで、問題に気づいていなかった見込み客に自覚させるようにするようなイメージです。

## ●Understand(共感する)

Qualify(絞り込む)で絞り込みをして、その見込み客の悩みに対してどれほどの理解をしているかなどを伝え、同情や共感をしてグッと引き寄せせるるパートです。

- ・問題や悩みを理解する
- ・問題を早く解決させたいと思わせる
- ・問題や悩みをより明確にする

このままでは悪くなる一方、ほっておくと大変なことになるというように見込み客に対して問題や悩みで頭がいっぱいというようにさせるのがポイント。

例えば、

「このまませどりをやっていると、銀行口座のお金が減り続けたら心配になってしまいます」

「家族に知られたらどうしよう？など会社にいるときも不安になってしまうことが心配です」

「私自身も昔同じような悩みを抱えていました・・・」

というように自分の事実に基づいた失敗などをさらけ出すことで共感が生まれ、一体感が出てきます。

## ●Educate(啓発する)

教育するということです。

このパートでは、ご自身がセールスしたい商品やサービスなどの特徴やメリットについてしっかりと伝えて、解決できるという方向に導くパートになります。  
簡単に言えば、買わない理由をつぶしていくパートになります。

ここで、見込み客を納得させるデータや証拠をたくさん紹介し、そこから商品やサービスなどの説明をしていきます。

例えば、

商品やサービスの説明をしてから、

- ・「過去に100名以上の人が利益が2倍になりました」というような実績画像や感想を見せる
- ・権威ある人の紹介文を見せる

というように商品の価値について教育をしていくのが大事です。

## ●Stimulate(興奮させる)

この部分は興奮・刺激をさせてセールスするというパートになります。

1つ前の教育ステップにて商品の特徴やメリットを説明した流れから、その商品を手に入れたベネフィットを強調していきます。

その商品やサービスを手に入れた後の世界、欲求を想像させて興奮させて状態でオファーに繋げていきます。

ここでは、

- ・限定性や希少性
- ・特典
- ・保証

などを使ったりしながら、商品を買った場合と買わなかった場合などの違いを比較したりして、購入しない理由をさらにつぶしていきます。

そして、最初に提示した悩みや問題について解決に近いたという意識に近づけるのが大事なポイントです。

## ●Transition(変化させる)

ここはクロージングの部分です。

そのため、申し込みまでを誘導していくのがポイントです。

買わなければ損する、買わないのがおかしいという  
イメージにさせることができるように最後の一押しをしていきます。

ここでは、

- ・追加の推薦文
- ・追伸
- ・返金保証
- ・限定特典

などを使っていくとより効果的になります。

以上がQUEST(クエスト)の法則についての説明でした。

セールスライティングの1つの考え方として、こんなのあったなあ〜ぐらいで構いませんので  
頭の引き出しにしまっておいてください。ライティングするときに思い出すことができればOKですので。

## (ライティングの注意点)

ライティングする際に1つだけ気を付けなければならないことがあります。

それは「誇大表現」にならないこと。

誇大表現とは、自分の商品やサービスに対して事実よりも大きく誇張してしまったり、内容や価格などが実際よりも良く見えるように表現することを「誇大表現」と言います。

このLPを作った後に決済リンクを作るために決済会社に審査を出しますが、誇大表現を使っているものは審査で落ちてしまいます。(表現を修正すれば審査は通ります)

「えっ、この書き方だめなの？」

という当たり前に使いがちな言葉が意外とダメだったりするケースが多々あります。

僕自身も指摘されたりして初めてダメな表現を知ること多々あります。

ということで、そんな誇大表現について説明していきます。



## ●誇大表現のリスク

誇大表現をしてしまうとどうなる？ 誇大表現をしてしまうとどんなリスクがあるのかを説明します。

あまりにも誇大広告がひどりケースは、  
行政から指摘が入り、資料などの提出を求められてしまいます。

仮に、資料提出ができない場合、しっかりと説明ができなかった場合、

特定商取引法違反 / 景品表示法違反 になってしまい、  
業務停止命令となるケースがあります。

商品の公正な競争が阻害されるとして法律で規制されています。

例えば、「どんなものでも経費に出来る」

この表現はダメだと思いますか？ どう思いますか？

一見すると、特に問題ないように見えますがこちらはNGです。

では、本来であればどう表現すればよいのか？

「どんなものでも経費にすることが可能」

効果などを断定するのは基本的にはNGです。

このような誇大表現の種類がいくつかあります。

- ・効果を断定・担保する表現
- ・永続的な表現
- ・不特定多数が効果を望める表現
- ・科学的根拠のない表現
- ・実績のない最大級の表現

ということで1つずつ説明していきたいと思います。

## ●効果を断定・担保する表現

「必ず、確実、絶対」などのキーワードは、誇大表現にあたる可能性があります。

よくある例は、  
「確実に稼げます」

このような表現を使っている場合は誇大表現となってしまいます。

## ●永続的な表現

「永遠、永久、一生」などのキーワードは誇大表現にあたる可能性があります。

よくある例は、  
「永久に稼げます」

というのは、  
確実性はないものなので誇大表現にあたります。

### ●不特定多数が効果を望める表現

「誰でも、素人でも」などのキーワードは、誇大表現にあたる可能性があります。

よくある例は、

「誰でも稼げます」

全ての人に同じ効果が見込めるかどうかは実際にやってみないと分かりません。

そのため、誇大表現になる可能性があります。

### ●科学的根拠のない表現

「驚愕、脅威、奇跡」などのキーワードは、誇大表現にあたる可能性があります。

よくある例は、

「驚異の効果があります」

科学的根拠を説明できないので、誇大表現になる可能性があります。

## ●実績のない最大級の表現

「業界初、日本初、最強、最高、世界初」などのキーワードは 誇大表現にあたる可能性があります。

よくある例は、

「業界初の商品情報チーム」

しっかりとした根拠や実績を第三者が調べてくれた結果があれば、書くことも可能ですが、基本的には難しく、誇大表現となってしまう可能性があります。

以上が、誇大表現についての種類でした。

自身も指摘されるまでは、気づかなかった言葉や表現が本当に多かったです。

ここについては、何度も経験することで身についていく部分でもあるので、はじめのうちは、有識者にライティング内容を確認してもらうことが大切です。

盛ってしまった表現によって購入者とトラブルになってしまうことがないようにこの章を何度も読んでいただき、知識として蓄積してくださいね。

## <デザイン>

ライティングが終わったら、LPデザインに移ります。

ここで1つ注意がありますが、「ゼロからデザインを考えないこと」

時間をかけてオリジナリティを出したいという人であれば、頑張りましょう！というのですが、最短で作業を終わらせて結果を出したいというのであればライティングも出てきましたTTOです。

なぜ、TTOか？というと「あなたはプロデザイナーさんですか？」ということがポイント。デザイン知識もない人間が、こちらの色が黒で、こちらの色が赤とか考え始めても時間がかかりすぎ、何よりも見栄えが悪くなることのほうが多いです。

あなたがセンスに自信があるならば止めませんが、僕がおススメするのはデザイナーさんが明らかに作ったであろう上手なLPを参考にしながら作ることをおススメします。

具体的にどんな感じで進めればよいかと言いますと、

自分が過去に見たLPや、情報商材を取り扱っているASPから探してきます。  
僕がおススメするのは、インフォトップやインフォカートから探します。

### ●インフォトップ

<https://www.infotop.jp/>

### ●インフォカート

<https://www.infocart.jp/>

こちらにはデザインの参考となるLPがたくさんあります。

丸パクリだとちょっと微妙な部分がありますが、少し変える感じでデザインしていきましょう。

どのように参考にしていくのかについては次のページで具体的に説明していきます。

この考え方を取り入れたら、かなりの効率化を図ることができますし、

デザインが苦手でもそこそこのデザインのLPを作ることができます。

例えばですが、

このようなヘッダーデザインがあるとしたら、

上の帯色が黒だったら黒をそのまま使う。

文字色が白で目立たせいところは赤であればそのまま使う。

背景画像が炎のようなイメージであれば、

似すぎていないけど近いモノを使う。

タイトルの文字が赤色にグラデーションを使っているなら

そのまま似ているように作る。

今日からあなたは**高性能なツール**と化す

年商19億!実業4社の経営者“信長”が  
5年間メルカリを徹底的に攻略したノウハウを暴露!  
たった1アカウントで月商1100万を達成した

月間販売個数 **1000**以上  
最大利益率 **74%**  
最低利益率 **30%**キープの商品で稼ぐ

アマゾンで稼げない状況を打破する  
メルカリで稼ぐ第2の道

**A Shu Ra Method**  
Amazon Sideline Road

**アマゾン を止めてよかった!**  
今までのリサーチは  
ただのデータ遊びに過ぎなかったと感じるはずです。

というようにやっていくことで、色やデザインなどについて一切考えることなく進めることができます。

もちろん、あまりにも似すぎると後で何かしらのクレームが来る可能性がありますが、まったく違う業界などから参考にとしてみると、クレームが来ることはほぼありません。



これは文章中のデザイン部分。

例えば、こちらのサブヘッダー。

黒帯ベースで、黄色と赤色で文字が構成されています。

コチラに関して、

あなたの文章にも当てはめて大事なところは赤色、

それ以外の文字は黄色で統一することで考えなくて済みます。

また、よくある実際に稼げて商品情報に関して

同じように色合い、矢印、文字のイメージなども

似ているように作ることで考えなくて済みます。

このように仕上げることで、

圧倒的に効率よくLPのデザインができるようになります。

ここまでは、効率化したデザイン作成の考え方について

説明させていただきましたので、次は実際にどのようにやるかお話をしていきます、



## 信長の販売実績

商品名 コーチ ハンドバッグ

仕入れ値2,000円 ▶ 平均売価5,000円

SOLD

利益額1,900円

利益率38%

¥5,000 売り切れました

それでは、LP作りについて実際にどこにどう作るのかを説明していきます。

LPに関しては、ワードプレスでWebページにする人もいれば、ワードなどをPDFで作る人もいます。

見栄えの問題にはなってきますが、Webページで作る方が好ましいです。

PDFでも興味付けができていけば問題なく売れますが、少しチープ感が残ります。

人は見た目から入るという部分で、チープに見えてしまい、購入に繋がらないケースもあるので長くせどり情報発信でマネタイズしていきたいのであればWebページでLPを作ることをおすすめします。

Webページで作るためにはワードプレスを導入します。

そして、さらにワードプレスに対して追加機能(プラグイン)として

「カラフル」というソフトを導入することをおすすめします。

<https://www.infotop.jp/click.php?aid=328121&iid=57681&pfg=1>

※アフィリエイトリンクになっていますので、嫌な人は別リンクで開きなおしてください

※もし、僕のリンクからご購入いただきましたら使い方フルサポートします

このカラフルを導入することで、決済ボタンなど、色々なパーツを自由にページに埋め込むことができます。もし、カラフルを使わなければ、自分でパーツをデザインから作成しなければなりません。

カラフルは非常に便利なプラグインですので、ぜひとも購入を検討してみてください。ただし、なくても作成することは可能。

次に、カラフルなしでどうやって対応していくかということについて説明していきます。カラフルを購入しなくても、デザインパーツなどを作ることができます。

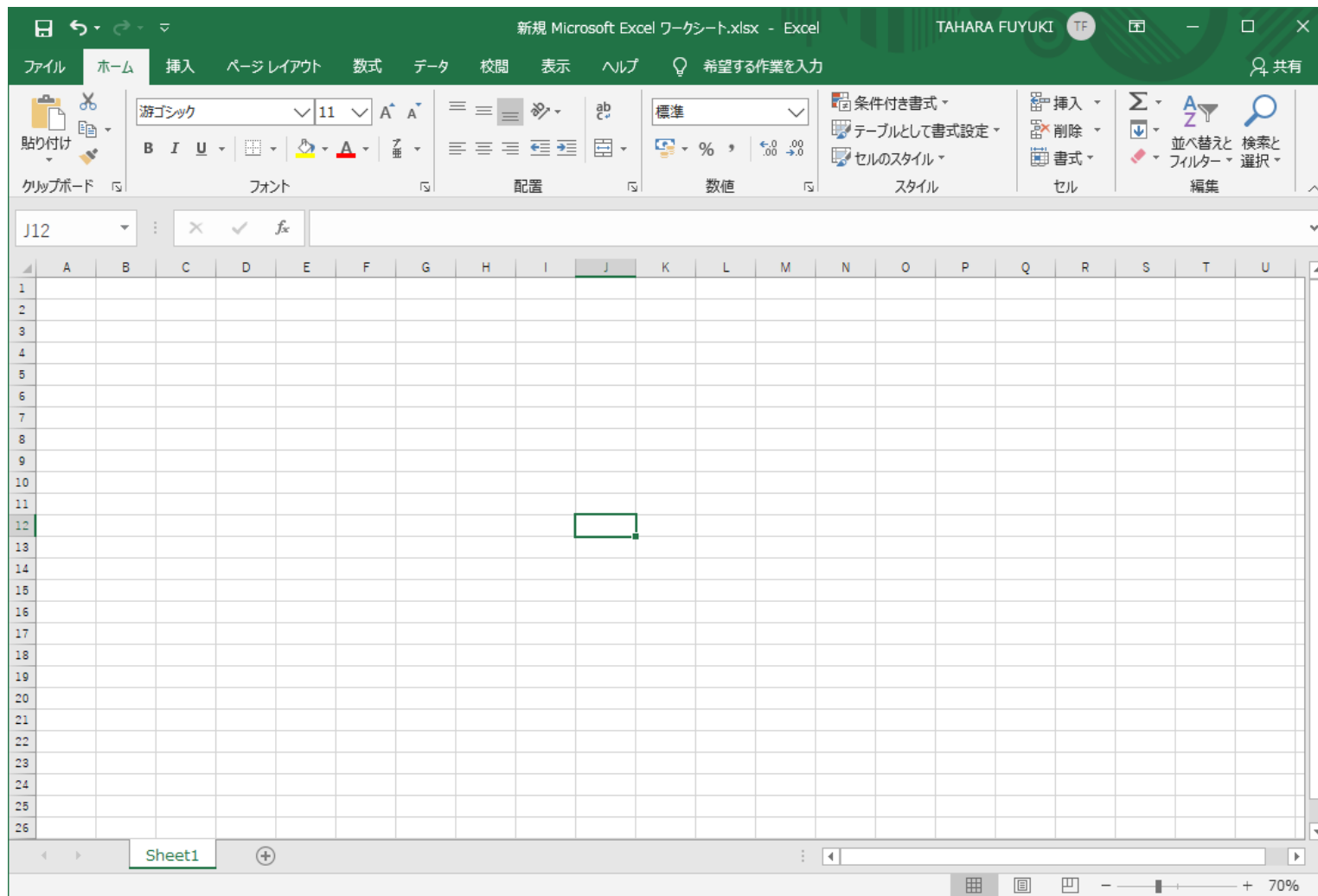
カラフルでは、ヘッダーなどのデザインを自由に作ることはできないので、必ずこれから説明することは覚える必要があります。

どのようにやるのか？ということなのですが、「エクセル」「パワーポイント」などを使ってデザインを作っていきます。

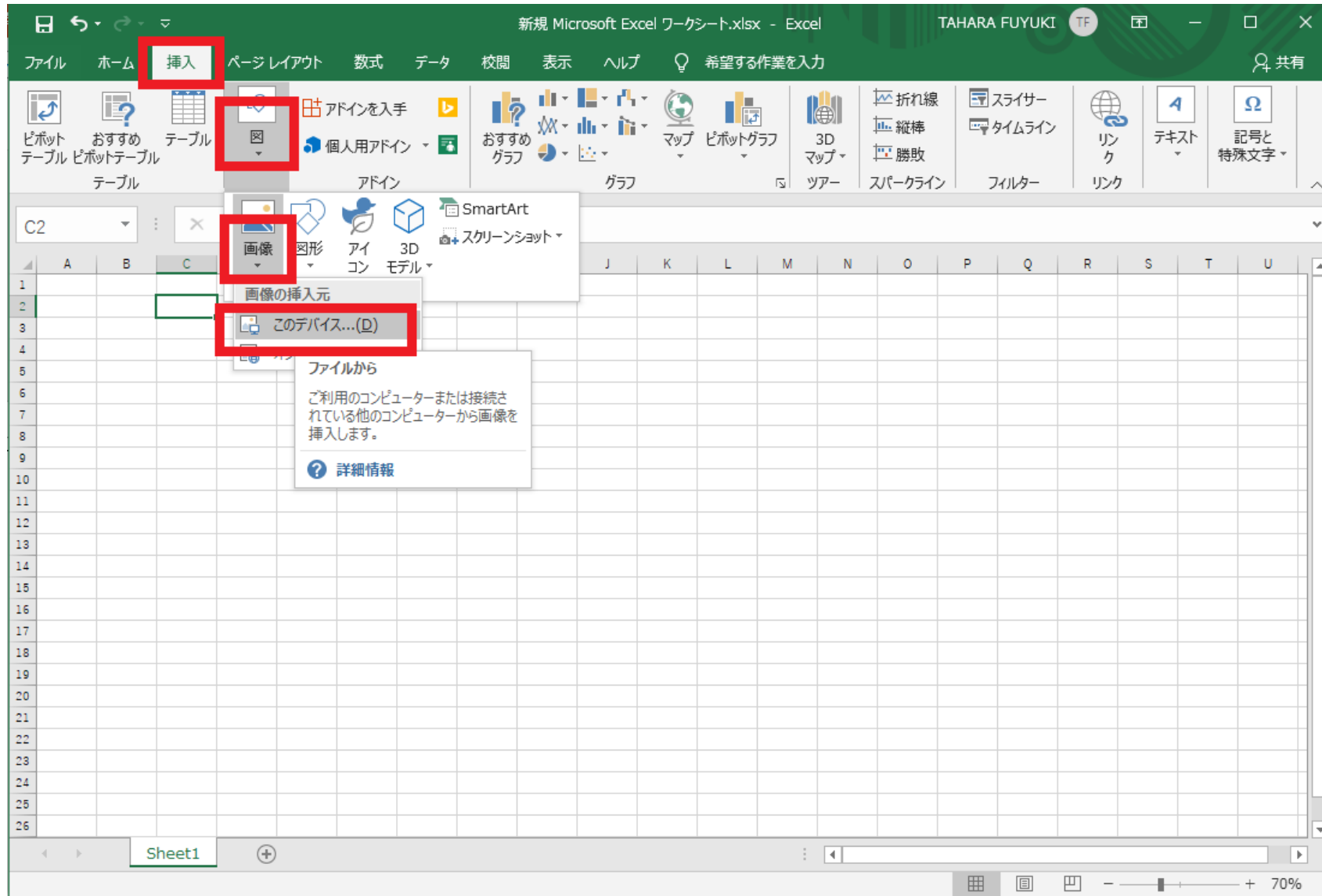
実際にどのようにやるか説明していきます。

今回はエクセルで実践していきたいと思います。

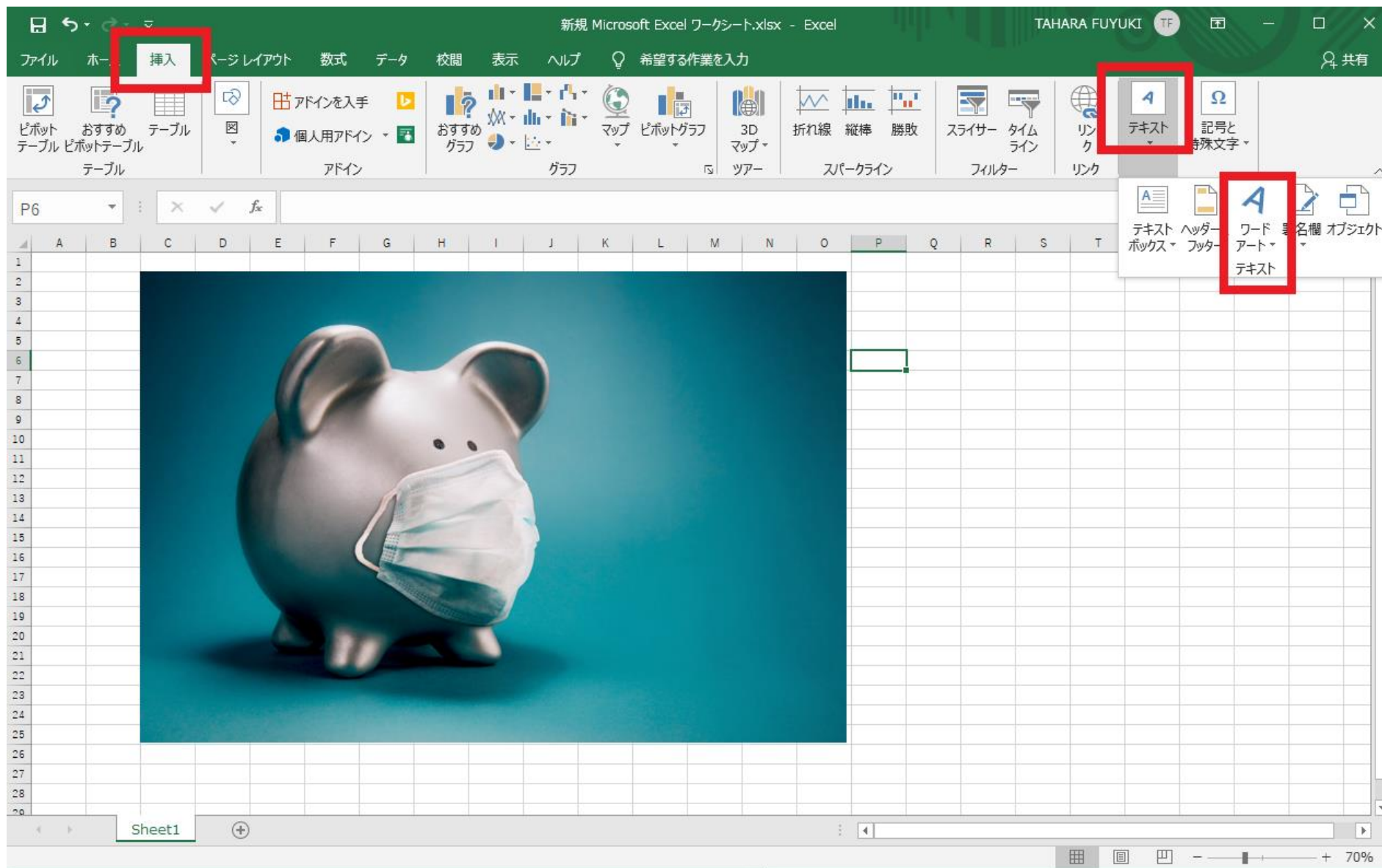
1. まずは、エクセルを起動します。



2. ツールバーの挿入→図→画像を選択し、文字を入りたい画像をエクセル上に表示します。

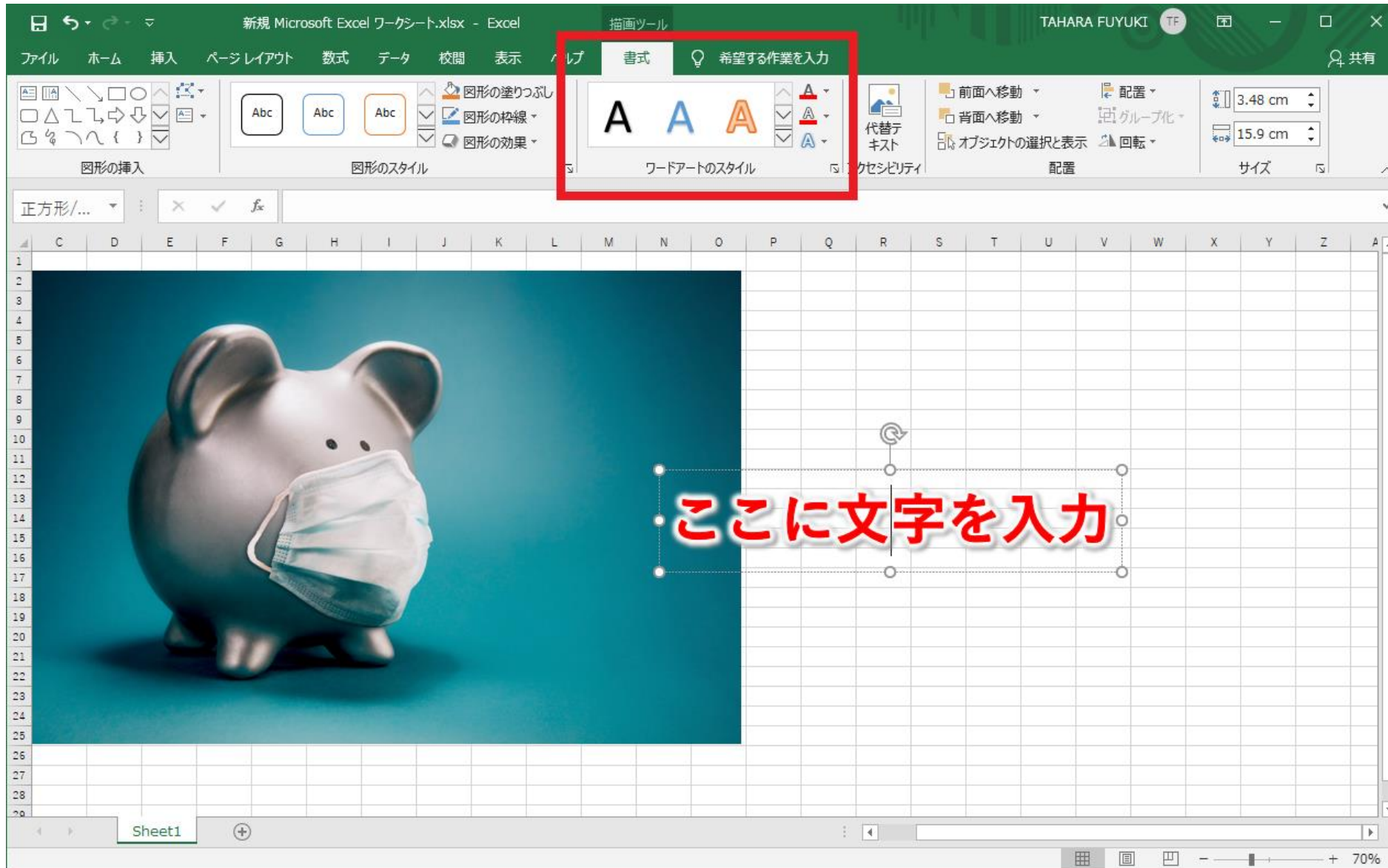


### 3. 画像が表示されたら同じく挿入→テキスト→ワードアートで文字を作成します。

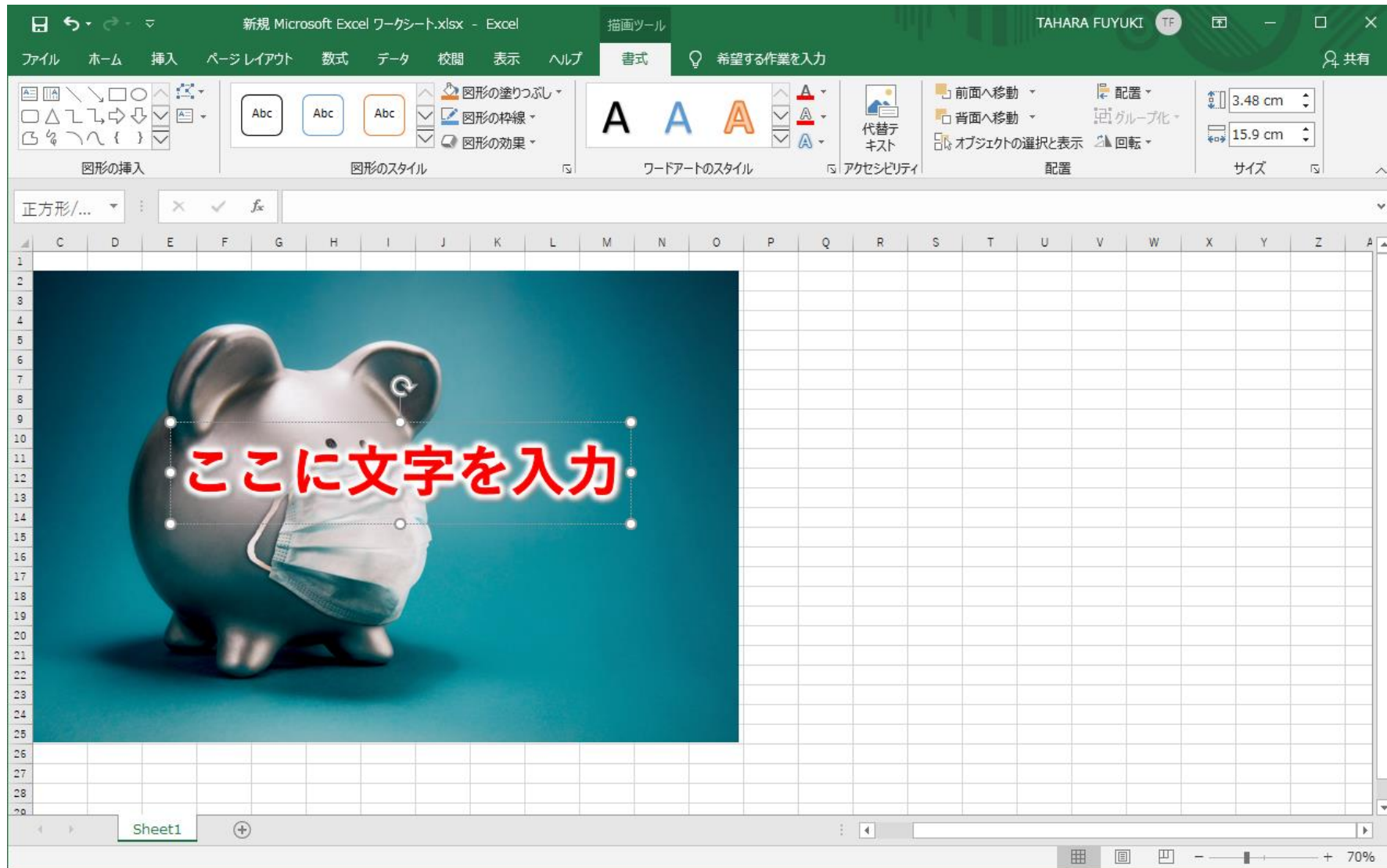




#### 4. 文字の編集は、ツールバー→書式を選び、好きなスタイルに変更することができます。

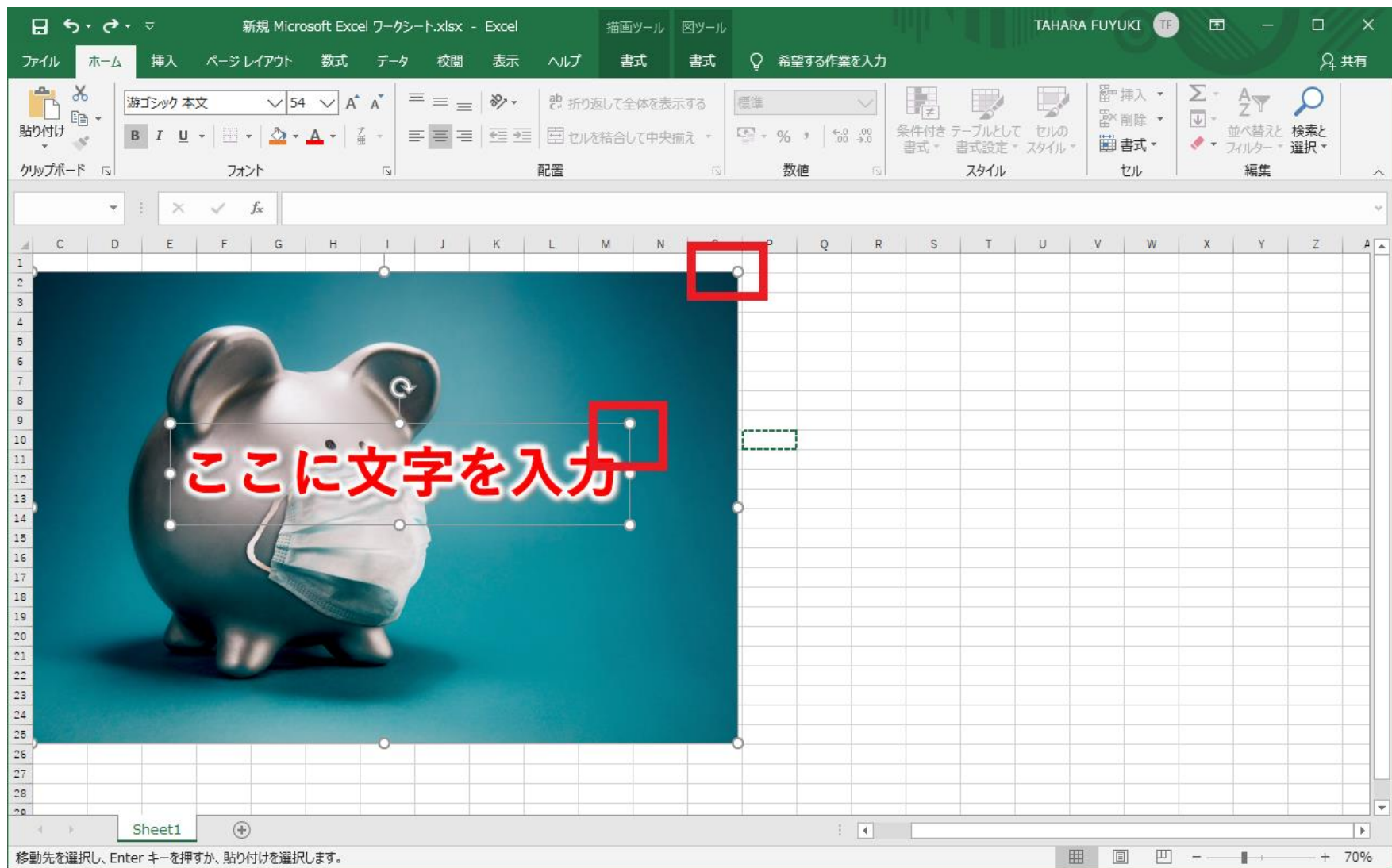


5. 出来上がった文字は、ドラッグして好きな位置に配置してください。

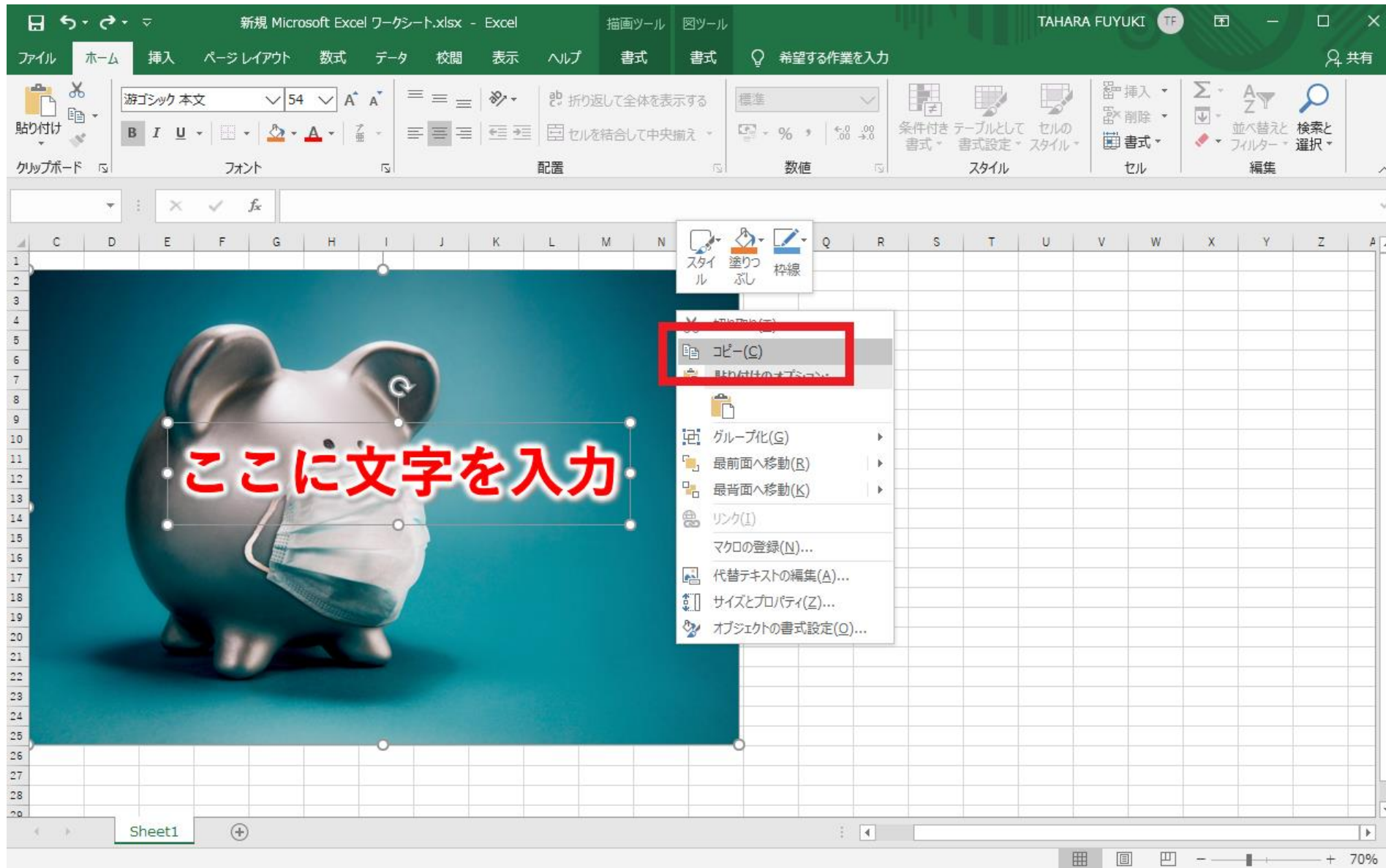




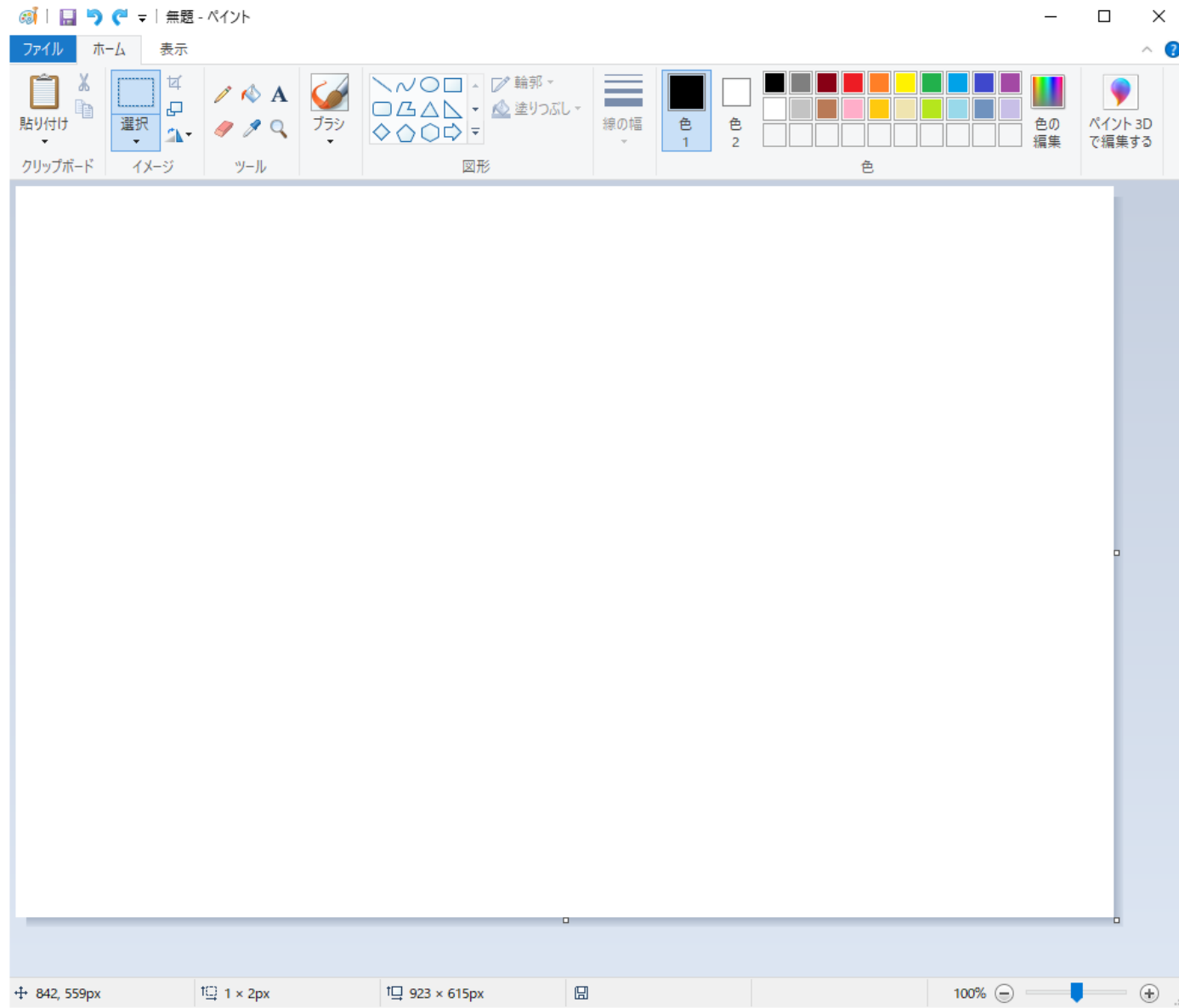
6. アップしたい画像が出来たら、shiftキーを押しながら画像と文字を選択します。  
shiftキーを押すことにより、複数個の画像を選択することができます。



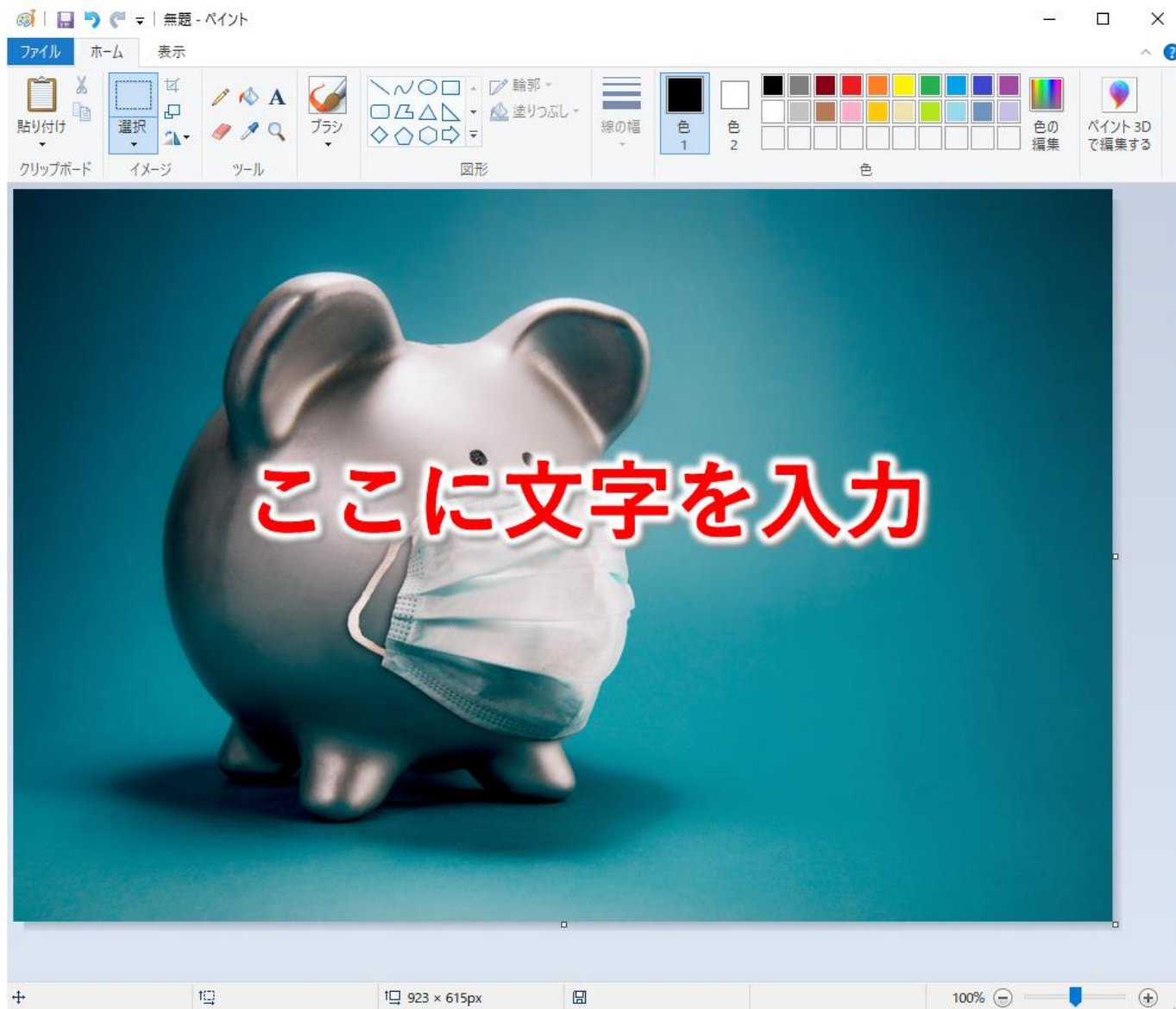
## 7. 作成した画像をコピーします。選択した画像を右クリックしてコピーします。



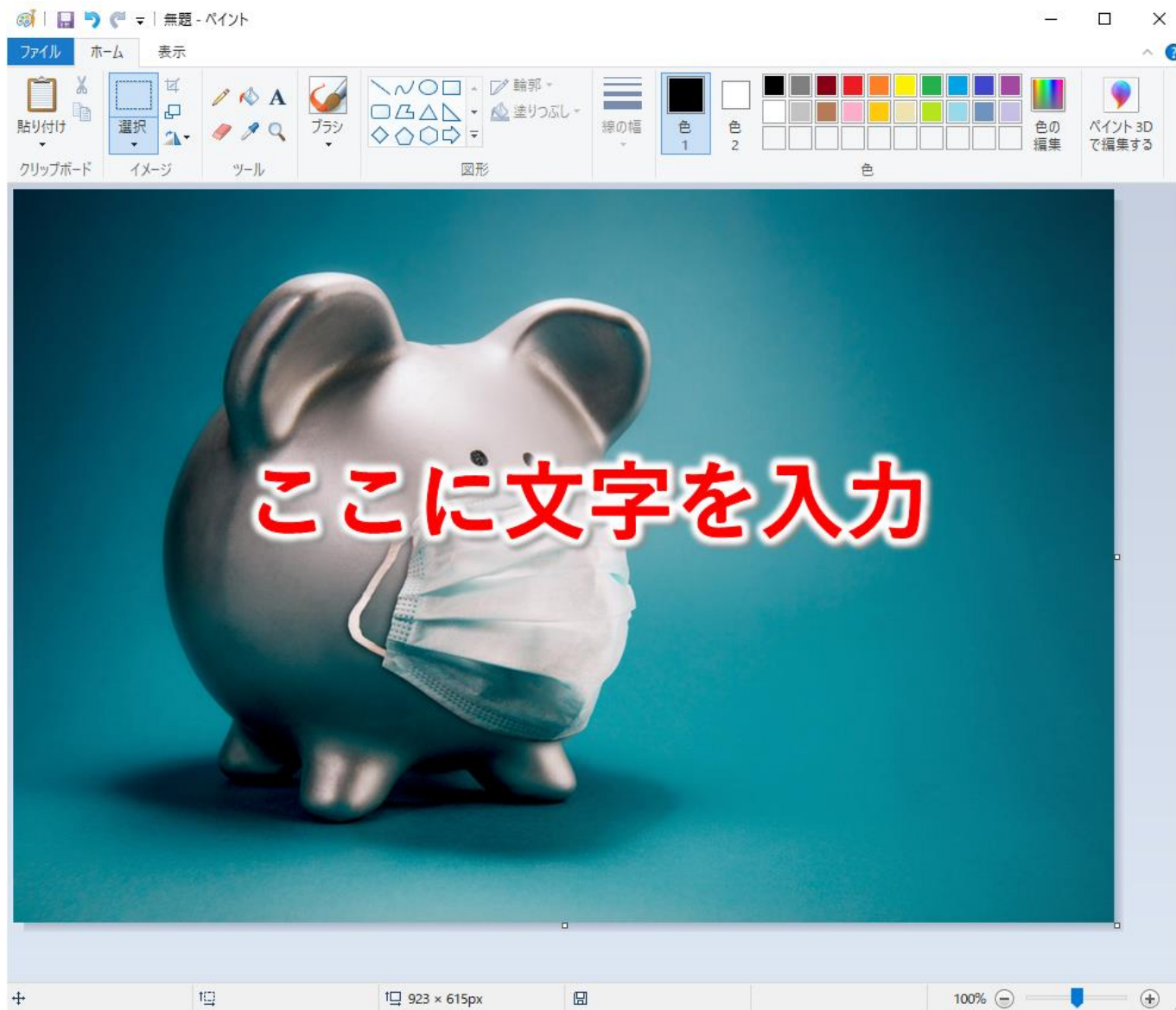
## 8. 次にペイントを起動します。



9. ペイントに先ほどコピーした画像データを貼り付けます。

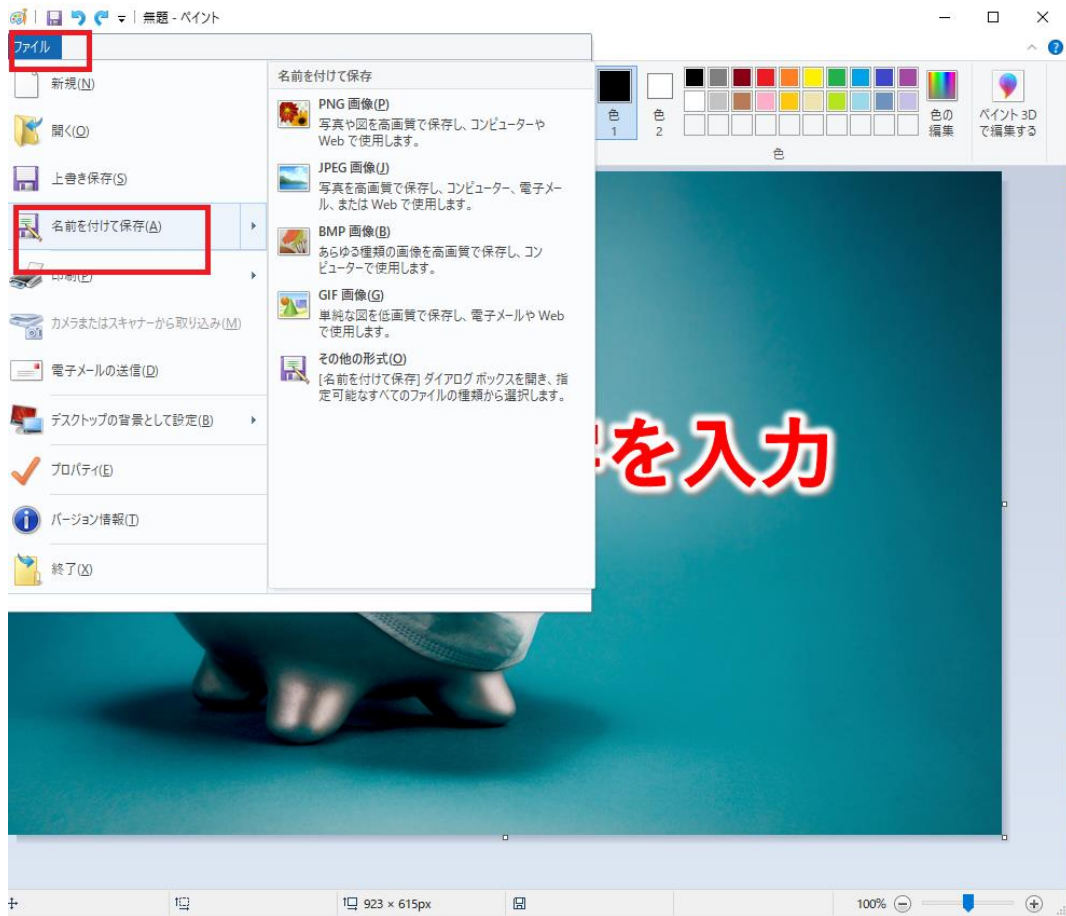


10. ペイントに先ほどコピーした画像データを貼り付けます。





11. ツールバー→ファイル→名前を付けて保存をすれば完成です。



上記の内容を応用していくと、ヘッダーやLPの中のパーツを作り込むことが可能です。  
ご自身で色々アイデアを組み合わせせてみて下さい。

たった1通の注文メッセージで利益10万を稼ぐ事に成功！

せどラーが永遠に悩み続ける3つのことを気にしない！

**価格崩壊 真贋調査 メーカー規制**

モレートの高回転波形で、  
1ヶ月に50個以上独占販売している

労働型収益から抜け出すための  
**国内OEM物販プログラム**

OEM商品の構築から商品出品まで  
専門家が完全サポートします！

堂々と胸を張れる  
”本当の物販”をしませんか？

- 転売自体に限界を感じている
- 価格崩壊、真贋調査、メーカー規制が怖い
- 毎日リサーチ・納品など労働型のせどりととは別のキャッシュポイントを確認したい
- 時間がかからない稼ぎ方をしたい
- 転売やせどりをしていることを周りの人に言いづらく感じている
- リサーチ0のせどりをしたい
- 価格競争にうんざりしてる

**日さん**  
「1ヶ月の労働時間」たった10分

OEMを始めて構築してから、  
1ヶ月で注文の依頼をLINEメッセージ送る、  
届いた商品を納品する。  
たったのこれだけです。

副業としてせどりに取り組み、  
毎日リサーチ、仕入れ、納品と  
会社から帰宅してから  
3時間ぐらい時間を使っていた  
10分の1程度の時間で  
毎月15万円の利益を確保しています。

副業の方こそ、  
おすすめしたいビジネスはOEMだと思いました。



### (3. 決済リンク作成)

ランディングページ(LP)を作り終わった後にやるべきことは、実際に教材などを購入していただき、お金をもらうための決済まわりの仕組みを準備します。

教材販売などでお金を受け取る仕組みを色々あります。  
銀行振り込みのみで販売することも可能ですが、  
決済まわりで販売機会損失をされているケースが多いです。

決済会社によってはこのカードは使えなかったです、、、  
購入者さん都合にて10万円は払えないけど、8万円ならすぐに支払うことができます、、、とか

理由は色々ありますが、それで購入する気持ちが低下してしまい機会損失となってしまうケースがあります。  
そのため、決済の仕組みを複数持つておくことをおすすめしています。

ということで、僕が使っている決済の仕組みについてお話をしていきたいと思います。  
基本的には「クレジットカード」を使って決済できるように準備する必要があります。



僕が使用している決済会社は複数あり、以下3つとなります。

- ・インフォトップ
- ・エキスパ
- ・ペイパル

### ●インフォトップ

アフィリエイト管理もしやすいのでメインはコチラを使っています。

URL: <https://www.infotop.jp/seller/>

インフォトップの最大のメリットは、申請をすると購入者さんが「24分割決済」した場合に一括で売上を受け取ることが可能です。※この仕組みを使えるカードの種類は決まっています

他の決済会社では分割決済されたものに関しては、分割で決済された分だけ売上が入ってくる仕組みなので、3分割の場合は、3回目で売上を全額受け取ることができます。ただし、インフォトップの場合でも申請をしなければ同じような仕組みとなります。

また、インフォトップが何よりもいいのは商品登録してからの審査がとても早いです。  
なので、突発的な販売でも比較的早く対応してもらえるので、インフォトップを使うことが多いです。

インフォトップを使うデメリットは、手数料が少し他と比べて高いところです。  
詳細については、上記のURLからご確認ください。

## ●エキスパ

エキスパもよく使います。

URL: <https://ex-pa.jp/>

というのも突発的な決済リンクを払い出せるという仕組みがあるからです。

「簡単決済」という仕組みがあり自分の販売したい金額をすぐに設定して決済リンクを作ることができます。  
また、手数料もインフォトップと比べると安く非常にコスト面では安くなります。

ただし、24分割の一括受け取りなどはできません。

そのため、一度一括で決済してもらい、購入者さんからカード会社に連絡してもらって24分割などしてもらうことで分割決済ができるという方法で決済を使ったりします。

※対応してくれるカード会社とそうじゃない会社がありますのでしっかりと調べる必要があります

エキスパのデメリットは、商品登録時の審査が長いこと。

簡単決済の場合は、審査いらずにすぐに販売することができますがアフィリエイト機能は使うことができません。

そのため、アフィリエイトも考えていてさらに急ぎの場合はエキスパはあまりおすすめできません。余裕を持った商品登録ができる人にはおすすめです。

## ●ペイパル

ご存知の方も多いのではないのでしょうか？

URL: <https://www.paypal.com/jp/webapps/mpp/personal>

僕はだいぶこの決済会社に御世話になりました。

簡単に決済リンク使えるし、手数料も安いしで、本当に良い決済会社です。

ですが、昨今、情報商材について取り締まりが入り、

どんなルールに基づいてなのか詳しくは分かりませんがアカウント凍結されることが激増しました。

ちなみに、僕自身も凍結されてしまい180日間、お金を引き出すことができませんでした。

何か過激なセールスをしたというのもまったくありませんし、

僕以外のメンバーも大体は凍結されてしまっています。

そのため、今は絶対に使わない方がよい決済システムの1つです。

以上が、決済リンクの会社説明でした。

決済会社に対して商品LPをチェックしてもらい、OKが出れば決済リンクが払い出せますので、それをLPの決済ボタンに設置します。

臨機応変に応じた金額の決済リンクが払い出せる、アフィリエイトできるリンクがある、などご自身の販売にあった決済の仕組みを複数持つておくのがベストです。

たまに、情報商材やなどを販売してはならない  
決済システムで決済をさせている人も中にはいらっしゃいますが、

ルールを守らないと何かあった時に自分のクビを締めることになりかねませんので絶対にやめましょう。

※noteも稼ぐ系の情報商材はNGになりました(2020年8月時点)

前もってしっかりと契約しておく、準備しておくなどをしておくと、  
自分の売上アップに大きく貢献すると思いますので、ぜひとも複数の決済の仕組みを導入しておきましょう。

#### (4. オファーの配信検討)

オファーで結果を出すために1番必要なポイントと言っても過言ではありません。

この配信の検討ができない人は、余程の信頼がある、実績がない限りは99%売れません。

オファーの配信検討というのは具体的にどんなことかと言いますと、セールス終了後までのメルマガなどの配信の流れを決めることです。

何も事前説明していないにも関わらず、「はい、買ってね！」なんてメルマガを配信してもほとんど売れません。

だからこそ、セールスまでじっくりと「興味付け」をする必要があります。

この興味付けに関しては、色々な角度からセールスするものに繋げるアプローチをする必要があります。

僕がおススメする興味付けの期間は、だいたい2~3週間ぐらい。

その後、セールス期間にい突入という流れがベストです。

1ヶ月間じっくりと興味付けをすることもやはりありますが、  
長すぎると逆に読者さんが飽きてしまうというデメリットもあります。

僕の経験上は、2～3週間ぐらいの興味付け期間が一番じっくりと来ましたので  
この教科書ではこのように定義いたします。

では、2～3週間、どのように配信していくのか？についてお話をしていきます。  
今回はスタンダードな流れで説明していきます。

本来であれば、もっと具体的にお話をしたいのですが、  
ここについてはオファーのキモとなる部分で、解説するとなるとそこそこなボリュームになります。

全部を詳しく解説するとなると、こちらの教科書のボリュームがどエライことになりますので、  
今回はある程度の流れをお伝えすることにします。

もし、詳しく聞いてみたいということであれば個別にご連絡いただけますと幸いです。

## (配信スタート時)

どのようにキッカケを切り出すかがポイント。

いきなりスゲー教材があるんです！なんて言ってもセールス色が満載なので反応は悪いです。

ここで重要なのは、興味を持って読んでもらえるようにインパクトあるキッカケを書きます。

例えば、ベターではありますが、

実はこっそりと“あるノウハウ”をやったら売上がコレぐらい上がりました！とか画像付きで見せたり  
最近知ったノウハウでこれぐらい仕入れられるようになりましたと仕入れ画像を見せたり

とにかく読者さんが気になるように注意喚起をひくことが大事です。

えっ？どんなノウハウだろ？気になるから続きを見たいし、詳しく知りたいと思えるように  
インパクト面を重視したスタートを始めます。

他にも色々なテクニックや方法がありますので、

ぜひともご自身でも魅力的なスタートを切れる内容を考えてみて下さい。



### (スタート～オファー1週間前まで)

ここでのフェーズでは、どんどん実績を出して、興味付けを深めていきます。  
単発的な実績を出したとしても、それでは興味付けは難しいです。

実績としては、売上、時間効率が上がった、仕入れた結果、売れた結果などなど  
色々な要素を実績として使うことができます。

スタートしてからは、このような実績を混ぜ込みながら、  
信頼度を貯めつつ、徐々に核心に繋がるような配信を心掛けます。

ここでのポイントは“チラ見せ”です。  
実績を出しつつも、ノウハウ的な要素を7～8割ぐらいをこの流れで伝えていきます。

メルマガやLINE@などは、情報が有益でおもしろいと思わなければ、  
信頼できると思われなければ継続して見ることはありません。  
だからこそ、ある程度はノウハウを出していく必要があります。

これ以外にもテクニックや方法はありますので、興味がある人は効いてくださいね！

(オファー1週間前 ~ オファー開始日まで)

オファー1週間前まで、信頼してもらうため、興味を持ってもらうために配信をしてきました。

ここからは最終仕上げとして、

- ・現状の問題点
- ・解決策の提示
- ・自己投資の重要性
- ・今までの振り返り

を読者さんに伝えていく必要があります。

何か物が売れるときは、何かを解決したい、改善したいという心理から物が売れます。  
だからこそ、オファー開始日までの1週間でこちらについてしっかりと伝えていきます。

このフェーズで、相手の共感ポイント、悩みのポイントに突き刺さすような配信をすることで、  
教材の売れ方は格段に変わってきますのでしっかりと理解しておいてください。

### (オファー開始日～オファー終了日まで)

オファー開始日はから終了日は、全力で読者さんにぶつかっていきます。  
極端な話にはなりますが、読者さんにもういいよ！って思われるぐらい想いを伝えていきましょう。

基本的には、オファー中盤では配信を減らしますが、オファー中は毎日最低3通は配信します。  
朝は比較的に通勤や通学など忙しい人が多いので、慌てたタイミングにて決済する人は少ないので、  
朝・昼は考えてもらうような配信、夜に関しては決済を促す配信をします。

オファー中に一番意識することは、  
LP(ランディングページ)のURLをクリックして読んでもらうことです。

LPにたどりついてもらわなければ、決済まで繋がりません。

また、LPを読んでもらうことで、そのLPの文章を全部読んでもらうことで、  
途中からメルマガなどを見た読者さんにも対しても  
オファーする商品の全貌についてしっかりと伝えることができます。

だからこそ、いかにLPのURLをクリックしてもらうかを考えます。

LPを読んだら欲しくなるような構成や文章で書くことがいかに大事だということがお分かりになると思います。

そんな前提を踏まえた上で、

オファー初日は、インパクトあるメルマガの件名にしつつ、本文はLPのURLだけぐらいなシンプルな内容で配信します。だらだらと文章があり、脱線されないようにシンプルにクリックしたくなるような文章構成をするとGOODです。

オファー初日の1通目が終わった以降は、色々な心理テクニックを使いながら配信をしていくのが効果的です。

「11. 役立つ購入者心理」編に記載した以下の効果は、よく使われます。

- ・希少性効果
- ・バンドワゴン効果

たくさんの方が手に入れていて、こんな感想をもらっています。  
特典をつけている場合は、あと〇人で特典が終了します。 など

色々な効果を使うことで、購入意欲をかきたてることが可能です。

ただ、心理テクニックも使えるタイミングは限られているので、ここからは、購入を悩んでいる人を想像しながら配信していきます。

LPの構成の中にも、購入者さんが購入するための判断材料となるQ&Aなるものを入れて、事前に聞かれそうな質問の答えを明確にしておきますが、LPをクリックしていない人もいますので、

こんなご質問がありましたというような体裁でQ&Aを配信内容で書いていきます。

例えば、ツール販売であった場合、

Q. 申し込みをしてからツールを利用できるまでどれくらいの時間がかかりますか？

A. 登録後、30分以内にご利用可能です。

Q. MACでも使えますか？

A. MACでも使うことが可能です。

Q. 途中で退会することは可能でしょうか？

A. 途中退会することは可能です。

Q&Aなども駆使して、疑問点などを解決したけどまだ購入しない人もたくさんいます。

ここからの配信は、いよいよ自分の1つ1つの言葉で勝負していきます。  
購入する方の心理を読む、相手の心に刺さる配信をしなければなりません。

また、ライティングとしても伝え方や表現力もポイントとなってきます。

僕なりのポイントは、  
クリックしてくれているであろう一人の読者さんをイメージします。

生活の様子からせどりをやっている様子まで想像し、  
それを考えた上で、今回の教材を手に入れるとどうなるのか？などを相手がイメージできるように、  
そして、相手の心に響くように配信をしていきます。

ここは、本当に難しい部分ではありますが、普段のメルマガなどの配信でいかに反応を見ているか、  
相手の気持ちを考えながら配信しているかの差が大きく出ます。

難しい部分ではありますが、最後の最後まで読者さんの気持ちを考えて配信してみてください。

そして、あとはイベントトリガーを利用したプッシュ配信をしていくと販売本数が伸びたりします。人は期限が決まると急に動きだすものですので、その心理を使って成約を伸ばします。

期限を駆使することで、今まで動かなかった読者さんがビックリするぐらい動きだします。

具体的にどんなイベントトリガーがあるかと言いますと、

- ・追加特典
- ・特典終了
- ・値上げ
- ・分割導入
- ・販売終了

というようなイベントをキッカケにプッシュしていくと販売本数が伸びたりします。

1週間もオファーし続けるとだらけてきますし、何を配信すればよいか分からなくなります。だからこそ、このようなイベントトリガーを使って、ガッツリ配信してみてください。

最後に僕が経験した重要なポイント。

これは4年間、情報発信を経験してみて分かったことです。

それは「できる限り、読者さんと接触すること」

実は、オファータイミングよりも興味付けの段階から  
いかに読者さんと接触しているかがポイントです。

オファーのタイミングでも接触できればクロージングのチャンスは十分にありますが、  
それよりも興味付けの段階から、しっかりとコンタクトをとって説明したり、会話をしたり、

この人ならば信用できるし、投資してもよい！と思われるようにしておくことが秘訣です。

僕はこのことに気づいてからは、オファーよりも興味付けの段階から読者さんと常に接触できる機会を  
積極的に作ってきました。その結果は、、、言うまでもありません。  
とても大事なポイントですので、ぜひとも意識してみてください。

以上が、オファーの配信検討の説明でした。



# 14. バックエンドオファー

この章では、「バックエンドオファー」についてお話をしていきます。  
フロントエンドオファーにて教材などの少額をセールスしてから  
どのように高額スクールやコンサルを販売していくかについて説明していきます。

うまくセールスするために必要ポイントとして、

1. コンテンツ設計
2. セールス導線
3. クロージングの流れ
4. 契約書の準備

という4つポイントについてお話をしていきます。  
これは僕の個人ブログにも書いていないことも書いてありますので、  
しっかりと熟読してもらえると嬉しいです。

## (1)コンテンツ設計

コンテンツ設計！？と思われた人がいらっしゃるかと思いますが、簡単に言うと、コンサルやスクールのパッケージ内容やスペック的なところを決定する作業です。

よくありがちなのが、コンサル生を募集します！という教え子がいますが、「コンサルの中身はどんな感じ？」と質問すると、「〇〇せどりについて教えるコンサルです！」という回答は返ってくるのですが、

「コミュニケーション計画はどのような頻度で考えてるの？」と質問するとポカーンとされます。つまり、コンサル生とコンサル期間内にどんなタイミングで連絡するかなどを決めているのか？ということです。

週報、月報、月1回のZOOMコンサル色々なタイミングでコンサル生と連絡をとることができます。それを決定しておくことも、コンテンツ設計の1つです。

コンテンツの中身を決めておかなければ、クロージングするときにも自分のコンサルは、どんなタイミングであなたとコンタクトをとりますからと事前説明されるのと説明されないのとでは大きな違いが生まれますので本当に大事になってきます。

それでは、これからスクール・コンサルを商品化するとき  
どんなコンテンツ設計をしておかなければならないのかを説明していきます。  
情報発信で高額は収入を得るためには、高額販売をしていくことが一番の近道ですので、  
高額収入を得たいと思っている方は、しっかりとチェックしてください。

スクール・コンサルを募集する前にしっかりと決めておかなければならないことは以下。

- ・バリュープロポジション
- ・スクールやコンサルで教える内容
- ・運営方法
- ・教育カリキュラム
- ・コミュニケーション計画
- ・保証 / 返金

最低限として、この6つのことは決めておくことをオススメします。

## ■バリュープロポジション

こちらの言葉を聞いたことはありますか？

マーケティング業界では当たりまえの言葉です。

「顧客が望んでいて、かつ競合が提供できていない自社独自の価値」

ということを言います。

あなたが立ち上げようとしているスクールやこれからやろうとしているコンサルが  
どんな強みがあり、ライバル・他社にはない何かしらの価値というものを考える必要があります。

ここをしっかりと考えることで、オファーをするとき、クロージングをするとき、  
プロモーションを仕掛けるときにも大きく打ち出しやすいです。

まずは、バリュープロポジションをしっかりと考えるところからスタートしていきましょう。

## ■スクールやコンサルで教える内容

スクールやコンサルをするために教える内容が必要になります。  
そのため、どんなことを教えていくのか明確にします。

例えば、「本せどりをマスターしてもらおうスクール」であったとした場合

スクール生が本せどりをマスターするための内容、  
ご自身が教えられる内容を何も考えずにすべて洗い出します。

例えば、

- ・本の基礎知識
- ・店舗リサーチの方法
- ・電腦リサーチの方法
- ・検品方法
- ・納品方法

とかこんな具合に洗い出しをしていきます。 ※実際はもっと洗い出す粒度は細かくしてください

洗い出しをしっかりとすることで、

この内容についてはスクールではなく、さらに高額のコソナルを受けてくれた人だけに教えようとか、場合によってはスクールの上位プランの人だけに教えようとか、色々を決める要素にもなります。

また、教える内容に関しては、教材やマニュアルなどを準備しておくことをおすすめします。

スクールの場合でも、コソナルの場合でも

毎回1かる10までをZOOMや対面での勉強会などで教えていくのは非効率になります。

場合によっては、教えなければならないことが漏れてしまう可能性もあります。

だからこそ、事前にしっかりと教材やマニュアルなどを準備しておきましょう。

”ドキュメント形式”

”会員サイト形式”

どちらにするかもこの時点で考えておくといいでしょう。

## ■運営方法

スクールやコンサルをスタートしたときに、どういう方法で運営していくのかを決めておく必要があります。

例えば、「どういう方法でコンタクトをとるのか？」

独自でSNSサイトを立ち上げるのか？

それともLINEグループを作成するのか？

チャットワークグループを作るのか？

などを決める必要があったり、

「指導としてどういう運営をするのか？」

リアル勉強会はあるのか？

ZOOM勉強会はあるのか？ など

他にも運営者が複数いる場合の

「役割分担」

というように、運営方法を1つとっても決めることが実はたくさんあります。

## ■教育カリキュラム

これは結構大事です。

スクールやコンサルをスタートしてから、どのように指導をしていくのかをしっかりと考えておく必要があります。

例えば、「スクール期間が4ヶ月だった場合」

1ヶ月目：〇〇ができるように〇〇を教える

2か月目：〇〇ができるように〇〇を教える

・

・

というように、スクール生やコンサルにどのような指導をすることで特定の期間ごとにどんな風になってもらいたいかをしっかりと考える必要があります。

生徒さんが結果を出してもらうためにスクールやコンサルに参加してもらうわけですから、結果が出ない教育では、ただ自己営利のために運営しているだけで、結果が出ない人を量産してしまいます。

それでは、スクールやコンサルタントとしての実績もできず、評判も悪くなる可能性もありますし、次の募集に大きく影響してきます。だからこそ、参加した人が成長して結果が出るような教育カリキュラムをしっかりと考えておきます。



## ■コミュニケーション計画

先程登場したコミュニケーション計画です。

スクール生やコンサル生とどのような頻度で

コミュニケーションを取るのか考えておくとお互いに安心が生まれます。

例えば、

- ・隔週での週報を提出
- ・月1回のZOOM勉強会
- ・2ヶ月に1回のリアル勉強会/懇親会
- ・質問/相談は随時グループLINEにて
- ・月1回のZOOM面談(20分)

とか

どんな頻度でコミュニケーションをとるのか事前に考えておくと  
運営側としても動き方が明確になり、予定も立てやすくなります。

生徒さん目線で考えると、たくさんの人を教えていそうだし、  
仕事に関しても忙しそうだから遠慮して聞きづらいということも感じられる方が非常に多いです。

だからこそ、コミュニケーション計画がしっかりとしていれば、  
生徒さんにとっても必ず聞けるタイミングやキッカケがあるわけですから、行動しやすくなります。

また、運営者目線で考えてみると、コミュニケーション計画をしっかりとおくことで  
必要以上の連絡をとらないという稼働面の安心も生まれてきますし、

何よりもよくある、運営者が何もしてくれなかった・・・という不満はなくなりいます。  
結果的に、生徒さんが何もやらなかったことの原因転嫁というのもしほぼなくなります。

だからこそ、色々な面から負担なく運営できるようにしっかりと考えておくことをお勧めします。

## ■保証 / 返金

こちらは必須ではないですが、万が一のことを考えて守りの部分も固めておくといいでしょう。

例えば、「スクール生に返金して欲しい」と言われた場合  
返金するのかもしれないのか？また、返金条件をつけておくのか？

こういったところを考えると、  
実際にトラブルになったときに、困らずに済みますので、前もって検討しておくのがベストです。  
また、保証をつけておくことで、スクールやコンサルに参加することを迷っている人が参加しやすかったりもします。

他にも、一定の結果に繋がらなかった場合の保証などはつけるのか？  
その場合は、保証するための行動条件はあるのか？

こちらは必須ではないのでご自身が入り入れてもよいと考えるのであればしっかりと考えておきましょう。

もし、保証や返金制度を取り入れる場合は、  
しっかりと制度を受けるための行動条件などを明文化しておくことをオススメします。

## (2)セールス導線

セールス導線もかなり大事なことです。

しっかりと考えている人とそうじゃない人では、大きな差が生まれます。

今回はフロントエンドからのバックエンドの場合のセールス導線について説明します。

フロントエンドで教材を販売して、バックエンドでコンサルなどをセールスする場合、バックエンドをセールスするための自然なキッカケを作っておくことをオススメします。

例えば、特典でウェビナーをつける、個人ZOOMをつける など

いきなり個人的に連絡して、セールスをしかけても相手が嫌がるだけです。

だからこそ、相手にとってもメリットがある何かを用意して、自然とコンタクトをとれるように配慮するのがベスト。

また、購入者さんと普段からコンタクトをとっておくことも非常に大事になってきます。

セールス導線は、話し込んだら24時間とか話せるレベルで奥が深くなるので、

今回はこの辺でやめておきますが、ぜひとも色々な角度から導線を考えてみてください。

### (3)クロージングの流れ

僕がこの業界に携わってみて、クロージングがめちゃくちゃ下手な人が多い！！  
せどり商品ばかりに目がいき、人の心を考えることを忘れてるな！って人が多いと感じています(笑)

ちょっとゲスな話にはなりますが、女性に対してすぐにホテルにいきましょう！と  
大きな声で言っているようなクロージングの仕方をしている人が本当に多いです。

普通に考えて、それでは即断られるよね、、、って思いますし、  
自分が購入者の立場だったら嫌なことを、情報発信者になると忘れてしまい、  
自分ですら嫌がることを平気でやってしまうことが多いです。

せどり情報発信者として、高額商品のセールスするときが一番大事なことは  
しっかりと相手のヒアリングをすること、コンサルやスクールに参加するとどうなるかをイメージさせること、  
それを達成するためのコンサルやスクールの内容を詳しく説明すること、  
その説明に対して質問点や疑問点を潰すこと、こんなことが非常に大切になってきます。

## ■相手のヒアリングをすること

僕はこのフェーズが一番大事だと思っていますし、  
これがしっかりとできなければ成約できないと思っています。

また、ここで相手の経歴、性格や人柄、せどり経験、金銭事情、時間的事情、  
場合によっては家族事情などを詳しくヒアリングする必要があります。

このヒアリングをとっぴらってしまうと、自分のコンサルやスクールに参加するとどうなるか？という  
相手が参加した後の自分をイメージすることができる具体的な提案ができなくなるからです。

また、金銭的な状況や時間的な状況などを詳しく聞いた上で、  
相手が自分のコンサルやスクールに向いていないと思った場合に断るという選択肢も必要です。

ここで無理してとった場合のリスクが後からつきまわってきます。

無理してクロージングして、あとでクレーム沙汰や場合によっては消費者センターに通報されたりと  
色々面倒になる原因となりますので、ヒアリングは必ずしっかりと行ってください。

## ■参加するとどうなるかをイメージさせること

前の段階でしっかりとヒアリングできていれば、クロージングする相手に対して具体的なイメージをさせることが大切です。

例えば、

Aさんの状況の場合は、  
毎日副業としてせどりに2時間使えるということですので、  
1ヶ月目でマニュアルの内容が全て実践することが可能です。

そのため、2ヶ月目あたりから大体このくらいの仕入れができるようになり、  
あくまでも目安ですが、3ヶ月目には月商〇〇〇万円の利益〇〇万円が達成できるようになります。

というようにスクールやコンサル期間内でどういうステップを踏みながら  
どのように成長していくのかを具体的にイメージしてもらうことで、  
相手が投資してもよいか判断できるようにもっていくことが大切です。

## ■スクールやコンサルの内容を説明する

参加するとどうなるかをイメージしてもらった後に、それを達成するための根拠について説明していきます。

どんなことを説明していくかと言いますと、それが先程のページでも説明した「(1)コンテンツ設計」をしっかりと話すことです。

この内容がしっかりと固まっていることで、相手に対してもより詳しく説明することが可能となります。

また、ここで1つポイントは、スクールやコンサルを何度も募集したことがある場合は過去に教えた生徒さんがいるはずなので、その方の成長期や在席後の実績なども合わせて伝えながらしっかりと説明していくとより効果的なクロージングできます。

場合によっては、しっかりと画像や実際のエビデンスなども見せてあげることでより信頼度が高まり、成約に繋がりがやすくなります。



## ■質問点や疑問点を潰す

ここまでしっかりと説明ができれば、あとは質問点や疑問点を潰し、やらない理由を無くします。相手から聞かれたことに関して、詰まることなく、スラスラとしっかりと答えられるようによく質問されることなどは、事前に回答をまとめて準備しておくことが大事です。

最後の決済を促す間近まで来ているので、このタイミングで少しでも答えに詰まったりすると相手に不安なイメージを持たれてしまうので、事前に想定問答などを考えて準備しておきましょう。

ただし、ここで一番重要なことは、できもしない約束をしないこと、嘘をつかないことです。成約をとりたいが故に、ちょっとした嘘などをついてしまったりして、最初と話が違うなどでトラブルにならないように想定していない質問がきたとしても、必ず誠実に対応してください。

過去の話ですが、盛り盛りでクローズングして、後でとんでもない目に会ってしまった方を何人も知っています。商売、ビジネスをやっていく場合に一番大事なことは嘘をつかないこと、信用を落とさないことです。

## ■最後に

説明をして、疑問点なども潰してあげて、いよいよ決済までもっていくところです。  
ここで、大事なのはしっかりと決済まで誘導することです。

では、どうしますか？の一言が中々言えないのが日本人の特徴です(笑)  
ここで、しっかりとYes or Noをもらうことが大事になります。

ただ、強引にYes or Noを引き出しても仕方ない部分もあります。  
だからこそ、大事になってくるのは“回答期限”をつけて考えてもらうこと。

目安としては3日間以内とするのがベストです。  
「72時間の法則」というものがあり、人は何かチャレンジしてみようと思ったときに72時間を超えてしまうと  
みるみるうちにやる気がなくなり、結果的にやらないという判断を下してしまうことがあります。

だからこそ、考えてもらうときに必ず回答期限をつけるようにしましょう。  
ここで、24時間以内のお申込みなら何か特典をつけるなどがあると行動しやすくなりますので、  
ぜひとも、何かしらのギミック(仕掛け)を考えておくことをオススメします。

#### (4) 契約書の準備

バックエンドオファーの最後のお話です。  
ここでは「契約書」のお話をさせていただきます。

基本的には10万円以上の高額決済である場合は、必ず契約書の取り交わしをしましょう。  
より高額な金額になればなるほど、色々なリスクを伴います。

仮に、購入者さんが何も実践しなかったとしても契約書などが無い場合は、  
情報商材系の稼ぎ方は非常に弱い立場となり、場合によっては全額返金しなければならないケースもあります。

例えば、LP作成のところでも説明した「ライティングの注意点」  
誇大広告など使ってしまったLPであると、弁護士などを入れられると負けてしまう可能性が高いです。

また、消費者センターに連絡されてしまったりすると、  
色々ややこしい説明や手間が増えるため、自分の身を守るという意味では必ず契約書を作りましょう。

これは実際に弁護士から届く通知書となります。

このような書類が事務所や自宅に届くとブルーな気持ちになりますので、必ず契約書を作り、自分の精神衛生を守るようにしてくださいね。

## 通 知 書

冠省

当職は、氏(以下、「通知人」といいます)の依頼により、 (以下、「販売会社」といいます)と通知人との間で締結した、売買契約に関する法的問題の一切について受任いたしましたので、以下の通り通知いたします。以降、本件に関するご連絡はすべて当職までお願いいたします。

通知人は、を知りました。本件商材は、転売ネットビジネスです。販売会社のセールスページには、  
等の記述がありました。通知人はこれらを信じ、通知人のようなネットビジネス初心者でも容易に稼ぐことができると誤認して、以下の通り支払いました。

平成31年3月17日    30万円    クレジットカード払い

しかしながら、文言のような結果は当然あり得ず、通知人は、販売会社が謳う通りの収益を得ることができませんでした。

以上の経緯から、販売会社の誘引方法は、消費者契約法第4条1項1号「不実の告知」及び2号「断定的判断の提供」に該当します。

したがって、販売会社に対し、通知人が支払った代金を不当利得として返還するよう請求いたします。

ただし、ただ契約書を交わせばいいという訳ではありません。

インターネットから適当に契約書のテンプレートを取得してきて、なんとなく作った場合にその契約書が有効にならないケースがあります。

実際に、正式な契約書を作成する場合は弁護士に依頼する必要がありますが、ざっくり相場で10万円ぐらい費用がかかります。

仮に自分で作成して、法的に大丈夫なのかを確認してもらうリーガルチェックを受ける場合でも相場的には8万円前後します。

守るためにもコストはかかることは仕方ありませんが、ここで費用をケチってしまった場合に、後から痛い思いをする可能性もありますので、ご自身でどうするかよく考えてみてください。

また、契約書に関してももう1つ大事なことがあります。

あなたは「クーリングオフ」という制度をご存知ですか？

小学校のときになんか習ったな～というようなレベルで考えている情報発信者がとても多いです。

実は、僕たちがやっている情報発信で何かセールスする場合にも大きく影響してきます。

安易に考えていると痛い目を見るケースもありますので、詳しくお話していきたいと思います。

### ■クーリングオフとは？

「頭を冷やす」という意味で、一定期間内であれば”無条件”で契約を解除したり、購入した商品を返品・返金することができる制度です。

ここまでは、なんとなく覚えている方も多いです。

では、一定期間内という期間を具体的に教えてください！

と僕が言ったら、しっかりと答えられる人はどのくらいいるでしょうか？

半分以上の方が不正解になる気がしますが、正解は「8日間以内」

この期間内であれば、クーリングオフをすることが可能です。

## ■情報発信で販売した場合も適用される？

僕たち情報発信者は、メルマガやLINE@で情報商材などを販売したり、スクールやコンサルを販売したりしてマネタイズします。

その場合も適用されるのかどうか？

ここについて、情報発信者の9割が答えを知らないです。

正解についてお話すると、、、

「”適用される場合” と ”適用されない場合”がある」

「通信販売」と「訪問販売」という考え方があります。

僕たちの場合

通信販売:メルマガやLINE@での販売

訪問販売:セミナー、勉強会での販売

基本的には、通信販売の場合はクーリングオフは適用されません。

逆に、訪問販売の場合は、必ずクーリングオフが適用されます。

メルマガやLINE@で販売したとしても、基本的には特定商取引法の表記をセールスページにしておき、返品などに関する記述のところに、「返品・返金はしません」と一筆書いておくことで大きな問題となるようなことが無い限りは、返品・返金されることはほぼありません。

この場合、唯一返品・返金されるとしたら誇大広告であったり、まったく違うものであったりと詐欺に近いものであれば、消費者センター経由で、何らかの措置が入る可能性があります、基本的にはルールさえ守れば全く問題ありません。

ですが、リアルセミナーなどの訪問販売にあたる場合は8日間という期間は、必ずクーリングオフが適用されるため、必ず意識しておく必要があります。

ただし、クーリングオフに関しては1つだけ注意しなければなりません。

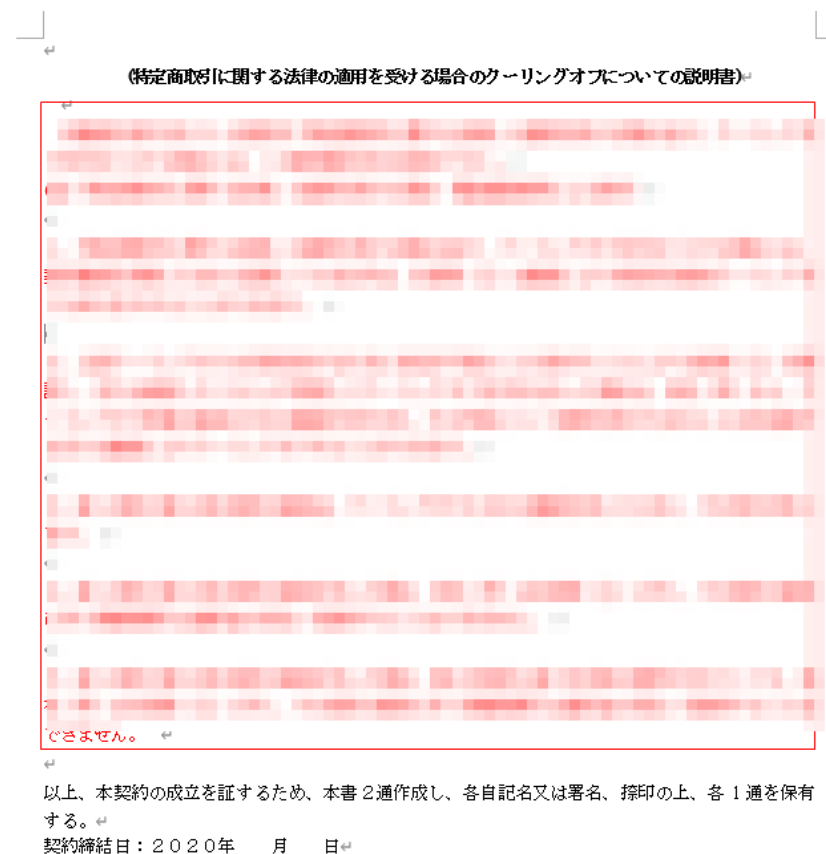


実は、ある特定のフォーマットに準じた正式な契約書を結ばなければ、クーリングオフの期間は無期限で適用されてしまうということです。

ある特定のフォーマットに準じたというのは「特定商取引法に関する法律の適用を受ける場合のクーリングオフについての説明書」なるものが必要になってきます。

これを知らない人は、販売者側も購入者側も非常に多い。

法律面って以外と分からないことだらけなので、このこと自体を知らないこと自体が当たり前といったら当たり前なのかもしれませんが、ビジネスをする上でも何か大きなお金を使う側としても法律は知っておくべきですので、理解しておきましょう。



以上までの説明がが  
高額商品のスクールやコンサルなどをセールスするバックエンドオファーについての説明でした。

特に「(4) 契約書の準備」なんかは盲点だった方が多いと思います。

契約書は、販売者を守るだけではなく、購入する側にも安心感を与えるものです。  
お互いに役務や権利などを確認し、納得いく形で契約し、お金を支払い受け取る。

これがビジネスです。

大きなお金を頂くということは、それだけ大きな責任を負うことになりますので、  
稼げるからと言って何でもかんでも自由にやってよいわけではなく、  
しっかりと法律などを守りながら、慎重に進めて行く必要がありますので、  
ぜひとも、意識してみてください。

高額オファーを成功させれば月収100万という数字、場合によって月収1000万という数字も  
夢ではありませんので、ぜひチャレンジしてみてください。

# 15. 実力がなくても結果を出す方法

「実績がないからできない」「実績がある人や有名な人がいるので勝てない」ということを理由に情報発信を諦めてしまう人がたくさんいます。

ハッキリ言うと、僕はこの考え方と言葉は好きじゃありません。

仮にビジネスとしてじゃなく、ただの趣味でやっていることに対してであれば全然構わないのですが、ご自身がビジネスとして取り組もうと思っていることに対してこう考えているのであれば、考え方を換えなければビジネスで成功することはあり得ません。

ビジネスで絶対に必要になってくるのは、「ないならばどうする？と考える力」です。

最後に、大したせどり実績のない僕が結果を出してきた方法に関することをお話していきます。

「実績がない」に対する解決方法は、実はいくつかの方法があります。

**実績を作る一番シンプルなのは「実績を作ること」**

ドラクエなどゲームで言えばレベルアップする。(ドラクエ分からない人、ゴメンナサイ)

でも、ここで自分で頑張れる人は時間がある人です。

たとえば、せどりの実力で月商1000万を上げるという方が、結構いらっしゃいますが、やろうと思ったら、どのくらいの期間がかかるでしょうか？

副業で取り組んでいる人は、一日の限られた中で副業をしていて今すぐに大きな実績を立てることができますか？

時間がある人は、しっかりと取り組むことを考えるのもいいとは思いますが、それができない人は、実際に僕自身がやってきた次の方法を考えるのも1つです。

## ■誰かの力を借りる

つまり、「誰かとジョイントしてしまう」ということも1つだと思います。

世の中のことに当てはめてみると意外とそんな作られた実績がよくあります。  
建築会社さんが一級建築士さんを雇う。これも1つのジョイントです。

ドラクエで言うとルイーゼの酒場で色々なジャンルの仲間を集める。  
こんなイメージです。(ドラクエ分からない人、ゴメンナサイ)

本来であれば、自分で何でもできればGOODですが、  
それでは、膨大な時間を費やす可能性があります。

それであれば、  
誰かとジョイントする、仲間とジョイントするという考え方を取り入れるのも1つです。

当時せどり実績が100万しかなかった  
僕がどうやって副業月収100万を稼いだかを詳しく説明していきます。

実績がなかった僕が一番最初にやろうと思ったことは  
「仲間集め」

では、仲間を集めるためにどうするか？ということを考えて答えを出したのが、  
「無料のせどりコミュニティを主催すること」

僕はこのコミュニティを主催することで、当時の180名近くの方が在籍してくれました。

チョロパーというふざけた名前でチーム運営をしていました。

※右の画像はチーム解体後の僕一人だけの所属ですが、記念に残しています

そのコミュニティに参加してくださった方の中から

まるでワンピースのルフィが仲間集めをするような感じで、

僕よりも断然せどり実績が上の方、アクティブに活動してくれる方、おもしろい方、

色々な特技を持った人を見つけて、声をかけて仲間になってもらいました。



チョロパー★★★★ (1)



チョロパー★★ (1)



チョロパー★ (1)



僕は情報発信ができる、その仲間はせどりができるわけなので、  
しっかりと分担をしてチームとしてせどりに関するコンテンツ作りをしながら、

教材を販売してみたり、商品情報チーム、クリスマス商戦チームを結成してみたり、  
仲間に助けてもらいながら、一緒にマネタイズしてきました。

今年は**“クリスマス商戦”**だけじゃない！！

このせどり業界には、  
もうあり得ないと思っていた  
ライバル不在のブルーオーシャン！！

# ITA SEDORI

50万仕入れの45万利益を叩き出す  
冬季3か月限定の荒稼ぎジャンル

即金性抜群   高速回転   先行者利益

アマゾン不要   価格破壊なし

せどらーがいない超穴場で  
高利益50%でビックリするほど稼ぐ手法を伝授します！！

さあ始めよう、**ヤマダ全盛期**を再び！！

最高峰のヤマダせどりコミュニティ

# YCS

(ヤマダ・カンニング・サロン)

**丸々カンニング**してください  
リアルに仕入れた激アツ商品レシート  
リアルに実戦中の全てのノウハウ

忙しい年末に面倒くさいリサーチ一切なしで、  
2019年12月に**“過去MAX月収”**達成しませんか？

あなたは指定されたショップで  
指定された激アツ商品を回収しにいくだけ！

2019年クリスマス商戦情報チーム

# ちよろX3

朝夕2回の情報収集、毎日リアルタイムに情報収集、  
クリスマス商戦徹底指導、独自ツールの大量データ分析、  
プロせどらーのお墨付き判断万全サポートあり



この頃から少しずつ、プロデュース業というイメージを持ちながら、

仲間のことをしっかりと理解して、仲間の特技をコンテンツ化したり、

スクールにしてみたり、色々なプロデュースをしながら、情報発信で稼いできました。

えっ、本気で就職しなかったの？ 馬鹿なの！？

アマゾンなんて、僕には、必要ありません！！

**プロフェッショナル**  
**メルカリの流儀**

今年、大学を卒業したばかりの23歳が  
メルカリ1本、月収50万を稼ぎ、  
就職しなかった秘密を教えるWebセミナー！！



参加費 無料

ライバル不在のブルーオーシャン戦略  
たった1商品で月商300万オーバーを”荒稼ぎ”

**独占販売&完全リピート**  
**OEMパーフェクトマスター**  
**無料Webセミナー**

やり方さえ間違わなければ  
長期的に 安定して  
爆発的に

**稼げる**

国内OEMと国外OEMで稼ぐ手法を教えます



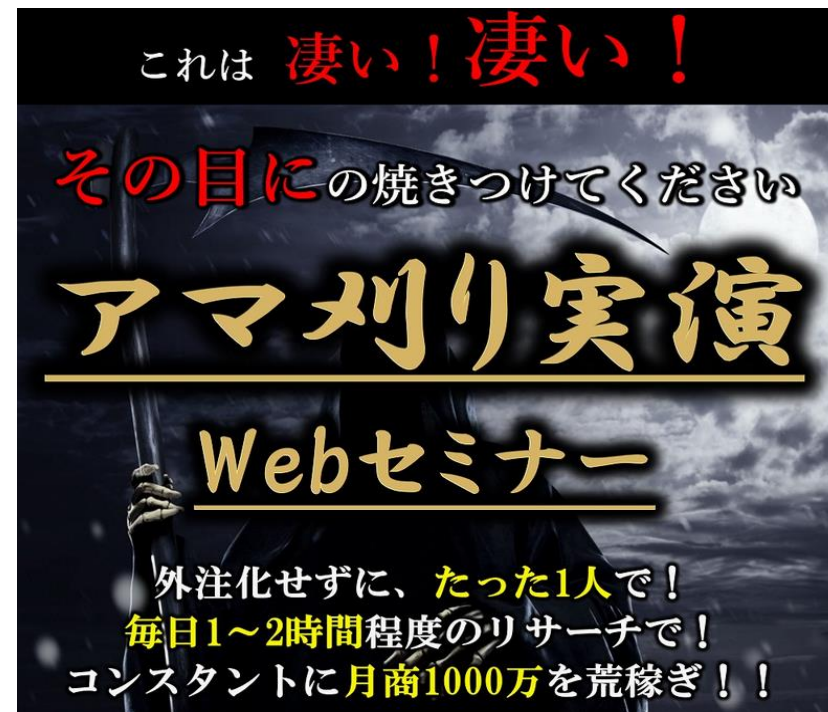
これは 凄い！凄い！

その目にの焼きつけてください

**アマリ実演**

**Webセミナー**

外注化せずに、たった1人で！  
毎日1~2時間程度のリサーチで！  
CONSTANTに月商100万を荒稼ぎ！！





仲間を大事にしていると、少しずつ、また仲間が集まってきて、その和がだんだんと大きくなって、色々な情報もネタも自然と集まるようになってきたので、

せどり情報発信者としても常に情報が集まるような状態が生まれ、情報発信者としての実績も少しずつ上がっていきました。

もし、あのとき実績がないと言ってあきらめていたら、仲間もできず、教え子もできず、今こうやって教科書を作ることもなかったです。

あくまでも、せどり実績がない僕がここまで来た方法です。せどり仲間を作ること、せどり友達を作ること、これならできる人が多いはずです。

実績がない者同士で集まってもいい、ただ集まることでアイデアも生まれて、場合によっては面白いマネタイズの仕方も生まれるかもしれません。

だからこそ、せどり実績がないからと言って諦めるのではなく、「ないならどうする？ 思考」を持ちながらぜひともビジネスを進めてみてください。

# 16. 無料体験のご案内

最後までこちらの教科書をご覧になってくれた方は、  
せどり情報発信にご興味を持ってくださっている方だと思います。

そこで、せどり情報発信の魅力をもっともって知って頂けるように、  
**お気軽に体験して頂ける企画**をご用意しました。

実は、僕は380人以上が在籍するせどりビジネスコミュニティも仲間と運営しているのですが、  
僕単独で運営しているせどり情報発信者のLINEチームが2つあります。

名前はダサイんですが、  
「RANDY 'S」 / 「RANDY ツイッターチーム」(笑)

こちらのチームがどんなチームなのかを少しだけご紹介させてください。

## ■「RANDY'S」:総合的なせどり情報発信チーム

毎日、各自のタスク投稿から始まり、月1回僕が選んだテーマの勉強会をしています。

僕自身が重要や必要だと思った情報のシェア、

また、このチームの中で随時質問などに答えたり、アドバイスをしたりしています。

RANDY'S (36) 午後 1:44

<通常タスク>  
・メルマガ  
・日記  
・Twitter  
・バイト

<随時タスク>  
・画像UP  
・ゴミ当番  
・クラハさん号打ち合わせ  
・セット本出荷準備  
・電脳リサーチ  
・ZOOM勉強会参加

本日も頑張ります！ 午前 10:54

本日の内容

- ① はじめに
- ② 開業届
- ③ 古物商
- ④ 知的財産権
- ⑤ 私文書偽造
- ⑥ 特定電子メール法
- ⑦ 不当商品類及び不当表示防止法
- ⑧ 金融商品取引法
- ⑨ 詐欺
- ⑩ おわりに

既読 24 午後 12:06 保存 | 名前を付けて保存 | 転送 | Keep

既読 24 午後 12:06 明日のZOOMは、僕のチーム参加必須で！



2. 原因

そもそもが規約違反。

L2L公式アカウント利用規約「第10条（禁止行為）」

本規約は、L2L公式アカウントの利用に際して、以下に記載することをな行なってはなりません。

- 1 盗用、裁判所の判決、決定もしくは命令、または法令上の実効力のある行政機関に違反する行為
- 2 違法または違法行為を助長する行為
- 3 当社または第三者の著作権、商標権、特許権等の知的財産権、名誉権、プライバシー権、その他法令や公法上の権利を侵害する行為
- 4 紛争発生に及ぼすおそれのある行為
- 5 第三者の権利に及ぼすおそれのある行為
- 6 当社の権利の侵害なくL2L公式アカウントを第三者の利益のための広告宣伝として使用する行為（第三者の商標、サービスについてL2L公式アカウントを利用して宣伝することを指しますが、これは除外しません。）

**エッセンス6**

**アプローチ方法は複数持つ。**

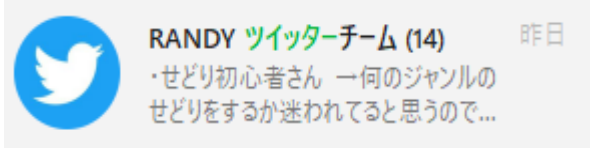
心から良いと思う商品を作れば、  
何度でもアプローチしたくなる。  
だから、アプローチの方法は日々増やすこと。

## ■「RANDYツイッターチーム」: ツイッターでマネタイズや集客を勉強するチーム

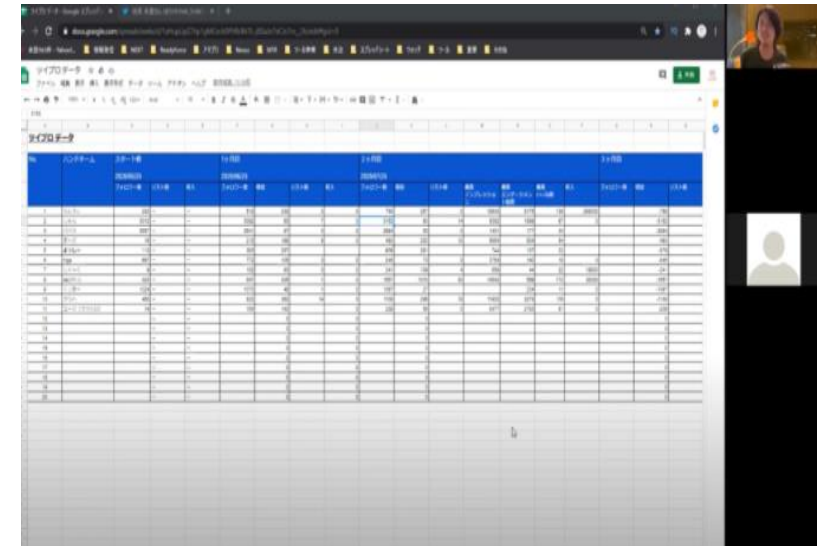
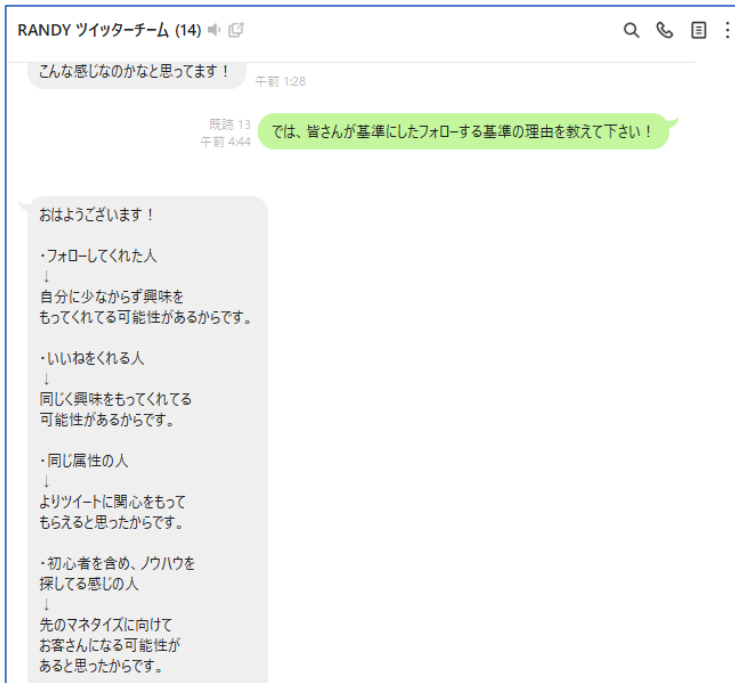
こちらのチームはツイッターに特化した指導をしているチームです。

コチラも、月1回のツイッター反省会+勉強会をします。

基本的には、メンバーのツイッターでの数字を赤裸々にして、ひとりひとりのツイート内容をさかのぼりみんなの前でコンサルをするような形で運営をしています。



はじめて3ヶ月程度ですが、10万単位でのマネタイズするメンバーもチラホラ



今回は、こちらのどちらかのチーム参加して頂けるように企画を考えてみました。  
あくまでも、**無料体験ですので費用は頂きません。**

ですが、無料体験の期間であっても  
せどり情報発信に対して全力でアドバイスさせていただきますし、  
もちろん、個人的にどうしたらマネタイズできるかもご相談に乗ります。

ただし、**チーム在籍期間30日間**とさせていただきます。

無料体験期間が過ぎた場合は、  
やっぱり向いてなかったと思ってせどりに集中されるのもよい、  
せどり情報発信の面白さや魅力を知ってご自身でやるのもよし、  
僕のチームに継続して参加するのもよし、なんでもOKです。

今回の企画は、少しでもせどり情報発信に可能性を感じていただき、  
マネタイズできるキャッシュポイントを増やしていただきたいと思っています。

僕の運営するせどり情報発信を学ぶチーム

「RANDY 'S」/「RANDYツイッターチーム」のどちらかにご参加してみたいと思われた方は、こちらからお気軽にご連絡いただければと思います。

せどり情報発信の初心者さんでも経験者さんでも構いません。

ちょっとチームを覗いてみたいという方でも大歓迎です。

超ベテランの方は要相談ということでお願いいたします(笑)

ご連絡いただくときは、

「①RANDY 'S」 or 「②RANDYツイッターチーム」

のどちらかに参加したいとご連絡くださいませ。

番号だけのご連絡で構いません。

(簡単なヒアリングをさせていただきますが、ご了承くださいませ)

<https://lin.ee/2u38edf>



# 17. おわりに

これまでの章で、僕の約4年間のせどり情報発信経験で得た知識などをお伝えさせていただきました。少し分かりづらい部分や、難しかった部分についてはぜひとも個別にメッセージください。

最後に僕がこの「せどりマーケティング」で一番伝えたいことがあります。これを言うためだけに、この教科書を作ったと言っても過言ではありません。

この教科書の冒頭で

**「実際に取り組んでいるせどりを活かして、あなたに情報発信で稼いでもらうこと」**  
という目的があってこの教科書を書いたとお話させていただきました。

ですが、僕はあなたにもっと大きいところをこの見て欲しいと思っています。

僕たちせどり情報発信者がやっていることは「マーケティング」  
マーケティングとは「必要な人に必要なモノを売れる仕組みを作る活動のこと」

僕たちは“せどり”というジャンルでこのマーケティングをしています。

「せどり」という稼ぎ方は、世の中ではメジャーではなく、知らない人がほとんどです。それぐらい本当にニッチな世界で、ビジネスジャンルとしては本当に狭い世界です。

ですが、この“せどり”という小さな世界でマーケティング覚えることで、  
スモールビジネスとしてマネタイズすることを体験をしてみたり、そして、もっと大きなジャンルにチャレンジし、  
せどりで学んだマーケティング知識やスキルを活かしてステップアップしてもらいたい。  
そんな思いが一番あって、この教科書を作りました。

もちろん、まだまだここには書ききれないこともあります。  
ですが、それについてはあなたがこの教科書で学んだことを実践し、経験しながら形にして欲しいと思います。

せどり情報発信で元手ゼロでマネタイズし、ビジネスとしてステップアップ、  
そして何よりも、仲間とジョイントしながら大きなビジネスチャンスや可能性を掴んでいただきたい。

**そして、最後に1つだけ僕とお約束してください。**



せどり情報発信者にとって1番大事なことは、

## 「人との繋がりを大切にすること」

長く残っている人は絶対と言ってよいほど、

せどり仲間との繋がり、読者さんとの繋がり、情報発信者の仲間との繋がりをめっちゃくちゃ大事にしている人たちです。

たかがネットだけの繋がりかもしれませんが、小さな繋がりかもしれませんが、ですが、そんな小さな繋がりを大切にすることで、あなたもきっと何か稼げるキッカケが生まれます。

僕は、せどり仲間、読者の皆さん、せどり情報発信の仲間本当に支えられてここまで来ることができました。だからこそ、最後に「人との繋がりを大切にすること」をお話させていただきました。最後までお付き合いいただきまして、本当にありがとうございました。

本教科書をご覧になった方の稼ぎの何かしらのキッカケになれば幸いです。

バレちゃった社長 ふゆき

# 僕の情報発信について

せどり情報発信＋マーケティングを活かした実業についてチャレンジしていることなどを毎日ブログ(365日継続目指し、現在265日継続中)に書いて、それをLINE@で配信しています。ご興味がある方は、ぜひともご登録いただけますと幸いです。



<https://lin.ee/2u38edf>



バレた **バレ**ちゃった社長 BLOG

<http://shonai-shacho.com/blog/>

