

【ネットビジネスで 集客をしてはいけない】

～集客で本当に意識すべきこと～

■著作権について

本教材と表記は、著作権法で保護されている著作物です。本教材の著作権は発行者にあります。本教材の使用に関しましては、下記の点にご注意ください。

■使用許諾契約書

本契約は、本教材を入手した個人・法人（以下、甲と称す）と発行者（以下、乙と称す）との間で合意した契約です。本教材を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第1条本契約の目的：

乙が著作権を有する本教材に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第2条禁止事項：

本教材に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本教材から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本教材に含まれる情報を使用できるものとします。

ネットビジネス集客論

第 3 条 損害賠償 :

甲が本契約の第 2 条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

第 4 条 契約の解除 :

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第 5 条 責任の範囲 :

本教材の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

【はじめに】

こんにちは、平野 謙太です。

タイトルでは集客をしてはいけないという旨を述べていますが、

これには明確な理由がございます。

先にヒントを示すとすれば、

「あなたが率先して集客を執り行うべきではない」ということです。

ネットビジネス集客論

あくまでヒントなので抽象的な表現に留めましたが、

これから先を読み進めていただければ

その意味するところが分かるようになっていきますのでご安心ください。

いずれにせよ本教材であなたにお伝えすることは、

ネットビジネスにおける集客のあり方についてです。

この教材でお伝えすることを実践していただくことで、

あなたはネットビジネスでの集客に^{つまず}躓くことなく、

本来最優先で取り組むべき

コンテンツ作成やセールスに集中して取り組むことができるようになります。

【なぜ、売れないのか？】

- ・ **ブ**ログもある程度記事を書いて育てている
- ・ SNS のアカウントも複数開設して日々発信している
- ・ 売るための商品も用意した
- ・ セールス用のメールも用意した

なのに、売れない・・・

このような状態が、もっとも精神的にこたえます。

ちなみに、このパターンの方はかなり頑張っている方です。

ネットビジネス集客論

ブログの訪問者が0というわけでもなく

SNS でたびたび共有される投稿もしているのに、

なぜか、肝心のセールスが決まらない・・・。

また、この手の人は、

ツールなどを導入して集客にも力を入れています。

それでもなお、

売れないというのはどういうことなのでしょう？

問題点をきちんと探れば、

ブログ記事（投稿内容等）に問題があったり、

SNS 投稿に問題があったりと些細な変更点が出てくるのですが

この辺は自分で頑張れば自然と改善されます。

しかし一番効果的なことは、

もっとダイレクトに響くポイントを改善することです。

そのポイントこそ、集客フェーズなのです。

【そのツール、完全自動ですよ？】

ツールを使うというのは、

ネットビジネスにおいては何ら珍しいことではありません。

特に集客フェーズにおいては、

往々にしてツールが大きな効果を発揮するものです。

もちろん、集客を頑張っても

その先のもの（商品の提案・販売フェーズ）が用意されていないならば、

ネットビジネス集客論

ただ人を集めただけで終わってしまいますが。

それでは何の意味もありません。

というわけで、

“あくまでも集客フェーズ以外はある程度（8割方）用意できている”

という前提で話を進めていきます。

さて、ツールのお話をしましょう。

集客ツールは、主に2種類のものがあります。

① その都度自分で起動・ログインして、

実行する機能を選択し、集客を開始するもの（「その都度ログイン型」）。

ネットビジネス集客論

② 予め設定しておいた機能が、

変更されない限り**繰り返し実行され続けるもの（「完全自動型」）**。

大体がこれらのどちらかです。

この2つを見比べたとき、どちらが一番効率的でしょうか？

もはや言うまでもありませんよね。

後者の完全自動型が、ツールとしては望ましい形です。

ちなみに私が初めて導入した集客ツールは、

前者の「その都度ログイン型」でした。

ネットビジネス集客論

もちろん普通に組み組めば何時間もかかってしまうところを、
ほんの数十分で完了してくれるところは非常に便利で感動しました。

しかし、やはり1回1回起動して設定をして実行・・・

というのはかなり面倒であったということも正直な感想です。

それに、

あくまでも自分が起動しなければ集客は開始されないのです。

例えば、

コンテンツ作成で忙しい時や、

他に用事があってそもそも作業ができない時など

場合によっては全くツールに触れられない時間帯も生じるわけです。

ネットビジネス集客論

またリアルな話として、ネットビジネス実践者の多くは

専業の起業家よりは副業や起業準備のために取り組まれている

サラリーマンの方が多いです。

サラリーマンの方であれば、日常の時間でネットビジネスに取り組めるのは

1日のうち何時間でしょうか？

おそらく3時間もないでしょう。

大抵は貴重な1～2時間のうちにブログを更新したり SNS 投稿をしたり

メルマガを書いたりと、

そういったクリエイティブな作業に終始します。

ネットビジネス集客論

その間、集客に構ってられる時間はほぼ無いに等しいです。

しかし、

集客をしなければ肝心のセールスは決まらないわけです。

また仮に先に上げた「その都度ログイン型」のツールを導入したとしても、

「疲れて寝てしまったので起動できなかった」など、

そもそも集客に取り組むことさえできない日もあるでしょう。

まさに負のスパイラルです。

しかし導入したツールが完全自動型のものであれば、

疲れて寝てしまおうが1か月2か月放置しようが、

命じた動作を淡々とこなしてくれるのです。

ネットビジネス集客論

その間は集中してコンテンツ作成に取り組み、

タイミングが来たらセールスを開始・・・

という理想的なスタイルを確立できます。

つまり、集客は完全自動に限るのです。

【ただし、集客以外は完全アナログで】

ここでビジネスの流れを一度俯瞰しますと、

「集客 → 商品提案 → 販売」となります。

この3つのフェーズの中で、ツールに丸投げOKなのは集客のみです。

ネットビジネス集客論

商品提案や販売フェーズでは、

あなた自身のコンテンツ（ブログ記事、メルマガなど）で

お客様にアピールしていく必要があります。

ところでここでも例えば、

文章自動作成ツールなどを使ってセールスをしたとしても、

商品が売れることはありません。

コピペの文章はすぐにバレます。

試しに、あなたが何らかの商品をアフィリエイトする際に

販売者が用意した広告サンプル文を使ってみてください。

面白いくらいに成約しなくなりますから。

ネットビジネス集客論

ところで、

そういった独自性が要求されるものですらコピーで OK と考えてしまうのは、

かなり危険な考え方であるということは、ここで強く述べておきます。

「一体、誰がビジネスをするのですか？」という話です。

ネットビジネスには文章力が必要なのです。

もちろん、

小説家の様にきれいな文章を書ける必要はありません。

あなたの伝えたいことが最低限伝わるようなもので十分です。

ネットビジネス集客論

ですので、

この商品提案・販売フェーズだけは、あなたの力で完成させましょう。

まさに、完全アナログフェーズというわけです。

【ツール導入の前に】

さて

この教材では集客ツールの利便性についてお伝えしてきましたので、

「今すぐにでも目ぼしいものがあれば導入したい！」

と考えていらっしゃる方もいるでしょう。

しかし、

その前に取り組んでいただきたいことがあります。

どの媒体のツールを導入するにせよ、

一度は何も無い状態でその媒体に触れてください。

その媒体の空気感・リズムを読み取って欲しいのです。

どういう層（年齢、性別、職業）が多いのか、

どういうジャンルの投稿が多いのか、

そういったことを一次情報として確認してください。

それらを知ったうえでツールを導入すれば、

より効果的に利用することができます。

ネットビジネス集客論

もちろん各媒体の特徴は、ネットで調べれば大概のことは分かります。

たとえそうだとしたとしても、一度自分で確かめる必要があるのです。

意外にも、

ネットで言われていることとは異なった一面があるからです。

それを逆手にとってツール利用に反映させれば、

ネットの情報を鵜呑みにしかできない人たちに

圧倒的な差を付けることができます。

ですので、

まずはツールを使わず裸の状態でその媒体を楽しみましょう。

【その他の集客手段】

お気づきの方は分かったかもしれませんが、

この教材で挙げている「媒体」という言葉は主に SNS を指しています。

無論、ツールもその SNS 向けに開発されたものを指しています。

「集客の基本は人の大勢いるところで行うこと」

という原則からすれば、

文字通り人がたくさんいる SNS を利用して集客するのは

当然の帰結となります。

ネットビジネス集客論

実際、ビジネス先進国アメリカでは、

SNS を利用したビジネス展開の仕方が盛んに研究されています。

さて、**それでも SNS には欠点があります。**

それはその媒体の流行り廃りがあるということです。

もちろん

ある日突然ユーザー数が0になるということはありませんが、

“長期的に観て、どの媒体も衰退期を迎える可能性はある”

ということは意識しておきましょう。

そうなれば、ツールなどは意味を失くしますので、

別の集客手段を講じる必要があります。

ネットビジネス集客論

例えば、Web 広告などは有名ですよ。

でも今回私が話すのは、別の集客手段です。

それも、昔からあるお馴染みの。

【やはり、無料レポートは手堅い】

無料レポートとは、

オリジナルのコンテンツをレポートスタンドに登録して

メールアドレスを入手する（つまり集客する）ことができる媒体です。

これを使っでの集客は、

ネットビジネスの世界ではもはや当たり前のことなので、

今さら話すまでのことではないのかもしれませんが。

ネットビジネス集客論

しかし、最近はやれ Twitter だ You Tube だのと

SNS 信仰が盛んでしたので、

無料レポートの存在が薄くなっていた感がありました。

それでもやはり、「**古参ふるきんの将しょうは強し**」です。

SNS 集客ほどの派手さは正直期待できませんが、

それでも継続的にメールアドレスを取得してくれるところを見ると

育てておいて良かったと感じます。

それに書いていて思ったのですが、

SNS 集客はあくまで集客して終わりです。

ネットビジネス集客論

人が来て自分に興味を持ってもらえれば

そこから先のアクションが期待できますが、

無関心で終われば「そこから先」はありません。

しかしこれが無料レポートであれば、

最初の段階でメールアドレスは獲得できるわけです。

それは人の興味を引けたことを意味します。

つまり、

スタートダッシュの時点でかなりの差があるといえます。

もし私が SNS 集客か無料レポート集客かを選べといわれたら、

迷わず後者を選びます。

ネットビジネス集客論

無論最強なのは、

この両者の集客システムを融合することですが。

というわけで、

あなたも無料レポート集客については心に留めおいてください。

なぜこのように述べるかといえば、

無料レポートはある程度のまとまりを持ったコンテンツを作る必要があります

ネットビジネス初心者の方や、

「ネットビジネスには取り組んでいるが独自コンテンツはまだ・・・」

という人にはいささかハードルが高いといえるからです。

ネットビジネス集客論

そうするとやはり、

まずは SNS を利用しての集客に出た方が安全なのです。

というわけで、あなたがどのレベルの集客手段を採るかは、

今のあなたの現状と相談して決めてください。

【集客“も”育てるもの】

自分のコンテンツ、ブログ、各 SNS 媒体など、

とりわけブログなどは「資産型の媒体」といわれるように

コツコツと育てていくスタイルが是とされています。

しかし「集客も育てていくものである」ということは、

ぜひ覚えておいていただきたいと思います。

ネットビジネス集客論

SNS のアカウントを量産して人を集める手も確かに有効ですが、

そうではなくて2つか3つのアカウントを手堅く育てていくことでも

後々大きな集客効果を発揮します。

量産が苦ではないという人はそれでも良いのですが、

初心者の方はとりあえず1つ、アカウント（ブログ、SNS）を作って、

実際に動かしてみましよう。

もし、そのアカウントが着実に育ち、

フォロワー（Twitter の場合）が1万人でもできれば、

もはやアカウントの量産など必要なくなりますね。

ネットビジネス集客論

ただ、量産するにせよ少数精鋭にするにせよ、

コツコツ育てていくことをしっかりと意識しましょう。

さもないと、時間を待たずして Web 上のゴミと化します。

【まとめ】

・ **ネ**ットビジネスで収益を上げたければ、

きちんと集客をすること。

・ 手段としては SNS や無料レポートなどがある。

・ SNS を利用する場合で、その媒体用のツールが販売されているなら、

積極的に活用して人を呼び込むべし。

ネットビジネス集客論

- ・ただし、ツールは完全自動型が望ましい。
- ・毎日きちんと起動できるなら、「その都度ログイン型」でも可。

- ・どういう集客手段を採るにせよ、

長い目で観てコツコツと育てていくことを意識すること。

(一過性のものにしないこと)

というわけで、

ネットビジネスにおける集客の要点をいくつかお伝えしました。

タイトルの集客をするなという文言は、

「できるだけ自動化できるものに集客を委ねよう」という意味です。

ネットビジネス集客論

その手段が、ツールや無料レポートでしたね。

今回お話したことを意識していただければ、

あなたのネットビジネスもより活性化されていくことと思います。

やはり、売るためには人を集めなければなりません。

当たり前といえば当たり前ですが、

現状成果を上げることができていない人は

こういった基本的なことが疎かになっていたりします。

これを読むあなたは問題ありませんが、

ビジネスに油断は禁物です。

ネットビジネス集客論

ですので、

今回お伝えしたことは忘れないでください。

それでは、あなたのネットビジネスの発展、成功を祈念して、

結びとさせていただきます。

【おわりに】

タイトルで集客をするなどっておきながら

結局はどのように集客をするのかという話に終始しましたが、

一応弁明しますと、

「いちいち自分で集客の仕組みを立て直さなければならぬのなら、

集客はするな」

ネットビジネス集客論

という意味では、タイトルは真実です。

ビジネスで集客をしないのは言語道断ですが、

その方法の選択の誤りもまた、褒められたものではありません。

しつこいようですが、

なるべく集客は完全自動型を目指しましょう。

そして、

あなたはセールスの仕組み構築に、集中して取り組んでください。

ビジネスはやはり、セールスが命です。

最初の段階（集客フェーズ）で躓^{つまづ}いている場合ではありません。

ネットビジネス集客論

一刻も早く集客の仕組みを完成させて、

セールスの仕組み作りに取り掛かれるようにしましょう。

最後に、ここまでご覧いただきまして、ありがとうございました。

平野 謙太