ほんのちょっとの工夫で
集客はうまくいく

ネットを使った
ファン集めの教科書

作成者　藤永勝也
＜第４章＞

STEP　3　ファン化する方法

ほんのちょっとの工夫をするだけで、集客はうまく行く
ネットを使った「ファン集め教科書」の

工夫というのは、情報発信にストーリーを
載せるということになります。

DRM 理解

DRM とは、
ダイレクトレスポンスマーケティングの略で、
反応を貰うことを目的としたマーケティングのことです。

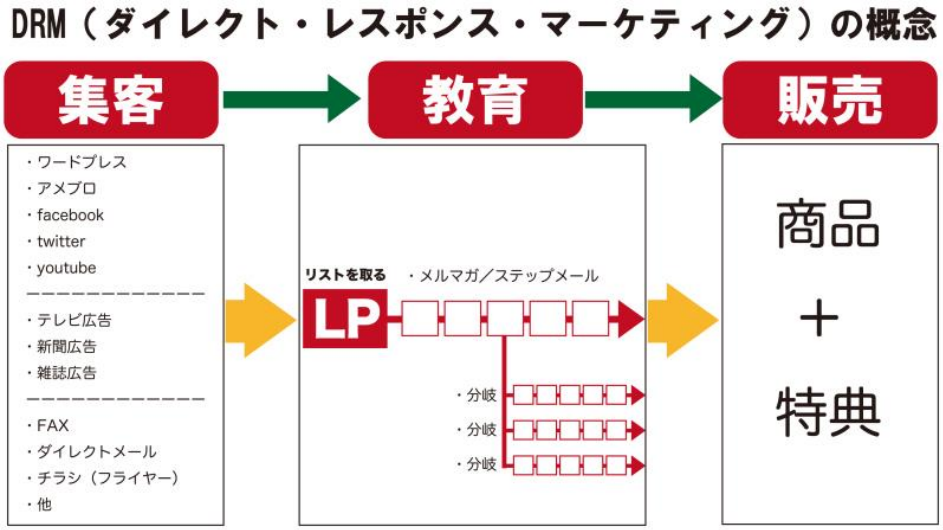
通常、商品を売ることが目的になるものが多いですが、
DRM は反応を貰って顧客とコミュニケーションを
取っていくことを第一としています。

なぜコミュニケーションを取ることを目的としているかというと、
顧客が何を欲しているのかの理解はもちろん、
個人で商品を売るのはなかなか難しく、
まずは信頼を得ることが大切だからです。

大手化粧品メーカーの商品とどこのものかもわからない化粧品では、
多くの人は前者のものを選びますよね。
人は信頼していない人から商品を買うことはほぼ有り得ないです。

なので、顧客がどんなことに悩んでいて、
どんな物を欲しているのかを理解し信頼を得ることで、
お客さまに寄り添ったビジネスを展開していけるというわけですね。

DRMの全体像



ステップ１　見込み客集め

・公式サイト
・ブログ
・FB
・インスタ
・紹介
・広告

ステップ２　信頼構築

メールマガジン
Line@
FBグループ

ステップ３　集客

フロントエンド

・低価格の集客商品
・無料サンプル
・価値提供

バックエンド

あなたが売りたい商品（高額）

飲食店のDRM

SNS等で、見込み客集め
↓
初来店〇〇サービスで、
メールマガジンやLINE@を
会員登録してもらう。
↓
ファンになる返信文

↓
日々のメールマガジンで
価値提供
↓
セールスレター
↓
来店

・すでにファンになった状態
・会員登録サービスで、さらにファンになる。
・来店後のメールフォローで、顧客化

一人企業家のDRM

SNS等で、見込み客集め
↓
LP（ランディングページ）で
メールマガジンやLINE@を
会員登録してもらう。
↓
サンキューページ（セールスレター）

↓
価値提供
↓
クロージング

・価値提供によりファンになった状態
・個別相談、セミナーなどでクロージング

DRMまとめ

１、　売りたい商品を一つに絞り込む

２、　見込み客をリサーチ
・どんな人が買うか
・どんなことに悩んでいるか？
・解決したいことに優先順位をつける

３、　オファー（提案）
・見込み客が欲しがるオファー、
・悩みを解決できるオファー

４、メールアドレス習得
・接触できるようにするのが目的

４、　メールを送るだけで売り上げが爆発する
・ライバル不在
・リピートできるものを作るべき
・マーケティングを学べばさらに売り上げが上がる
・メールが最強のマーケティング

三章でお話しした
お客さまが見つけてくれるのを待つ
プル型マーケティングから、

訪問型ビジネスモデルの
プッシュ型マーケティングに切り替える。

イメージとしては、
御用聞きに近いですね。

不景気になればなるほど人は
情報を集めたがる、
お金を使いたくない、
失敗したくない。

媒体広告はお金がかかり制限がある。

メルマガは情報をたくさん入れられるので
長文のレターが書け
月額5000円前後でセールスがし放題
ということになる。

集客から求人なんかもできる。

コピーライティングというスキル

SNS投稿、メールマガジン、
パブリックスピーキングなど、

起業をする上で、
必ず必要なスキルです。

言葉一つで人を動かすことができる能力で
マスターすれば、商品が簡単に
スキル、商品、サービスが売れていきます。

セールスをするときに大事なのは、

まず、
自分のお金に対するブロックを外さなければ
自分の弱わさと戦うことになります。

つまり、
相応のお金で売れない症候群
になってしまいます。

マーケティングの世界では、
犬に薬を与える

という言葉が、
よく使われます。

犬は薬を飲まない

でも、
飲ませないと死んでしまうとしたら？

子供なら
どうやって飲ませるか？

気づかないように与えますよね。

泣きながらでも、
子供に嘘をつき飲ませるはずです。

子供を救うためです。

時には相手を騙すことも
必要ということです。

コピーライティングというのは、
見込み客を助けるための
心理誘導なんですよね。