



CA マーケティングレポート 2011.10



株式会社Catch The Web

a-works株式会社

はじめに

■推奨環境■

このレポート上に書かれているURLはクリックできます。できない場合は最新のAdobeReaderをダウンロードしてください。

(無料) <http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

■免責事項■

- ・本レポートは、その記載内容について保障するものではありません。
- ・本レポートの情報をご利用いただく場合、全て自己責任にてご使用いただきますようお願いいたします。
- ・本レポートに記載されている内容をご利用いただいた場合に、いかなる損害が発生したとしても、一切の責任を負いかねますのでご了承願います。

■著作権について■

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。

下記の点にご注意戴きご利用下さい。

本CAニュースレターの著作権は株式会社Catch The Web、a-works株式会社に属します。

著作権者の許可なく、このPDFファイル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、公開等することを禁じます。

このPDFファイル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PDFファイル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。

また、法的解決となった際には、その協議を大阪地方裁判所で行うものとします。

著者に同意を求めず、インターネット上で公開すること、知人に送ることを禁じます。

もし無断でインターネット上で公開、知人に送付した場合は一律200万円、a-works株式会社へ支払うものとします。

契約に同意できない場合は、作成者にその旨を通知し、本PDFファイルの返却と削除を求めます。

その際に返金に応じることはできませんのでご了承ください。

このPDFファイルに書かれた情報は、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PDFファイル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。

CA マーケティングレポート 2011.10

<今月号の目次>

1. セールスレターも、ステップメールも作らずに、たった2日の作業で
ハンディカムカメラ1つで134万円稼ぐ方法
2. Game Changer DNA By Dan Kennedy (ダン・ケネディによるプロダクトローンチキャンペーン)
3. Mass Control 2.0 By Frank Kern (フランク・カーンの新しい動画シリーズ)
4. Maria Andros Interview (動画マーケティングに関するインタビュー)
5. FB Application Generator (Facebook用アプリケーション作成のソフトウェア)
6. Membership Snap (会員制ビジネス用メンバーサイト作成のソフトウェア)
7. Facebook アップデート情報

今月号では、a-works 株式会社が行った「日本初のコンテンツ販売方法」について、具体的な作業内容や売上等の数字を交えて詳しく解説しています。

海外のマーケティング情報としては、ダン・ケネディ初のプロダクトローンチについて、Facebook を絡めたコンテスト型のキャンペーンの他、公開されている無料コンテンツの中身を紹介しています。このような典型的なコンテスト型のキャンペーンは、今後日本でも盛んになる可能性が大いにありますので、今のうちにアイデアを練っておかれるといいでしょう。

また、フランク・カーンの新しい動画シリーズでは、Mass Control の代表的なテクニックの一つである Result in Advance (RIA) や、インターネットビジネスの基本的なマインドセットが取り上げられている事例がありましたので、そちらを紹介しています。続く Maria Andros Interview は、動画の持つ威力と、動画マーケティングがテーマのインタビューです。こちらは、見る人を飽きさせないための動画作成上の工夫が、我々にも簡単に取り入れられる手法になっていますので、ぜひ今後の動画プロモーションの参考になさってください。

この他、Facebook 用アプリケーションや、会員制ビジネス用のメンバーサイトを簡単に作成できる海外のソフトウェアについて紹介しています。現段階の日本では、各種アプリケーションや会員サイトを作成しようと思えば、高度な専門知識と高額な製作費用が要求されることは想像に難くありません。ですが、海外でこのようなソフトウェアが存在している以上、数年後には日本でも類似のソフトウェアが開発されることになるでしょう。国内で使用可能となった際には、これらを積極的にご自身のビジネスに活用されることをお勧めします。

最後は、Facebook のアップデート情報についてです。本レポートでは、最近現れた大きな機能面での変更点である TimeLine と Subscription について、重点的に解説しています。

それでは、早速内容を見ていきましょう。

<日本におけるインターネットマーケティング事例>

セールスレターも、ステップメールも作らずに、たった2日の作業で
ハンディカムカメラ1つで 134 万円稼ぐ方法

■はじめに

今回、このような販売方法を実施してみようと思ったのは
英語圏マーケッターFrank Kern がビデオカメラ1つで
数百万のセールスを上げている事例を目にしたことが、直接のきっかけです。

この方法は、当時
日本ではまだ一度も行われていない販売形式でした。

そこで、「日本で、まだ誰も実践した人がいない」のなら、
日本ではどんな結果が出るのか、一度試してみよう！
と思い、実際に販売してみた、というのが本企画の背景です。

そこで、日本初の販売方法で得られた貴重なデータを
今回、公開させていただきます。

■販売者

a-works 株式会社 (旧 sheesha 合同会社) 代表取締役 野山ひろあき

■販売商品と価格

実践セミナー (3 種類) : 各種 2,980 円

- <内容1 @アフィリエイトで 400 万円稼ぐノウハウ>
- <内容2 @たった 10 日で 15000 リスト集める集客ノウハウ>
- <内容3 @DRM を学びコンサルタント起業するノウハウ>

セミナー 3 種類まとめ買い : 7,980 円

アップセル実践講座 : 80,000 円 (分割 29,800 円×3 回払い)

■結果

ユニーククリック数 : 3,288

販売実績 : 2,980 円セミナー・・・35 本

7,980 円セミナー・・・49 本

アップセル実践講座 80,000 円 (一括払い)・・・5 本

89,400 円 (29,800 円×3 回払い)・・・5 本

売上合計 : 1,342,320 円

※納品形式について

今回、商品の即納はしていません。(→上記セミナー撮影後、新たに撮影をして納品という形。)

これから撮影するセミナーの予定納品、これから始まる講座の開始予告でのオフア-となります。

※商品の即納が出来れば、もっと高いコンバージョンが期待できた可能性はあります。

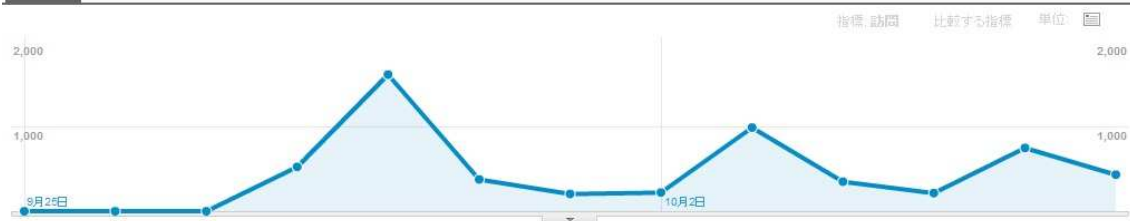
<Google Analytics データ>

ユーザー サマリー

2011/09/25 - 2011/10/07

● 訪問全体の 100.00%

サマリー



このサイトのユーザー数 3,288

5,654 訪問

3,288 ユーザー数

10,559 ページビュー数

1.87 訪問別ページビュー

00:03:52 平均サイト滞在時間

55.02% 直帰率

51.11% 新規訪問の割合



51.27% New Visitor

2,899 訪問

48.73% Returning Visitor

2,755 訪問

<コンバージョンデータ>

実践セミナー動画 購入率 26%

(購入者数 84【2,980円 35人+7,980円 49人】/ユニーククリック 3,288)

アップセル実践講座 購入率 12%

(購入者数 10【一括払い 5人+分割払い 5人】/実践セミナー購入者 84人)

■販売開始までの具体的な7つのステップ

1. イントロビデオ作成

<内容@自己紹介および簡単なご挨拶、今回無料セミナーの概要について>
(事務所近郊のカフェで撮影)

URL : <http://a-works.org/seminar-movie/r/>



概要 :これから何が始まるのかの紹介と解説。

昔、野山が借金にまみれてどうしようもなかった際に、インターネットビジネスと出会う事によりたった2年ほどで年商億を超える会社を作る事ができるようになり、その核になっているノウハウをセミナー形式で紹介するとした、いわゆる「興味付け動画」。

ここで、様々な属性のリストがいることが想定できることから3つの異なるジャンルにてセミナーを用意した旨を伝え、読者さんに選択してもらう形を取る事に。

選択制にしたのは下記「ゾンビピザ」を参考に。

<http://www.youtube.com/watch?v=9p1yBIV7Ges&feature=related>



この動画は上記のようなユーザーがこれからの動画を「選択」することにより、爆発的なページビューを記録している動画である事例からこそ、ユーザーに選択させることは最後まで動画を見せる事に繋がるのでは？との考察から、選択して好きなコンテンツを見てもらう形を取りました。
※上図にある赤い枠のあるボタンを選んで、これから見たいストーリーを選択する形。

そして今回の野山が実際に行った例がこちら。



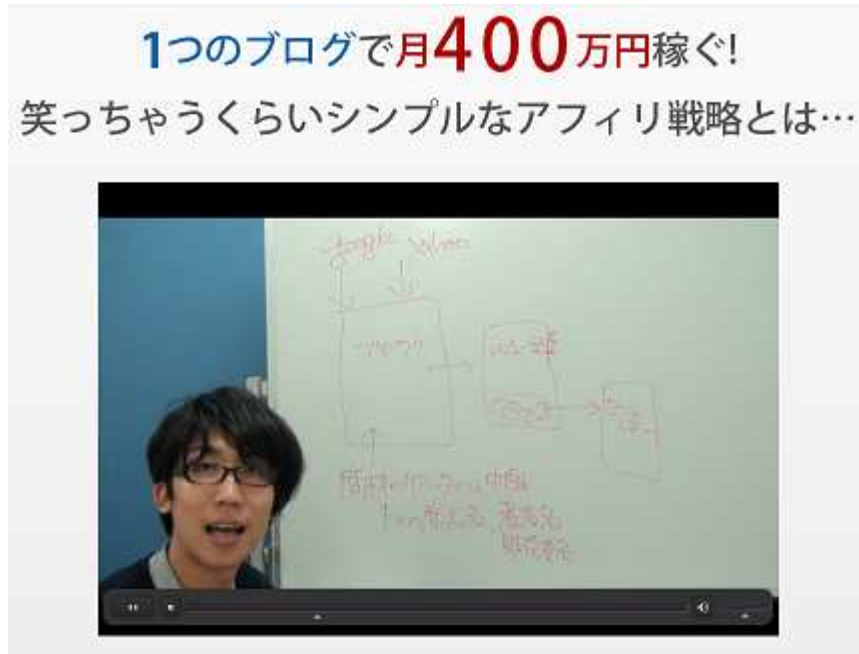
アフィリエイトについて、リスト収集について、ダイレクトレスポンスマーケティングについてこの3つの画像をクリックするとそれぞれのセミナーが始まるゾンビビザと同じ選択式となっています。

それではこれから、詳しい内容について見ていきたいと思います。

2. セミナービデオ作成

<内容 1 @アフィリエイトで 400 万円稼ぐノウハウ>

URL: <http://a-works.org/seminar-movie/r/affiliate/>



概要 : 400 万円を稼ぎ出すアフィリエイトの仕組みについて詳しく解説しています。

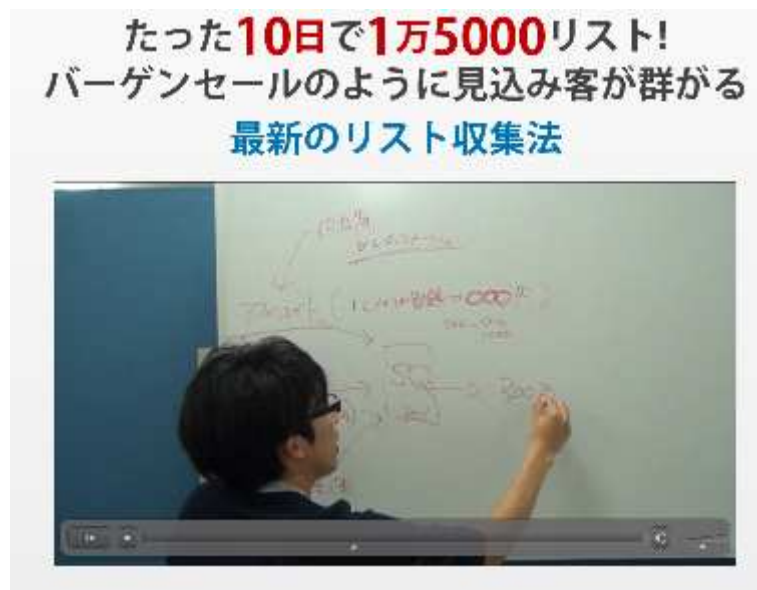
ブログアフィリエイトからスタートし、月収 25-30 万円から月収 400 万円まで報酬を引き上げた秘密を公開。ここで重要なのが、**ブログの作り方**と、**見込み客リストの取り方**です。

まず、**ブログの作り方**について。着実に売り上げを伸ばしているブログには、必ずと言って良いほどに、ある共通点が含まれています。それは、ブログで紹介している商品の「**レビュー記事**」を掲載していることです。ここで言う「レビュー記事」とは、実際にその商品を使用した感想や、使用開始までの具体的なステップを写真つきで説明したもののことです。ポイントは、あなたのお客様である**サイト訪問者（主に、超初心者）が使用開始までのイメージをしっかりと掴めるように記事を用意すること**！それができなければ、超初心者はずあなたのアフィリエイトリンクから商品を買いません。ここでは、ダイエットや FX 等の商品分野を問わず、超初心者向けに取り扱う商品のレビュー記事を書くことの大切さについて詳しくお話しています。

次に、**見込み客リストの取り方**について。あなたのブログの訪問者は、あなたのブログで扱っている商品に強い興味を持っている「**完全な見込み客**」です。せっかく自分のブログを訪問してくれた大切な見込み客を、訪問されたきりでどこかへ手放してしまうのは非常にもったいないことです。そこで、「**見込み客リスト**」を**自分のブログから取得する具体的な方法**と、**そこでゲットしたリストにどのように継続的なセールスをかけていくか**を詳しくお話しています。

<内容2 @たった 10 日で 15000 リスト集める集客ノウハウ>

URL: <http://a-works.org/seminar-movie/r/attract/>



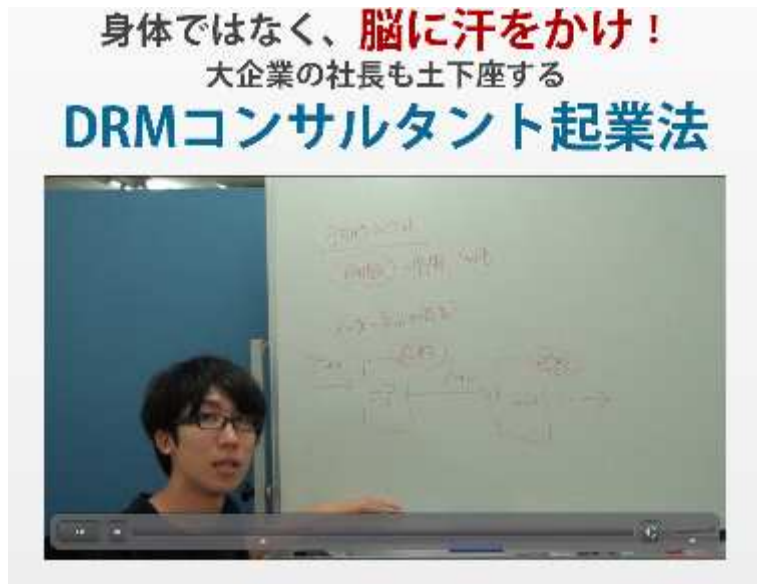
概要：株式会社 Catch the Web と a-works 株式会社の JV（ジョイントベンチャー）企画、CA (Contents A)メンバーシップで、10 日間で 15,000 もの見込み客リスト獲得方法について、詳しく解説しています。

まず最初に、**見込み客リスト**を収集する仕組みについて。見込み客を集めるには、専用のページが必要です。（これを**スクイズページ**といいます。）手順としては、取り扱う商品や企画に関係する**無料プレゼント**を用意し、それをプレゼントすると引き換えに見込み客の名前とメールアドレスを手に入れる、という流れになります。**スクイズページから登録されるメールアドレスは、あなたの商品に興味がある「完全な見込み客」**です。そこで集まった見込み客リストに、後日配信されるステップメールで商品価値を教育し、どんどんセールスをかけていくことになります。

次に、10 日間という短期間で 15,000 ものリスト収集を可能にした秘密について。ここでのポイントは**アフィリエイト**と**メルマガ広告**です。**アフィリエイト**については、アフィリエイトさんをお願いしてスクイズページにアクセスを流して頂き、そのアフィリエイトさんからご紹介頂いた方が、こちらのスクイズページからメールアドレスをご登録頂くと、**1 登録〇〇〇円(300-500 円)**というような成果報酬をお支払する、という仕組みです。**メルマガ広告**については、**1 配信××万円**という形で、アフィリエイトのような成果報酬型の方法ではありません。成果報酬型である分、広告費を支払ったにも関わらず、費用に見合うリスト数が獲得できないというリスクもありますが、一斉に多くの人に企画を知ってもらえるという大きなメリットを持っています。本動画では、以上の 2 つを上手に利用して、**短期間に効率よく見込み客を集めることができた秘密**についてお話ししています。

<内容3 @DRM を学びコンサルタント起業するノウハウ>

URL: <http://a-works.org/seminar-movie/r/marketing/>



概要：新規顧客を費用対効果よく集め、繰り返し買ってもらう仕組みの作り方について、詳しく解説しています。

具体的な方法としては、PPC 広告やアフィリエイトを活用してセールスレター（ランディングページ）にアクセスを集め、そこから一度でも自分から商品を買ってくれた人（購入者）に対してステップメールでセールスをかけ、別の商品または同じ商品のリピート購入を促していきます。

また、多くの会社が陥っている、頭打ちするビジネスモデルの形態と、その問題を解決に導くビジネスモデルについてもご紹介しています。

↓

3. クロージングビデオ作成

※すべてセミナー動画の終了後、自動的にクロージングビデオに切り替わる仕様になっています。

内容 1 @アフィリエイト実践編セミナーのオファー → その他セミナーのまとめ買いも勧める



概要：文字通り、無料動画でお話した内容の実践編です。具体的な内容としては、nozan が普段は話さない裏の思考のほか、毎日の具体的な作業について、ブログの構成、SEO 対策など、稼げるようになるまでのイメージがハッキリと見えるようになる動画のご案内になっています。

内容 2 @集客実践セミナーのオファー → その他セミナーまとめ買いも勧める

たった**10日**で**1万5000**リスト!
バーゲンセールのように見込み客が群がる
最新のリスト収集法



今すぐ、リスト収集実践セミナーを受講します

いえ、全ての実践セミナーをまとめて受講します

[この動画を再生する](#)

概要：これまで数多くのキャンペーン・マーケティングを手掛けてきた nozan が、現在サポートしているキャンペーンやアフィリエイトプロモーションの実例を個別に説明、そこでのポイントを解説している実践編ビデオのオファーです。実際に事例を挙げて説明していますので、何をするには何が必要で、何がポイントになってくるのかが手に取るようにわかるようになっています。

内容3 @DRM 実践セミナーのオファー → その他セミナーまとめ買いも勧める

身体ではなく、脳に汗をかけ！
大企業の社長も土下座する
DRMコンサルタント起業法

今すぐ、マーケティング実践セミナーを受講します

いえ、全ての実践セミナーをまとめて受講します

nozan.com

概要：コンサルタントとして起業していく上で、nozan のしていることをそっくりそのまま盗んで実践できるセミナーのオファーです。nozan がコンサルティングを行うに当たって、サンプルを提示しながら、具体的にどのような仕掛けを行うのか、どこのサービスや外注業者を使用すればいいのか等、弊社のコンサルティングで行っている内容を、具体的な数字を出して公開させていただきます。この実践編ビデオでお話しされている内容は、すべて nozan がそのまま実践して結果を残してきているものです。ですので、あなたはこのビデオを見て、そのままマネするだけで結果が出せるコンサルタントに変身することができます。

↓

4. アップセルビデオ作成

内容@更に3か月実践講座をご用意しました

URL: <http://a-works.org/seminar-movie/r/oto/>

セミナー動画をご購入いただきありがとうございます。
ご購入いただいたあなたにだけ
私からお伝えしたいメッセージがございます



概要：弊社によるコンサルティング、成功事例、クライアント様との戦略会議の様子、社内での極秘打ち合わせでの記録など、nozanのマーケティングプランおよびnozanの頭の中のすべてを公開させて頂く「**実践ステップアップ・オンライン勉強講座**」についての**特別オファー**です。

弊社事務所で撮影される様々な動画から、リピート購入率やコンバージョンが上がる仕組みのほか、クライアント様にご提案する資料まで、弊社の手がける販売戦略がどのように行われているか、その裏側をすべて公開させて頂きます。これをマネするだけで、あなたのマーケティング力の大幅な底上げを最短距離で可能にするオファーとなっています。

↓

5. サイトへのビデオの埋め込み作業

撮った動画を適当な形(flv、mp4 など)に変換してHTMLの中に埋め込みます。動画の形式はFLVが軽いのでオススメです。今回の動画は最終的にFlashを使って動画の途中でボタンが表示される仕様になっています。Flashをサイトに表示するにはHTML内に以下のタグを埋め込みます。

```
<object width="Flash の幅" height="Flash の高さ"><embed src="表示する Flash のパス" type="application/x-shockwave-flash" allowscriptaccess="always" width="Flash の幅" height="Flash の高さ" allowfullscreen="true"></object>
```

↓

6. 自社媒体（ハウスリスト）にビデオを流す

今回、広告は一切打たず
自社媒体にのみビデオを配信しました。（配信数：30,000）

そのため、広告費等の経費は全くと言っていいほど
かかっていません。

↓

7. 販売開始

全体の流れ



■「ハンディカムカメラ一つで、2日で100万円稼ぐ」ポイント

この企画の最大のポイントは、

「いかに手間をかけずに効率的に利益を上げるか」ということです。

販売開始までにしたことと言えば、

**ビデオを撮影し、それをサイトに埋め込んで
自社媒体にイントロビデオを流しただけ**です。

広告は、一切使用していません。

プロダクトローンチのように、数十日にもわたるキャンペーンを企画したり、急激に増加した見込み客の対応に追われたりすることはありません。

準備といっても、販売する動画を撮影してそれをサイトにアップするだけ。

準備作業がスタートすれば、確かに忙しいですがその時間も、撮影とサイトにアップするまでのたった2日間のこと。

プロダクトローンチのように、何週間、何カ月もの長期スパンで身も心も尽き果てるような膨大なエネルギーを費やす必要はないのです。

この点で、今回の販売方法は

**費用面・準備面ともに消費エネルギーの少なく済む
非常に効率の良い販売方法**と言えます。

■考察

今回、試験的に行った「ハンディカムカメラ一つで、2日で100万円稼ぐ方法」は英語圏で今、旬になっているノウハウです。

上記方法を実践してみてもの率直な感想としては、「まだ日本では少し早かったかな？」というところでしょうか。

というのは、目標売上額の半分しか達成できなかったからです。

ですが、顧客から喜びのメールを多数頂いたことから明らかなように本企画が斬新な仕掛けだったため更に濃いファンを掴むことができました。

ただ、売上こそ目標額を達成できませんでしたが日本初の試みとして、貴重なデータを多数得られたことが弊社にとって、大きな収穫になったことは確かです。

また、手間をかけずにこのようなビデオをサクッと撮影するだけで数十万円の売上が立つということは、販売者にとって非常に魅力的だと思います。

プロダクトローンチは、売上も最大化する分リストも大量に手に入りますが、その分、レベルの高いノウハウが求められることも多いです。

これに対して、「ビデオ一つで、2日で100万円稼ぐ」場合売上はプロダクトローンチを大きく下回りますが手間もノウハウも、プロダクトローンチほど高いレベルが求められるものではありません。

つまり、プロダクトローンチと比較しても全てにおいて気軽に挑戦できる方法だということです。

つまり、準備にかかる時間や手間は必要最小限であっという間にカメラ一つで数十万円の売り上げをあげることはそれほど難しいことではないんですね。

このような特性から、

プロダクトローンチや他の大きな案件をさばきながら

空いた隙間の期間を上手に使用して

今回ご紹介した方法を実践して頂くと、

スケジュール的にも、エネルギー的にも

非常に効率良く売り上げを伸ばすことができます。

また、動画でのアップセルオファーが正直心配でしたが

約 15%出ていました。

ですので、こちらも問題なく稼働するレベルだと思います。

プロダクトローンチと同様に、売上が大きく伸びずには

アップセルオファーの十分な準備が不可欠です。

ここを適当に済ませてしまうと

フロント商品が多数売れても、売上が伸び悩んでしまいますので

品質・価格設定を含め、十分に準備されることをお勧めいたします。

結論しましては、

「文章はなかなか書けないけれど、しゃべりには自信がある！」と言う方は

このようなオファーの導入を、是非一度ご検討頂ければ幸いです。

Game Changer DNA

By Dan Kennedy

<http://www.gamechangerdna.com>

最初にご紹介する事例は、ダン・ケネディのプロダクトローンチです。珍しい、というよりも初めてのダン・ケネディによるプロダクトローンチキャンペーンが行われています。ダン・ケネディは皆さんご存知のとおり、ダイレクトレスポンスマーケティングの超有名人で、Guru's Guru などとも呼ばれています。

彼は通常、プロダクトローンチフォーミュラのように、無料でコンテンツを出していく手法は使っておらず、これが初めての試みだそうです。

右がローンチのメインサイトです。動画が4つ、PDFのレポートが1つ用意されています。

その内容のレビューは後にして、同時に行われている Facebook 上のキャンペーンをご紹介したいと思います。



いまはプロダクトローンチ時には、Facebook を絡めるのが通常になっており、特にコンテスト型のキャンペーンを行ってバズを起こすのが典型的な手法です。

今回のコンテストでは、賞品として、2011 年のインフォマーケティングサミットへの参加権、または Kindle にダンケネディの書籍をインストールしたものをゲットできます。インフォマーケティングサミットは、毎年彼が主催している、その名のとおりインフォマーケティングのイベントです。彼の弟子の中で、特にインフォメーションビジネスで成功している連中を講師として集めて行われます。

詳細はこちらから。

<http://dankennedy.com/summit2011/#/page/1>

過去には、Frank Kern が自分の車を賞品にしたりと、色々手の込んだコンテストが行われるようになっていますが、今回のものはシンプルかつ典型的なコンテストになっています。これらの手法は日本でも盛り上がってくる可能性が十分にありますので、いまからアイデアを練っておくのも良いでしょう。

本レポートリリース時点では、すでに終わってしまっている可能性が高いですが、こちらが Facebook コンテストのメインページです。

<http://danscontest.com/>

SignUp ボタンをクリックすると、ポップアップが出てきて、Facebook とつながるようになっています。Facebook アカウントを持っていない人向けには、名前とメールアドレスを入れるオプトインボックスが用意されています。

If you connect with Facebook, we will be requesting the following information from you.

Access My Basic Information
Our primary use of your basic information, such as your name and photo, is used to create a unique contestant identifier.

Send Me Mail
We use your email address to send you contest updates, points earned, and a list of winners of the contest!

Access My Profile Information
We access your profile information to determine your likes and interests.

Please click the Facebook Connect button below and click the "Allow" button on the next screen.

facebook connect

OR, if you don't want to use your Facebook account, enter your info below:

Name:
Email:

Facebook Connect をクリックすれば、もうコンテストへの参加権が与えられます。

では、コンテストで賞品をゲットするにはどうしたら良いかというと、ポイントを積み重ねていくという簡単な仕組みになっています。

ゲームと同じように、何かアクションを起こすとポイントが加算されます。手間がかかるアクションほど高ポイントがゲットできる、という仕組みです。具体的には次のような計算です。

- Like ボタンを押すと 100 ポイント。これは誰でもできますね。
- Recommend すると 200 ポイント。Recommend はあんまり使っている人がいないかもしれません。Share ボタンと似ていて、Recommend されたページやサイトは、自分のウォールにサムネイルと共に表示されます。
- パーソナルメッセージ送信で 50 ポイント。Facebook のメール機能を使って、友人にリンクを送信します。手間がかかるわりに 50 ポイントしかもらえないのは、拡散性が低いからでしょうか。
- リンク貼り付けで 25 ポイント。自分のブログやウェブサイトなどにコンテストページへのリンクを貼り付けます。これは簡単な上に、バズ効果が薄いのでポイントも低めです。
- Comment すると 100 ポイント。これも誰でも出来ます。
- 友人にメール送信して 25 ポイント。
- 動画を作ってアップロードしたら 750 ポイント。これは誰でも出来ますが、手間がかかります。ダンケネディに対する推薦やコメントを述べている動画を作り、それをシェアするとポイントがもらえます。

そして、ポイントを稼いでいくと同時に、バッジがもらえます。



バッジをもらったからといって、特に何かあるわけではないのですが、一つもらうともう一個欲しくなる、という人間の習性を使った仕組みと言えます。以前ご紹介した、ゲーミフィケーションのコンセプトです。

この外部サイトのほか、ダンケネディの Facebook 公式ページにも当然ながらコンテストページがあります。

http://www.facebook.com/Glazer.Kennedy#!/Glazer.Kennedy?sk=app_1218407378998
[44](#)

ここから SignUp しても、上記と同じ流れでコンテストに参加できるようになっています。

さて、このコンテスト、どのようなツールで運営されているのかと調べてみると、コンテストシンプルというサイトのものようです。一応、サイト (<http://contestsimple.com/>) もありますが、中途半端にコンテンツが作られていないので、ベータ版なのかも知れません。

ともあれ、こういったツールが日本でも出てくると、コンテストキャンペーンは注目のメソッドになりそうです。

では、4 つ公開されている動画の内容を見てみたいと思います。

基本、ダン・ケネディの話は、インターネットマーケティングがテーマではありません。しかし、たくさんのインターネットマーケターをクライアントに抱えています。すなわち、どんなビジネスにも普遍的に通じる考え方を教えてくれるということになります。

私も最初にインターネットマーケティングを学ぼうと思ったときに目をつけたのが、ダン・ケネディのコピーライティング教材でした。かなり苦労しながら、英語の教材を学んでいた記憶があります。

動画 1.

最初の動画では、このプログラムの基本的なコンセプトが語られています。

■ シャイニー・オブジェクト・シンドローム

ダンケネディの主張と正反対に位置するのが、「シャイニー・オブジェクト・シンドローム」と呼ばれるもの。これはたまたに他の場所でも聞かれる言葉なので、知っておくと良いでしょう。シャイニー・オブジェクトとは、光り輝くもの、という意味で解釈できます。そして、シンドロームは症候という意味なので、「光り輝くものに誘惑されてしまう症候群」と理解できるでしょう。

光り輝くものとはいったい何でしょうか。インターネットマーケティングの業界では、光り輝くものが次から次へと出てき

ます。

たとえば、新しい SEO のテクニック、PPC を激安で出す方法、トラフィックを自動的に集めるソフトウェア、Facebook や Twitter の新しいプラグイン、などなど、思わず目移りしてしまうようなもの。それが光り輝くものです。

しかし、これらの輝きは実際のところ、ほとんどが幻想に過ぎず、本当だったとしても、基盤のあるビジネスを作ることはできない、というのがダンケネディの主張になっています。

では、我々は何に集中すればよいのでしょうか？

それがビジネスの基礎工事の役割を果たす、インフルエンスである、と言っています

どんなメディアを使っていようと、どんな業界だろうと、大企業だろうと、中小企業だろうと、人に影響を与えるインフルエンスがあれば、お金とお客さんを引き寄せることができる、というわけです。

ダンケネディはプライベートではインターネットはまったく使わず、携帯電話も使わないそうです。Facebook や Twitter などはもちろん使っていません。にもかかわらず、彼のクライアントには有名なインターネットマーケターたちが名前を連ねています。彼らはツールやテクニックではなく、どのようにして人に影響を与えるか、そしてモノを買ってもらうか、というビジネスの基礎を学びに来ているのです。

■ゲームチェンジャー

プログラムの名前にもなっている、ゲームチェンジャーというコンセプトの話。

かつて、ベニー・ビニオンという人物がいました。彼の親は馬のディーラーをしていて、その影響か、彼もギャンブルにのめりこんでいくことになりました。

ギャンブルで負け続け、お金を失っていく中で、彼はあることに気がつき、ゲームをチェンジすることを決意します。彼は自分がお金を払ってゲームをする側にい続けるのではなく、お金をもらってゲームをさせる側になろうと決めたのです。

彼はライバルと決闘し、相手の胸を打ち抜きますが、その後に自分で自分を撃ち、自己防衛のために殺したと言いつくします。その後、彼はカジノを作り、ポーカーのトーナメント（ワールドシリーズ）を創設し、資産を築き上げました。

すなわち、彼にとってのゲームチェンジャーは、お金を払って遊ぶ側から、お金を受け取る側になった瞬間だった

のです。ダンケネディによれば、他の業界においても、このようなゲームチェンジャーの機会があるという話です。

動画 2

次の動画では、引き続いてこのプログラムのコンセプトと事例が紹介されています。

■ USP

まず USP の話。USP はユニーク・セリング・プロポジションのことで、マーケティングを勉強したことがある方ならば聞いたことあるでしょう。事例として挙げられているのが、JS&A という会社。これはあなたもご存知、ジョー・シュガーマンの会社です。JS&A は、カタログ通販、テレビ通販で大成功した会社で、特にブルーブロックというサングラスを売りまくったことで知られています。



さて、では JS&A の何が優れていたのか？何が USP だったのか？

それは、“America’s Largest Single Source of Space-Age Products（アメリカで最も大きな最先端商品）”という 彼らのスローガンに現れています。

彼らはどんな商品でも扱っていたわけではなく、いまでいう「ガジェット」をオタクに販売することにフォーカスを当てていたのです。

■ 7つの鍵

本プログラムに含まれる「7つの鍵」の項目だけ紹介されています。

1. 商品ではなく、顧客（市場）が問題である。

あなたが売りたい商品ではなく、市場が欲しい、必要としているものを売るということです。

2. 大多数に傾倒しない

「大多数の人がやっていることを当てにしない。なぜならば、大半の人は間違っているからである。特にお金に関しては。」というのが彼の主張で、自己啓発の大家、アールナイチンゲールの言葉を引用しています。

“もしあなたが何かを成し遂げようとして、ロールモデルがないのであれば、他の人が何をしていた、何をしていた

いのかを観察することによって良いスタートができるだろう。”

この引用のとおり、他の人がしていることはやらず、していないことをやることによって成功できるわけです。

3. 人は何か新しいもの、違ったものを求めている。

先ほどの JS&A の例のとおりです。

4. 人はモノを買うのではなく、ストーリーを買う。

ストーリーテリングについての話です。以前、どこかで紹介しましたが、有名なのはサブウェイのストーリーテリング。彼らは一人の太った男性をピックアップし、彼にサブウェイのサンドウィッチを食べさせ続けました。その結果、その男性は劇的に痩せてしまいます。そしてサブウェイは、ファーストフードだけれども健康に良い、という業界唯一のポジショニングを得ることができました。

5. Money is the thing.

この項目は詳しく説明されていませんが、お金は大切なものである、という意味合いでしょう。

6. お金と富は、リストとそれとの関係に存在する。

これは一般的に言われているとおりですね。

7. お金を生み出すだけでなく、継続的な資産を作ること。

ここで言っている資産とはお金だけのことではありません。リスト、リストとの関係性、自社メディア、システム、知的財産権など、将来的にお金を生み出してくれるもののことを指しています。一時のお金を稼ぐだけでなく、こういった資産を築くことによって、ビジネスは安定しますし、場合によっては売却することもできるようになるということです。

動画 3

3 つ目の動画は、ダンケネディのクライアントからの推薦動画がメインになっていますので、詳細は省きます。

動画 4

最後の動画はいわゆるセールス動画です。プログラムの内容が紹介されています。ボーナスなどが色々について、価格は 1997 ドルになっています。

さて、このプログラムのキャンペーンでは、上記の無料動画のほか、ダンケネディの相棒、ビルグレイザーによるウェブセミナーや、ダンケネディのインタビューが公開されています。

こちらのサイトからまだ見ることができますので、チェックしてみると良いでしょう。

<http://www.gamechangerdna.com/replays/>

また、さらなるプロモーションとして、ダンケネディのクライアントであり、アフィリエイトであるインターネットマーケターたちとのライブインタビューも行われています。これは最近流行の手法で、大型のローンチ時には良く利用されています。

もう終わってしまっていますが、こちらは Mike Koengis とのライブインタビューのお知らせ。

件名 : Mike Koengis is now Live

Hi,

Our live webcast with the experts is off to a great start. If you haven't joined us, we currently have Mike Koengis on LIVE with us. Check it all out at GameChangerDNA.com/gamechangers. We only have it on for a couple more hours, come join us!

See you soon,
Dan

このようにあらゆる手法を使ってキャンペーンを行っているので、ローンチの事例としても参考になるでしょう。

Mass Control 2.0

By Frank kern

先月、Frank Kern の動画シリーズをご紹介しましたが、また新しい動画シリーズが始まりました。計 4 つの動画が用意されていますが、最終的には彼のメイン商品である Mass Control 2.0 のディスカウントキャンペーンに誘導されていきます。

この動画シリーズの始まり方はとてもシンプル。右図が、Frank から届いたメールの一通目です。次からのメールも同じかそれ以上にシンプルなものになっています。

この動画シリーズ、計 4 本あったのですが、内容は以前、Mass Control 2.0 のプロモーションで使っていた無料動画がメインでしたので、今号では詳しくはご紹介しません。

動画の作り方はかなりかっこよくできていますので、見たことがない方はチェックしておくとも良いと思います。

最初の動画はこちら。

http://www.inappropriatemarketing.com/?page_id=165

この動画では、Frank が有名になるきっかけとなった、恋愛系の教材をローンチしたときの背景について語っています。

二つ目がこちら。

http://www.inappropriatemarketing.com/?page_id=193

この動画では、Mass Control の代表的なテクニックのひとつ、Result in Advance (RIA) について語っています。RIA は結果を先に見せる、という意味で、商品プロモーションの段階で、すなわち売上の取引が成り立つ前に、顧客に結果を出させるというテクニック。この動画では、恋愛の教材で、それをどのように活用したかを説明しています。

三つ目がこちら。

http://www.inappropriatemarketing.com/?page_id=200

この動画のオープニング (3 分当たりのところから) はカッコいいので是非見てみてください。そのほかのパートも上



手く作られています。内容は彼がコピーライター、ジョンカールトンから学んだセールスのステップについてです。オープニングで弾いているギターはジョンカールトンからのプレゼントだそうです。

四つ目がこちら。

http://www.inappropriatemarketing.com/?page_id=208

Mass Control 本コースの内容を一部公開してくれています。これはちょっとご紹介しておきます。How to Make Money と題された動画ですが、インターネットビジネスの基本的なマインドセットが紹介されています。

ステップ 1. Buck The System

Buck The System とは慣用句で、常識に対抗する、といったような意味があります。大半のインターネットマーケターは他の人と同じように行動をしています。たとえば、恋愛の情報コンテンツを販売している人は、100 ドル以下の E ブックをフロントエンドで作成し、それをクリックバンク（米国のアフィリエイトサービスプロバイダー）に登録します。他の分野でもそれは同じで、みんなが同じようにやっています。

しかし、ダンケネディの動画にもあったように、それではその他大勢に埋もれてしまうことが予想されます。

たとえば、恋愛系の E ブックをグーグルで見えます。最初に出てくるのが、この分野でトップクラスの David Deangelo の E ブック。値段は 19.97 ドルでトライアル期間付となっています。

最初にこれを見た人は、恋愛系の E ブックはこれくらいが相場なんだと理解します。

さらに別なサイトを見えます。

こちらは同じく E ブックで、ボーナス付の 49.95 ドル。ちょっと値段が上がりましたが、50 ドル以下です。他のサイトを見ても、E ブックはほとんど 50 ドル以下になっています。



Choose not to upgrade, the full GuyGetsGirl.com system PLUS all of the other premium bonuses (without the bundle package contents) are still yours for the reduced price of

\$49.95

**Order GuyGetsGirl.com + Bonuses
for just \$79.95**

\$49.95

すると消費者は、まず 50 ドル以上のお金は出さないことがわかるので、あなたがこの分野でビジネスを始めようと思ったら、彼らと同じくらいの安い値段で出さざるを得ない、ということになります。

Step2. Charge More Money

次に、より多くのお金をチャージすること。もちろん、単に価格を上げるのではなく、他者がEブックを販売しているものをDVDにしたり、デジタルコンテンツとして販売しているものを物理的な商品にしたり、ボーナスをつけたり、といった細工をして価格を上げます。

価格を上げるのは、利益を確保するだけでなく、顧客にそれが良いものであると信じてもらう効果があるそうです。「高価なもの=ベストなもの」という無意識の信念が存在するためです。たとえば、フェラーリはベストな車であるわけではないですが、価格がトップクラスのため、最高の車だとみなされているのです。

通常のローンチと異なりまして、これらの動画が1日1個、4日連続で送られてきます。かなり急ぎ足ですね。それでもちゃんと見てくれるファンだけを相手にしているのだと思います。

Mass Control 2.0は元々1997ドルの教材です。今回はディスカウントキャンペーンということで、1577ドルで提供されています。分割支払いオプションもあります。

http://www.inappropriatemarketing.com/?page_id=204

インターネット上のダイレクトレスポンスマーケティングという分野に関しては、業界標準的な教材ですので、興味がある方はゲットしてみても良いでしょう。

Maria Andros Interview

次に Maria Andros に Joe Polish がインタビューしている内容をご紹介します。Maria は動画マーケティングのプロフェッショナルとして売り出しており、過去にいくつかの教材を出しています。一方の Joe Polish はダイレクトレスポンスマーケティングで有名な人物。カーペットクリーニングのビジネスをしていましたが、上手いかず、ダイレクトレスポンスマーケティングを学んで成功。いまはマーケティングを教えるビジネスをメインにしています。

このインタビューでは、動画の持つ威力と、動画マーケティングに求められるマインドセットについて語られています。以下からどうぞ。

■動画マーケティングを始めたきっかけ

2006 年、仕事をしながらも Youtube に目を付け始めていた。当時は自分の商品を買っているわけではなく、アフィリエイトとして他の人の商品を買っていたが、Youtube を使えば、無料でトラフィックを集められるのではないかと研究をしていた。

Youtube からは 1 日に 2 人のアクセスしかなかったが、直感的にこれはフォーカスを当てるに値するものだと感じた。そして自分の名前を世の中に出していく、ブランドを作っていくことにした。

■最初の頃の動画

大半の人はいまでも動画を作るのは難しい、やるのがたくさんあって大変だと思っているが、実際にはそうではない。最初の頃、Maria が作った動画は、カメラを手に持って、自分で自分を撮っているものだった。その状態でおりを歩いて、撮影をしていた。

当時は知らなかったが、これはパターン・インタラクションになり、見る人の注目を集めるのに有効な手法だった。

(パターン・インタラクション：パターンを変えて、注目を集めさせる方法。パワーポイントのプレゼンテーションからいきなり屋外撮影に切り替えたりすることによって、退屈さを与えないためのテクニック。)

それによってたくさんの視聴者がつき、自分の行動が注目され始めた。そして 100 万回以上の再生回数になり、売上も 1 ミリオンドルを達成することができた。広告を一切出すこと無しに。

※ちなみにその頃の動画がこちら。

<http://www.youtube.com/watch?v=aEOKQL1GTJA>

■パーソナルストーリー

Maria は美容学校をドロップアウトしたが、いまでは書籍にラッセルシモンズなどの著名な起業家と並んで紹介されるようになった。それはマーケティング、特に動画の世界では、パーソナルストーリーが重要な要素であるからだ。

たとえば、ジョー・ポリッシュが破産状態のカーペットクリーニング業からダイレクトレスポンスマーケティングを使って立ち直り、いまではマーケティングを教える立場になっているというストーリーは誰にもマネできない。この点は多くの人が見逃している。

■着飾らないこと

理解しておかないといけないのは、自分は自分以上になれないということ。有名になってくると、写真やサインを求められるようになるが、実際には何も特別なことはないし、個人的な問題も抱えている普通の人間である。もちろん、マーケターとして、自分には説得力があり、素晴らしい人物であることを知ってもらわなければならない。しかし、同時に、自分は何も特別な人間ではないと信じている必要がある。そうでなければ、傲慢になる。傲慢にならず、人と同じ目線であることが人から好かれる要因になる。

以前、ジョー・ポリッシュがニューヨークにいたとき、ボニーという女性に出会った。ボニーは、Maria のファンであることを知り、ジョンは当時から知り合いであった Maria に電話をつなげ、二人に話をさせた。このように、有名になれば、自分の知らないところで人の目に触れていることを意識することになるが、そのときであっても、自分がスペシャルな存在であると信じるべきではない。

■ファン層を作る

「スーパーサイズミー」を作った人物が、「Greatest Movie Ever Sold」という映画を作った。この映画が面白いのは、すべての制作費をプロダクトプレースメントによるスポンサーシップによってまかなっていることである。（プロダクトプレースメント：映画やドラマの中に、その企業の商品やロゴを入れる広告手法）

面白いのは、Youtube があれば、同じようなことが誰にでも可能なことだ。1 ミリオンダラーのアイデアがあれば、Youtube を使って実行に移せる。即座にアイデアにレバレッジをかけることができる。

それをするには、あなたのファンを作り上げていくことが重要である。あなたの顧客は確かに重要だ。顧客はビジネスの血液になる。しかし、ファンはあなたがすることをいつもチェックしている。何か変化をすれば、彼らはそれについてくるし、ギアを上げればそれについてくる。

偉大なアイデアを生み出すには、たくさんの馬鹿げたアイデアが必要である。動画はまさにそれで、もしあなたに才

能があれば、もしあなたにスキルがあれば、もしあなたにストーリーがあれば、あなたのことを注目してみる人が出てくる。彼らは単にエンターテインメントのために見ているのかもしれないし、何かを得ようとしているのかもしれないし、お金を払ってあなたにアドバイスを求めたいと思っているのかもしれない。

ジャスティン・ビーバーは、まさに動画の副産物である。彼は自分の才能を動画で表現した。それによって、多くの人が彼のファンになることができた。昨年、音楽の売上全体のうち 51%は彼のものが占めている。これは彼に熱狂的なファンがいた結果である。

ジャスティン・ビーバーの映画、「Never say Never」は制作費 18 ミリオン円の映画だが、現時点で 100 ミリオン円の売上になっている。この映画は、マーケティングを学ぶ上では絶対に見ておいた方がよい。

■ 動画マーケティングの始め方

もしあなたに何か伝えるメッセージがあるのならば、最初に行うことは、動画のハブを作ることだ。これは動画ブログでも良いし、Youtube のチャンネルでも良いし、シンプルなホームページでも良い。そしてそこで、視聴者の情報を取得するようにする。

重要なのは、一つの動画だけでコミュニケーションをしないということ。シリーズ物にすることだ。だから視聴者の連絡先を取得して、継続的にあなたの動画を見てもらおうようにすること。

そのためにはホームベースとなるハブを持つことだ。良い例として参考になるのが、アップルである。彼らが iPod を出したとき、パソコン業界はウィンドウズ一色だった。彼らは iPod を買いやすい値段で出すことによって、ユーザーを店舗に呼び込んだ。そこにいけば、彼らの Mac Book Pro が置いてある。それを見ることによって、アップルのファンじゃなかった人たちも、Mac を使うようになっていった。

だからあなたの動画は、何かを売り込むように作ってはならない。たしかにセールスページに置く動画は何かを売るために作るが、それ以外のものはすべて、あなたのハブに人を呼び込むために作ること。あなたの動画を小さな従業員だと考えること。彼らはあなたが寝ている間も、食べている間も、見込み客を呼び込んでくれる。実際にあなたの商品を買う前に、視聴者がそれを試せるようにしておくことだ。

■ コンテンツより重要なこと

いまはセレブリティに注目が集まる時代である。さらにいえばゴシップの世界に我々は生きている。統計によると、アメリカ人が交わしている会話のうち、2/3 は人に関するゴシップである。

そういう意味で、動画マーケティングにおいては、コンテンツよりもエクスペリエンス（体験）が重要になる。エクスペ

リエンスをうまく使っている企業としてはヴァージンが有名だ。

もちろん、コンテンツは重要だ。視聴者に役立つもの、彼らの人生を良くするもの、こういったコンテンツを調査し、作ることは重要であるが、さらに重要なのがエクスペリエンスである。よりわかりやすくいえば、ビハインド・ザ・シーンを見せることである。

※ビハインド・ザ・シーンというのは、その背景にあるもの、という意味です。良く動画やストーリーテリングのタイトルとして使われます。たとえば、「ビハインド・ザ・シーンズ・オブ・ミリオンダラーローンチ（ミリオンダラーローンチの裏事情）」みたいな感じで使います。

ラリーキングは有名な司会者で、いつも完璧な司会ぶりを見せている。しかし、彼の動画で最も口コミになって広がったのは、彼の機嫌が悪い一日を追った動画だった。人々は完璧さなどは求めていない。その背景にあるものを知りたいのである。

人々はキャラクター性があるもの、体験を与えてくれるもの、いま実際に活動している感があるブランドを好む傾向がある。もしそれを提供できないのであれば、ビジネスは落ち込んでいこう。

スターバックスを見れば、わかるとおり、体験により高いお金を払う。決して世の中すべての人に受け入れられる必要はなく、小さなセグメントに高い価値を提供できさえすればよい。

たとえば、ジョー・ポリッシュのメインの収入源の一つが、25K グループというものだ。これは参加するのに、25000ドル/年間かかるコーチングプログラムである。ジョー・ポリッシュのことを知っている人であっても、このプログラムの存在を知っている人は少数である。しかし、それでも成功しているといえる収入を生み出すのには充分だ。

また、ジョー・ポリッシュの本業、カーペットクリーニングのビジネスも同じだ。このビジネスは順調に利益を上げているが、世の中の大半の人はこのビジネスの広告を見たことは無い。しかし、それでも充分な利益が上がる。

あなたは必ずしも巨人になる必要はなく、少人数のグループとタイトな関係を築けていれば、1 ミリオン以上の収入を得ることができるのである。

※25K グループのサイトはこちら。

<http://www.geniusnetworkmastermind.com/>

■手作りの動画

動画を作るのに構えることは無い。iPhone やフリップカメラを持ち歩いていれば、どこでも撮影ができる。何もすべてを全員に公開する必要は無く、公にするもの、プライベートなもの、少人数のグループ（コーチングメンバーな

ど) だけに公開するもの、などのように使い分ければ良い。

25K グループにジョン・ベンソンという人物がいる。彼はすでに富を築いているが、ダサイ動画のセールスレターのプロである。先日、ダンケネディのスーパーカンファレンスでジョー・ポリッシュが講演を行ったときのこと。壇上からジョーがある商品をプレゼンテーションを行ったところ、これまでのスーパーカンファレンスで最も売れた商品になった。

その商品は Triple X Halbert というもの。これは 1997 年に私とゲイリー・ハルベルトが行ったコンサルティングの様子を収録した商品である。ゲイリー・ハルベルトはダイレクトレスポンスマーケティングの伝説である。どのようにしてそれを販売したかという、ジョン・ベンソンが作ってくれた、非常に単純で、なんの飾り気も無い 7 分間の動画を見せただけである。

その動画を会場で流したところ、1200 人のうち、500 人が列を成した。数百人の人はもう手に入らないと感じて、並ぶのを止めてしまったが、それでも 6 桁の売上を記録した。

Maria Andros の動画はさすがに上手くできているので、見たことの無い方はチェックしておくといいでしょう。こちらから登録すると、動画シリーズが送られてきます。

<http://www.videoconversionformula.com/index.html>

FB Application Generator

<http://fbcash.com/sales/fb-app-generator-webinar-2>

次に、今月気になった教材をご紹介します。こちらの FB Application Generator がそれ。教材というかソフトウェアですが、その名のとおり、Facebook のアプリケーションを作ってしまうソフトウェアです。

Facebook のアプリケーションを作るには、海外だと通常、2,000 ドルほどかかります。が、こちらのソフトウェアを使うと、自分でもそこそこのクオリティのものが作れてしまうという優れたもの。

Facebook アプリは意外と知らない間に使っていることが多く、こういったものなのか、いまいち知らない人もいます。

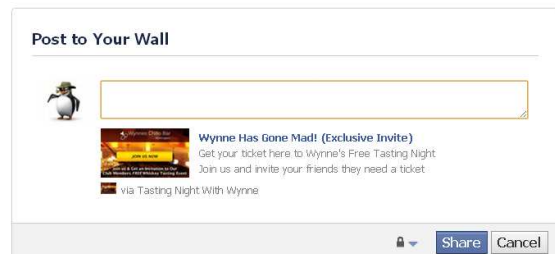
ここで紹介されているのは、ごくシンプルなアプリ。お店のクーポンを発行できるアプリです。

たとえば、右図のようなもの。アプリを作ると、それにアクセスするための専用 URL が発行されますが、こちらのバーのアプリでは、ウイスキーを無料で試飲できるクーポンが用意されているようです。



ここで Join us Now をクリックすると、アプリをシェアする画面に遷移します。ここで自分のコメントを書き込んで、自分のウォールに書き込むわけです。

すると自分のフレンドにもこのクーポンを知らせることができます。その処理が終わると、図のようにクーポンがゲットできます。



アプリの最大の利点は、上記のように口コミで広がりやすいということもありますが、なんといっても、ユーザーの情報を取得できる点でしょう。

Facebook ページにいくらファンがいたとしても、そのページのオーナーは、ファンの情報を取得することができません。



つまり、ファンに連絡をしようと思ったら、ウォールに投稿してみてくれるのを待つか、ファンだけに広告を出すしかありません。

ところが、アプリでは、ユーザーに情報を取得できるため、Facebook からメールを送信できます。これは大きな利点といえるでしょう。

さらに良いことに、普通のオプトインと異なり、ユーザーはクリックをすれば良いだけ。自分で名前やメールアドレスを入力して、という手間が省けるために、圧倒的にユーザー獲得の敷居が低くなります。下記が Facebook ページとアプリを比較した図です。

	Facebook Fan Pages	Facebook Applications
Link On Wall	✓	✓
Newsfeed Communication	✓	✓
Custom Url	✓	✓
Live Statistics	✓	✓
Capture Facebook Email		✓
Add To Facebook Event		✓
Image Post Wall		✓
Redirect To External Website		✓
Information Capture		✓

さて、この FB Apps Generator では、先のクーポンみたいなアプリが簡単な設定で完成してしまうのですが、問題はそれをどのようにしてビジネスにするのか？という点。

もちろん、自分のビジネス用のクーポンなどを作っても良いのですが、このプログラムの作成者は、ローカルビジネス向けのコンサルティングに使うことを薦めています。

ルーツでも過去ご紹介してきましたが、海外では、ローカルビジネスをコンサルティングするビジネスが盛り上がっています。地元のパパママストア、自動車修理工場、土業、医院などなど、すでにビジネスをしているものの、インターネットマーケティングについては素人なビジネスを対象にしたコンサルティングです。

彼らはマーケティング予算はあるものの、インターネットマーケティングの知識が無いために、いまだにイエローページなど、オフラインの広告に頼らざるを得ない状況になっています。それをあなたが手助けしてあげるというわけです。

そこでこのクーポンアプリが登場します。飲食店などは、まさにベストな顧客層です。多少先進的なお店は Facebook ページくらいは持っているかもしれませんが、それをどのように活用すれば良いのか、ほとんど理解していません。これは日本でも海外でも同じようです。

なのであなたはそういったローカルビジネスからお金をいただいて、アプリを作成、彼らのためにマーケティング活動をしてあげます。

すでにこの方法で成功している例があるらしく、コンサルティングの平均単価は、初期費用（アプリセットアップ等）が 1500 ドル程度。月々の費用（継続的なプロモーションの代行）で 350 ドルくらいが妥当だそうです。

初期費用が 1500 ドルなのは、調べればアプリが 2000 ドルで作れることがわかるため、それよりも低い値段に設定しているという理由です。

それほどビッグビジネスになるわけではありませんが、手間もかからず簡単なため、副業にはもってこいなビジネスになります。

Membership Snap

もうひとつ、面白いサイトをご紹介します。これは今のところ、ベータテスト中ということで無料なので、試してみると良いでしょう。

名前のとおり、会員制ビジネスに関連したサイトですが、なんとメンバーシップサイトを簡単に作れてしまうというもの。ご存知のとおり、コンテンツビジネスなどで安定したビジネスを築こうと思ったら、会員制ビジネスは必ずといっていいほど取り組まないといけないテーマです。

そして、提供するコンテンツはあったとしても、問題になるのが、そのサイト構築や課金のシステムです。特に日本ではメンバーシップサイト構築のためのノウハウは皆無。高いお金を払って業者に作ってもらうくらいしかできません。しかし海外は事情が違います。

ルーツで使っている WishList (<http://member.wishlistproducts.com/>) や、aMember (<http://www.amember.com/p/>) など、安価でメンバーシップサイトが出来てしまうソフトが存在します。

が、それでも問題になるのが、インストールや設定の面倒さ、難しさです。正直、ウェブに詳しい人じゃないと導入は無理でしょう。

そこで登場するのが、Membership Snap。snapという言葉のとおり、あっという間に自分のメンバーシップサイトが作れる、というコンセプトで生み出されたものです。

こちらのページから今だけ無料で登録できます。(音が出ますので注意。)

<http://www.membersnap.com/>

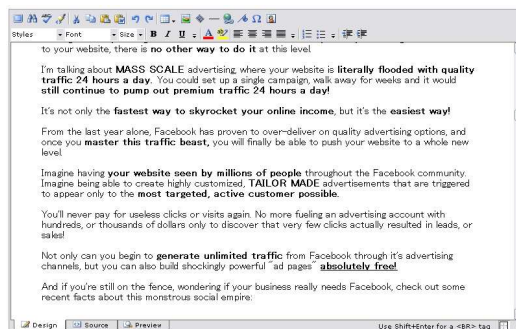
登録するには、まず Facebook プラグインで組み込まれている Like ボタンを押す必要があります。要は口コミで広げてくれ、というわけです。さらに進んでいくと、ID とパスワードを設定する画面が出てきますので、いわゆるとおりに設定していきます。

そして、アカウントを作れば、すぐにメンバーシップサイトを作れる管理画面にログインできます。実際にさくっと作ってみたのがこちらのサイト。

<http://roots.membersnap.com/>

まず、ドメインはサブドメインになりますが、自由に設定できません。次にデザインやコンテンツですが、テンプレートがいくつか用意されており、その中から選ぶことができます。基本海外情報商材系のデザインなので、ここは自作が必要です。

ブログを書くように文字や画像をいじることができます。日本語にしても大丈夫です。



さらに、無料だからといって、チープな作りになっていないところが好感持てます。

- ・決済・・・重要な決済手段はPaypalが使えます。Paypalのメルアドを用意すれば、月額課金の設定なども簡単にできます。
- ・アフィリエイト・・・なんとアフィリエイトの仕組みまでついています。もちろん、コミッション率などは自在に設定できます。
- ・商品・・・メンバーシップサイト内でダウンロードしてもらった商品も随時追加、編集可能。値段がドル建てしか選択できないのが難点。
- ・メンバーシップレベル・・・複数階層のメンバーシップが設定可能。A ランクのメンバーに見せる内容と B ランクのメンバーに見せる内容を変えるなど、簡単に設定ができます。

このように、そこら辺のメンバーシップソフトウェアで出来ることは大概出来てしまいます。かなり使えるでしょう。商品価格だけドル建てなのがネックです。一般の商品に使うのは無理かも知れませんが、一部のコンテンツビジネスであれば、見せ方次第で実際に活用することが出来そうです。

Facebook アップデート情報

さて、最後に Facebook ネタをご紹介します。

Facebook ユーザーの方ならば、最近、色々と画面や機能に変化が現れていることに気が付いているでしょう。これらの変更については、先日行われた、F8 という開発者向けのカンファレンスで解説されました。

ユーザーにはほとんど案内が無いので（特に日本語では）、戸惑う人も多いでしょう。

F8 以降、様々なサイトやブログで、これらの変更について紹介がなされています。特に大きな変更として挙げられているのが、TimeLine と Subscription です。

TimeLine は新しいプロフィールページといえるもので、自分のプロフィール、歴史、コミュニティなどをストーリー形式で紹介できる機能です。

といってもイメージが付きにくいと思いますので、こちらの公式ページを見ていただくと良いと思います。

<https://www.facebook.com/about/timeline>

写真がメインになっていて、かなりインパクトがあります。

こちらは Social Identities というサービスを運営している Hugh Briss さんのタイムライン。トップの写真次第でイメージがガラリと変わります。



TimeLine に関する情報は、いまのところほとんどが機能説明程度のものであり、これをどのように活用するか？ についてはまだまだ模索中のようです。

そもそも自己表現が弱い日本人にこういったものが普及するのか、という大きな疑問があります。が、見逃せない情報として、Facebook ページ用の TimeLine が登場するのでは？ という予測があることです。

右の写真は、Mashable というサイトから引用した、Facebook ページの TimeLine のイメージ図です。

これが実現すると、ビジネスの紹介をするのには非常に優れたツールになる可能性があります。いずれにしろ、乗り遅れないよう最新情報をチェックしておくとい良いでしょう。



次に Subscription。

ご自身のページからも Subscription のボタンは見えると思いますが、大半の人は何のために存在するのかわからないでしょう。Subscription は個人ページに付加されている機能です。下記画像の矢印部分に Subscription ボタンがあります。



そして、Subscribe すると、その人の最新のアップデート情報が自分のトップページに表示されるようになります。

では、Subscription と Friend はどう違うのか？

まず、Friend は 5000 人までしか追加できないのはご存知のとおり。一方の Subscription は今のところ人数に制限が無いようです。

また、Subscription による情報は一方通行です。つまり、Friend になるとあなたの情報も相手に届きますが、あなたが誰かを Subscribe しても、あなたのアップデート情報は相手には届きません。

つまり、Friend になるほどでもないけど（または知らない人なので Friend にはなれないけど）、その人の情報を知っておきたい、というときに使うのが Subscription というわけです。

Facebook ページをファンになると近い感覚です。一応、紹介のされ方としては、

関係が遠い Facebook Page Fan < Subscribe < Friend 関係が近い

というような位置関係になっているようです。ブログの RSS を購読するのと極めて近い感覚といえるでしょう。

以下の図は、Facebook ページと Subscribe の違いをチャートにしたものです。

Here are some specific features of each product:

	Profile with Subscribe 	Page 
Updates from Friends in Your News Feed	✓	
Quick Mobile Updating	✓	
Publish to Unlimited # Subscribers / Fans	✓	✓
Multiple People Can Admin		✓
Insights of Fan Demographics and Activity		✓
Custom Tabs and Applications		✓
Target Updates by Location and Language		✓
Promote with Ads and Sponsored Stories		✓

このような機能が追加されていくということは、ますます個の力が重視されていく世の中になっていくことを意味しているようです。ビジネスで Facebook を使うにしても、その代表や社員のパーソナリティ、ストーリーが極めて重要な位置づけになってきます。

その他、自分のトップページの右側に表示される ticker という機能が追加されています。これは見てのとおり、自分がファンになっているページや友人の最新情報が紹介されていくもの。



中央に目を向けると、以前あったような、最新情報とトップストーリーという切り替えタブは消え、ひとつの表示形式に統一されていることがわかります。

そしてニュースフィードの左上に青い三角が付いているものは、あなたにとってのトップストーリーです。つまり、あなたが頻繁に交流している友達や頻繁にチェックしているページのアップデート情報には、このような青い三角が付いてくるというわけです。もし不本意なものがトップストーリーになっている場合には、青い三角をクリックするとオフにできます。

こちらはザッカーバーグのニュースフィード。自分ではコメントとか Like を押した覚えは無いですが、他の多くのファンがコメントなり、Like なりを押しているの、エッジランクが上がり、自分のトップストーリーになっているようです。



Facebook ページを作ってビジネスをしている側としては、これまでどおり、ファンとのエンゲージメント率が重要なのは変わりありません。すなわち、ファンが 1 万人いるけれども、コメントが 10 件しか付かないのと、ファンは 1000 人だけでも、コメントが 30 件付くのでは、後者の方がスコアが高いということです。

左のポストは 5 万回近く見られていますが、フィードバック率は 0.37%。一方の右のポストは 3 万回弱しか見られていませんが、1.17%のフィードバックがあります。どちらがエッジランクが高くなるか、すなわちトップストーリーになりやすいかといえば、右のポストになります。



その他、セキュリティやプライバシー設定について細かいアップデートがあったのと、来年にかけても新しいアップデートがあるようなので、目が離せないところです。

英語ができる方は、Brian Solis のブログなどをチェックしておくといいでしょう。TimeLine についても説明されています。

<http://www.briansolis.com/2011/09/the-new-facebook-a-timeline-for-personal-discovery/>

さて、いかがでしたでしょうか？

CA マーケティングレポートでは次回も最先端の英語圏マーケティングと、
非常に価値の高い日本での実践事例をご紹介しますので是非ご期待ください！



株式会社 Catch The Web

a-works 株式会社

※本特別マーケティングレポートに関するお問い合わせについては下記メールアドレスまでお願いします。

お問い合わせ先メールアドレス → info@a-works.asia