



## CA マーケティングレポート 2012.05



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 2012.05

<今月号の目次>

1. フランクカーンの新プロモーション ~お客さんの憧れを形にしよう~
2. セールスは悪だって? ~マーケッターがもつべきマインド~
3. iPhone アプリで 40,000ドルビジネスを作った方法
4. 動画作成のコツ ~販売に使える動画を作ろう~
5. リストからビジネスを生み出す方法

こんにちは。横山です。

今月のマーケティングレポートは、海外の情報盛りだくさん。あなたのビジネスのヒントになるものも、きっとたくさんあるでしょう。ぜひ、学んだことはすぐに活用して、売上につなげましょう。

ここで Contents-A に参加されている理由をあらためて、思い出してみましよう。

あなたが Contents-A に参加されている、その一番大きな理由はなんでしょうか？

ほとんどの人に当てはまる理由は、ビジネスでの売上を伸ばしたい、ビジネスを作りたい。要はもっと稼ぐために、参加した。という方が多いでしょう。他には、常に海外の最新情報に触れておきたい人もいます。それもまた良いと思います。情報は常に新しい物、刺激のあるものに触れておかないと、感性もにぶるし、良い発想も生まれてきません。

では、売上を伸ばすためにもっとも必要なことは何かというと、私は「やってみること」以外にないと思います。うまくやることより、とりあえずやってみることに価値があります。たぶん、とりあえずやってみることの方がカンタンなのに、変な話ですよ。このマーケティングレポートを読んでいたたり、オンラインセミナーを聞いたりすれば、1 つや 2 つは必ずピンとくるものがあるはずですよ。(私は海外の情報を仕入れるたびに、1 つ会社を作れるんじゃないかと思うくらい、やってみたいことがたくさん思い浮かびます)

よく質問されるのですが、

「横山さんはよくアイデアがたくさん出ますね。何かコツとあってあるんですか？」

正直なところ、けっこう無意識でやっていたんですが、改めて考えたら、「今日聞く話で、自分のビジネスに役立つものを最低 1 つは見つけよう」とか、「何か実践して、売上を伸ばすヒントを得よう」とか、とにかく「やってみること」につなげる意識は強く持っています。

これはセミナーに参加するときもそうだし、動画を見るときもそうだし、本を読むときもそうです。「今日手に入れる情報で、どれだけビジネスが大きくなるかなあ」と、わくわくしながら勉強すると楽しいです。わく

わくすると、たぶんですが脳が刺激されて、アイデアもたくさん出てくるんだと思います。私も Contents-A で野山さんとオンラインセミナーをやっているときに、野山さんの言葉からいろいろヒントをもらいます。「これはすぐにやってみよう」、そう思って良いと思ったものはすぐにやります。今は、会社のメンバーに話して、チームで進めています、個人でやっている人はもっとスピードが速いと思います。

不思議なことに、多くのひとは、あまり「すぐやる」ということをしないとします。でも、それはとてももったいないです。うまくやれなくて、悔しい思いをしたり、恥ずかしい思いをすることもありますが、そんなのは成功することに比べたら、余裕で受け入れられます。もっといっぱいチャレンジして、失敗しても、ビジネスでは1つでも成功したら勝ちです。

今日もあなたは、新しい情報に触れます。それは、今まで見たことがあるかもしれない情報ですが、今日出会うことに、何かの意味があると私は思っています。前見たときは、まだ「やってみる」タイミングではなかったのかもしれないし、今日動き出すための踏み台だったのかもしれない。

私の友人たちで、ビジネスで成功している人はたくさんいます。もちろん野山さんもそうです。野山さんのすごいところは、実践するスピードです。彼はとても頭の回転が速いと思いますが、ホームページを作れるわけじゃありませんし、プログラミングができるわけじゃありません。野山さんが成功しているのは、「やってみる」スピードが人よりはやくいこと。それが一番の要因だと思います。私も、デザインもできないし、プログラミングもできませんが、社員も雇って、会社としても成長していけています。人より、どんなところが優れているかというと、やっぱり野山さんと同じく、「やってみる」スピードが速いことかなと思います。

別に成功するために、特殊な能力とかはいらないと思います。毎日しっかり勉強して、ピンときたものはすぐやる。それだけで、ほとんど人より速く結果を出せます。

Contents-A 以外にも、日々勉強していることはあると思います。それも、何か「やってみる」ことを探す意識を変えるだけで、今までと大きく変わってくるかもしれません。ぜひ、あなたのビジネスを成功させるために、勉強してみただけいたら嬉しいです。

## フランクカーンの新プロモーション

### WOULD YOU LIKE TO PARTICIPATE IN A COOL MARKETING EXPERIMENT?

(I'll Share the Case Study With You If You Do)



フランクカーンの新プロモーション。毎回思うことですが、今回も惹きつける動画を作っています。彼の動画の特徴は、「ターゲットとなる視聴者が憧れるような姿を魅せつける」ことです。彼は以前アンケートをとって、どんな暮らしに憧れるか、など理想とする姿についてアンケートをとりました。そこで出てきた答えが、「好きな時に、好きなだけサーフィンをする」ことであつたり、「リッチな暮らし」であつたりで、彼はその要素をできるだけ動画に入れるように工夫をしているそうです。

例えば、今回の動画。上のページのキャプチャーを見ると分かるとおり、大きなテーブルに座り、背景には豪華な家具（本棚のようなもの？）があります。そこには、ブルース・リーなどスターの写真を並べています。それも大きな写真。こういう写真がある家について、私たちは何を感じ取るか？それは、「お金持ち」「セレブ」「余裕・ゆとりのある人」というイメージだと思います。それを彼は意図的に、演出しています。服装もそうでしょうし、髪型もそう。すでに成功した人が醸し出す雰囲気（彼はすでに十分成功者ですが）を、効果的に演出していますね。

話す内容も、しっかりと考えて作られていますので、今回はその内容をお届けしたいと思います。ぜひ、あなたのマーケティングの参考にしてください。

<ココカラ>

この動画ではあなたのビジネスを5倍成長させることについてお話しします。5倍の収入、5倍の充実です。あなたのビジネスを5倍成長させるには、4つの柱が必要です。どれが欠けてもい

けません。

1. 成長するために邪魔なものは捨てること
2. 3つの戦略を吸収すること
3. (すでに実績のある)方法を実行すること
4. 太陽に向かって成長する

### 1. 成長するために邪魔なものは捨てること

成長するために何が必要かを考え、すばやく決断し実行しよう。すばやく行動するには、行動を妨げるものは排除しなければならない。特にあなたの集中を邪魔するものに対処しよう。

前にフォーチュン誌のランキングのトップ500社のCEOにしたインタビュー記事がある。「毎日何時間も働いていると思いますが、生産的なことをしているのは1日何時間くらいですか」と。返答はだいたい90分だった。彼らは高給をもらっているが、それに値する仕事をしているのはそれくらいの時間らしい。

僕らも同じだ。毎日生産的でないことに時間を取られすぎている。生産的なことに集中すれば、収入が何倍にも上がる。仮に週6日で1日6時間働いておきましょう。同じくらいの時間インターネットを使っているだろう。ここで問題なのは、インターネットは集中を乱すには最高のツールであることだ。特に今は時間をつぶせるサービスがたくさんある。Facebook、Twitter、Blogなど、他にもたくさんある。

本当に生産的な仕事とは、2つある。1つめは、顧客からお金をもらうためにすること。コピーを書いたり、広告を作ったり、動画を撮ることなどが含まれる。2つめは、顧客との契約を守ることだ。購入いただいた商品を配送したり、サービスを提供したり、コンサルティングをしたりすることが含まれる。

これらの仕事以外のことは、価値がない。おそらく生産的な仕事（に関連すること）は1日のうちせいぜい2時間くらいしかやっていないだろう。現状維持で良いならそれでもいいが、今の5倍成長するには考えなおすべきだ。

ここで僕が提案するのは、コンピュータの前にいる時間を減らすことだ。その代わりに、あなたのビジネス戦略を考える時間を作ろう。それとPVP Index（充実感と価値と利益性のスコア表）を作ることにも時間を使おう。お金というのは、そのマーケットで最も価値があるものについてくる。では最も価値があるものをどうやって作ればいいのか？それにはどうしても気力や意欲がいる。邪魔されていたら作れないね。生産的な仕事をする時間が必要だ。では生産性を上げるにはどうすればいいだろうか？

ここで例を使って説明しよう。平均的なインターネットマーケターは月に 1 万ドル稼ぐ。生産的な仕事をする時間は 1 日 2 時間で、様々なことに邪魔されてる時間が 1 日 2 時間あるとする。つまり邪魔されてることを排除して生産的な仕事をする時間を 1 日 4 時間にすると、収入は月 2 万ドルになる。

ではここで PVP Index を上げるためのトレーニングをしよう。

Activity	Personal Fulfillment	Value To Marketplace	Profitability	
Launches				
Consulting				
Coaching				
Affiliate Promotions				

まずノートにマス目を書いて欲しい。次に上列に Activity (活動)、Personal Fulfillment (個人的な充実)、Value to Marketplace (市場に与える価値)、Profitability (利益性) を書く。次に左行にあなたのビジネスの活動を書く。ここでは Launches (商品発売)、Consulting (コンサルティング)、Coaching (コーチング)、Affiliate Promotions (アフィリエイト) としている。次にそれぞれのマスに点数を入れていく。

Activity	Personal Fulfillment	Value To Marketplace	Profitability	
Launches	4	7	6	17
Consulting	10	10	8	28
Coaching	10	10	10	30
Affiliate Promotions	3	7	10	19

これで PVP Index が完成した。これを見れば利益性が高いのは何か、などが一目でわかる。利益性が高い活動に集中すれば、収入が上がっていく。しかし充実感に集中するのもいいだろう。

充実感があれば、働いていても仕事とは感じずに楽しいと感じるだろうから。どれに集中するかはあなた次第だ。PVP Index を使って収入を上げるプランを建てよう。

## **2. 3つの戦略を吸収すること**

このままでも収入は上がるだろうが、5倍にするととなると、戦略が必要になる。ここでは3つの戦略を紹介しよう。

- 戦略 1. 取引額の平均を上げよう
- 戦略 2. 顧客ごとの取引額を上げよう
- 戦略 3. 顧客の数を増やそう

取引額を上げるには、アップセルやクロスセルなどが有効だ。今の顧客が1回の購入で100ドル支払ってもらっているとしたら、200ドル支払ってもらう方法を考えよう。

顧客ごとの取引額を増やすにはいくつかの工夫があるが、同じリストの人に別の商品を買ってもらったり、有料の会員サービスを作れば、年間の収入は何倍にも上げることができる。

最初は月1万ドルだったのが、取引額を2倍にあげて2万ドル。1人あたりの取引額が100ドルだったのを2倍にあげて200ドル。そして顧客の数を2倍に増やす。これで8倍の8万ドルになる。

## **3. (すでに実績のある) 方法を実行すること**

このセクションは実は簡単だ。アップセルやクロスセル、リストの人数を増やす方法など、すでに実績がある方法はたくさんある。レアで誰も知らない方法を使わなければ失敗を回避することができる。昔ながらの、沢山の人が使って実績を上げてる方法を使おう。

## **4. 太陽に向かって成長する**

ここでいう太陽というのは比喻で、期待値が高いグループのことだ。大きな成功を求めている人たちは、活動量や集中力が高いものだ。あなたもそのグループに入ると、自然と彼らと同じレベルの仕事をするようになるだろう。

(ここからフランク・カーンが主催する [5xgroup.com](http://5xgroup.com) の宣伝。すでに募集は終了)

# セールスは悪だって？マーケッターが持つべきマインド

## Is Selling Evil?

Posted: April 5th, 2012 under [Motivation & Acceleration](#).

Some people would like to have you think so.

I recently saw a blogpost by a guy who likes to preach the "evils" of selling...like how anyone trying to make money through sales is just greedy and bad.

And some people actually eat up the drivel he spins...as he "sells" them on his own ideas of the depravity of selling. Ironic.

***But really what kind of society would we be living in if there was no selling...no marketing?***

***Would there be any jobs?***

***Would there be any entrepreneurs?***

***But why does "selling" often get a bad reputation?***

***Why do some people act as if they are "above" selling...as if marketing is some sleazy maneuver strictly to manipulate the innocent and feed the greed?***

This is something I take very seriously.

Please watch this short video (under 4 minutes) and I will give you **my favorite definition of selling, plus explain why selling has gotten a bad rap and why it's actually the "oxygen" of your business.**

Please hear what I have to say below...



<http://www.richcleaner.com/blog/2012/04/05/is-selling-evil/#>

私たち、というよりも特に日本人にありがちな考え方もかもしれませんが、「セールス」に躊躇する人が多いように思われます。これは知識やテクニックというより、マインドの話になりますね。海外の情報で、参考になる記事がありましたので、紹介します。

<ココカラ>

セールスは悪だって？

私の友達のダン・シルヴァンはセールスをこう定義しています。「セールスは、人と知的につながって彼らに良い未来をもたらすよう、行動を起こさせる感情をかきたてること」だと言っています。この定義は素晴らしい。

マーチン・ルーサー・キングは人々と知的につながり、良い結果を得るために行動を起こさせた。マザー・テレサもケネディ大統領も同じ事をした。そして全てのセールスマンも同じ事をしている。ヒトラーもね。ヒトラーは知的に感情的に人々と繋がり、大量殺人を起こさせた。これは良いことではない。

もし、セールスが良くないというのは、酸素を吸うのが良くないと言っているようなものだ。人

間は酸素なしにはいきられない。全てのビジネスや国でさえ、セールスなしにはいきられない。セールスは全てを動かす酸素のようなものだ。全てのセールスマンがいなくなったら、なにもかも手に入らなくなってしまう。僕らがお店に行くのは、誰かがそこに欲しい物があると教えてくれたからだ。もちろん教えてくれたのはセールスマンだ。セールスマンは商品の使い方も教えてくれる。どの商品が自分に適しているかも教えてくれる。あるブルーレイレコーダーの使い方をドキュメンタリーで教わったことはあるかい？

セールスは悪いものではない。セールスマンはメッセンジャーだ。地球で起こっているあらゆることはメッセンジャーによって伝えられている。メッセンジャーなしでは不便極まりない。

人は販売されるのは好きなものだ。圧力をかけられるのは嫌だけどね。誰かが自分を教育してくれてオファーされれば、セールスとさえ感じないだろう。むしろ楽しくさえある。あなたがテレビや雑誌で紹介を見てレストランに行ったらどう感じるだろう？売りつけられたと思うかい？そんなはずはないね。

もしセールスがなくなって働く動機がなくなったらどうなるだろう？独裁主義や共産主義のようになってしまう。そんな世界に住みたくないね。セールスは絶対に悪ではない。

人の心理を操ってセールスができるかって？もちろんできる。銃が人を殺すのにも狩猟にも使えるのと同じだ。ある技術はよくも悪くも使える。

セールスが槍玉に上がりやすいのは理解できるよ。多くの人は使い方が分かっていないからね。

# iPhone アプリで 40000 ドルビジネスを作った方法

Trey Smith が、iPhone アプリで、4 万ドルを稼いだ方法が公開されていました。ゲームのアイデアを練るステップから、キャラクターを作り、試作品、サウンド・デザインなど、どうやってゲーム（アプリ）を作り上げていくのかという部分を、順番で紹介してくれています。興味深い内容になっていますので、ぜひご覧ください。

<ココカラ>

この動画を見てくれてありがとう。ここが私のオフィスで、パソコンとオーディオ機器などを置いているだけの、普通のアパートで仕事しています。こんな何もないところで仕事ができているのには理由があって、私のチームは離れたところにいるからなんだ。ウクライナ、ポルトガルなどにいるスタッフと Skype でミーティングしながら商品を開発している。だから本格的なオフィスを用意する必要はないんだ。

この動画では Jump Pack という 40000 ドルを稼ぎだした、ゲームアプリの制作について説明していく。製作過程を動画でお見せして、1 日で 3000 ドルを売り上げた時のことも公開していく。

## 第 1 章：テーマとアイデア

まずどんなゲームにしようかとスタッフと考えてたら、プログラム担当のスタッフがイメージ画像を 3 つ送ってくれたので、そこから始めることにした。1 つはロケットティア。空を飛び回る SF 映画（コミック）の画像。2 つめはアニメスタイルの Dofus というゲームのかわいいキャラクター画像。3 つめは Revenges of Titans という、攻めてくる大勢の敵を撃退するアクションゲームの画像だ。それぞれの画像やストーリーをそのまま使うのではなく、イメージを膨らませるために使うんだ。

3 つの画像からぼくが作るゲームのイメージを選んでいったのだが、それにはいくつかのポイントがある。まずはゲームをするのがスマホだということ。iPhone や Android では高スペックが要求されるゲームを処理するのは難しい。だから大勢の敵が出てくるアクションゲームは無理だ。次のハードルは携帯画面の大きさと解像度だ。iPhone の画面では高い画質のゲームは無理だ。だからアニメスタイルの可愛い画像も諦めた。最後に残ったのが、空を飛び回るロケットティアというわけだ。



ロケットティア



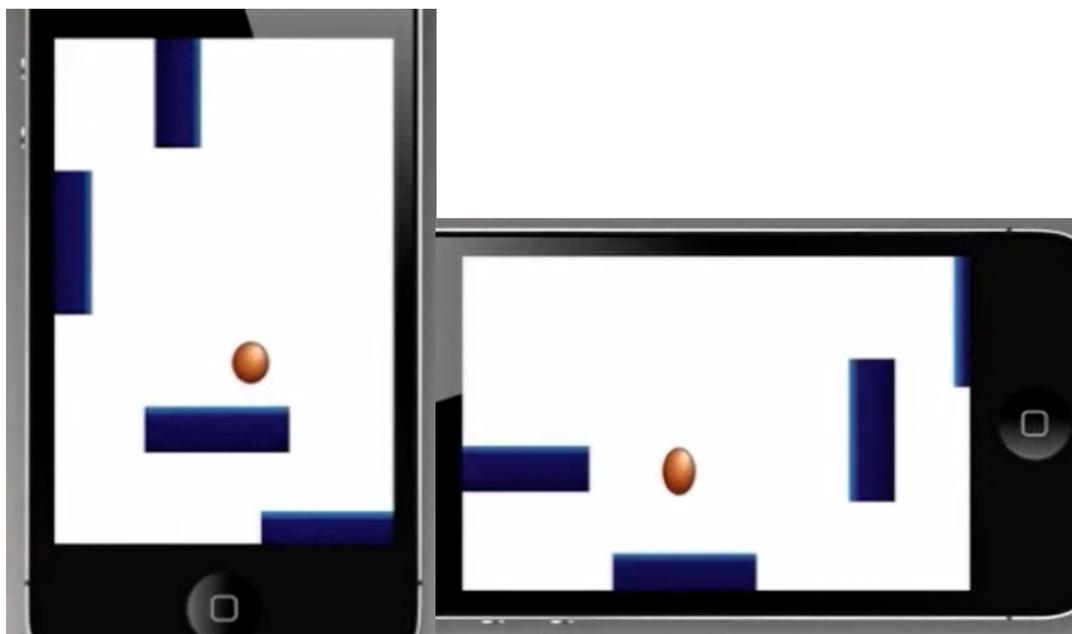
Dofus



Revenge of Titans

## 第2章：メインキャラクター

まずプログラム担当のスタッフが送ってくれたデモを検討した。こんな感じにボールが左右にジャンプして上に登っていくイメージだ。



iPhone を横に倒すと横スクロールになる機能もつけてくれたけど、まずは縦スクロールだけで上手くいくかを見ることにした。

次はキャラクターのデザインだ。最初の試作イメージはこれだ。



予想以上によくできていて驚いた。ほどほど人間っぽくて、よくジャンプしそうな丸みのある人型モデルになっている。でもロケットティアのキャラをコピーしたと思われたくないので、最終版まで注意していた。この試作イメージはちょっとロケットティアに近すぎたからね。

それでどこを変更するかと考えた。まずジャンプをするのだからキャラの背中にあるロケットは外せない。それで燃料があるときと切れたときに変化をつけることにした。燃料を補充したらジャンプ力や煙の量が増す感じでね。

次にキャライメージをこのように変更した。色も変えたしヘルメットの感じも変えた。ロケットティアとは違うキャラという印象を受けるよね。



### 第3章：スタイルの開発

スティーム・パンクというゲームがある。ファンが集まってコスプレするくらい人気があり、コミックやゲームで多くの人に支持されている。そこでスティーム・パンクを元にスティーム・ジャンプという名前を思いついた。パックを背負い、蒸気やガス力で飛び回るということで、ゲームとタイトルがよく合っていると思った。

でも障害があった。そのときジャンプするゲームで売れてたのがメガ・ジャンプだった。1100万ダウンロードされてた超人気ゲームだ。他にもドゥードル・ジャンプというゲームも1400万ダウンロードされてた。だから「ジャンプ」はゲームのタイトルに入れることにした。メガ・ジャンプやドゥードル・ジャンプとは、違うけどある程度似ているイメージにしてヒットを狙った

んだ。「密かに人気がある」のではなく高いダウンロード数を狙ったんだ。

次に考えたのはゲームの背景だ。スタッフがサンプルイメージとして工場の画像を送ってきてくれた。それで組み合わせたのがこれだ。



とてもいいと思ったが、背景とジャンプ台のトーンが似すぎていて見分けにくいと指摘があった。そこでジャンプ台に点滅するライトをつけて見やすくすることにした。また背景に動きがないのもつまらないので音楽に合わせて蒸気が吹き出したり陽の光が当たるようにしたりして、変化をつけた。

次に考えたのは敵だ。敵がないゲームは面白くないからね。そこでスタッフにこんな敵のサンプル画像を送ってもらった。



このゲームの感じによく合ってるし、怪しい感じも出てる。  
これでゲームに必要な物が大体そろった。

#### 第4章：試作品

これが試作品の画像だ。キャラの背中からジェットが出て、ジャンプするときに体が動く。左右自在に動く。燃料を補給したら2倍高くジャンプできる。かなり良い物ができた。



## 第5章：サウンド・デザイン

このゲームにはいくつかの効果音が必要だ。例えばキャラが金属のジャンプ台に乗った時の音だ。金属とぶつかった時の音が必要だ。そこでぼくは外に出て、実際に金属のゴミ箱を蹴って、金属にあたったときの音を録音することにした。



次はゲームの背景にある工場の音だ。これはエアダクトの音を収集した。



こんな感じで、ゲームに必要な音を集めた。

## 第 6 章：最終設計

最終調整として、ゲーム内に変化をつけることにした。台にトゲをつけてダメージがあるジャンプ台を作ったり、爆発してなくなってしまう台を作ったり、一定時間で形が変わる台を作ったりと、より面白さを上げる工夫をした。まだ背景のせいで見難い欠点があるけどね。



## 第 7 章：リリース

ジャンプ・パックが完成したので、Apple ストアにリリースすることができた。アプリの決算は Tapjoy に決めた。Tapjoy はアプリの宣伝をしてくれて、ユーザーがインストールするたびに製作者が 2 ドル支払う仕組みだ。ジャンプ・パックは英語版しかないので、まずはアメリカとイギリスのマーケットを設定した。人気が出てくれば翻訳版も出せるが、まずは英語版のみだ。

## 第 8 章：ローンチ

びっくりする結果が出た。91 ある有料 RPG ゲームの中でトップ、Angry Bird などがあるゲームのカテゴリーで TOP9 になった。製作費は 1200 ドルかかったが、驚くべきダウンロード数になった。

## 第 9 章：予算

Jump Pack が全ての無料アプリのなかでトップ 20 になった。あまりにも素晴らしいのでそのデータをシェアしようと思う。

## Downloads & Updates

Export: 

Date	Profit	Downloads	Updates
in, Jul 17, 11	\$3,162.15	27,077 	2,829 
it, Jul 16, 11	\$2,600.01	55,705 	3,164 
i, Jul 15, 11	\$1,233.91	30,272 	3,772 
tu, Jul 14, 11	\$226.88	12,204 	4,384 

## By Day

\$ = Top Crossing  = iPad

Date	Games/Adventure \$	Games/Role Playing \$	All Games \$	Top Crossing \$
l 17, 11	22  7	11  5	68  17	90  30
l 16, 11	29  25	16  18	85  111	120  185
l 15, 11	54  58	34  46	196 	305 
l 14, 11	112  160	80  81		
l 13, 11	272  2	161  2		
l 12, 11	274  91	159  49		
l 11, 11	183  208	110  128		

これらのデータを見ると、1日に3000ドル以上の利益があればトップ100位以内にくらしいね。

## 動画作成のコツ ～販売に使える動画を作ろう～



<http://www.thevideoboss.com/fe/13867-little-boss>

今、インターネットマーケティングで動画を使うのは、常識になっていますが、その動画2つの種類に分類することができます。1つがカメラを使って、人が話をするタイプ。今月のニュースレターで紹介したフランクカーンのプロモーションのような動画ですね。

そして、もう1つがパソコンの画面と音声をセットにして動画に組み込んでいくタイプです。これは、カムタジア（※）というソフトなどを使って作られるタイプで、高いカメラなどを使わなくても、動画を作成できますし、複雑なことでもパワーポイントなどで解説できるメリットがあります。それを販売に使えるようにするためのポイントを今回解説します。

（※） <http://www.capture-soft.jp/> Camtasia Studio

### ■販売に使える動画を作ろう

まずはスクリプト（シナリオ）を作ろう。スクリプトがいいといい動画が撮りやすい。動画を置くのは、セールスページ。まだ商品そのものがなくても、大丈夫。

仮に Kodak Zi8 ポケットカメラを売るとしよう。

（参考）下記のようなポケットサイズのカメラ。



アマゾンに行くとカメラの性能の紹介がある。この文章から、このカメラの利点と所有する利益を書こう。

例：(性能) HD 1080p のカメラがどこでも持ち運べる

→ (利点) このサイズで 1080 p は最高の解像度で高画質。

→ (利益) 大事な思い出がどこでも撮れる。子供の笑顔、野球リーグでホームランを打ったとき、子供の学芸会などが永遠に保存できる。

「性能」「利点」「利益」の 3 点を書けばいい。難しく考えなくていい。おそらく 1 商品にいくつも性能が紹介されていると思う。いくつか書いていこう。

次に作るのは動画だ。使うのは Windows なら Powerpoint、Mac なら Keynote がいいだろう。別のソフトでも構わない。

次にテンプレートをを用意する。「無料 パワーポイント テンプレート」などで検索すると無料テンプレートがいくつも出てくる。(ここでは <http://www.poweredtemplates.com> を選択)

テンプレートを Powerpoint にコピーしたら、先程作った文章をコピーしていく。「性能」「利点」「利益」の順番で、別々のページにコピーしていこう。コピーが出来たらマイクでナレーションをしていく。ナレーションといっても、基本的に作成した文章を朗読だ。

性能やデザインなどは商品の購入の動機につながられるので、声のトーンや力の入れ具合に注意すること。それらしい BGM を使うのもいいだろう。

また製造販売元の画像やイメージを使おう。たくさんあるはずだ。サイズ比較や類似商品との比較やスピードなど。そしてエモーショナルなイメージ画像（喜んでいるキャラ画像など）も使おう。



多くのマーケターは動画制作をしていない。それには 3 つの理由がある。

- 動画制作に詳しくない
- コストがかかると思っている
- 時間がかかると思っている

それらはカン違いで、動画制作には技術的なことを知らなくてもいいし、コストや時間もかから

ない。Powerpoint に画像と音声を組み合わせ、それらにモーションをつければ完成してしまう。画像は無料画像を使ってもいいし、有料画像でも 1 枚数十円や 1 ヶ月数百円のメンバーシップが使えるのでかなり安く作れる。動画 1 本の製作時間は慣れれば 30 分もかからないだろう。

また動画は文章に比べ、はるかに訪問者の興味を引きやすい。動画では 10 分以上滞在したり、同じものを 2 回見たりする。文章でそんなことがあるだろうか？

Powerpoint のスライドが完成したら、流しながらマイクを使ってナレーションをしよう。そのスライド動画は CamStudio など画面動画キャプチャーソフトで作れる。無料のものがたくさんあるので探してみよう。

これで動画は完成だ。

画像、クリップアートがダウンロードできるサイト

Fotolia (←こちらは Catch the Web でも使用したことのあるサービス。良い素材が多い)

Clipart.com

Animationfactory

Freedigitalphotos.net

ビデオ制作は大変だと思われているが、そんなことはない。あなたが伝えたいこと全てを映像にしないで良い。あえて映さないことによって、観る側が勝手に頭の中で、彼らが望む映像を描いてくれる。文字と BGM だけでもいいのだ。

売りたい商品についての動画を作るなら、その商品でどんな結果をもたらしてくれるのかを伝えよう。顧客がその商品を手に入れたら、彼らにどんなストーリーが生まれるかを伝えたいか考えよう。

動画は外で撮ったりスタジオで撮ってもいいが、前の動画でやったようにパワーポイントに画像やテキストをはってスライドショーを流す方法もある。他にもスクリーンショットを使う方法もある。Jing などのフリーソフトでモニターを動画でキャプチャーするのだ。自分が書いている文章や画像などを動画で表現できる。思ったようにできなければ、Camstasia などで編集してもいいだろう。

動画にはやはり音楽があったほうがいい。音楽があると見てる人の感情を揺さぶりやすい。ロイヤリティフリーの曲なら「The Music Bakery」にたくさん置いてある。音楽なら 29 ドルから、効果音なら 2 ドルから購入できる。他にも「Animation Factory」や「Digital Juice」も曲を置いているので、必要ならチェックしよう。

録音に使うマイクはそんなに高くなくていい。私は 40 ドルのマイクを使っている。高価なマイクでなくてもいい声で撮る方法があるのだ。柔らかい声で撮りたければ、マイクを口より下に顎のあたりにくるように設定しよう。顎の骨がチューニングのような効果をはたしてくれて滑らかな響きがある音にしてくれる。逆にマイクを鼻の辺りに持ってくると音の震えが小さくなり、軽い感じになる。どちらが良いか、あるいはシチュエーションによって使いわけよう。

作った動画を自分のサーバーにアップするなら別だが、他のサーバーにアップする人のために動画形式について説明する。まずファイル形式は mp4、コーデックは H.264、サイズは 640 x 480px か 1280x720px が良い。ビデオのバンド幅は 1500kb/s、オーディオのバンド幅は 128kb/s がいい。動画をアップするときは Traffic Geysers を使おう。Youtube や veoh や vimeo など色々な動画サービスにシェアしてくれるし、適したコーディングに自動的に調整してくれる。

次はトラフィックを呼ぶためのバックリンクについて説明する。検索ランキングを上げたい動画に、他からのリンクを作るのだ。まずは Youtube のページにリンクをつけよう。自分のブログやサイトやソーシャルメディアからリンクを付けるのだ。

ブログ :

Wordpress.org

Livejournal.com

mybloglog.com

tumblr.com

typepad.com

Google 無料サービス :

Google Sites

Google Profile

記事投稿サイト :

Squido.com

Posterous.com

記事ディレクトリ :

Buzzle.com

Article-database.com

iSnare.com

ArticleCity.com

ソーシャルメディア :

Linkedin

Facebook ファンページ

Twitter

ソーシャルブックマーク :

Digg

StumbleUpon

Spurl

Feedmaker

SpotBack

Connectedy

Folkd

他にも「記事 投稿」で検索すると利用できるサービスが見つかるだろう。

作った動画にあてはまる分野のフォーラムに、動画へのリンクをつけて投稿したり、お金はかかるがプレスリリースを使う手もある。(以下は海外のプレスリリースサイト)

PRWeb.com

WiredPRNews.com

OpenPR.com

PRLeap.com

※日本のプレスリリースなら、@press などがおすすめ。

## リストからビジネスを生み出す方法

ネットビジネスで重要な考え方、スキルの1つにリストへのアプローチというものがあります。うまくリストに対してアプローチができれば、短期間で大きな売上につなげることもできますし、ファンになってもらい、継続的にお金を支払ってくれる関係になることも可能です。

海外のマーケッターから、このリストへのアプローチ、リストをどうコントロールするのか、といった内容をまとめました。もうすでにリストを持っていたら、かなり参考になるとと思いますので、ぜひ今回の内容を活用してください。

リストコントロールでは以下の点がとても重要です。

- ・誰をターゲットにしているのか
- ・なぜターゲットにしているのか
- ・どのように彼らを助けるのか

これらを理解すると、たくさんの人が見てくれたけど買ってくれない、というのが避けられます。

まず理想的な購読者とはどんな人がいいか考えましょう。これは飛行機に乗る前に行き先を確認するようなものです。行き先を知らなければ、どこに着くかわかりませんね。

例えばあなたがインターネットマーケッターをターゲットにするなら、もっと細分化しましょう。

- ・アフィリエイト・マーケティング
- ・インフォメーション・マーケティング
- ・SEO
- ・オンライン MLM
- ・エンターテイメント
- ・起業

このように細分化できます。あなたがアフィリエイト・マーケティング商材を作ってマーケティング全体の人を集めたとします。アフィリエイト以外の人を集めるコストは無駄になります。

次に考えるのは、購読者の最も強い願いです。

表面的な願いはお金であっても、深層心理では「仕事をやめたい」かもしれません。更に考えると、彼らの最大の望みは「自由になりたい」かもしれません。もっと、彼らの一番強い望みについて考えましょう。購読者を惹きつけるポイントだけでなく、彼らとのコミュニケーションのポイントにもなります。

次にあなたのマーケットでの一番の問題について考えます。

お金が稼げない → 何を始めていいかわからない → やることが多くて圧倒される  
こんな感じで考えますが、推測では不十分です。彼らに聞いたりして声を集めましょう。

次に考えるのは、今どうやって彼らを助けられるのか、です。

あなたが彼らを助けるために何でもあげられるとしたら何だろう、ということを考えるのです。これが商品開発の基本的な考え方になります。つまりあなたの一番大事な購読者に対して、彼らの問題を解決し、彼らの一番の望みを叶えるために何ができるかを考えるのです。

例えばモテない男をターゲットにするとします。彼らの最大の望みは彼女を作ることです。彼らが望みを叶える上での障害とは何でしょうか？

- ・アプローチできない
- ・会話ができない
- ・電話番号が手に入れない
- ・デートができない

こんなところでしょうか。

インターネットマーケターがターゲットなら、

- ・ウェブサイトの作り方
- ・トラフィックの集め方
- ・オファーの作り方
- ・商品の作り方

こんなことが障害になると思います。

上記の基本構想ができたなら、次はあなたのターゲットに届くメッセージについて考えましょう。彼らの心に届く言葉を作るのです。彼らがどんなことを望んでいるのか、フォーラムなどをのぞいて調べましょう。あなたの想像だけでは不十分です。以下の項目がはっきり分かるくらい調べましょう。

- ・名前
- ・性別
- ・年齢
- ・外見
- ・職業
- ・家族構成、結婚歴、その他

こちらは一例です。

- ・名前 ボブ
- ・性別 男

- ・年齢 45 歳
  - ・外見 メガネ、カーキ色のパンツ、白いシャツ、茶色の革靴
  - ・職業 保険販売、年収 48000 ドル
  - ・結婚、子供 2 人、妻はネットマーケに懐疑的
- 彼の望みは 5 万ドル以上稼いで仕事をやめること。

こんな人は、あなたのマーケットの中に確実にいます。実際に調べたのですから。だからあなたの言葉は共通点がある人たちに力強く通じるようになります。

この動画ではあなたがおそらく聞いたことがある噂を壊します。

多くの人が、販売には長いリストがないといけないと思っています。しかし量よりも大切なのは質です。質がいいリストには類似点があります。

- ・読んでくれること
- ・つながりが感じられること（リンクをクリックしたりしてくれる）
- ・反応が返ってくること（商材を買ってくれたりする）

これらの共通点があります。リストの人たちの中に、メールを読む人がいて、その中にメールのリンクをクリックしてくれる人がいて、その中に商材を買ってくれたり登録してくれる人がいます。それ以外の何もしない人は、あなたのビジネスに影響しません。リストが長いだけではダメなのです。8000 人のリストで 1 億円稼いだこともあります。

購読者の質は、何を經由して購読したかで決まります。

- ・情報源（トラフィックがどこから来たのか）
- ・登録した理由

情報源の質は以下の順です。

- ・シンジケート
- ・人からの紹介
- ・PPC
- ・SEO
- ・ソーシャルメディア

登録した理由で有用なのはワイロです。

- ・ワイロ（無料講座、無料レポート、無料動画）

シンジケートは最も質の高いトラフィックである

1. 商品に対する興味
2. 購入能力
3. この人の紹介なら大丈夫だという信頼

例えばある人がフェラーリを購入するか迷ってるとする。その人はフェラーリに対して興味があり、購入するお金があり、そして実際に乗ってる人からいいよと紹介されたとする。その人が購入する可能性はかなり高いだろう。つまり初めからその商品に興味があり、購入できるお金があり、購入者が信頼出来るソースから来るトラフィックが一番有効。

シンジケートを作るには

ある人がマーケティングを学びたくて、あなたが商材を持ってるとする。しかしボブはあなたのことを知らない。ではどうすればいいか。あなたはあなたのターゲットに興味を持ちそうなウェブサイトの運営者（ここではジム）に連絡を取り、無料配布していいコンテンツ（レポートや特典）を提供する。「良ければあなたが売ってる～という商材の特典にしてください」と。マーケティングに興味ある人がジムのウェブサイトを知り、教材を購入した時についてくる特典を見る。するとあなたに興味をわき、あなたのサイトにも来る。そこで販売のチャンスが生まれる、という流れだ。

ボブ → ジムのサイト → 無料特典 → あなたのサイト → リスト登録

つまり自分のリストやウェブサイトだけでなく、他の人のリストやウェブサイトも利用しよう、というのがシンジケートの全体図だ。

リスト構築に必要なもの

- ドメイン
- ホスティングアカウント
- 無料コンテンツ
- メールマネージメントシステム/オートリスポンダー
- オプトインページ
- Thank you ページ

これらを用意してから、トラフィックを呼びこもう

トラフィックにはいろいろあるが

- Google
- Yahoo
- Bing
- ソーシャルメディア
- シンジケート
- 紹介

これらからトラフィックを呼び、オプトインページに導こう。そこでメールマネージメントシステムなどを使ってメールアドレスを集める。オプトインはダブルオプトインの方がいいようだ(オプトインページで入力した後、自分のメールアカウントで確認のリンクをクリックして貰う方法)。あるいは **Thank you** ページを表示しても良い。

トラフィックを呼び込むのにウェブサイトが必要。自分で作れなければ外注でいいでしょう。

メールシステムは、日本国内でしたら、エキスパートメールや j-city などがおすすめです。

この動画ではオプトインページのセットアップの方法を紹介しています。

オプトインページはすでに作成して、ここからダウンロードして自分のサイトにアップするだけ。

トラフィックとオファーはリスト構築には必要なパーツです。

シンジケートなどの無料トラフィックならともかく、PPC などの有料トラフィックを使うなら、1クリックごとのコストを計算しよう。

オファーを作るときは以下のポイントに気をつけよう。

- 購読者が最終的に欲しい物は何か
- 購読者が今欲しい物は何か
- 購読者がイヤなことは何か
- 購読者が慣れていることは何か

購読者が今欲しいものと最終的に欲しいものは違う。ある人に借金があるとしよう。今欲しい物はお金だが、最終的には借金をなくしてストレスがない自由な生活を欲するだろう。そんな生活を望んでいてインターネットマーケティングの情報を欲しいとしても、変なウィルスや営業の電話などがかかってきてほしくない。これが 3 番目の「イヤなこと」だ。求めているものを手に入れることを邪魔しているものは何かを考えよう。最後に「慣れていること」だが、これは例えば

インターネットマーケティングでは無料動画だろう。反応率がいいので、誰もが動画を使っている。誰もが使っていない方法を使うと、新鮮さがあるって反応率が高い（フランクカーンは動画の代わりに手書きのレポートを使ったことがあり、オプトイン率は50%だった）

オファーには動画、レポート、メール講座、ウェビナーなどがある。録画してもいいしライブでもいい。動画で商品のデモンストレーションをすれば信用度が高まるだろう。

前の動画にもあるが、有料トラフィックを使うなら、コストを低く抑えたい。Google Website Optimizer はトラフィックのコストを抑えるのに使える無料ツールだ。オプトインページを2つ作り、Optimizer を両方に組み込んで、どちらがコストが低いかわかそう。

### Result in Advance（先に結果を作る）

多く人は、リストにお金があるという間違っただ噂を信じている。これが本当なら、スパマーは億万長者になっているだろう。正しくは、リストの中にある人々との関係にお金がある、ということだ。

では良い関係はどうやって作るのだろうか？価値だ。リストの人たちに価値を与える。すると良い関係が作られていく。つまりお金は、あなたがリストの人たちに与える価値の中にあるのだ。

あなたがリストを作ってからリストにワイロ（無料動画、レポート）を送ると、良い関係が作れる。その後で販売をすると、良い関係が少し下がる。またワイロを送ると、良い関係が保たれる。また販売すると、良い関係が少し下がる。この繰り返しだ。ここで問題になるのは、宣伝しながら良い関係を保つにはどうすればいいかだ。

インターネットマーケティングにおいて販売の鍵になるのは、感情である。そして最も大切な感情は、肯定的な期待である。肯定的な期待とは、「このことは理解できる」「やろうと思えばできる」のようなポジティブな感情のことだ。これがオンライン販売で大切な鍵となる。

フランクカーンが2003年に「落ちこぼれの…」を売る前は、何もオンラインで販売したことがなかった。それであるときジェフポールのメールオーダービジネスのテープを聞いていた。そのテープはオウムの本を300ドルで売るにはどうすればいいか、という内容だった。彼はそのテープを聞いて、似たようなオウムの教材をオンラインでも売れるだろうと思った。キーワードツールを使ったら「オウム」を検索している人が月70,000人いることが分かった。つまり「オウム」でPPC広告をやると、広告を通じて販売ができるということだ。

この方法は他の興味や趣味に関しても販売できる。これが「肯定的な期待」だ。自分にもできる、この分野でもできる、と期待することだ。あなたの見込み客にこの期待を感じさせることができれば、販売がうまくいくだろう。

**Result in Advance**（結果を先に作る）について説明しよう。

フランクカーンは何年か前にニール・ストラウスとナンパの教材を作って売った。その時の話。この教材はモテない男が彼女を作るためのものだ。これにはいくつかのステップがある。

1. 女性にアプローチする
2. 女性と会話する
3. 電話番号をもらう
4. 電話で会話する
5. デートする

これらが典型的なステップだろう。インターネットマーケティングならこんなステップになるだろう。

1. マーケットを見つける
2. 商材を作る
3. ウェブサイトを作る
4. トラフィックを呼び込む

あなたのビジネスにはどんなステップがあるか、自分で作ってみて欲しい。

**Result in Advance**（先に結果を作る）とは、各ステップの攻略法を教え、徐々に自分でもできると期待を上げていって、あなたに頼る状況を作ることだ。

恋愛の教材を売るのであれば、女性へのアプローチ、会話の仕方、電話番号、電話での会話などをアドバイスし、それらが自分にもできると思えば、その人はあなたの商材が欲しくなるはずだ。この状況を作れば、販売は簡単だ。

コンテンツを作るのはコツがある。そのコツを信頼の三角形と読んでいる。三角形のそれぞれの要素は、メール+ビデオ+ブログだ。

まずリストにメールを送る。メールにはあなたが作った動画について書く。するとメールのリンクを通じてビデオが見られやすい。最後にそのビデオを使ったブログを書く。それで視聴される確率がかなり上がる。

ブログの大半はエンターテインメントかニュースが目的だ。ブログではセールストークを見ることは少ない。ブログには初めからある程度の信頼性があるのだ。ここであなたがブログに載せる動画ですることは、読者が目的を達成するのに必要なことを教えてしまうことだ。50分のビデオは

いらない。10分で十分だ。役立つ動画をブログに載せて、動画の下に「ビデオで話してる教材はここ」とかのリンクをつければいい。

あなたが見込み客にすることは以下のとおり。

1. 欲しい結果に対して期待させる（例：彼女が欲しい）
2. 欲しい結果の入手方法を教えて、信用させる（会話の仕方などを教える）
3. 自分にもできると期待度を上げる（トレーニング動画などを見せる）
4. 他の人からの賞賛の声を見せる（この動画はすばらしい、これならできる）

これなら嫌がられずに買ってくれる。

この動画では2つの目的（販売と良い関係の構築）を達成するためのキャンペーンについて説明しよう。このキャンペーンをブーメラン・キャンペーンと呼ぶ。このキャンペーンは、先にあなたが価値を送り、10倍になって返ってくる戦略だ。

まずブログにコンテンツを載せる。セールスの要素はかけらもないコンテンツだ。いいツールの紹介とか、自分で作った無料動画など。これを続ける。この動画についての意見をください、などのタイトルで注目させよう。見込み客としてみるのではなく、友達としてみる。友達に売りつけないよね？

何度も続けていると、彼らはあなたに恩を感じるだろう。そこで彼らに聞いてみよう。「ぼくは今こういう商材を作っているのだけど、あなたの意見を聞きたい。配送に10ドルかかるのだが、それを助けてくれたらすぐに送る。商材は98ドルを予定している。あなたにはその商材を1ヶ月ほど使ってもらい、その感想が聞きたい。もし使って気に入ってくれたら、88ドルの請求書を送る（98-10ドル=88ドル）。もし気に入らなかったら、請求書は決して送らない。商材はそのまま持っていてもらって構わない。あなたのフィードバックが欲しいのだ。よければこのオファーを活用して欲しい。この商材は～個しかないのだから、誰にでも送ることはできない。他の人にはあまり言わないで欲しい。あなたはどうか、意見を聞かせて欲しい」

普通ならこんなオファーは通用しない。しかし彼らはあなたに恩を感じているので、お返しをしたい状態になっている。それにまだ正式販売すらしていない全く新しい商材だし、購入ではなくフィードバックを送るために申し込むのだし、イヤだったら支払いがない。購入するときは、内容に納得して購入する。だから返品率が低い。それにあなたにとっても、郵送料はもらっているので金銭的な痛手がない。

この方法はリストの人たちとの関係を壊さないのだから、後でもまた使える。

ぼくがやったときは50%の人が申し込んでくれて、返品したのはそのうち50%だった。つまり購入率は25%だった。

申し込んだ人には Thank you ページに誘導し、商材を使った感想はこちらに、とフォームやこちらのメールアドレスや電話番号を伝えよう。

リストの人たちに価値を与えていい関係を気づくだけで十分売れる。ぜひ試して欲しい。

#### ■倫理的で感謝されながら短期間で稼ぐ方法

まず気を付けたいのは、あなたが売るものはとても価値があるか、ということだ。分かっていると思うが、強調しすぎることは無いので再度言うておく。

さて販売にあたって最初にやることは、シンジケート（販売部隊）を作ることだ。前の動画ではシンジケート・トラフィックについて説明したが、ここではあなたのマーケットでシンジケートを作ることについて説明する。

情報販売において、厳密な意味での顧客は存在しない。購入した人もバイヤーとなり他の人に売れるからだ。彼らも誰かに売れるのだ（アフィリエイトのことだと思われる）。

ある人がインターネットマーケティングに興味あるとする。おそらくあなたの他にもその人にインターネットマーケティング教材を売ろうとするだろう。そこで彼らと協力して、その人（インターネットマーケティングに興味ある人）を成功させるのだ。

他のジャンルでもそうだろうが、インターネットマーケティングでもガラクタのような商品を出す人はいる。そんな商品を扱ったら、あなたやあなたのシンジケートの信頼が落ちてしまう。あなたのシンジケートでガラクタ商品を買う人がいたら追い出してしまおう。

シンジケートを作るのは以下の流れになる

1. あなたの競争相手を 10 人探す。競争相手とは同じマーケットの販売者
2. 彼らが何を売っているのかを調べる
3. マーケットのどのカテゴリで売っているのか調べる（初級、上級、性別、年齢など）
4. そのカテゴリの人達は何を求めているのかを調べる（年収～万円、など）

一例を挙げると

1. マイク・フィルセイム
2. インターネットマーケティング教材
3. 初心者
4. インターネットで稼ぐには何から始めたらいいか

次に考えるのは、その競争相手をどう助けられるのか。彼らのリストの人たちが成功するために、

あなたが何をすればいいのかを考える。あなたの新しい教材が競争相手の一人ひとりのリストに対してどう有用なのか、競争相手別にオススメのポイントを考えよう。

あなたの教材のオススメのポイントが考えついたら、彼らにコンタクトを取ろう。でも「こんな教材を作ったのだが、特にこの点がオススメだ」などとメールで知らせるのはダメ。彼らを会議室などに集め、教材の長所やそれが彼らのリストの人たちの成功を助けられるのかを説明しよう。彼らから意見をもらって改良することもできるだろうし、あなたが考えた販売戦略（ブーメラン・キャンペーンなど）を教えることもできるだろう。彼らの販売が上手くいけばいくほど、あなたの売上も上がる。

また協力関係を築ければ、彼らの人脈やスキルも活用できるだろう。効果的なオプトインページを作れる人、綺麗な画像が作れる人などとコネができれば、将来的にもプラスになる。

さて、ここまでであなたの販売部隊ができあがった。

この動画では販売の準備段階について説明していこう。

まずあなたがすべきことは、マーケットでの認知度を上げることだ。インターネットマーケティングでいうと、SEO、動画配信、トラフィック、商品制作などがすでに出ている。何が欠けているだろうか？ List control ではリスト構築が欠けてると判断した。ウリとしては、リストさえあれば販売できる、ということ。マーケットで何が欠けているか、ウリは何かを考えよう。その2つがあるとマーケットの認知度を上げやすい。

次はあなたの販売部隊との連携だ。あなたのシンジケートに入っている人達だけでも強力な支援が得られるが、もっと良い方法がある。それはシンジケートに入っていない人たちを有効活用することだ。シンジケート外の人たちは多額の売上をあげないかもしれない。しかし彼らがメッセージを発信することによって、あなたの商品の信頼性が上がる。いわゆる口コミ効果で、あまり関係ない人たちが賞賛すると、中立的な立場の人も評価していると思われ、あなた自身やシンジケート内の人達の売上が上がるのだ。

さらにマーケットでの認知度を上げ、オプトイン率を上げるなら、ワイロ（マネー・マグネット、無料レポートや動画など）を用意しよう。強力なのは、インターネットマーケティングなら先に稼がせること。教材を買って貰う前に先に稼がせてしまえば、文句なしに購入するだろう。

マネー・マグネットで気をつけるべきなのは、最近であることだ。何年前にいくら稼いだ、というのではなく3日前にいくら稼いだ、の方が注目されやすい。ここ数日で~万円稼いだプロセスを動画で紹介し、先週 Google のアルゴリズムが変更されて~が使えなくなったので新しい方法を紹介します、と書くと見てもらえるだろう。

ここまでで販売部隊を作り、販売の仕掛け（マネー・マグネット）も用意できるようになりました。

しかしあなた自身に信用がなければ売れないでしょう。あなた自身に信用をつけ大きな販売力を作るには 2 つのものがが必要です。それは有名であることと説得力です。「彼/彼女は～だから、この商材を買うべきだ」「この教材は～万円もするけどあの人が作ったのだからその価値がある」と思わせる理由です。

説得力をつけるには、そのトピックについて知っていることが肝要です。資格や賞がなくても、知識や経験や技術があることが大事です。

有名になるには、有名になることです。有名になることの根拠はなく、話題になればいいのです。みんなが言うことは正しいと判断される傾向があります。あなたの商品に関しても、みんなが話題にすれば有名になり、信頼性が上がっていきます。

有名になるための話題作りには、動画が効果的です。購入者のゴールをイメージしたビデオを作りましょう。ゴールとは例えばお金を稼ぐことではなくその先の自由な生活など、最終的な欲求です。あなたが購入者の夢をかなえてくれると信じられるような動画を流せば話題になるでしょう。

さらにあなたやあなたの商品を支持する声を作るともっといいです。あなたがマーケットで有名な人と一緒にメディア（ブログや動画でも OK）に出たりすると、彼ら有名な人達の話題性を借りられます。他人の力や名声などを借りましょう。

#### ■セレブリティのオーラを作る動画

ポイントは3つあります。

1. パターンを崩す（視聴者の予想とは異なることをする）
2. コンテント
3. 行動のキッカケを作る（～すれば視聴者にもできると説明する）

（※下記はフランクカーンの動画の解説です）

動画の導入部は、インターネットマーケティングとは感じが違う。わざと古いフィルムのような、ノイズありで変色している画像が流し、懐かしさを演出している。次に自由の象徴としてカモメやスローライフや引退の象徴として穏やかな海を出している。最初にインターネットマーケティングの動画としては型破りな導入部を持ってきて視聴者の心理的なガードを下げつつ、インターネットマーケティングで自由な生活をしよう、と暗示している。

導入部の最後に動画のタイトルを表示している。全体がブラックアウトしていき、タイトルが白いフォントで表示される。意図的に映画の様に作っている。理由は、アメリカ人は誰でも映画スターに憧れるので、インターネットマーケティングの動画であっても映画の様な作りになることでフランク・カーンを映画スターのようだと視聴者の頭の中でイメージを重ねるように誘導して

いる。インターネット marketer ではなく映画スターのイメージを重ねているので、無意識にフランク・カーンの動画の価値が上がるようになっている。つまり視聴者に与えたいイメージを象徴するものの力を借りているのだ。

タイトルが終わったら、ストーリーに続いている。フランク・カーンがインターネットマーケティングが成功したら車を新しくしたり大きな家に引越したりできるよ、というストーリーを物語のように語っている。「～ができる」と視聴者に直接語るのではなく、「～という話があるよ」と間接的に語ることで、視聴者にフランク・カーンが言いたいことを考えさせている。そして物語形式にすることによって、視聴者が動画の主人公になったかのように感じさせている。

ストーリーが終わったら、インターネットマーケティングの大事なポイントを説明するシーンに移る。しかしホワイトボードで説明するというようなありがちな設定ではなく、レコーディングスタジオのような部屋を使っている（本人はギターを持っている）。ここでもインターネットマーケティングらしさを崩して、アーティストのようなイメージを借りている。