

幸せマーケティング実践講座

カリキュラム4



動画視聴用教材

講師：蔦田照代

4) 幸せマーケティングの3つ構造の1つめ

1. <復習> ビジネスフレームワークについて



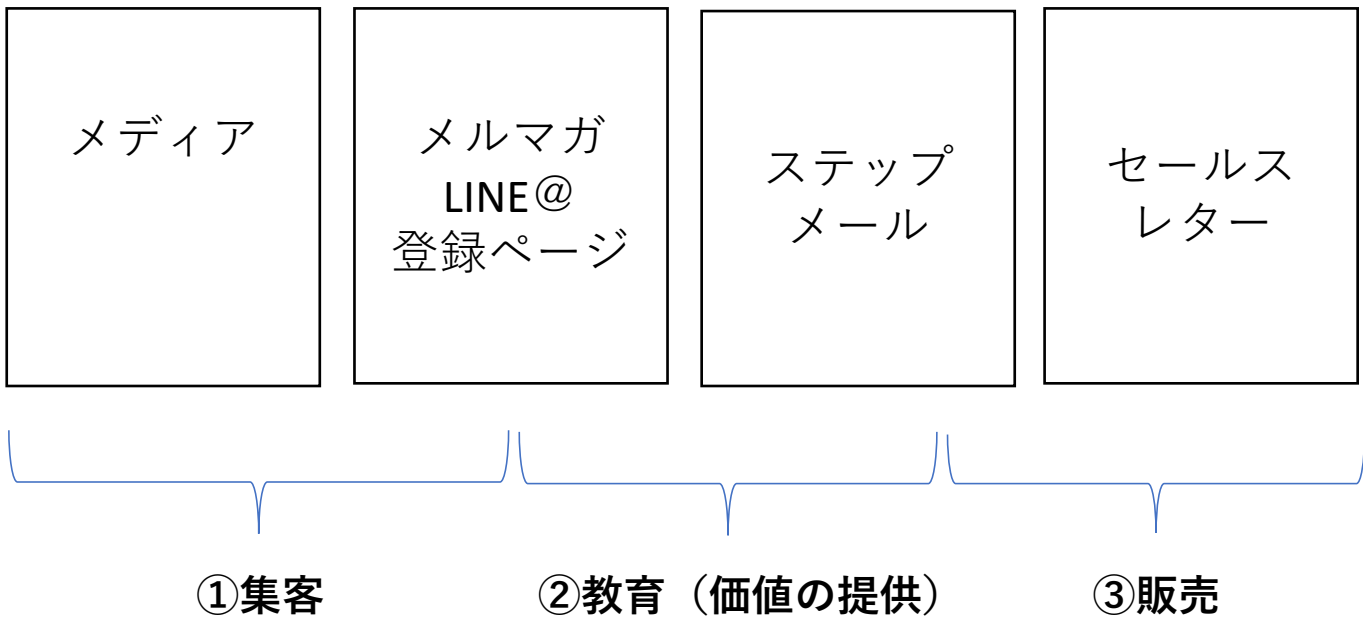
ビジネスは能力の差ではなくて、知識の差。

いかにビジネスを知っているか？

まずは、この「型」を復習しましょう。

そしてマーケティングの部分を細かく説明していきます。

2. マーケティングテンプレート



4) 幸せマーケティングの3つ構造の1つめ

①集客

■集客に必要な大前提

売れる商品サービスを扱うという事（3回目復習）

■集客の手順

①集める前に、集まっているところに出かける。

ネット：

リアル：

②リサーチをする

ア：自分がやろうとしている業界の常識をリサーチする。

そしてその常識を覆すがごとく、皆が言っている真逆の発信をする。

●あなたの業界の常識を書き出しましょう。

イ：みんなが言っている真逆の発信をする。

●あなたの業界の常識の真逆を考えてみましょう。

4) 幸せマーケティングの3つ構造の1つめ

③その業界にいる人たちが、何に不満を持ち何を負担と感じているかをリサーチする。

●不満と不平について書き出してみましよう。

・ライバルはたくさんいた方が良い

↓

売れている同業者のお客さんの不満は負担を見つける

↓

その人たちと真逆の事を言うと、

ライバルのマーケットにいる不満と負担を感じている人たちがやって来る。

この手順は「知ってもらって興味を持ってもらう」ところに効果的。

あなたがその業界の常識でうまくいかないのはこれが原因です！

と、明確にうたえるものがあれば良い。

集客とは、無理やり集めようとするのではなくて、集まる仕組みを作る事。

今までとは同じ事を発信していても興味持ってもらえないので、

ツール（メディア）を変えることに意識が向きがちだけれど、

発信の内容を変えてゆくことを意識する事。

<<今回の宿題>>

1. 今日の学びトップ3
2. あなたのビジネスの業界の常識は何ですか？
3. あなたのビジネスの業界の常識の真逆は何ですか？

※Facebookコメント欄にどうぞ！！

4) 幸せマーケティングの3つ構造の1つめ

集客のフェーズでは知ってもらって興味を持ってきている人をたくさん増やす事。
あなたに興味を持ってきている人がどれだけいるか？
興味を持って、見続けてくれる人、もっと情報が欲しい人、
そんな人をたくさん集めることが基本です。

<集客>30のやるべきこと

1. ホームページにセミナー情報を記載しているか
2. ブログにセミナー開催の記事をUPしているか
3. ブログ読者に個別に告知しているか
4. ブログ読者に個別に告知依頼しているか
5. ブログ読者登録の御礼メールで、セミナーに誘致しているか
6. ブログのメッセージボードにセミナー情報を記載しているか
7. facebookにセミナー開催の記事をUPしているか
8. Facebookグループを作る⇒イベント作成⇒友達申請する
9. Facebookの友達に個々にメッセージをしているか
10. メルマガにセミナー告知しているか
11. セミナーズ, セミナー情報.COMなどセミナーポータルサイトに掲載しているか
12. セミナーを相互紹介しているか
13. セミナー開催時に、近々開催のセミナーのチラシを配布しているか
14. 過去のセミナー参加者に一斉メールにて告知しているか
15. 過去のセミナー参加者に個別に誘致しているか
16. 過去のセミナー参加者に告知協力を依頼しているか
17. 過去のセミナー参加者に推薦文を依頼しているか
18. 開催予定のセミナー申込者に別のセミナーを誘致しているか
19. セミナー参加時に知り合った方にセミナーのチラシを渡しているか
20. セミナー参加時に知り合った方をセミナーにご招待しているか
21. メールの署名にセミナー情報を記載しているか
22. 申込時の自動返信メールに「新着セミナー情報」を記載しているか
23. リマインドメールで「新着セミナー情報」を記載しているか
24. 満員御礼メールで追加開催のお知らせをしているか
25. 満員御礼メールで別のセミナー開催のお知らせをしているか
26. 名刺にセミナー情報を記載しているか
27. Twitterでセミナー情報をつぶやいているか
28. メルマガ広告を出しているか
29. 知人ひとりひとりにセミナーの告知協力を依頼しているか
30. Facebook広告を出しているか

「私は30人を集める1つの手法は知らない。
でも、1人を集める30通りの手法なら知っている」 ダン・ケネディ