



インターネットを使って

自分の好きなことで

ファーストキャッシュを

作る方法

こんにちは、中井雅之と申します。

この度は、登録していただきまして、ありがとうございました。

このレポートでは、インターネット経由で物を売る際の基本的な事柄についてまとめています

インターネットで実際にビジネスをしている人や会社が、実際にどのようにメディアを活用しているかについて書いています。

ブログ集客、Facebook集客、はたまたメルマガが良いよとかLINEが良いとか、情報があふれていて、実際にどのように活用すればいいのかがわからないという方も多いのではないのでしょうか？

インターネット上のメディアを行かすためには、そのメディアの特性を知って生かしていくための基本的な考え方を知る必要があります。

日々新たなメディアが現れていますが、この基本を知ることによって、新しいメディアが出てきても、どのように活用すればいいかがわかるようになります。

インターネットメディアの基本を知って、どんどん活用していきましょう。

・ 集客の基本的な考え方

どんなに良いチラシを作っても、誰も人が通らない道に張っていても誰にも見てもらえません

インターネットでビジネスを広めるためには、自分の商品をたくさんの人に見てもらう、ということが意識することが必要になってきます。

例えば、実際にお店を作って商売をする場合は

① たくさんの人にチラシを見てもらう

もしくは、人がたくさんいるところに行って宣伝する



② 店に入ってもらって、商品・サービスの良さを知ってもらう



③ 商品を買ってもらう

という流れになります。

この流れをインターネット上に作ることを意識するのがコツです。

① 【お客様を集める】



② 【商品、サービスを知ってもらい、お客様との信頼関係を築く】



③ 【商品サービスを販売する】

この流れです。

インターネットをビジネスに活用する場合、メディアをこの流れに即して使用する形になります。

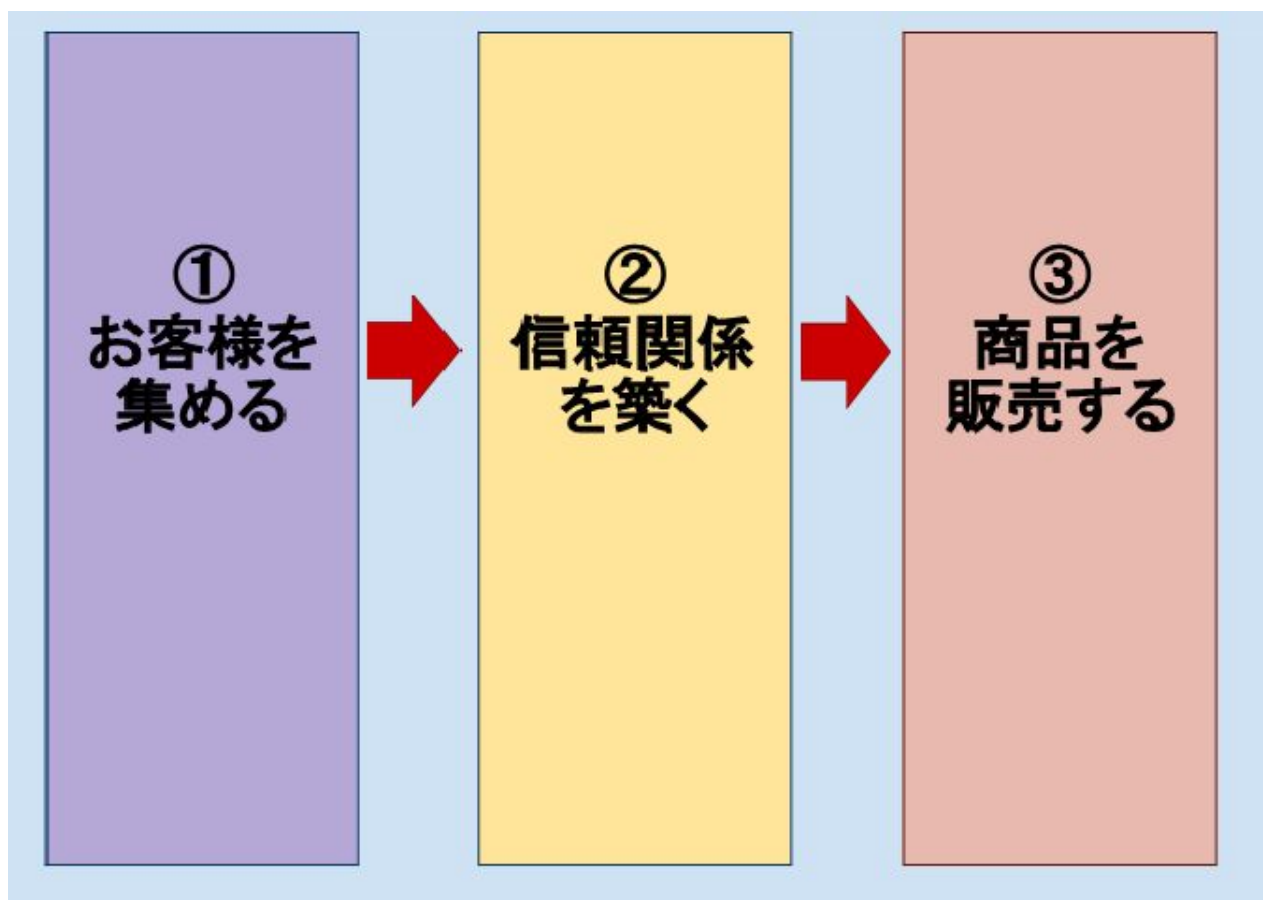
①【お客様を集める】のにSNS(Facebook, Twitter等)やYoutubeを活用

②【商品、サービスを知ってもらい、お客様との信頼関係を築く】と

③【商品サービスを販売する】では、

ホームページやメールマガジンを使用するという流れになります。

それでは、各段階を順番に見ていきます。



①【お客様を集める】

この段階で重要なのは、自分や商品を知ってもらう、ということです。

例えばビールを飲みたいというとき、何の情報もなければ、キリンやサントリーなど自分が知っているブランドのものを選ぶと思います。

まず知ってもらう、ということが重要になるわけです。

そこで、SNS(Facebook、Twitter etc)、Youtubeなどを利用して、たくさんの人に商品や自分、店を知ってもらうということが必要になってきます。

ここで重要なことは自分のことを知ってもらう興味を持ってもらうということなので、**ここで売ろうとするのは無理とは言いませんが効率が悪い**です。

また、SNSはあくまで交流の場なので、あまりにもビジネスが前面に出すぎると嫌がられることもあります。

メディアの性質を理解して、見込み客になりそうな人に知ってもらうことに注力しましょう。

ちなみに、ローソンのホームページにSNSの一覧があります。



大企業も利用しているくらい、SNSによるPRが有効だということがお判りいただけるかともいます

●Facebook●

Facebookは、現実の“つながり”をネット上で再現する、つまり、現実世界での知り合い（実際に会ったことがある人）とネットでも交流するために作られたサービスです。

チャットができるアプリ「Messenger」や、通話機能、イベントページ、ビジネス用ページであるFacebookページなどの様々な機能があります。知り合った人とのやり取りに非常に便利なサービスです

そして、一番大きな特徴は**実名での登録が原則**であるということです。

そのため他のSNSよりも信頼性が高いというのが特長です。

使い方は、こちらのサイトを参考にしてみてください

<http://ibsalabo.com/facebook/step1/acount/>

自分の投稿が「友達」のタイムライン(Facebook にアクセスした時に最初に表示される画面の記事)に表示されます。

たくさんの人に自分の記事を見てもらいたい場合は、「友達」を増やす必要があります。

最初はどんどん友達申請をして「友達」を増やすことをしていくのが、Facebookを効果的に使うためのコツです。



●Twitter●

140文字以内の短文「ツイート」の投稿を共有するサービスです
手軽に使用できるのが特長です

自分専用のページ「ホーム」の「タイムライン」には、Facebookと同様に、自分の投稿とあらかじめ「フォロー」したユーザーの投稿が時系列順に表示されます

各ユーザーがツイートを投稿し、他のユーザーがそれに対して話しかけたり、自分のタイムライン上に「リツイート」することで、コミュニケーションが生まれたり情報が広がっていくのが特徴です

投稿のリアルタイム性が非常に高い反面、投稿が見られる時間が非常に短いです。

また、自動でツイートできるツールもありますので、ブログの記事やYouTubeの動画等のコンテンツがある場合は、リンク付きのツイートを自動でツイートし続けて宣伝するという使い方もあります。

また、Facebookと同様にフォローしているユーザーの投稿が自分のタイムラインに表示されるので、「フォロワー」を増やしていく活動(こちらからフォローして、フォロー返しをしてもらう)をしていく必要があります。



●ameblo●

ブログサービスとして有名なアメブロですが、その真価は「読者登録」をしてもらうことによって投稿をアメブロに集まっている人に見てもらうことにあります。

SNSとしての機能を生かすとして考えることが重要です。

そのため、集客として生かすためには「友達申請」や「フォロー」をするのと同じように、「読者申請」を行い、他のユーザーから読者申請を返してもらう、という活動をする必要があります。

ホームページやWordPressが単体では検索流入に頼らなくてはいけないのに対して、アメブロに集まっている人に対して直接集客を行うことができるのがアメブロの特徴になります。

FacebookやTwitterのタイムラインと同じように、ログインした状態で

<http://ameba.jp/>

にアクセスすると表示される「チェックリスト」に、読者登録したブログの更新情報が表示されます。



The screenshot shows the Ameba website interface. At the top, there is a navigation bar with icons for Ameblo, Big, TV, Home Page, Game, and Category. Below the navigation bar, the main content area is divided into several sections. On the left, there is a sidebar with a green header 'Ameba.' and a search bar. Below the search bar, there is a section for 'パソコン苦手お助け人 横浜のまさのブログ' with a green button 'ブログを書く'. Below that, there is a section for '人生をブログに纏ろう' with a green button 'いいね! 履歴' and 'アクセス解析'. Below that, there is a section for 'あなたのOwnd' with a green button 'ホームページを作成'. The main content area is titled 'チェックリスト' (Checklist) and shows a list of blogs followed by readers. The list is highlighted with a red border. On the right side, there is a sidebar with a green header 'Ameblo' and a section for '速報1位' and '昨日1位' with a green button '和香、夫コード・自律神経 駐車場で家事を楽何があっ「1日35 好評だっ

デメリットとしては、基本的に商用禁止になっているため、予告なく削除される恐れがあります。(結構頻繁にあります)

記事のバックアップを取っておくなどの対策が必要になります。

このような自動で読者登録をしていくツールもあります。

[【アメーバキング2】月額2,980円](#)

自動ペタ、自動いいね、バックアップ機能など、様々な機能があって便利です。

●YouTube●

言わずと知れた動画共有サイトです。
今や、テレビ代わりに見ている人も多いです。

Youtubeの最大の特徴は、Youtube社自身がGoogleの傘下にあるため、Googleの検索に引っかかりやすいということがあげられます。

動画に出演することで、自分の人となりや雰囲気などを直接会っていない人に伝えやすいというメリットもあります

概要欄にリンクを張ることもできますので、自分のホームページやメルマガフォームに誘導することもできます。

以上が代表的な集客メディアです。
Facebookを使う人はFacebookだけ、Twitterを使うひとはTwitterだけしか使わない、という人が多いそうです。
なるべく複数のメディアを使うことで、人に見てもらえるチャンスが増えます。

②【商品、サービスを知ってもらい、 お客様との信頼関係を築く】

SNSで知ってもらった人に、自分が取り扱っている商品を知ってもらうのフェーズです。

ここで必要になってくるのが、**ホームページやメールマガジン**です。

集まってもらった人に対して情報を提供することによって、見込み客→顧客になってもらう必要があります。

ホームページはよく勘違いされるのですが、集客に即効性はありません。新しいドメインのホームページがGoogleに認めてもらうまでに時間がかかります。

ホームページ自体が集客ツールとして機能するまでには、短くても半年～1年くらいの時間がかかると思った方がいいです。

短期的には、SNSなどを使用する方が人の目に触れやすいので、ここからホームページに来てもらうということを考えた方が早いです。

★ホームページ★

ホームページは以前は専門家の領域でしたが、現在はいろいろなサービスがあります。

WordPress ・ ・ ブログ付きホームページを作るツール
jimdo WiX ・ ・ クラウド型ホームページ作成サービス
ペライチ ・ ・ 1ページのホームページやLP(ランディングページ)作成

まだまだたくさんあります。

SNSに集まってもらった人を、これらのページに誘導して見てもらうことで、商品・サービスについて知ってもらう形になります。

メールマガジンの登録ページに誘導する方法も効果的です。

SNSなどを見てきてくれた人に、商品・サービスの良さ、さらには会社やあなた自身のPRできるように、内容を充実させておきましょう。

③【商品サービスを販売する】

商品を知ってもらった見込み客に商品を販売するフェーズになります。

人を集めて、商品を知ってもらうための情報を提供して信頼してもらう
これができる、初めて商品を販売する準備ができます。

▲メールマガジン▲

稼いでいる起業家は必ずやっていると言っても過言ではないのが、メールマガジンです。

楽天やAmazonなどの大手の企業もメルマガをしているのは、単純に「儲かる」からです。

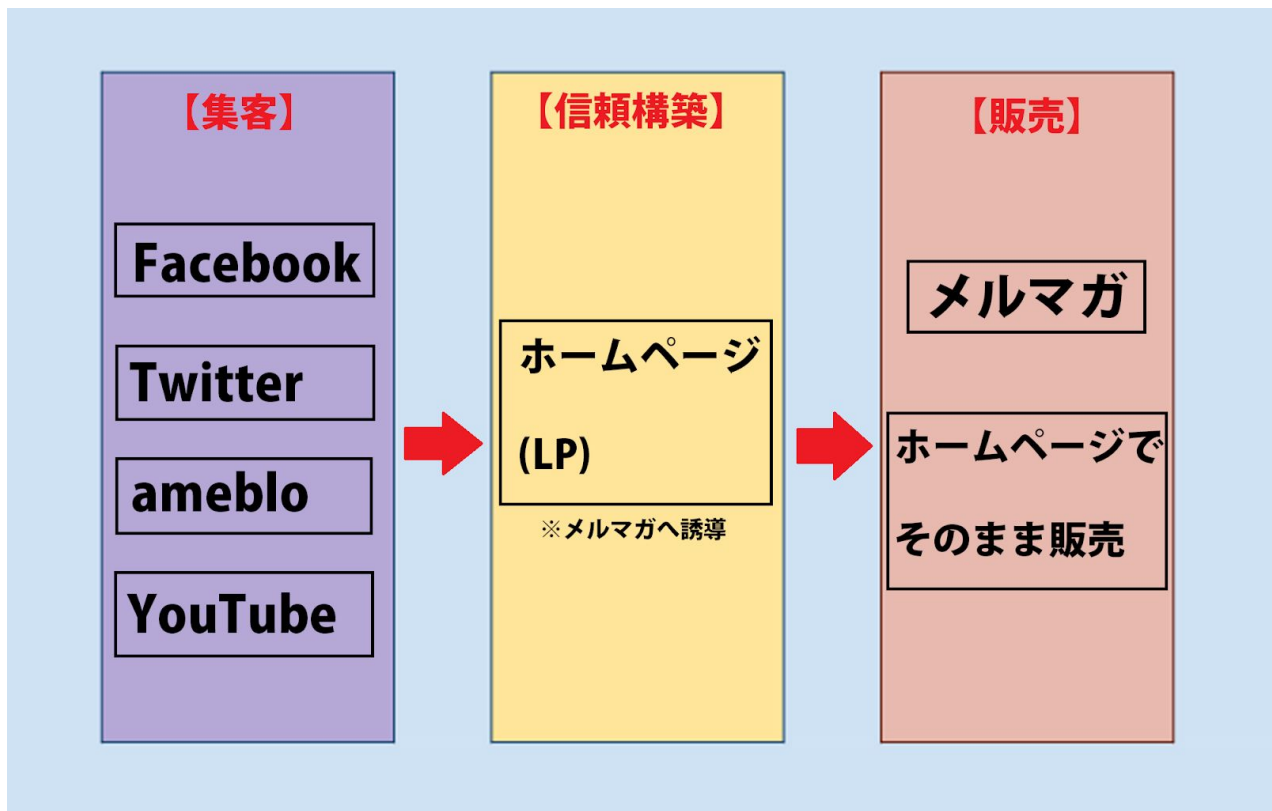
メールマガジンは、その他のメディアと違い、情報を提供したいときに提供できるという利点があります。(プッシュ型とも呼ばれます)

こちらの書籍がおすすめです
安価なのでぜひ読んでみてください。

[【おすすめメルマガ書籍】](#)

プッシュ型という意味では、最近ではLINE@も同様の目的で使用されています。

まとめると、この表のようになります。



便宜上、メルマガを「販売」の項目に入れていますが、メルマガは信頼構築のツールでもあります。

この流れを作ることを意識して、各メディアを更新していくことがコツです。

新しいメディアが出てきたときは、この中のどの役割をするものなのかと、いうことを考えて利用することが、上手に活用するコツになります。

各メディアの特徴を生かして、自分のビジネスを広めていきましょう。

このレポートは以上になります。

もしわからない点などがあれば、私(中井)までご連絡頂ければうれしいです。

メール : mail@odmt-pcc-b.jp

Facebook: <https://www.facebook.com/nakaimasayuk>



著者 中井 雅之

岡山県出身 現在は神奈川県横浜市在住。

子供のころは、大阪に20年以上、山口県の下関にも5年ほど住んでいたことがあります。

給湯器のメーカーに勤めていて、そこで技術的な顧客対応(ユーザー、取り扱い業者向け)をする傍ら、パソコンやインターネット関係の機器やソフトウェアの導入を行っていました。

素人目線での技術的な対応が得意分野です。

パソコンの超基本的な話

ブログ、SNSの活用法

Wordpressの基本設定とSEOの基礎

等、様々なものを提供しています。

ホームページ : <http://odmt-pcc-b.jp/>

サービス内容のページ:<http://odmt-pcc-b.jp/service/>

メール : mail@odmt-pcc-b.jp

Facebook : <https://www.facebook.com/nakaimasayuk>

掲載されている内容は、知的財産権によって保護されています。

著者に許可なく、本資料の一部またはすべてをあらゆるデーターにより複製、流通、転載、転売することを禁じます。