



Living起業アカデミー ベーシック STEP3

お客様の信頼を獲得する強力なツール

TAKAKO TAKAHAHI PRESENTS

お客様の信頼を獲得する強力なツール

1

気軽につながるLINE公式アカウントの活用法

2

最強の信頼構築ツール メルマガ活用法

3

YouTubeの各種SNSとの連携で200%活用

4

SEOブログにて自動的に認知と信頼を獲得

5

遠隔地でもリアルにつながるZOOMオンライン

6

あなたの人柄魅力が10倍伝わるオンラインライブ



Welcome!!

STEP3のテーマは【お客様の信頼を得るツール】



CONTENT 1

気軽につながる

LINE公式アカウントの活用法

LINE公式アカウントの役割

役割を理解してから運用をしましょう

LINE公式アカウントは、、

①既存のお客様との信頼構築

②新しいお客様との関係構築

に使います。



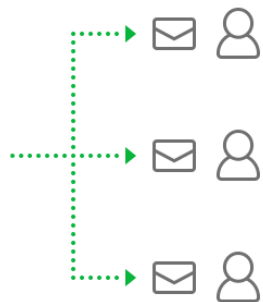
LINE公式アカウント料金プラン

	フリープラン	ライトプラン	スタンダードプラン
月額固定費	無料	5,000円	15,000円
無料メッセージ通数	1,000通	15,000通	45,000通
追加メッセージ料金	不可	5円	~3円 ※詳細は こちら よりご確認ください。

使い始めは **フリープラン** からでも十分

メッセージ通数が増えてから
ライトプランを検討しましょう

LINE公式アカウント基本機能①



メッセージ配信

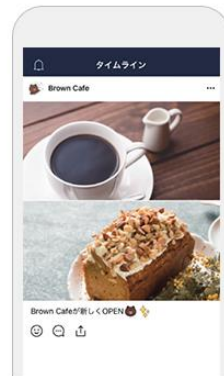
友だち追加したユーザーにメッセージを送ることができます。

性別、年代、居住地（都道府県）などでセグメントが可能で、開封率が高く、サイト訪問やクーポン利用など行動を促しやすいのが特徴です。

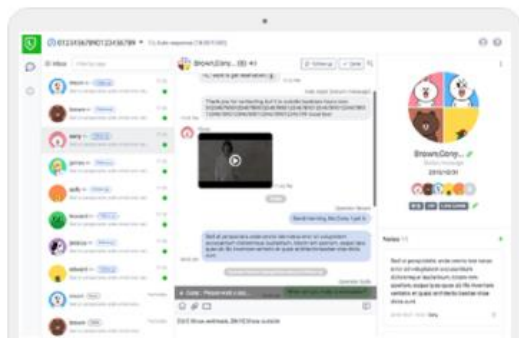
タイムライン投稿

友だち登録しているユーザーのタイムラインに情報を投稿することができます。

投稿された情報は、ユーザーがメッセージやタイムライン上で友だちに共有することができるため、友だち数以上の拡がり期待できます。



LINE公式アカウント基本機能②



1 LINEチャット

ユーザーからの問い合わせに対して、LINEのトークと同じように直接コミュニケーションができます。

スマートフォンとPC（パソコン）から、いつでもどこでも問い合わせに対応することが可能です。

1 リッチメニュー

ユーザーがLINE公式アカウントのトーク画面を訪れた際、画面下部に大きく開くメニューです。

画面を大きく占有するため、自社サイトへの誘導を強力に促すことができます。



LINE公式アカウント基本機能③



1 ショップカード

ポイントカードを作成・発行できる機能です。

紙のポイントカードと比べ、ユーザーが忘れたり紛失することもなく、リピート強化につながります。

1 クーポン・抽選機能

店舗で使用できるクーポンや抽選を作成できます。

来店促進につながるのはもちろん、クーポンの使用数を管理画面で確認することができるため、効果測定も可能です。

他にも機能は多数あるので
詳細はこちらから

<https://www.linebiz.com/jp/service/line-official-account/>



LINE公式アカウント機能のまとめ

基本機能

- メッセージ配信
- セグメント配信
- A/Bテストメッセージ
- 配信通数指定

便利機能

- タイムライン投稿
- チャット機能
- 自動応答/スマートチャット
- リッチメッセージ
- カードタイプメッセージ
- リッチビデオメッセージ
- リッチメニュー
- クーポン
- ショップカード
- プロフィール
- リサーチ
- 分析
- ユーザー満足度調査

+

オプション機能

- LINEプロモーションスタンプ
- 通知メッセージ
- LINE Chat API
- LINE Call API
- LINEオーディエンスマッチ
- LINE Beacon
- 友だち追加広告
(オンライン開設)
- LINE LIVE etc...

ブランディングするならプレミアムID

	ベーシックID	プレミアムID
料金	0円	100円（税別）/月額 または1,200円（税別）/年額 ※ 購入経路によって料金形態が異なります。 ※ iOSアプリからご購入いただく場合、価格・取引条件が異なりますので購入前にご確認ください。
フォーマット	@+3桁数字+5桁英字（ランダム）	@+指定文字列（@を除き4文字以上18字以内、大文字使用不可、半角英数字と、「.」「_」「-」の記号のみご利用いただけます）
内容	LINE公式アカウント開設時に自動発行	プレミアムIDの費用お支払いにより取得可能
備考	ランダムな英数字の組み合わせとなります。	<ul style="list-style-type: none">重複するIDを取得することはできません。ご登録頂いた支払い方法もしくはプラットフォームが指定する場合はその支払い方法に準じます。 iOSアプリからご購入いただく場合のご注意 <ul style="list-style-type: none">1つのAppleIDに付き、プレミアムIDは1IDしか購入できません。複数IDの購入を希望される場合はWeb版管理画面等で購入ください。指定したプレミアムIDについては、利用期間中変更ができません。

料金は年額かかりますが、配布物に記載するなら覚えてもらいやすいし口頭で伝えるのも伝えやすいです。

ちなみに私のプレミアムIDは@takako555ですので、口で伝えても検索してもらえます。

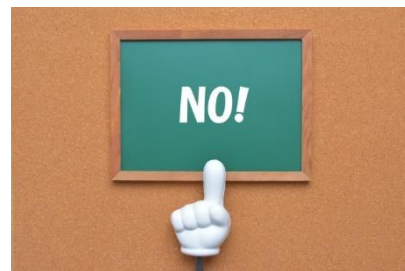
LINE公式アカウントのメリット

- ① **気軽に登録**してもらいやすい
- ② **開封率90%以上**
- ③ **プッシュ通知でリアルに見られる**
- ④ **ファン**を作りやすい
- ⑤ **国内最大のユーザー数**
- ⑥ **他メディアとの連携**が容易



LINE公式アカウントのデメリット

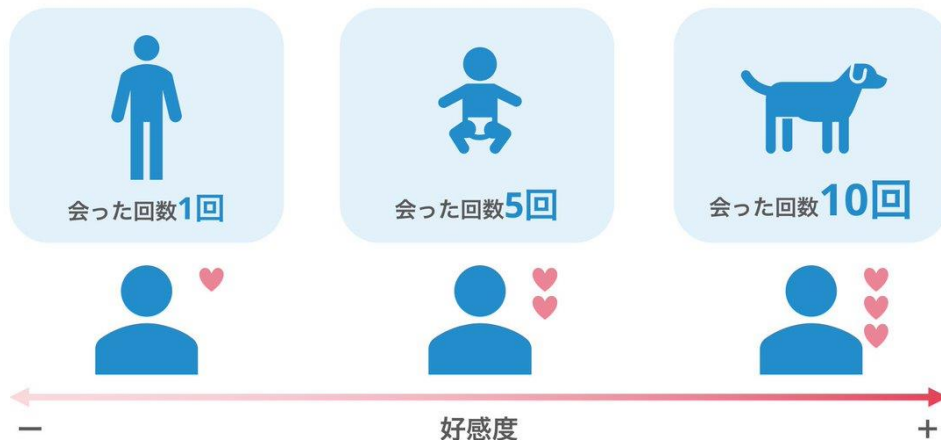
- ① **ブロック**されやすい
- ② **長文**をかけない（500×3ブロック）
- ③ **複合**で導線を考える必要がある
- ④ **友達**が少ないと効果を出しにくい



LINE公式アカウント運用のポイント

ブロックされずに**接触頻度をあげて信頼構築**

単純接触効果 ザイアンスの法則



ブロックされやすいメッセージ

- ①内容が**つまらない**
- ②**長文**
- ③**売り込み**色が強い
- ④メッセージの**頻度**が少ない(多すぎる)
- ⑤**機械的**なもの
- ⑥内容が**ネガティブ**
- ⑦**時間帯**
- ⑧他の**メディア**と一緒に**一緒**の内容
- ⑨登録時に**期待した内容**ではない

➡ ブロックを恐れずに**修正と改善**を繰り返す

LINE公式アカウントのコンセプト

読者の「叶えたい未来」に応える

→ 読者が登録するのは
悩み解決や得する情報を手に入れて
自分の目的達成 = 望みを叶えたいから

だからこそ、

- ①読者が必要としている情報
 - ②問題解決のためのヒント
- を提供していることが大事





コンセプト作成時の注意点

読者の「叶えたい未来」に応える

➡ LINEの内容そのもので解決しなくてよい
最終的には、

➡ 本命商品&サービスで解決すればよい

そのための信頼関係構築にポイントを置く

LINE公式アカウントの作成

管理画面はパソコンで運用する方がやりやすい

1
LINE
アカウントで
ログイン

2
ビジネス
アカウントを
作成する

教室業の人は「未認証アカウント」での作成でOK

LINE公式アカウントの行い方

解説動画



こちらの動画がわかりやすいのでご紹介します

<https://youtu.be/bynpyu6cwzM>

挨拶メッセージとコメント返信を促す



飛常識なコンサル高橋貴子

飛常識なコンサルタント高橋貴子です。

友だち登録ありがとうございます^ ^

飛常識に人生を楽しむごきげん集客ライフを楽しみましょうo(^ ^)o
教室集客のお役立ち情報またはお得なセミナー情報をお届けしていきますね♪



飛常識なコンサル高橋貴子



飛常識なコンサル高橋貴子

LINE@登録特典動画はこちらから視聴してください。

先生の悩み①集客：
<https://youtu.be/THAKKewwATA>
先生の悩み②価格：
<https://youtu.be/SE2n0JSzpyl>
先生の悩み③時間：
<https://youtu.be/bGQMOGYq63E>



飛常識なコンサル高橋貴子

登録完了のお近づきのしるしに、スタンプとかコメントとかいただけるとうれしいです(^ ^)
このメッセージにそのままご返信いただいても、私だけにダイレクトに届きます。

他の人には見られませんので(笑)
安心してお返事くださいね。(^ ^)

ご質問もこちらのチャットルームから1:1で個別にお答えできますので
ご活用くださいませ。

特に私の生徒さん、メルマガ読者さん、友人のみなさまはお名前と共にお知らせいただけましたらとても嬉しいです。
(LINE@では通常の登録だけだとお名前が把握できないのです。💙)



飛常識なコンサル高橋貴子

追伸：そしてもう一つライン登録の特別プレゼントを差し上げています。
登録後個別にご質問メッセージくださった方は高橋貴子がダイレクトに音声または動画でお悩み解決させていただきますね。(^ ^)
よかったらこちらの特典もご活用くださいませ

また動画を見ての感想や今困っていることのご質問や講座で取り上げて欲しいテーマなどご希望お寄せください！

これからどうぞよろしくお祈りします(^ ^)

最後にメッセージを返信してもらえ
る仕掛けをする

高橋貴子のLINE公式アカウント

教室運営の知恵を学べる

タカハシタカコの **LINE@**

3分でわかる!
教室の先生お悩み解決動画
無料プレゼント

1:1でつながる
LINEトークを
ご活用ください

ID@takako555

ご相談もお気軽に受付中

まだ登録をしていない方は登録して
私の挨拶メッセージや普段の運用も確認してください



Content 1

END



CONTENT 2

最強の信頼構築ツール メルマガ活用法

メルマガとは



メルマガとは、**メールマガジン**の略で、Webサイトの運営者などから購読希望者に対して定期的に**電子メールで一斉配信される雑誌(マガジン)**のことを指します。

メルマガの種類

- ① **ステップメール**
- ② **ターゲットメール**

がある



メルマガ配信3つの目的

教育

メルマガで
知識ノウハウを提供

販売

キャンペーン
イベント告知

ファン化

既存客フォロー
LTV最大化

※**LTV(顧客生涯価値)**とは？

LTV(顧客生涯価値)とは「Life Time Value」の略。

$LTV = (\text{平均購買単価}) \times (\text{購買頻度}) \times (\text{継続購買期間})$



メルマガコンテンツ例

教育

- ① 専門家の知恵
- ② 業界最新事情

販売

- ① キャンペーン
- ② 成功&失敗事例

ファン化

- ① サービス活用法
- ② 関連商品紹介



目的に合わせたコンテンツ配信は
その後の**継続的な関係性**=LTV(顧客生涯価値)を築く

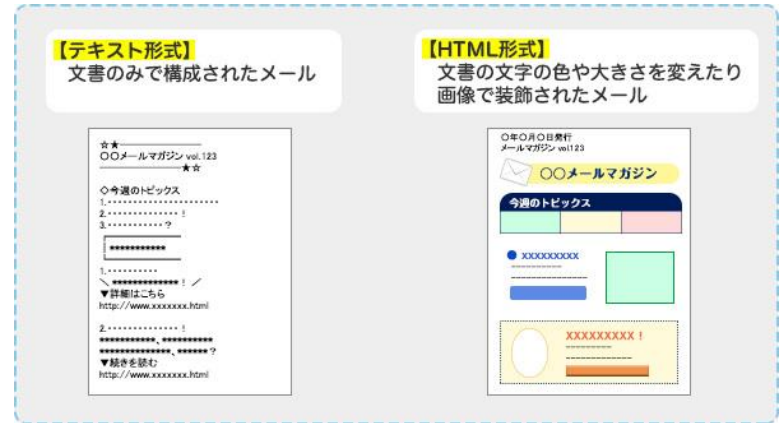
メルマガの形式

①テキストメール

文字や記号、絵文字などを用いて送受信する、一般的なメールの形態

②htmlメール

htmlを用いて画像や動画の挿入、文字の装飾など視覚的に訴求力の高いビジュアルのメール



➡ 現在配信している企業のほとんどがhtmlメールを利用



メルマガ配信の企画



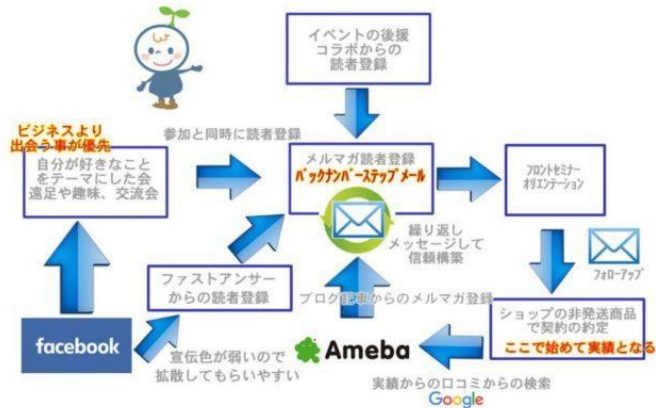
目的に合わせたコンテンツ配信は
その後の**継続的な関係性** = LTV(顧客生涯価値)を築く



メルマガ配信のツール

メルマガを配信するなら
メルマガ専用配信スタンドを利用するのがよい
教室の先生なら **リザーブストック** がオススメ

自分のしたいことを決め、商品を作ったら販売までの流れを作る必要があります



- 顧客管理
- イベント告知
- メルマガステップメール配信
- 物販
- オンラインサロン集金管理
などができる

メルマガの書き方 タイトル

●タイトルは開封される件名をつけよう

ポイント1:冒頭14文字に要点を盛り込む

メルマガの件名は30文字くらいのものが多いが大事な情報は冒頭14文字に盛り込こむ。

ポイント2:なるべく短い言葉で構成する

複数の情報を件名内に盛り込むときは、一文で伝えようとするより、短い言葉で端的に構成したほうが効果的。


ポイント3:独自の法則性をつくる

装飾文字の使い方を統一する、【○○○】が冒頭にくる、など、件名に毎号何かしら共通性があるとよい



メルマガの書き方 <タイトル例>

- ①ギフト系 例:〇〇が××になる3つの秘密
- ②リミット系 例:残り3時間です…
- ③驚き系 例:我が社にジョブズがやってきた!
- ④脅かし系 例:〇〇な人は読まない方がいいです
- ⑤ノウハウ系 例:〇〇する方法
- ⑥疑問形 例:なぜ 〇〇なのか
- ⑦勢い系 例:物で売らずにストーリーで売れ!
- ⑧穴埋め系 例:本当にその〇〇は必要ですか?

 興味関心を持たなければメルマガは開封されない



メルマガの書き方 <顧客目線>

●お客様の悩み解決と欲を満たすこと

ポイント1:満足させること=思いやり

ポイント2:飽きさせない=継続力

ポイント3:驚かす=目新しさ

ポイント4:嫉妬させる=欲の芽生え

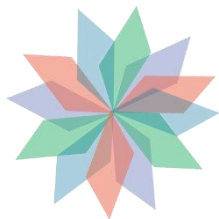
ポイント5:さらに期待させる=願いの実現の可能性が膨らむ



The background features a central white circle containing the text. Surrounding this circle is a ring of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including shades of blue, green, red, and purple. Additional clusters of these triangles are visible in the top-left and bottom-right corners of the slide.

Content 2

END



CONTENT 3

YouTubeと各種SNSとの連携で 200%活用



YouTube 3つの動線

集客

顧客
獲得

ファン
化



動画は見せることで3つの動線を比較的に簡単に作ることができる

YouTube フルマーケティング戦略

STEP1 露出拡大

STEP2 導線誘導

STEP2 SEO対策

クロージ
ング集合型

クロージ
ング個別型

フォロー：
リピート

フォロー：
チュートリアル

フォロー：
メルマガ・
ニュースレター

YouTube フルマーケティング実践例



①大量投稿 (集客)



<https://youtu.be/LR-OSGwf3QE>

②誘導強化 (集客)



<https://youtu.be/15dtDBgZuzE>

③クロージング (成約)



<https://youtu.be/xfe0bPR7QE4>

集客に貢献する動画の特徴

- 量質転化の法則 質が変化するまで量をこなす
- 露出拡大 導線強化とLP強化

3つの成功パターン

客数×客単価×リピート率

A
バランス型

B
新規重点型

C
リピート型



成約率がアップするクロージング動画



①お問い合わせは
最も**成約に近い見込み客**

②メールの**対応を動画へ**
成約率の変化

③動画で**思いを伝える**メリット

④**返信動画**で作るラポールの法則

クロー징しないクロージングが最強



<https://youtu.be/vgDIkpX4H7U>

【動画で成約率を上げる3つのコツ】

①クロージングをしない

②選ばせる

③出し惜しみしない

顧客の質問・悩みに寄り添って、
回答することに注力する

フォローアップ動画による顧客維持

①アフターフォロー(顧客維持)



福島由美子様 セミナーご参加のお礼

<https://youtu.be/yUAUwDhuVuc>

②チュートリアル(顧客維持)



<https://www.youtube.com/playlist?list=PLqXR7QYOzLZlniGyzxJBETOscwT-ySOOK>

③ニュースレター(顧客維持)



リブラ通信 2015年05月号

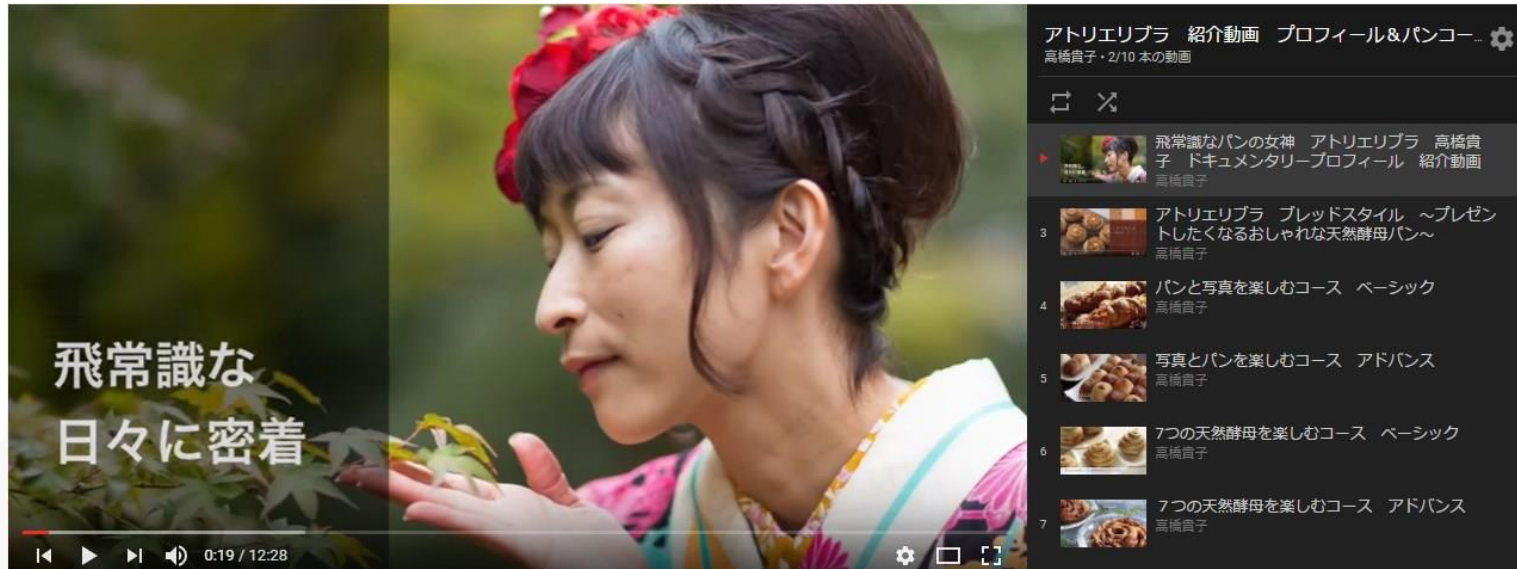
<https://youtu.be/fbsMUv-GQcA>

④メルマガ・ステップメール(顧客維持)



<https://youtu.be/cl9tJTUA90I>

作例: 思いを伝えるプロフィール動画



<https://youtu.be/H3ALdl-rBbU?list=PLtOkoQHt8zyi-dbf6hyiyZIuK6joaDh1->

作例: 電子書籍と動画のレシピを連携




糖質オフでもこんなにおいしい！おしゃれな低糖パン [Kindle版]


高橋 貴子 (著)

★★★★☆ (13件のカスタマーレビュー)

Kindle 購入価格: ¥ 450

プライム会員: ¥ 0 (Kindle 端末上のストアから、無料でお読みいただけます) 

販売: [Amazon Services International, Inc.](#)

- Amazon Whispernet 経由の無料ワイヤレス配信を含む
- 利用可能な端末 
- この本はファイルサイズが大きいため、ダウンロードに時間がかかる場合があります。Kindle 端末では、この本を 3G 接続でダウンロードすることができませんので、Wi-Fi ネットワークをご利用ください。
- 糖質オフでもこんなにおいしい！おしゃれな糖質パンと類似の巻
- プライム会員の方は、Kindle オーナーライブラリーを利用するとこの本を無料でお読みいただけます。Kindle オーナーライブラリーは、Kindle または Fireタブレット端末からのみ利用手続きができます。

 **プライム**

Kindle 端末をお持ちのお客様へ

この本は、Kindle オーナーライブラリーの対象商品です。Amazon プライム会員のお客様は、Kindle 端末上で無料でお読みいただけます。Kindle オーナーライブラリーは、Kindle または Fireタブレット端末からのみ利用手続きができます。

Amazon プライムにご加入で、Kindle 端末をお持ちのお客様は、ベストセラーやコミックを含む数千冊以上の対象タイトルの中から好きな本を、一か月1冊無料でお読みいただけます。[詳細はこちら](#)



【Kindle 無料アプリ】

スマホ・タブレット・PCで読書。どこでも楽しむ Kindle 無料アプリで、今すぐ読書を始めよう。詳細は [こちら](#)。

<https://youtu.be/7w51mObbL4o>

<http://www.amazon.co.jp/dp/B00MS5ZFRS>

① **集客** 「ビジネスへの顧客誘致」

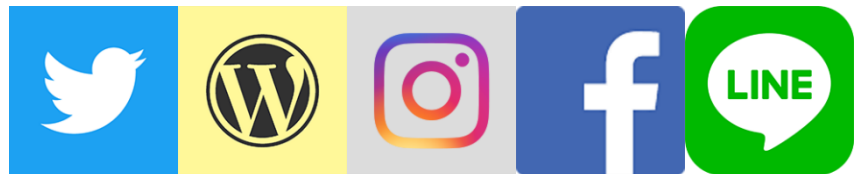
② **ブランディング** 「個人・店舗の信頼性/認知度UP」

YouTubeとSNSの連携



動画はすべてのSNSで
活用できる便利なツール

まずは基本の動画制作
をマスターしましょう！



The background features a central white circle containing text. This circle is surrounded by a ring of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including blue, green, red, and purple. Additional clusters of these triangles are visible in the top-left and bottom-right corners of the slide.

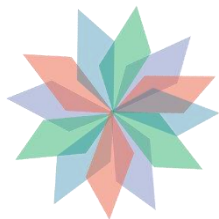
Content 3

END



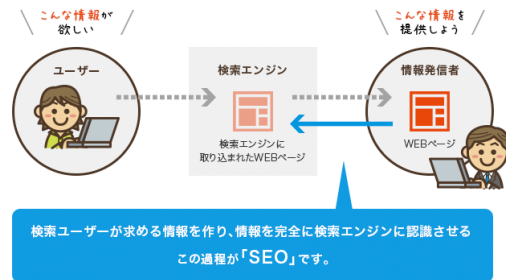
CONTENT 4

SEOブログにて 自動的に認知と信頼を獲得



SEOという言葉の意味

【SEOとは】



Search Engine Optimization,
検索エンジン最適化 という意味

検索エンジンからサイトに訪れる人を増やすことで、Webサイトの成果を向上させる施策のこと

他社ブログと自社ブログ

アメブロ



Ameba

サイバーエージェントが作った
コミュニティ式ブログサービス

ブログを使うサービス

ワードプレス

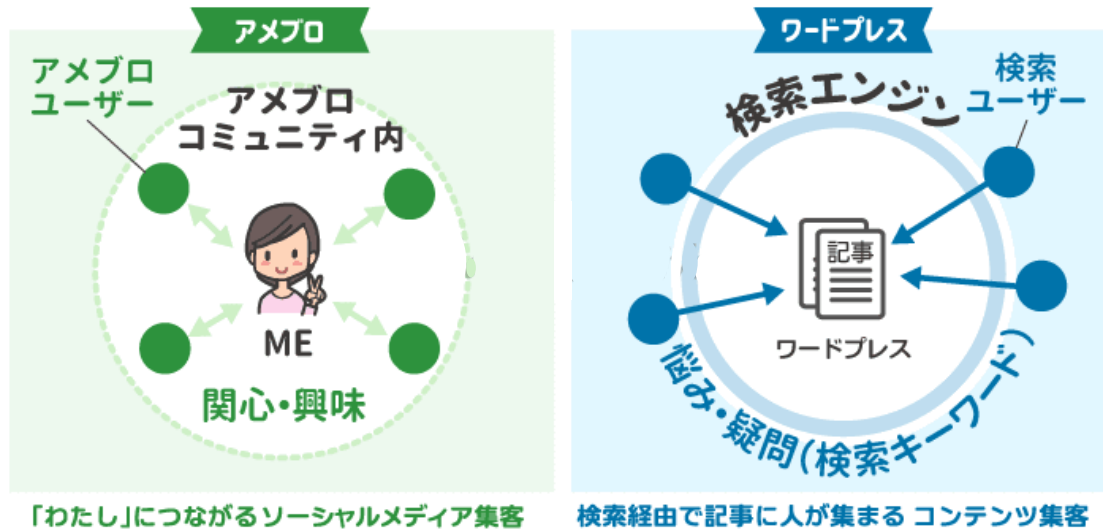


有志が集まって運営・管理する
ブログ作成ソフトウェア

ブログ・ウェブサイトを作るツール

- ① **アメブロ**は、サイバーエージェントが作った独自のコミュニティ式ブログが使える「**サービス**」
- ② **ワードプレス**はウェブサイトやブログを作る「**ツール**」

アメブロとWordPress集客方法



- ① **アメブロ**は、「ソーシャルメディア集客」 自分軸発信
対象者は**アメブロユーザー**
- ② **WordPress**は「コンテンツ集客」 コンテンツ(情報)発信
対象者は**悩みの解決法を検索で探す人**

SEOブログとは

【SEOブログの特徴】

- ① キーワードで集客できるため
自動集客の基礎になる
- ② SNS集客のように短期決戦ではなく
長期的にお客様を無料で集め続ける
- ③ 成約しやすい属性のお客様が集まる



SEOブログの書き方①

【SEOブログを書く準備】

①自分のビジネスはどんな人に役に立てるのかを
キーワードから理解する

②商品・サービスを購入したい人の気持ち
になって自分も一度検索で探してみる

③検索エンジンで出てきた
関連キーワードも参考にする

④キーワードプランナーで月間検索数を調べてみる

<https://www.xserver.ne.jp/blog/keyword-planner/>



SEOブログの書き方②

【SEOブログ 5つのコツ】

- ① SEOキーワードを考慮しているか？
- ② オリジナリティのある記事の内容か？
- ③ 読者が興味を持ってしっかり読んでくれるか？
(文字数3000文字以上&動画など)
- ④ 最重要キーワードが、本文中に含まれているか？
- ⑤ あなたがその道の専門家であると認知できるか？



SEOブログの書き方③

新・PASONAの法則

- ✔ **P** : Problem (問題)
- ✔ **A** : Affinity (親近感)
- ✔ **S** : Solution (解決策)
- ✔ **O** : Offer (提案)
- ✔ **N** : Narrow down (絞込み)
- ✔ **A** : Action (行動)



SEOブログを書いてみる

下準備をしてから、PASONAの法則に沿ってブログを書いてみましょう！

- 1、下準備&リサーチを行う
- 2、時間を測って
まずは1個書いてみる
(1000文字以上)



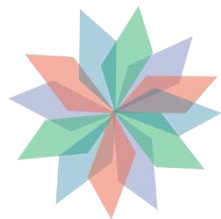
The background features a central white circle containing text. This circle is surrounded by a ring of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including blue, green, red, and purple. Additional clusters of these colorful triangles are positioned in the top-left and bottom-right corners of the slide.

Content 4

END



CONTENT 5
遠隔地でもリアルにつながる
ZOOMオンライン



ZOOMって何？



Zoomは、**パソコンやスマートフォン**を使って、
セミナーやミーティングを
オンラインで開催するために開発されたアプリです。

教室業とZOOMの活用法

- ①商圏が**全国・世界**に広がる
- ②災害等**不測の事態**に強い
- ③原価を抑えて**利益率を上げられる**
- ④**短時間**で複数回のレッスンを行うことができる
- ⑤**会場・移動の配慮**が要らない
- ⑥動画コンテンツとして**2次利用**ができる



教室業のZOOMレッスンで 配慮すべきこと

①企画は**対面とオンライン**

「誰に何を教えるか」の違いを理解する

②PC & 動画 & スマホ操作の**スキルアップ**

③レッスンの**企画はオンライン向けへ**

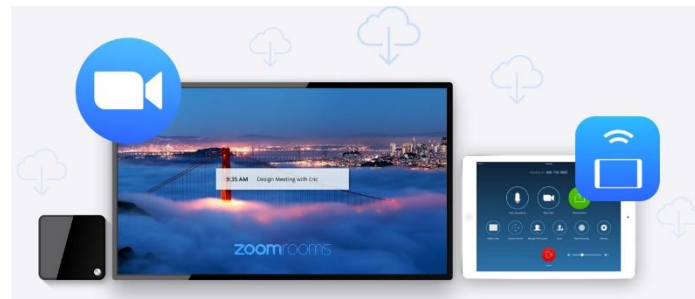
(短時間・簡略化・コミュニケーションに配慮)

④ZOOMレッスンのゴールは「**参加者の満足**」



教室業のZOOM その他活用法

- ① **2次販売**のコンテンツ
(動画販売・オンラインサロン)
- ② **オンライン教材**制作
- ③ **外部パートナー**との打ち合わせ
- ④ **お客様へのフォローアップ** & **回答動画**
- ⑤ **対談ライブ** (YouTube & FBライブ)



The background features a central white circle containing the text. Surrounding this circle is a ring of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including blue, green, red, and purple. Additional clusters of these triangles are visible in the top-left and bottom-right corners of the slide.

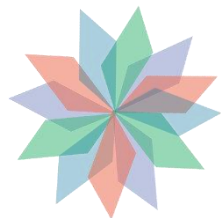
Content 5

END



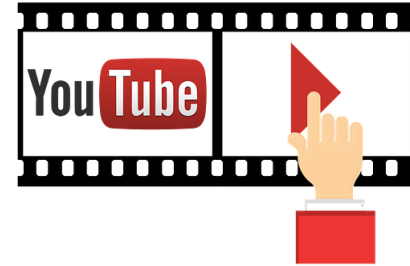
CONTENT 6

あなたの人柄魅力が
10倍伝わるオンラインライブ



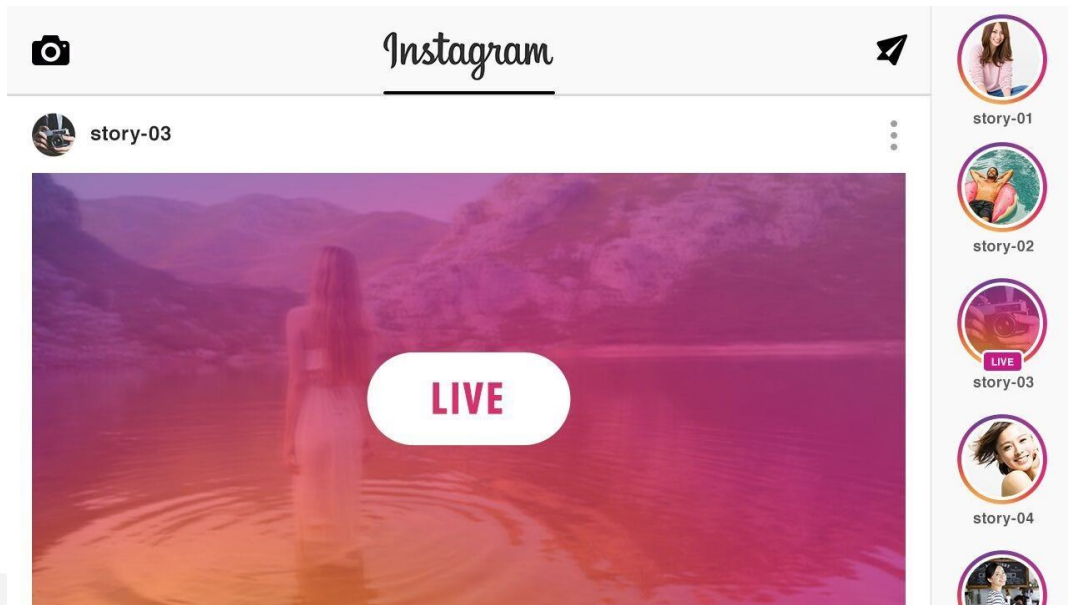
オンラインライブの種類

- ①YouTube ライブ
- ②Instagram ライブ
- ③Facebook ライブ



それぞれにメディアに特徴はあるが、
大切なのはライブをやる目的を明確にすること

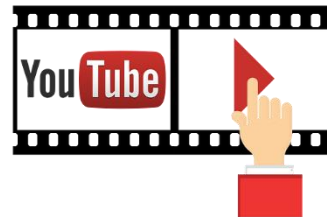
オンラインライブの目的



➡ オンラインライブの目的は「信頼構築」・「ファンづくり」です

YouTubeライブ特徴

● **一般公開型**: コメント欄で視聴者とコミュニケーションを気軽に取れる



● **限定公開型**: 特別感を持たせた形でファンと交流できる

登録者が**1000人未満**だとスマホ・タブレットでの配信ができない
1000人以上だと、配信できるようになる

登録者が**1000人未満**でもパソコンからの配信はできる

● 配信した動画は**同時に録画**もされるので
アーカイブを限定公開や公開にすることで後日2次加工ができる

Instagramライブ特徴

- 一般公開型:コメント欄で視聴者とコミュニケーションを気軽に取れる

- 限定公開は基本できない。
しかし、非公開アカウントにしてあらかじめ登録してもらっているフォロアーにのみ公開することは可能です

友人を一人まで招待して2人で
コラボライブを開催することができる

- 配信した動画は**同時に録画**もされるので
アーカイブを公開することもできる



Facebookライブ特徴

● **一般公開型**: コメント欄で視聴者とコミュニケーションを気軽にとれる

● **限定公開型**: FBページやFBグループでプレミアム感をもった配信ができる

メインのタイムラインで配信している場合には
気軽にシェアしてもらいやすいので拡散が期待できる

● 配信した動画は **同時に録画**もされるので
アーカイブをタイムラインに残すことができる



ライブ配信アプリ



StreamYard

FacebookやYoutubeをより番組風に配信できたり
ゲストとコラボしながらセミナーやレッスンを進めていくことができる。
多機能な配信アプリ

オンラインライブ終了後の動線

ライブ終了後は

開催の目的に合わせた導線を引く

- ・体験会
- ・特別プレゼント応募
- ・LINE登録
- ・メルマガ登録
- ・特別イベントレッスンご招待



オンラインライブの目的は「信頼構築」・「ファンづくり」です
人柄を知ってもらって
より1歩の距離近づけるように設計しましょう

The background features a central white circle containing the text. Surrounding this circle is a ring of overlapping, semi-transparent triangles in various colors including shades of blue, green, red, and purple. Additional clusters of these triangles are visible in the top-left and bottom-right corners of the slide.

Content 6

END