

第三回
ブログ集客 &
ライティング基礎



好き & 得意で突き抜ける！

スーパー
ステージアップ
起業塾





第三回 ブログ集客 & ライティング基礎





- シェア & 前回のおさらい
- アメブロもワードプレスも簡単！ブログ集客 & SEO
- 書けば売れる！集まる！ライティング心理学
- それが欲しい！と言われる販売記事の書き方

まずは皆さんの報告から



この二週間、何か動きがあった方はご報告下さい。
また質疑等も可能です





前回のおさらい



第二回 ペルソナ & コンセプト設定

- ペルソナ & コンセプト設定
- ヒットするキャッチコピー決め
- 検索でお客様を集めるキーワード設定





ペルソナ & コンセプト設定



Q、

コンセプトを作るのに
必要なことは何？

イチに使命 (ミッションステートメント)

なんのためにやるのか。

お客さんをどうしてあげたいのか。(社会性)

次に独自性 (差別化、強み、ポジショニング)

自分にしかできなくて、

自分じゃないといけないこと。(スキル、知識、世界観)

最後にペルソナ（理想のお客様）

- 1人の人物像（実在の人物でも可）
- 抽象的な表現を避ける
- イメージが沸くように
- 24時間考えていても苦じゃない

→ **コンセプト** が決められる



迷走しないための 3つのポイント



【迷走しないためのポイント①】

自分がやりたことだけでなく
求められることは何か軸

菩薩業 / 生業業

【迷走しないためのポイント②】

お金を出してでも
解決したい悩みかどうか
お金を出せる客層か

【迷走しないためのポイント③】

継続して利用してもらえ、又は
ちゃんとリピートされる
ビジネスコンセプトかどうか

2つの違いを抑えておきましょう

ヘッダーやバナー
画像で使います。

【キャッチコピーのポイント】
分かりやすさとインパクト

サイト自体の名前
(ブログタイトルでも可)
で使います。

【サイトタイトルのポイント】
検索キーワードと簡潔さ



サービス価格の決め方



■ お金とは

お金 = 決心料

決めるところで、しっかりお金を頂く。

金額によってお互いのマインドも大きく変わる。

起業の基礎

■ お金とは

お金 = 決心料

お客さんは、いくら払ったら

「本気でやろう！ 変わろう！」

と感じて動く金額かを考える。



【ここからが今日の本編】

ブログ集客 & SEO



アメブロは簡単！

① 売れるブログの型作り

→ 集客に必要な8つのポイントを抑える

② 売れるブログの進め方

→ 正しいアメブロのやり方を身に着ける

アメブロは簡単！

① 売れるブログの型作り

→ 集客に必要な8つのポイントを抑える

② 売れるブログの進め方

→ 正しいアメブロのやり方を身に着ける

売れるアメブロの 型作り



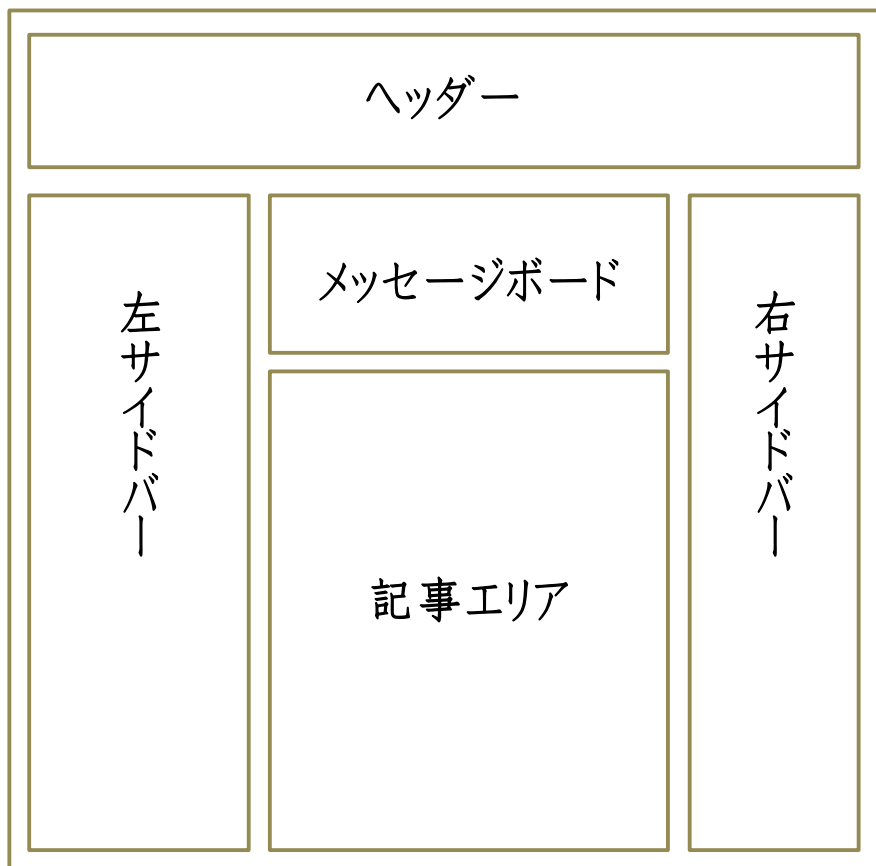


【超基本】

アメブロは
2つのページで出来ている

アメブロは2つのページで出来ている

ブログページ



プロフィールページ



アメブロは2つのページで出来ている

ブログページ

The screenshot shows a personal blog page for Jun Sumifuku, a consultant for 'Jibun Brand'. The header features a navigation menu with categories like '売れるアメブロの作り方' (How to make a sellable Ameblo), '自分ブランドの作り方' (How to make your own brand), 'アメブロカスタマイズ' (Ameblo customization), '継続コンサルティング' (Continuing consulting), and 'お問合せ' (Contact). The main content area has a large banner with the text: '～個人事業を最短距離で成功に導く～ “自分ブランド構築”で時間とお金の両立を実現'. Below this is a bio: '自分ブランド構築コンサルタント 住福 純'. There are also social media icons and a 'ブログトップ' (Blog Top) button. A featured article titled '自分ブランドで人生を変えるメール講座' (Email course to change your life with your own brand) is highlighted, mentioning a 200% increase in sales for a client. At the bottom, there's a section titled '突き抜ける人は自分を〇〇〇人' (Those who stand out are people who are 〇〇〇 people).

プロフィールページ

The screenshot shows a professional profile page for Jun Sumifuku. The header features the name 'JIBUN BRAND' in large gold letters. Below the name is a circular profile picture and a '+ 読者になる' (Become a reader) button. The page is titled '自分ブランド構築コンサルタント 住福 (すみふく)' (Jibun Brand Consultant Jun Sumifuku). It includes social media links for 'ピク' (Pic), 'ベタ' (Beta), '画像一覧' (Image list), and 'メッセージ' (Message). There are also SNS icons for Twitter, Facebook, and Instagram. The bio states: 'はじめまして。自分ブランド構築コンサルタントの住福純(すみふくじゅん)です。個人事業主のsmallビジネス(月収50万~200万円)を構築するコンサルティングを行っています。あなたの強みとウリを分析。自分だけのブランド(商品)をつくり、WEBとリアルの両方で売り出していく秘策をお伝えします。パソコンやインターネットが苦手という女性起業家から、すでに実績のある個人事業主の方まで幅広くお引き受けしています。' (Hello. I am Jun Sumifuku, a Jibun Brand consultant. I provide consulting for small businesses (monthly income 500,000-2,000,000 yen) for individual business owners. I analyze your strengths and USP. I create your own brand (products) and share secret strategies to sell on both web and real life. I accept clients from women entrepreneurs who are not good at computers/internet to established individual business owners.)

At the bottom, there's a 'ブログランキング' (Blog Ranking) section showing '全体ブログランキング 555,066位' (Overall Blog Ranking 555,066th place) and a link to '個人事業主で成功した父をなかなか好きになれなかった理由' (Reasons why I couldn't like my father who succeeded as an individual business owner).

ブログページ



Ameba

詰まる所、ブログは型です！

- ① ターゲットを絞った
メリットの分かりやすいタイトル
- ② メニューやお問合せなど
分かりやすくゴールを設置する
- ③ 記事内メニューを必ず入れる
- ④ サイドバー左上がゴールデンスポット
 - ・メルマガやイベントへのリンク
 - ・ご案内や店舗情報、Facebook
 - ・実績やお客様の声、ビフォアアフター
(人が集まっていて楽しそうを見せる)

ブログページ



詰まる所、ブログは型です！

- ① ターゲットを絞った
メリットの分かりやすいタイトル
- ② メニューやお問合せなど
分かりやすくゴールを設置する
- ③ 記事内メニューを必ず入れる
- ④ サイドバー左上がゴールデンスポット
 - ・メルマガやイベントへのリンク
 - ・ご案内や店舗情報、Facebook
 - ・実績やお客様の声、ビフォアアフター
(人が集まっていて楽しそうを見せる)

ブログページ

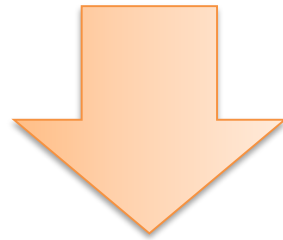


検索に強く、興味をひく タイトルの作り方



売れるタイトル、キャッチコピーの作り方

アメブロはタイトルが超重要



読者が見たくなる、検索してくれる
タイトルですか？

売れるタイトル、キャッチコピーの作り方

◆タイトルの基本形

<お店系ブログ>

地名＋業種＋メリット(＋店名)

<情報系ブログ>

業種＋メリット

※場合によっては、業種とメリットは前後してもOKです。耳触りを大事にしましょう。

売れるタイトル、キャッチコピーの作り方

◆ 作る際のヒント

誰のどんな悩みが
どうなる？

- ① 検索時のキーワードは？
- ② 自分は一番誰を助けたい？
- ③ 受けるとどうなる？（どんな表面的な問題が解決？）
- ④ 小学6年生でもわかる言葉を使う

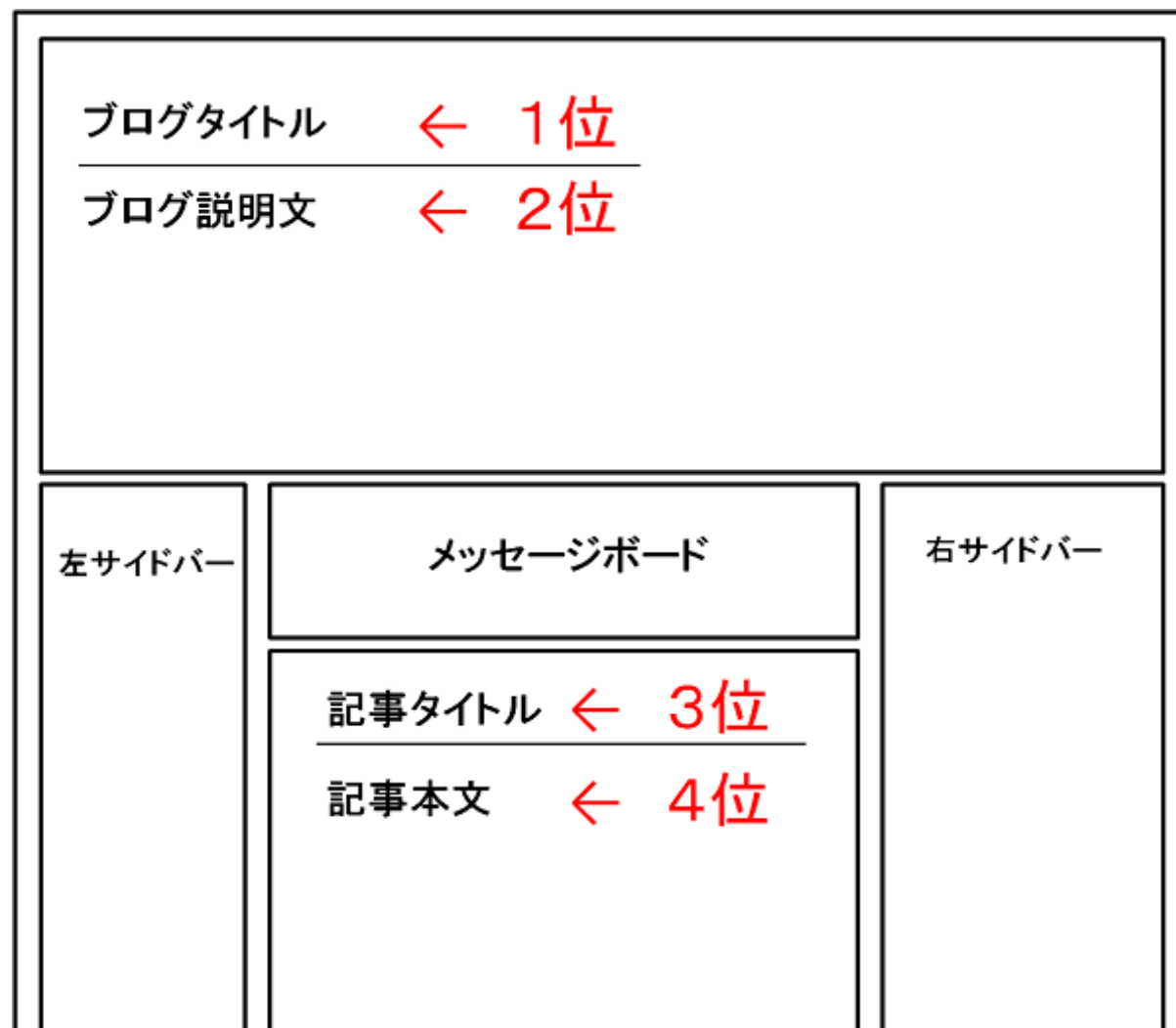
売れるタイトル、キャッチコピーの作り方

◆ タイトル＋説明文

Web検索に大きく
関係するのが

タイトルと説明文

両方を組み合わせて
ブログの検索を強化！



ブログを作る前に必ず決めておくこと

例：“大阪でヨガスタジオ”をやっている場合。

- 検索時のキーワードは？
→ 大阪(旭区・城東区)、ヨガ、子連れ
- 自分は一番誰を助きたい？
→ 出産後の体形や不調で悩んでいるママ。
外とのふれあいが欲しい。ママ友がほしい。
- 受けるとどうなる？(どんな表面的な問題が解決？)
→ 子連れで参加出来て、産後太りも解消！ママ友も出来る♪

産後太りで気になる
お腹周り、お尻、脚に絞群！
肩こり、腰痛なども
しっかり改善していきます。

大阪市旭区&城東区で開催！
小さいお子さんがいるママのための
子連れヨガ&産後ヨガ

ママの皆さん、産後のお悩みをマルッと改善！
身体のこと、日常のストレス。ヨガで楽しく解決していきませんか？

みんなでワイワイ！
ママ友も出来ます!!

体が硬い方でも
大丈夫!

先生は元ダンサー

ママのためのヨガ
インストラクター 久保 梓

【千林教室】
大阪市旭区森小路2-9-10 千林商店街/千林ファンタジー2階
千林大宮駅1番出口より千林商店街徒歩3分/京阪本線千林駅より徒歩5分

【古市教室】
大阪市城東区古市3-19 みんなの家(城東区古市 西北公園内の集会所)
地下鉄今里筋線 新森古市駅①出口より徒歩3分

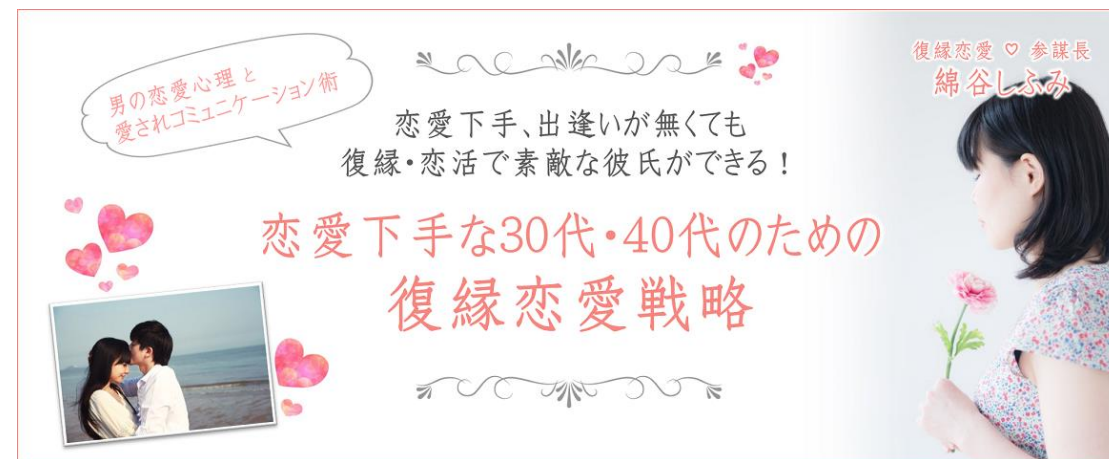


大阪市旭区城東区 子連れヨガ・産後ヨガでストレス解消！
子育てのリフレッシュを！

ブログを作る前に必ず決めておくこと

例：“恋愛コーチ・アドバイザー”をやっている場合。

- 検索時のキーワードは？
→ 恋愛、復縁、結婚、恋活
- 自分は一番誰を助きたい？
→ 以前の自分のように恋愛で悩んでいた。
ロジカルに解決策を導いてほしい。
- 受けるとどうなる？（どんな表面的な問題が解決？）
→ 具体的な復縁までの道筋がわかる。戦略的に導いてもらえる。



大人女子の復縁恋愛メソッド

～復縁から結婚へオーダーメイドな恋の薬処方します

詰まる所、ブログは型です！

- ① ターゲットを絞った
メリットの分かりやすいタイトル
- ② メニューやお問合せなど
分かりやすくゴールを設置する
- ③ **記事内メニュー**を必ず入れる
- ④ サイドバー左上がゴールデンスポット
 - ・メルマガやイベントへのリンク
 - ・ご案内や店舗情報、Facebook
 - ・実績やお客様の声、ビフォアアフター
(人が集まっていて楽しそうを見せる)

ブログページ



「ゴールはどこだ？」とならないように...

そもそもゴールとは？



お客さんが知りたい情報

- 商品（メニュー）
- 申し込み、予約、問合せ
- お客様の声
- メルマガ
- アクセス

「ゴールはどこだ？」とならないように...

目立つ場所に設置

- サイドバーの左上
- メニューバー
- 記事内(毎記事)

The screenshot shows a blog post titled "圧倒的に集客出来る！売れるアメブロの作り方" (How to make an Ameblo that can attract customers and sell!). The page layout includes a header, a main content area, and a sidebar. Red boxes and arrows highlight specific areas where an advertisement can be placed:

- Sidebar (Left):** A red box highlights the "売れ" (Sell) button in the sidebar menu.
- Main Content Area (Top):** A red box highlights the top of the main content area, where a large advertisement is displayed.
- Main Content Area (Bottom):** A red box highlights the bottom of the main content area, where another advertisement is displayed.

The advertisement content includes:

- Header:** "圧倒的に集客出来る！売れるアメブロの作り方" (How to make an Ameblo that can attract customers and sell!).
- Image:** A photo of a man with a speech bubble saying "え！？ アメブロ集客ってこんなに簡単だったの？" (Wow!? Getting subscribers on Ameblo is so simple?).
- Text:** "■集客力がつく、無料のメール講座にご登録下さい！" (Sign up for a free email course that builds your ability to attract customers!) and "とあるサロンオーナーが自分ブランドを作り、集客と売上を変えていくお話です^^" (A story of a salon owner who made her own brand, attracted customers, and increased sales ^^).
- Call to Action:** "ご登録はコチラから" (Sign up here).
- Image:** An envelope icon.
- Text:** "自分ブランド構築コンサルタント 住福 純のメール講座" (Email course by brand building consultant Jun Sumitoku) and "自分ブランドをつくり、仕事が200%楽しくなったサロンオーナー 優子さんのステップアップストーリー" (Step-up story of salon owner Yoko who made her own brand and her work became 200% more enjoyable).
- Text:** "アメブロ初心者さんはコチラ！「販売力のあるブログの作り方」をお伝えしています。" (For Ameblo beginners, here! We teach you "How to make a blog with sales power").
- Image:** A woman with a speech bubble saying "Job's ameba make in 7days" and "売れるアメブロに7日で変身できる集中講座" (Concentration course to transform into a sellable Ameblo in 7 days).
- Text:** "↑ パナーをクリックでご登録 ↑" (Click the button to sign up).
- Footer:** "Next Innovation 住福 純" and "HOME / アメブロカスタム / 売れるアメブロの作り方 / お問い合わせ" (Home / Ameblo Custom / How to make a sellable Ameblo / Contact Us).

記事内メニューを必ず入れる

■ 最後に記事内メニュー



ブログを見た人がスムーズに
アクションを起こせるように
しておく。



Next Innovation 住福 純

[HOME](#) / [アメプロカスタム](#) / [売れるアメプロの作り方](#) / [お問合せ](#)

♡【広島/福山】まつげエクステ専門サロン♡
Avantgarde ~アバンギャルド~
【完全予約制・女性専用】

【店舗情報】
広島県福山市本庄町中2-10-14
最寄駅: 福山駅徒歩15分
駐車場: あり | 送迎あり
TEL: 090-6406-2631
MAIL: fukuyama.kara@gmail.com
営業時間: 10:00~19:00
定休日: 日曜・祝日
(最終受付18:00 要相談)

【ご予約/お問合せ】
☎ 090-6406-2631
📄 [ご予約フォーム](#)

まつエクメニュー / お客様の声 / アクセス



©2014 Google - 地図データ 利用規約
[大きな地図で見る](#)

詰まる所、ブログは型です！

- ① ターゲットを絞った
メリットの分かりやすいタイトル
- ② メニューやお問合せなど
分かりやすくゴールを設置する
- ③ 記事内メニューを必ず入れる
- ④ サイドバー左上が**ゴールデンスポット**
 - ・メルマガやイベントへのリンク
 - ・ご案内や店舗情報、Facebook
 - ・実績やお客様の声、ビフォアアフター
(人が集まっていて楽しそうを見せる)

ブログページ



サイドバーの役割と 設置ポイント



ブログデザインの表示確認・レイアウト変更 適用後も変更できます。

「ベーシック」



2カラム・メニュー左



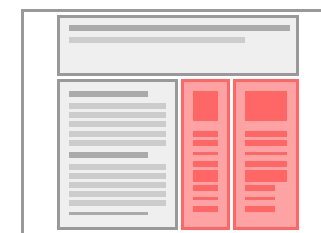
2カラム・メニュー右



3カラム・右ワイドメニュー



3カラム・左ワイドメニュー



3カラム・右メニュー



Ameba

サイドバーの役割と売りに上げに繋がる設置ポイント

■機能一覧

- プロフィール
- 最新の記事
- ランキング
- ブログ読者
- ブックマーク
- カレンダー
- お気に入りブログ
- テーマ
- 月別

必要な機能だけ表示させる

サイドバーの役割と売り上げに繋がる設置ポイント

■ 不要な出口は省く

→ ランキング（上位なら表示効果あり）

■ 無駄な情報は省く

→ カレンダー、月別

サイドバーの役割と売りに上げに繋がる設置ポイント

必要な情報

- プロフィール
- テーマ
- 最新の記事
- ブログ読者
- お気に入りブログ
- ブックマーク
- 検索

※上から順に重要なコンテンツ

The screenshot displays a blog layout with a sidebar on the left and a main content area on the right. The sidebar contains several promotional cards for seminars and courses, such as '自分ブランドで人生を変えるメール講座' and '売れるアメブロに7日で変身できる集中講座'. The main content area features a large banner for a '集客ツール診断' (Traffic Tool Diagnosis) with a background image of a person working at a laptop. Below the banner are navigation buttons for 'ブログトップ', '記事一覧', and '画像一覧', along with a '次ページ>>' link. The article content includes a title '突き抜ける人は自分を〇〇〇人', a date '2018年04月22日(日) 19時34分48秒 NEW!', and a theme '◆ビジネスマインド'. The article text discusses the author's experience as a self-brand consultant and mentions an upcoming seminar on April 24th.

サイバーの役割と売りに上げに繋がる設置ポイント

⑩自分ブランドで人生を変えるメール講座

自分ブランド構築コンサルタント
住友 純のメール講座

自分ブランドをつくり、
仕事力200%アップした
サロンオーナー 渡子さんの
ステップアップストーリー

↑ パナークリックでご登録 ↑

⑪お客様できるアメブロの作り方講座

Job + ameba
make in 7days

売れるアメブロに
7日で変身できる集中講座

↑ パナークリックでご登録 ↑

セミナー情報

【量子力学セミナー】

ビジネスを100倍加速させる
量子力学セミナー

成功を計画的に引き寄せ！
▶ 大阪 3/23 10時半〜

【五つ星ビジネスの作り方】
好きを仕事にして起業成功！
自然体で売れ続けるビジネス構築術

ハートをわくわく、思わず歌くなる！

LINE@始めました！
友達追加でクーポンゲット



友だち追加

お客様の声

「冷え性の私に合っているマッサージ」



「身体が以前より温まってきたので楽になりました」



「とってもいい時間が過ごせました」

Follow me
Instagram



GRACE LIFE DESIGN
180「いいね！」の故

「いいね！」済み お問い合わせ

あなたと他友達3人が「いいね！」しました

GRACE LIFE DESIGN
金曜日

【お洒落過ぎる姉妹♡】
美しく可愛い過ぎるお写真を頂きました😊何度もウっとり見入ってしまいます♡
この度、MOCOと同じオリジナルデコのペンダントトップをオーダー頂きました♡

お洒落なモナコちゃん、セースちゃん、マレちゃんにつけて頂いて本当に嬉しいです♡♡♡...
ちゅー目ス

追加で設置

- メルマガ、LINE@
 - お客様の声
 - ビフォアアフター
 - お問合せボタン
 - FB、インスタなどSNS
- ※上から順に重要なコンテンツ

サイドバーの役割と売りに上げに繋がる設置ポイント

■特に大事な部分

お客様の声
お客様との画像

➡ 人が集まっていて
楽しそう、良さそう！

※サイドバーのフリースペースかフリープラグインに入れる。

満席【大阪】3月28日10時～



満席【名古屋】2月22日10時～



満席【東京】1月11日10時～



満席【大阪】11月29日10時～



【セミナーやイベント開催中！】


▶ 詳細はコチラ



サイドバーの役割と売りに上げに繋がる設置ポイント

■検索に強化！ → テーマの作り込み

テーマの
作り込み



- 検索に強くなる
- 読者が見やすくなる
- コンテンツが充実して見える

※テーマを作ったからといって、その記事を書かないといけないわけではない。

サイドバーの役割と売りに上げに繋がる設置ポイント

■特に大事な部分→テーマの作り込み



N	テーマ
◆	コンサルティング (55)
◆	セミナー情報 (17)
◆	まとめ記事 (3)
◆	ビジネスマインド (22)
◆	強みビジネス (3)
↳	セミナーレポート (1)
◆	キャンペーン (3)
◆	アメプロ運用のコツ (44)
↳	コンサル・コーチ集客 (8)
↳	カウンセラー集客 (8)
↳	エステ、ネイルサロン集客 (36)
↳	占い、スピリチュアル集客 (5)
↳	整体、整骨集客 (2)
↳	講座・お教室集客 (6)

- 検索に強くなる
- 読者が見やすくなる
- コンテンツが充実して見える

詰まる所、ブログは型です！

- ① ターゲットを絞った
メリットの分かりやすいタイトル
- ② メニューやお問合せなど
分かりやすくゴールを設置する
- ③ 記事内メニューを必ず入れる
- ④ サイドバー左上がゴールデンスポット
 - ・メルマガやイベントへのリンク
 - ・ご案内や店舗情報、Facebook
 - ・実績やお客様の声、ビフォアアフター
(人が集まっていて楽しそうを見せる)

ブログページ



プロフィールページ

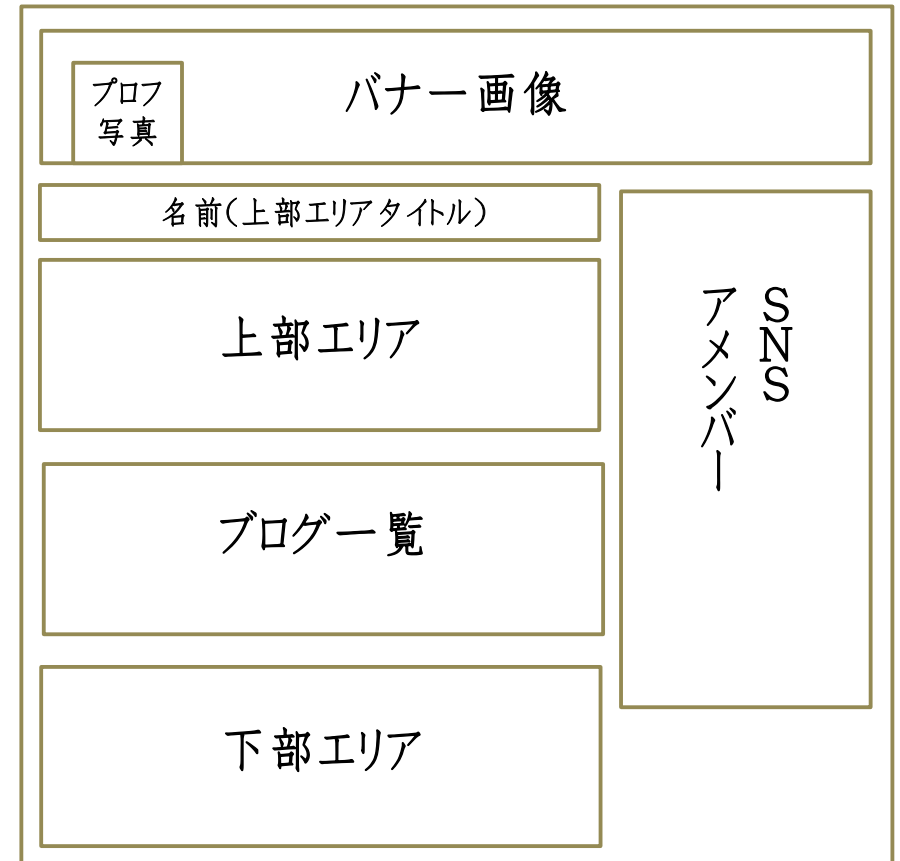


Ameba

詰まる所、ブログは型です！

- ① 名前(上部エリアタイトル)は
分かりやすい肩書き + 本名
- ② 写真は何屋さんか伝わる笑顔の本人画像。
バナー画像でサービスのアピールも！
- ③ 上部エリア
自己紹介(自分史)や
誰がどうなるサービスを行っているのか
実績、お客様の声などしっかり書き込む！
- ④ 下部エリア
サービス・メニュー案内
アクセスや問合せへのリンク

プロフィールページ



詰まる所、ブログは型です！

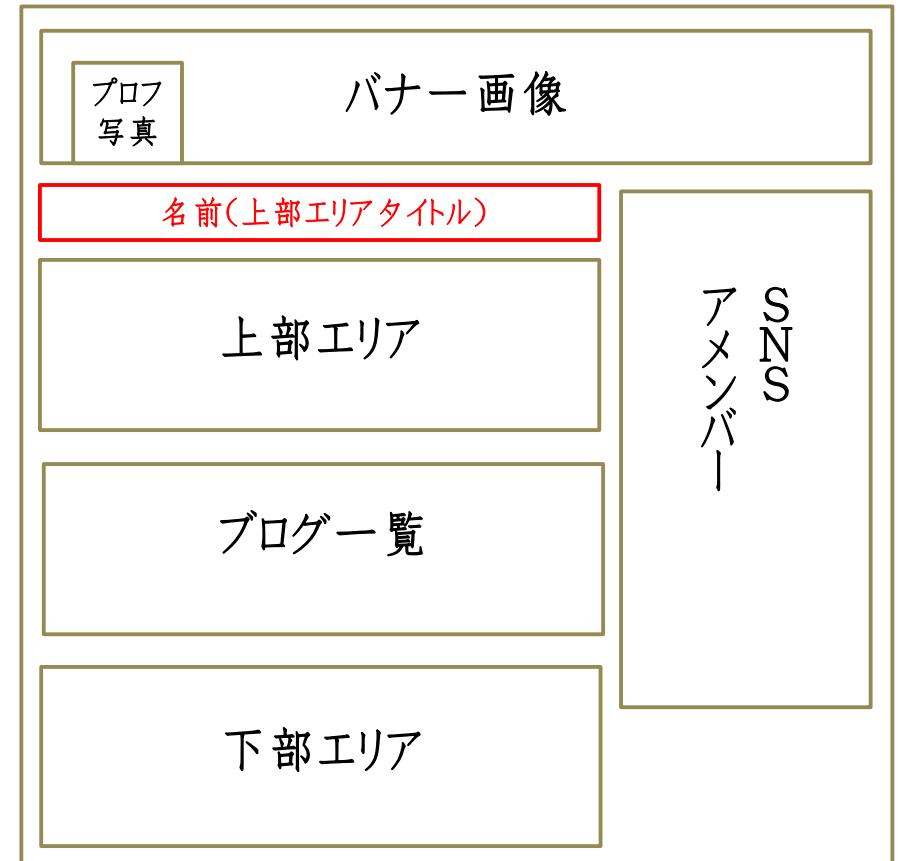
① 名前(上部エリアタイトル)は
分かりやすい肩書き + 本名

② 写真は何屋さんか伝わる笑顔の本人画像。
バナー画像でサービスのアピールも！

③ 上部エリア
自己紹介(自分史)や
誰がどうなるサービスを行っているのか
実績、お客様の声などしっかり書き込む！

④ 下部エリア
サービス・メニュー案内
アクセスや問合せへのリンク

プロフィールページ



魅せるニックネーム、 プロフィールページの作り方



魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

プロフィールページは…

Topページの次に
見られるページ

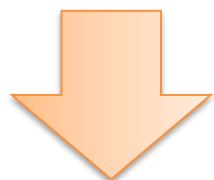
検索から直接リンクも
非常に多いページ

The screenshot shows a LinkedIn profile for '自分ブランド構築コンサルタント 住福 (すみふく)'. The profile banner features the text 'JIBUN BRAND' in gold. The profile picture is a circular photo of a man. The bio states: 'はじめまして。自分ブランド構築コンサルタントの住福純（すみふくじゅん）です。個人事業主のsmallビジネス（月収50万～200万円）を構築するコンサルティングを行っています。あなたの強みとウリを分析。自分だけのブランド（商品）をつくり、WEBとリアルの両方で売り出していく秘策をお伝えします。パソコンやインターネットが苦手という女性起業家から、すでに実績のある個人事業主の方まで幅広くお引き受けしています。' Below the bio, there is a '====' separator and the text '個人事業主で成功した父をなかなか好きになれなかった理由'. On the right side, there are navigation options for 'ピグ', 'ベタ', '画像一覧', and 'メッセージ'. Below these are social media icons for Twitter, Facebook, and Instagram. A prominent advertisement for 'お名前.com' is displayed, featuring the text '登録実績 17,000,000 件突破' and '.com.net.work ドメイン 1円 (税込) から'. At the bottom right, there is a 'プログラムランキング' section showing '全体プログラムランキング 555,066位'.

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

プロフィールページの目的

著者に興味を持たせブログを読んでももらうこと。



最初の興味づけはニックネーム

The screenshot shows a user profile for 'JIBUN BRAND' (住福純 (すみふく)). The profile includes a header with the brand name in gold, a profile picture of a man, and a 'Follow' button. The bio states: 'はじめまして。自分ブランド構築コンサルタントの住福純 (すみふくじゅん) です。個人事業主のsmallビジネス (月収50万~200万円) を構築するコンサルティングを行っています。あなたの強みとウリを分析。自分だけのブランド (商品) をつくり、WEBとリアルの両方で売り出していく秘策をお伝えします。パソコンやインターネットが苦手という女性起業家から、すでに実績のある個人事業主の方まで幅広くお引き受けしています。' The profile also features social media links for Pigeon, Beta, and various messaging apps, as well as SNS icons for Twitter, Facebook, and Instagram. A prominent advertisement for 'お名前.com' (Onamae.com) is displayed, offering '.com.net.work' domains for 1 yen. The profile ranking is shown as 555,066th out of 555,066th. A note at the bottom reads: '個人事業主で成功した父をなかなか好きになれなかった理由'.

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

◆ニックネームの基本形

肩書き十名前



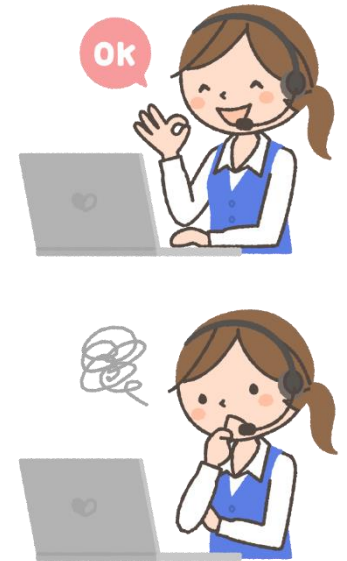
興味をそそる肩書きで、
覚えやすく印象に残ることが大事。

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

◆ニックネームの基本形



かなり大事なこと



名刺に書いている名前で検索にひっかからなければ、その時点で繋がり損失になる。

※本名が出せない場合は無理に出さなくてもOK。

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

< 悪い例 >

「住福 純」

「Next Innovation」



どこが問題点？

- ・何屋さんか分かりにくい
- ・特徴が分かりにくい
- ・英語が読めないし意味不明

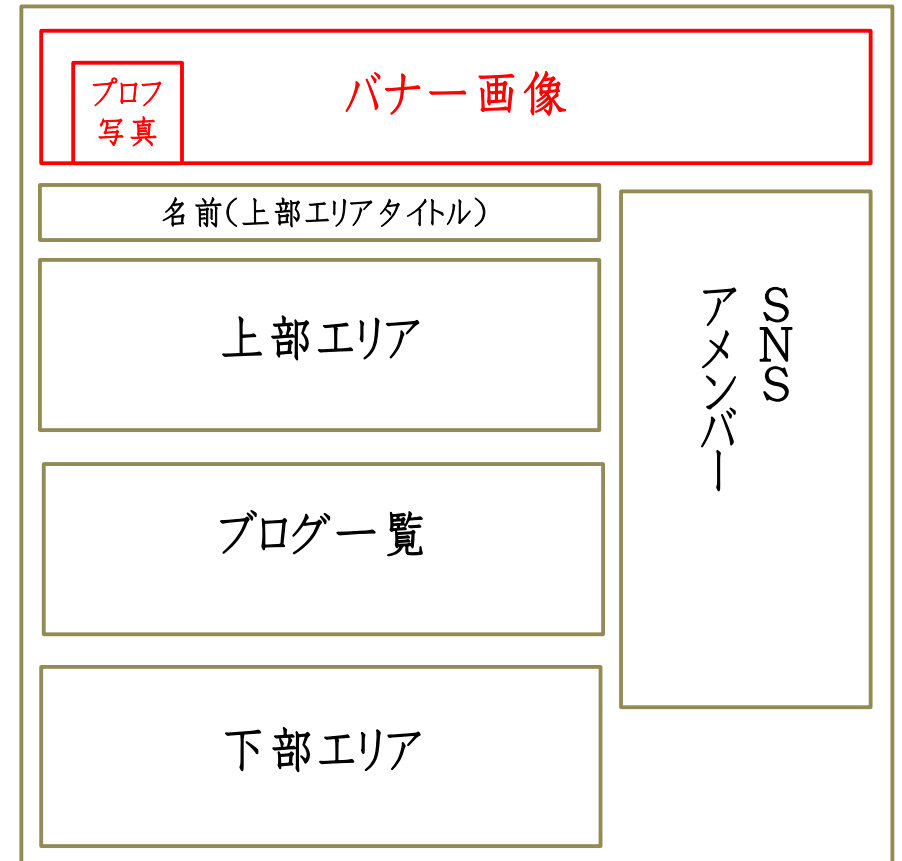
< 良い例 >

「自分ブランド構築コンサルタント 住福純」

詰まる所、ブログは型です！

- ① 名前(上部エリアタイトル)は
分かりやすい肩書き + 本名
- ② 写真は何屋さんか**伝わる笑顔の本人画像**。
バナー画像でサービスのアピールも！
- ③ 上部エリア
自己紹介(自分史)や
誰がどうなるサービスを行っているのか
実績、お客様の声などしっかり書き込む！
- ④ 下部エリア
サービス・メニュー案内
アクセスや問合せへのリンク

プロフィールページ



魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

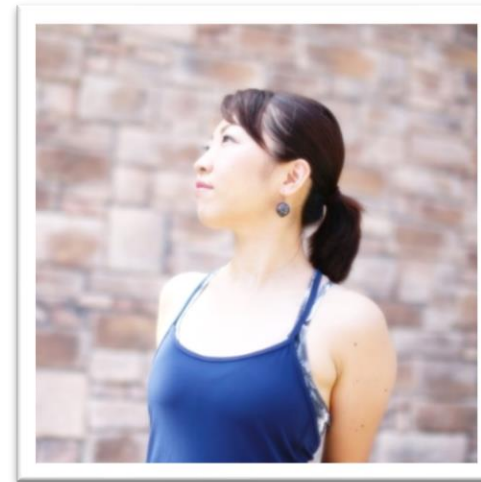
写真 → 一瞬で何屋さんか伝わるのが理想



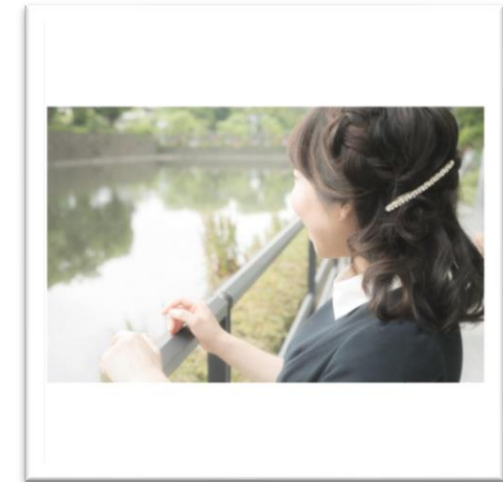
料理講師



フォトグラファー



ヨガインストラクター



教育コンサルタント

本人写真が一番安心感、信頼感を与えます。
ただし顔出しできない場合はそれもOK。

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

バナー画像

→ おっ！と目を惹く画像を。

サイズは…

1120 × 260



スマホで簡単に
作成 & 設置する方法
←クリックすると再生



詰まる所、ブログは型です！

- ① 名前(上部エリアタイトル)は
分かりやすい肩書き + 本名
- ② 写真は何屋さんか伝わる笑顔の本人画像。
バナー画像でサービスのアピールも！

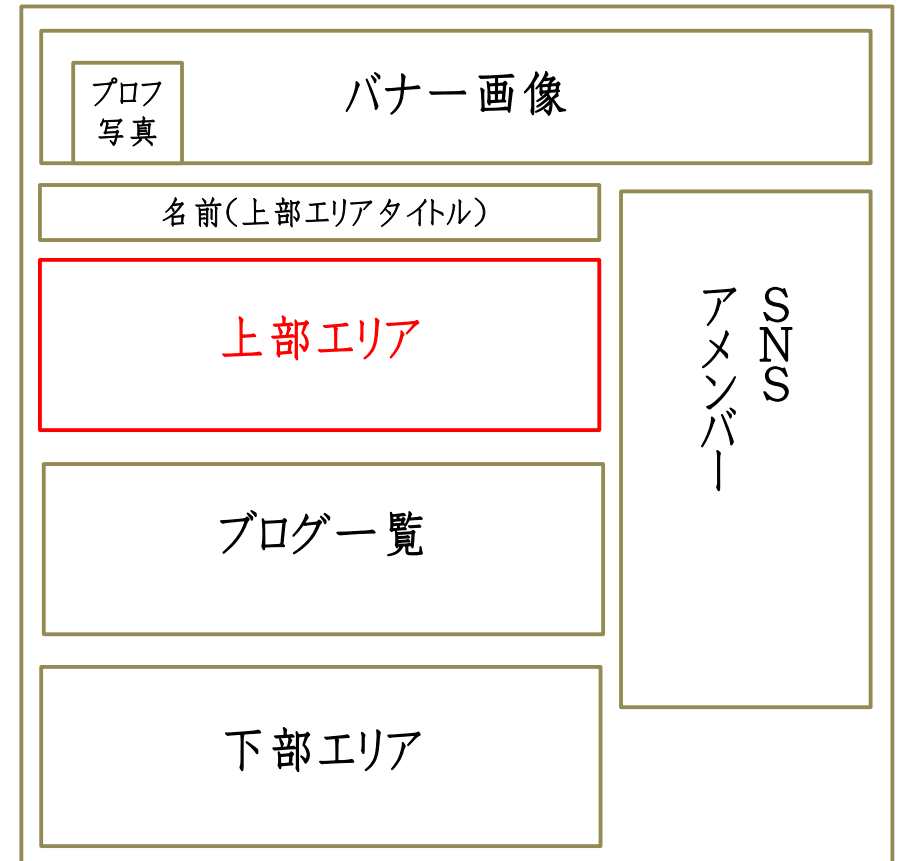
③ 上部エリア

自己紹介(自分史)や
誰がどうなるサービスを行っているのか
実績、お客様の声などしっかり書き込む！

④ 下部エリア

サービス・メニュー案内
アクセスや問合せへのリンク

プロフィールページ



魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

上部エリア → **最大のアピールポイント**

自己紹介(自分史)や
誰がどうなるサービスを行っているのか
実績、お客様の声などしっかり書き込む！

最後にブログ記事、問合せに繋げるリンクを貼るのも◎

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

自分史を簡潔に書く際のポイント



■ 自分自身の...

この仕事に至った経緯(苦い経験)や
なぜこの仕事をやるのかを伝える

※情熱や理念、ポリシー、実績や資格、経歴なども

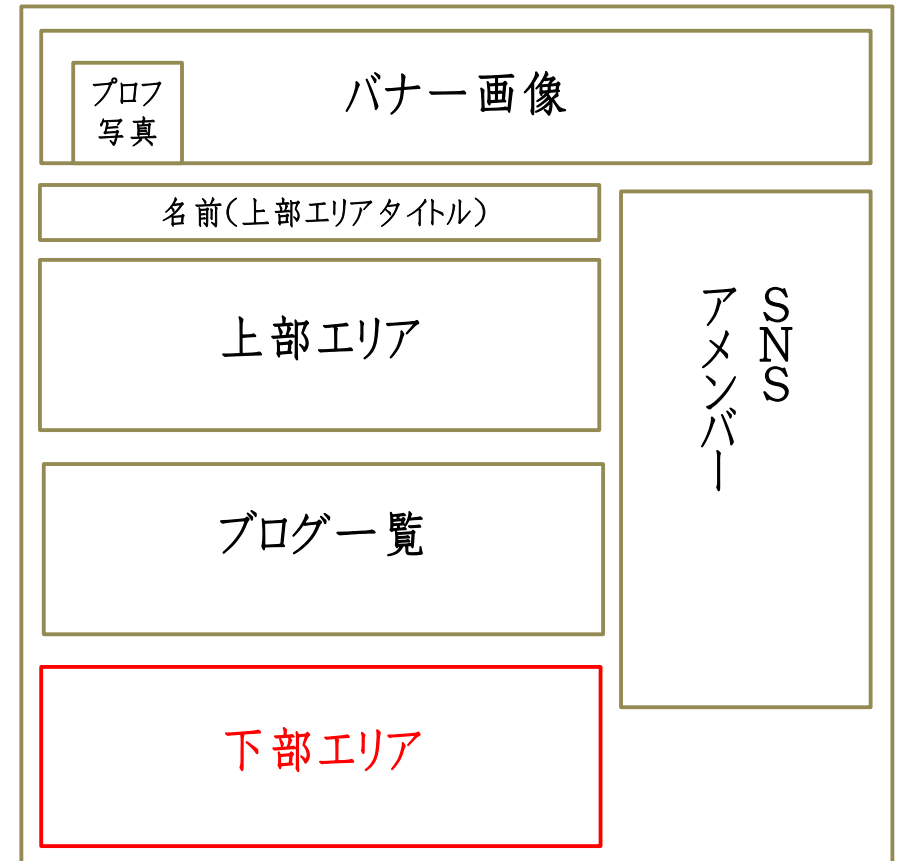


「あなたから買いたい！」に繋がる重要ポイント

詰まる所、ブログは型です！

- ① 名前(上部エリアタイトル)は
分かりやすい肩書き + 本名
- ② 写真は何屋さんか伝わる笑顔の本人画像。
バナー画像でサービスのアピールも！
- ③ 上部エリア
自己紹介(自分史)や
誰がどうなるサービスを行っているのか
実績、お客様の声などしっかり書き込む！
- ④ 下部エリア
サービス・メニュー案内
アクセスや問合せへのリンク

プロフィールページ



魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

下部エリア

→ サービス・メニュー案内
アクセスや問合せへのリンク
簡単な説明文も添えておく。

URLをそのまま貼ると
自動的にリンクされます。



カスタマイズって
そんなに大事なの？



Ameba

カスタマイズってそんなに大事なの？

■最初に大事なこと

- ぱっと見
- インパクト
- ウリが伝わるか
- ブランディング
- HPみたい！



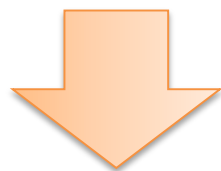
Webも
見た目が
重要！

※興味をそそらないと記事も見てもらえない。

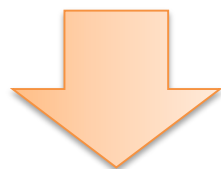
カスタマイズってそんなに大事なの？

■デザイン、構成

立ち止まらせるには何が必要？

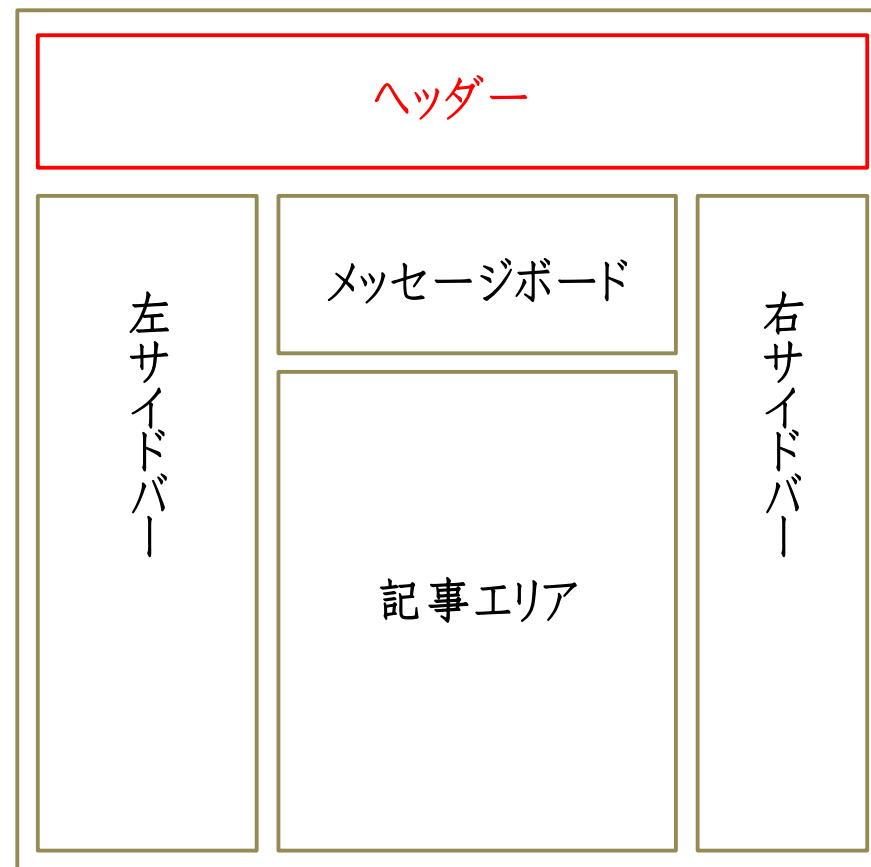


ヘッダーが重要



インパクトのあるキャッチコピー
内容にマッチした綺麗な画像

ブログページ



カスタマイズってそんなに大事なの？

◆ タイトル + キャッチコピー + 肩書

【神戸・北摂】
**食事で子どものスポーツを
支えたいママのための料理教室**

しかも簡単で
美味しい♡

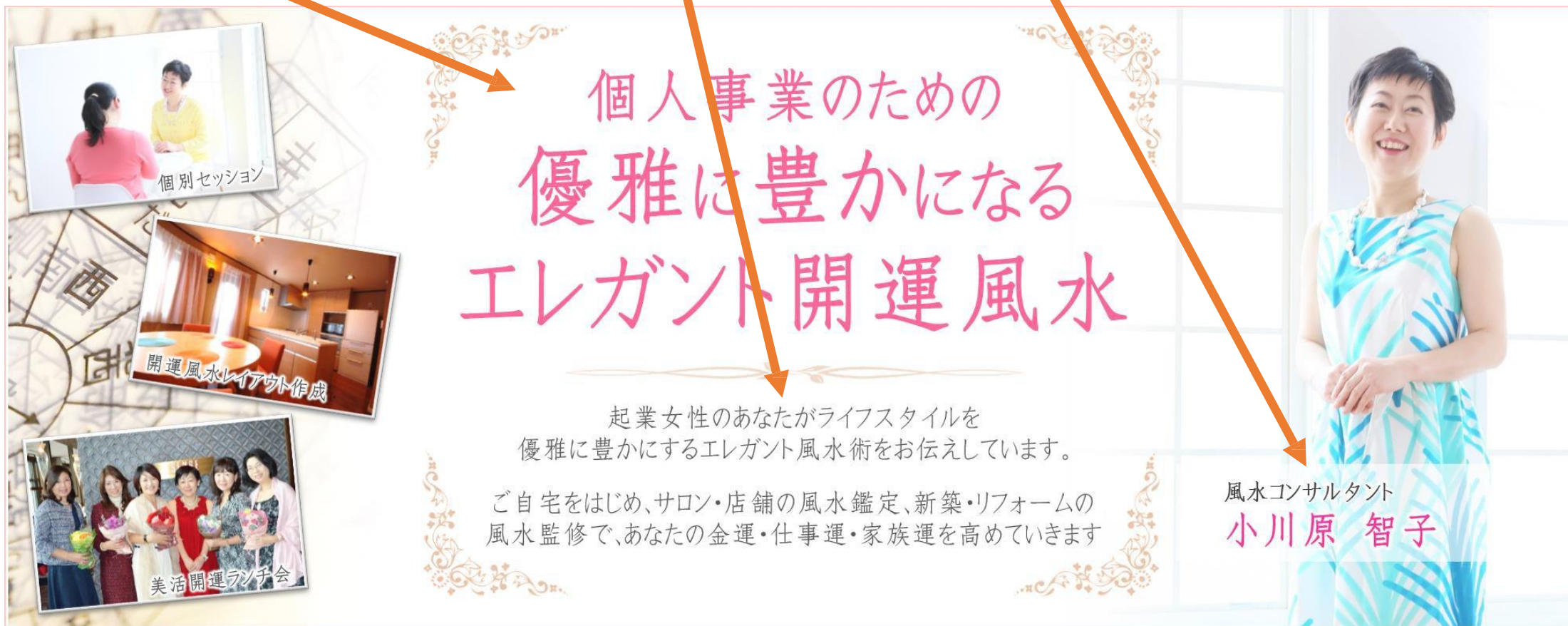
アスリートフードマイスター
& 野菜ソムリエ
奥田佐智子



なぜ、食事が才能を開花させるのか？
99%のママが知らない！？
【才能を引き出す食事】 を学んでみませんか？

カスタマイズってそんなに大事なの？

◆ タイトル + 説明文 + 肩書



個人事業のための
優雅に豊かになる
エレガント開運風水

起業女性のあなたがライフスタイルを
優雅に豊かにするエレガント風水術をお伝えしています。

ご自宅をはじめ、サロン・店舗の風水鑑定、新築・リフォームの
風水監修で、あなたの金運・仕事運・家族運を高めていきます

風水コンサルタント
小川原 智子

個別セッション

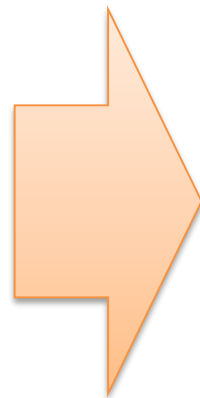
開運風水レイアウト作成

美活開運ランチ会

カスタマイズってそんなに大事なの？

■ ブログのゴールに誘導する

ゴールはなに？



- ご予約、問合せ
- 商品(メニュー)
- メルマガ、LINE @
- お客様の声
- アクセス

「ゴールはどこだ？」とならないように...

目立つ場所に設置

- サイドバーの左上
- メニューバー
- 記事内(毎記事)

The screenshot shows a blog page with several red boxes highlighting specific areas:

- Sidebar (Left):** A red box highlights the '売れ' (Sell) button in the sidebar.
- Menu (Top):** A red box highlights the 'N' menu icon in the top navigation bar.
- Article Content (Right):** A large red box highlights the main content area of the article, which includes:
 - A header with the title '圧倒的に集客出来る！売れるアメブロの作り方'.
 - A profile section for '簡単アメブロ集客の住福プロフィール | ビグの部屋'.
 - A 'ご登録はコチラから' (Sign up here) section with a call to action: '自分ブランドをつくり、仕事が200%楽しくなったサロンオーナー 優子さんのステップアップストーリー'.
 - A 'Job's ameba make in 7days' graphic with the text '売れるアメブロに7日で変身できる集中講座'.
 - A footer with 'Next Innovation 住福 純' and navigation links: 'HOME / アメブロカスタム / 売れるアメブロの作り方 / お問い合わせ'.

早く成果を出したければ...



真似るが勝ち！

■ まず型をつくらう！

- ブログタイトル
- サイドバーの作り込み
- プロフィールページ
- 記事タイトル
- 記事の内容
- アメブロガーとの関わり方

初期設定の部分

運用の部分

詰まる所、ブログは型です！



← 管理ページで
右上の三本ラインの
ボタンを押せば編集
できます。



アメブロは簡単！

① 売れるブログの型作り

→ 集客に必要な8つのポイントを抑える

② 売れるブログの進め方

→ 正しいアメブロのやり方を身に着ける

運用の部分



具体的に
ブログって何を
書いたらいいの？



【驚愕の事実】

集客が出来る記事と
読者が増える記事と
ファンが増える記事は違う



具体的にブログって何を書いたらいいの？

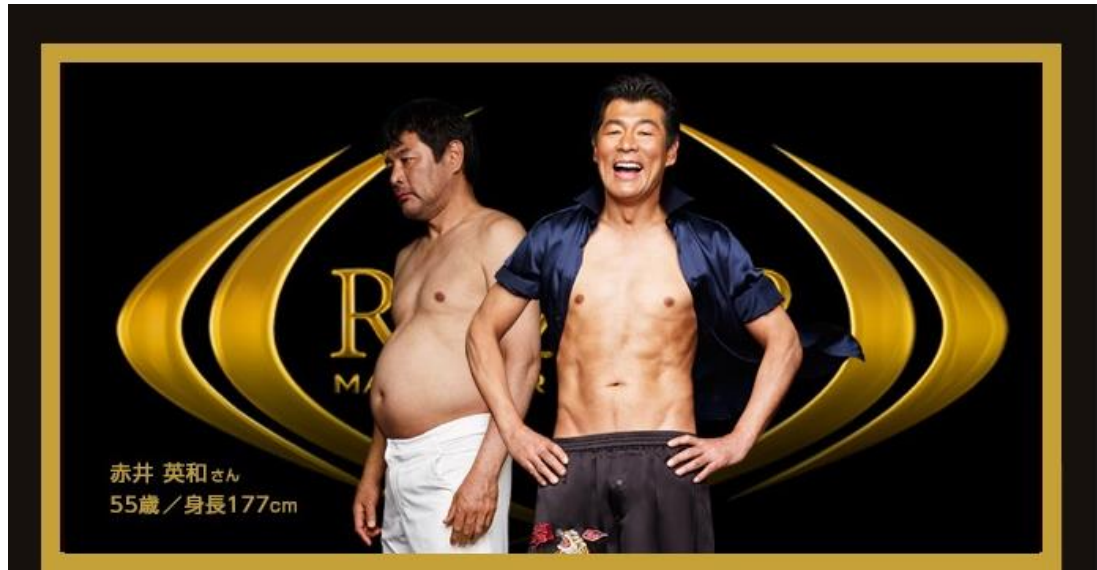
集客が出来る記事とは...

- お客様の声 (レポート)
- お客様の変化 (ビフォア・アフター)

= 自分もこうなりたい。

具体的にブログって何を書いたらいいの？

集客が出来る記事とは...



誰がどうなった。
あなたもこうなりたいと
いませんか？

具体的にブログって何を書いたらいいの？

読者が増える記事とは...

- ・悩み解決記事
- ・ノウハウ記事

= ためになつた、勉強になつた

具体的にブログって何を書いたらいいの？

【悩みや不安を知るメリット】

- ① 響く文章が書けるようになる
- ② 読者との関係性の構築が容易になる
- ③ 検索に強いキーワードを列挙できる

具体的にブログって何を書いたらいいの？

ファンが増える記事とは...

- 自分の世界観を伝える
- 自分の人となりを見せる

= この人の考え方、生き方が好き

具体的にブログって何を書いたらいいの？

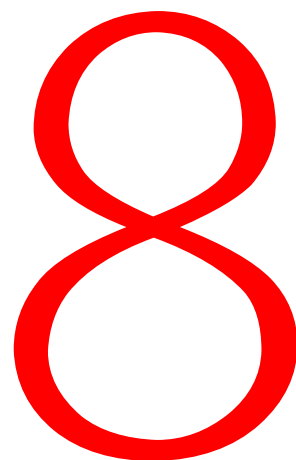
ファンが増える記事とは...



母(父)としての一面や
人としての在り方
(Facebookを使うとさらに良い)

ブログに書くことリスト

- お客様の声
- レポート記事
- お悩み解決記事
- ノウハウ記事
- 商品、サービス紹介記事
- 人物(ブロガー)紹介記事
- 自分の考えや想い
- 日記



お店やサービス
仕事関連の記事



自分の
プライベート

一番のポイントは「人が集まっていて、みんな楽しそう！」

ブログで一番大事なことは、楽しそうな写真の多様

一番のポイントは

「人が集まっていて、みんな楽しそう！」



特にこれは絶対やるべき！

その1 導線リンク



Ameba

特にこれは絶対やるべき！

■ 申し込みが入る導線リンク



記事の流れから、自然にサービスやコンテンツに誘導。

コレができると...

- 集客力アップ！
- メルマガ読者アップ！



特にこれは絶対やるべき！

■ 申し込みが入る導線リンク

例)サービスのお客様の声を紹介する記事の最後に...

このご感想をくださったお客様が受けられた
サービスはコチラです。

↑ こういう“文章”にサービス詳細ページへのリンクを貼る！

【参考記事 <http://ameblo.jp/aroh-rita/entry-12173932977.html>】

特にこれは絶対やるべき！

■ 申し込みが入る導線リンク

例)みんなが知りたいことを題材に...

- ① 丁寧にボリュームミーなノウハウ・解説を書く
- ② そのうえでなぜ自分のサービスが必要なのか、おすすめなのかを書く
- ③ できればお客様の声や、実際にあった成果・変化を書く

からの商品・サービス詳細へ...([見本](#))

特にこれは絶対やるべき！

その2 検索強化記事



Ameba

特にこれは絶対やるべき！

■ 検索強化記事

Q、検索エンジンの順位はどうやって決まる？

A、Googleに優良サイト(情報)だと認められること



じゃ～どんな基準で
優良サイトかを決めるのか？

特にこれは絶対やるべき！

■ 検索強化記事



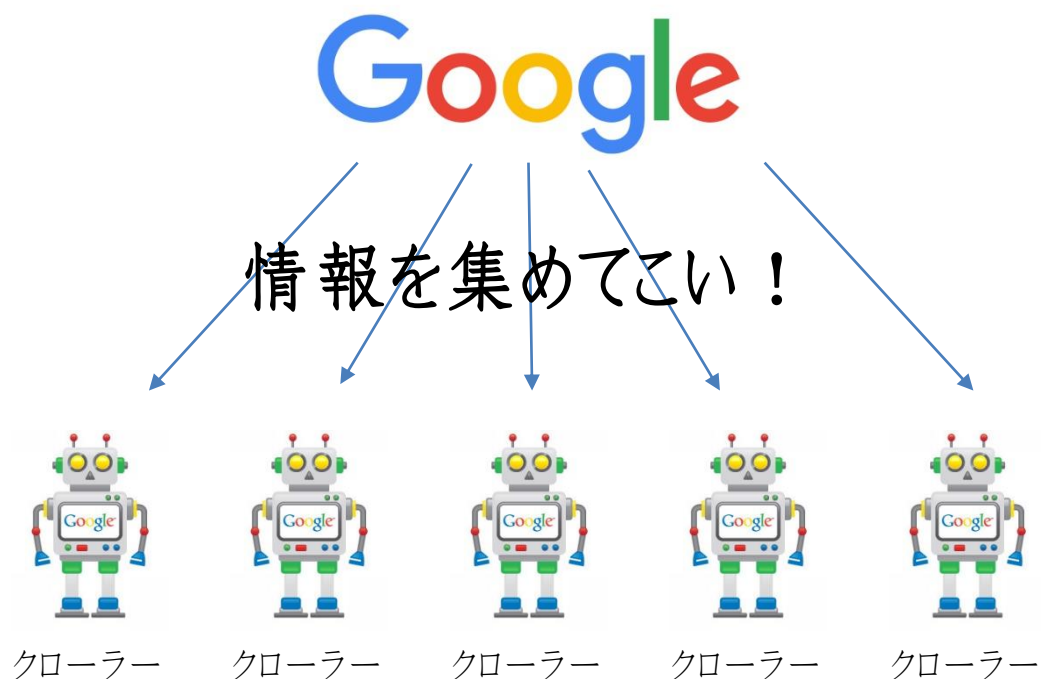
Q、どんな基準で優良サイトかを決めてるの？

- 更新頻度
- アクセス数
- 被リンク
- 滞在時間
- キーワードの出現回数

→ 最後の2つは「書き方」が大事！

特にこれは絶対やるべき！

■ 検索強化記事 ～検索の仕組み～



クローラーはロボットなので感情は無い！
データで優良度を測るしかない。

このサイトは…

- どんなキーワードが使われてる？
- 何回くらい同じキーワードがある？
- みんなどれくらいの時間見てるかな？

特にこれは絶対やるべき！

■ 検索強化記事



滞在時間とキーワードの出現回数を意識

最後まで読みたくなるボリュームのある内容
何度も同じキーワードを違和感なく書く

→ ノウハウ記事がオススメです。(例)

検索に強くなるキーワード設定

■ルールが変わることもあります



「テーマ」はOK。「記事最後」のメタタグの複数設置はNG

田 テーマ

- ★自由が丘スタジオメニュー一覧 (11)
- ・自由ヶ丘 ヨガ レッスン紹介 (2)
- ・子宮美人のお話会 (1)
- ・自由ヶ丘 マタニティヨガ (10)
- ・自由ヶ丘産後ヨガ (12)
- ・パーソナルレッスン (17)
- ・自由ヶ丘マスターストレッチ (14)
- ・自由ヶ丘ベリーダンス (12)
- ・自由ヶ丘で仕事帰りに受けられるクラス (19)
- ・自由ヶ丘 癒しのレッスン (7)
- ・自由ヶ丘 朝ヨガ (3)
- ・自由ヶ丘 ボディメイク (11)
- ・疲れている方のヨガ (3)
- ・自由ヶ丘 ヨガの本質を学ぶ (16)
- ・自由ヶ丘スタジオギフト特別講座 (34)
- ・自由ヶ丘 ヨガ基礎レッスン (8)
- ・自由ヶ丘 女性性を高めるクラス (10)
- ・自由ヶ丘 妊活 (1)
- ・スタジオギフト特別講座レポート (15)

最近あまりハードなヨガクラスが受けられないので、リラクゼーション系などがあると嬉しいです。

今日のお話も自分自身にとって気付くことがいくつかあり参考になりました。

ありがとうございました。

呼吸を深めるために道具を活用してアーサナをする点が為になりました。

自分の中にウジャイ呼吸とはこうあるべきというこだわりがあり、それに囚われていたことに気付けたのが良かったです。

生徒一人ひとりに向けて先生の言葉を前回は今回も楽しみに聞いていました。

次回もじっくり味わいたいです。

皆さま、素敵なお感想をありがとうございました^^

Next Innovation 住福 純

[ホームページ](#) / [アメブロカスタム](#) / [継続コンサルティング](#) / [お問合せ](#)

私は福岡だけでなく、北九州、久留米、熊本、長崎、佐賀、鹿児島、大分、宮崎などの九州各地から、東京、大阪、名古屋、北海道、海外まで多方面でコンサルを行っています。

ブログ集客、メルマガ集客、セミナー集客、Facebook集客、LINE@集客、インスタグラム集客、動画集客、YouTube集客、チラシ集客、ホットペッパー集客、手紙集客、雑誌集客、WordPress、リザーブスなど幅広いコンサルスキルであなたのブランディング、売り出しを徹底サポート致します。

そもそも

なぜアメブロなの？



そもそもなぜアメブロなの？

■ Webコンテンツは大きく2種類！

• フロー型コンテンツ



• ストック型コンテンツ



そもそもなぜアメブロなの？

■ Webコンテンツは大きく2種類！

• フロー型コンテンツ

→ タイムラインなどで流れるコンテンツ(SNSなど)

メリット :スピーディで拡散力もある。

デメリット:時間の経過とともに価値が落ちる。

発信を止めると集客や売り上げも止まる。



そもそもなぜアメブロなの？

■ Webコンテンツは大きく2種類！

・ストック型コンテンツ

→ 情報を蓄積させ検索から集める(ブログ、HP)

メリット : 時間の経過とともに価値は落ちない

デメリット: 集客できるようになるまで時間がかかる

見込み客リストをとる必要がある(メルマガ、LINE@)



そもそもなぜアメブロなの？

■ 両方を兼ね備えたシステムが...



アメブロ

SNSでもあり
情報構築サイトでもある

WordPressサイトが増え
以前よりライバルが増えたので
検索に少し弱くなりましたが、
まだまだオワコンではない！

そもそもなぜアメブロなの？

■見込み客と簡単に繋がれるのも強み

読者登録、いいね、コメントなどで

見込み客にどんどん
アプローチをかけよう！

同業者の読者が
一番の狙い目！
ニーズが同じ！

SNSの特性を最大限に活かす！



書けないブロックを
外す方法

この3つを徹底改善！

①記事ネタの考え方、出し方

②60%思考で書く

③とにかく時短

①記事ネタの考え方、出し方

自分が書きたいことより...

【ターゲット】が


- どんなことを知りたいか
- どんなことを伝えたら喜ぶか

→ 反応があるから楽しくなる

①記事ネタの考え方、出し方

ちなみに住福は…

- 1位 お客様さんからの質問
- 2位 会話の中でネタ探し
- 3位 同業者の記事をヒントに
- 4位 FB,街などでネタ探し



良ネタは
即メモる！

②60%思考で書く

100点でなくてOK!

完璧主義を手放す!

② 60%思考で書く

お金ももらっていない。会ったこともない。好かれてもいないのに...

- キレイに書かないといけない
- 分かりやすく書かないといけない
- 気分を害さないように書かないとダメ

書き手の
思い込み！

② 60%思考で書く

お金ももらっていない。会ったこともない。好かれてもいないんだから...

- 中途半端でもOK
- 誤字脱字があってもOK
- 誰か気分を害しても残る人は残る

カッコよく見せたいとか
嫌われたくないという
心理は不要！

② 60%思考で書く

大事なことは…

- 書く習慣をつけるということ
- アウトプットをし続けるということ

→ 良記事が勝手に増えていく！

③とにかく時短

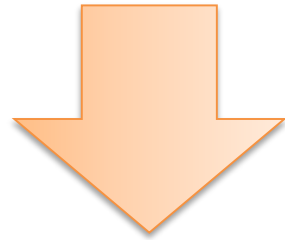
- スキマ時間に書く
- 音声入力を使う
- 便利なツールを駆使する

ブログを
100倍効率的にする
便利ツール



【ブログを書くときに便利なツール】

パソコン → アメケア



定型文、囲み枠、画像などで使う

【ブログを書くときに便利なツール】

パソコン → アメケア

導入から基本的な使い方は
ブログ記事と動画で！



【ブログを書くときに便利なツール】

パソコン → アメケア

※クロームブラウザでしか使えません



Google chrome

アメブロは簡単！

① 売れるブログの型作り

→ 集客に必要な8つのポイントを抑える

② 売れるブログの進め方

→ 正しいアメブロのやり方を身に着ける

質疑応答タイム





それが欲しい！と言われる
販売記事の書き方



販売記事と集客心理学

ランディングページ(販売記事)とは…

- 販売したい商品の紹介記事
- 集めたいイベント、セミナー告知文
- メルマガの案内文

「コレは売りたい！ 集めたい！」という

気合を入れて作る記事



販売記事と集客心理学

イケてない販売記事の特徴

- 箇条書きが多すぎる
- 商品やサービスの説明がメイン
- 売り手の人間性や思いが伝わらない



販売記事と集客心理学

販売記事に必要な内容



- ① 購入するとお客様はどうなるのか
- ② その理由、根拠は？
- ③ すでに購入した方はこうなっている
- ④ 商品(サービス)の詳細、申込みリンク
- ⑤ **一言で伝えると「どんな変化があるのか」**

【重要ポイント】

誰がどうなるを

繰り返す！ 擦り込む！

【重要ポイント】

読んでほしいところは

【赤字太字】で強調！

【重要ポイント】

申込み以外の
リンクには飛ばさない

販売記事とは…

【重要ポイント】

共感するストーリーで
読者を引き込む

販売記事とは…

■販売記事の流れ

- ① ターゲットの悩み 又は **誰がどうなった**を伝える & 申込み
- ② 自分や顧客の苦い経験談で興味・共感をそそる
- ③ **誰がどうなる**商品、サービスなのかを伝える
- ④ **その根拠や実績**を見せる
- ⑤ **お客様の声**を入れる(出来ればお客様との画像つき)
- ⑥ 再度、**誰がどうなる**を伝える
- ⑦ 商品、サービスの詳細 & 申込み
- ⑧ 最後に…で自分の想いを伝える & 申込み

ここが
ストーリー！

販売記事と集客心理学

■販売記事、告知文は超重要！

ボリュームが多く、面倒ですが

集める力が

跳ね上がります！

ボリューム
= 内容がある！

ストーリーを考えるワーク

①いま売りたい商品、
集めたいものは？

例) メルマガやステップメール
フロント商品やバックエンド
セミナーやイベント、講座



ストーリーを考えるワーク

②一言で言うと
どんな変化がある？

★お客さんが求めている変化・成果であるべきです。

例) ブログから無料でガンガン集客出来るようになる！売上もどんどん上がる！

ストーリーを考えるワーク

③ ターゲットに起こりうる
「困った状況」をリアルに！

例) ブログで集客できると聞いたからコツコツと
続けているけど、アクセスは全然増えないし、
問合せも一度もない…。正解が分からない。

ストーリーを考えるワーク

④「困った状況」に対して
周囲から言われることは？

例) 必死でやってるけど、何が言いたいのか分からない。そんなことなら広告とかやったり、むしろ諦めてパートに出た方がいいんじゃない？

ストーリーを考えるワーク

⑤「困った状況」に対して
本人が思っていることは？

例)お金をかけずに集客したいけど、ホントに集客出来るのかな。何か間違っているんだらうか。いい加減、やる意味が分からなくなってきた。

ストーリーを考えるワーク

⑥「困った状況」が解決され
どうなるのが一番いい？

例) ブログから無料でどんどん集客出来て
夢の30万円、50万円、100万円と売上が
伸びていくこと。ストレスなくブログが書けること。

ストーリーを考えるワーク

⑦あなた自身はどんな 状況からどう変化してきた

例) 私も以前は全く集客出来ませんでした。毎日3記事書いて、いいね回りも沢山やったけど全然だめ！でも【正しい型と運用】を学ぶことで、次々にお申込や問合せを頂けるようになりました！今ではブログ発で年間100人以上～

⑧ 顧客や周囲の人の 変化や成果は？（実績）

例）これは私だけの変化ではなく、クライアントの皆さんにもこのような変化が起こっています。
→ お客様の声の紹介

①～⑤が書けました！

■販売記事の流れ

- ① ターゲットの悩み 又は 誰がどうなったを伝える & 申込み
- ② 自分や顧客の苦い経験談で興味・共感をそそる
- ③ 誰がどうなる商品、サービスなのかを伝える
- ④ その根拠や実績を見せる
- ⑤ お客様の声を入れる(出来ればお客様との画像つき)
- ⑥ 再度、誰がどうなるを伝える
- ⑦ 商品、サービスの詳細 & 申込み
- ⑧ 最後に…で自分の想いを伝える& 申込み



販売記事の
反応を上げるには？



販売記事と集客心理学

■ 販売記事の反応を上げるには…

いきなり募集しても反応は薄いので

1週間ほど前の予告からがスタート

(詳細が決まる前から案内してもOK)

受付スタートした時点で「良ければ買ってみよう」と思われているレベルが理想(興味が高く、検討しているレベル)

販売記事と集客心理学

■ 販売記事の反応を上げるには…

予告する内容は？

- いつから受付開始
- 誰がどうなるサービス
- このサービスへの思い
- クライアントがどうなっている



バックエンドの提供内容に関連することで得られた成果はここでも伝えてOK

体験や単発だけで出たクライアントの変化・成果も案内してOKです(*´艸`)

【リアルな場では…】



チラシや冊子があると提案もしやすい。

【ファスティングビジネスを成功させる】

ファスティングアドバイザー 売出し力アップコース

ファスティングのことは分かったけど、どう売り出したらいいかわからない…

◆ コースを受講頂くことによりなれます！ ◆

- スムーズで説得力のあるカウンセリングとクロージングが出来るようになります。
- 自然とロコミ・紹介が起るようなSNSのやり方を身に付けることができます。
- 自信をもってお客様のファスティングをサポートできるようになります。
- 現場で分からないことがあったときにすぐに疑問解決ができます。
- ファスティングビジネスの仕組みをマンツーマンで構築します。

【ファスティングビジネスの基本的な流れ】

この流れを構築していくファスティングアドバイザー向けのビジネスコースとなります。特に重要なのが「カウンセリング」でして、ここで如何にお客様のニーズを惹きだし必要性を感じて頂けるかが、売上アップのキーポイントになります。

「カウンセリング」に関しては特に講師Kiyomiの得意分野であり、独自のプレゼンスライドとカウンセリングシートをプレゼントしているの、カウンセリング力は大きく上がることでしょ。

またセールスが苦手という方でも、スムーズにクロージングする秘訣をお伝えします。美容整形外科でクロージングを担当・指導していたので、クロージングのイロハなら私にお任せください。もちろんスタッフ様への研修も可能です。

ファスティングアドバイザー売出し力アップコース詳細

- ◆ **ベーシック 1か月コース 13万円(+税)**
 - ・コンサルセッション 120分×1回(主にカウンセリング方法を指導)
 - ・カウンセリングシート、プレゼンスライド(セットで5万円程の内容)
 - ・期間中のメールサポート無制限
- ◆ **プラチナ 3か月コース 25万円(+税)**
 - ・コンサルセッション 120分×4 + ベーシックの内容
 - ・カウンセリング方法、売出し方のコンサルティング(ブログ、SNS)
 - ・既にお持ちのサービス・商品との相合せ商品化の提案、食事指導の細かいやり方
 - ・ファスティング後の食事指導シート・ファスティング後の最終レポート用紙
 - ・日々の報告メールのひな型
- ◆ **プレミアム 6か月コース 40万円(+税)**
 - ・セッション 120分×6 + ベーシック&プラチナの内容
 - ・売出し方のコンサルティング(ブログ、SNS、メルマガ、動画)、セールス&クロージング

◆ **【お申込みの流れ】**
お手元のアンケート用紙に記入、もしくは 講師Kiyomiまで直接お申し出、ご連絡下さい。
なおご案内させて頂くキャンペーンは当日限りとなります。

ENZYME FASTING ADVISER

講師 Kiyomi (黒田 喜代子)

10年間におわり、美容外科に勤務、美容外科業界に居ながら自分の美容を追求する中ファスティングに出会い、一週間での体中の体組成に成功。その結果として自分の体組成、体組成、体組成を多くの方に伝えるためにファスティングアドバイザーとして独立。現在はアドバイザーの養成、ビジネス構築のサポートまで行っています。

ファスティングだけでなく、内面も美しくなる「腸モテマインド」を世に出すの夢を夢見ながら行っている。
今年10月には書籍出版も予定している。

ブログへのアクセスはコチラから

◆ 販売元は販売元、ファスティングアドバイザー Kiyomi
<https://ameblo.jp/fastin-fukuko>

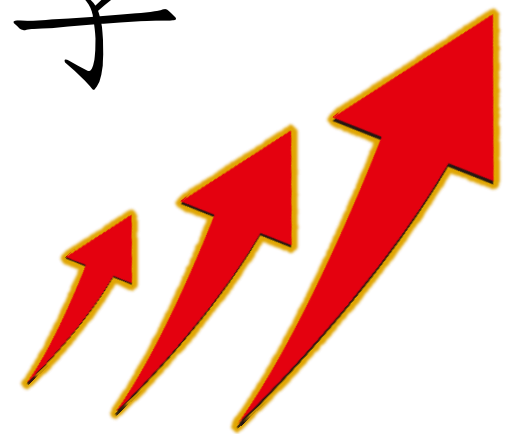
◆ お申込み、お問い合わせはコチラ
e-mail: kiyon0928@gmail.com





書けば売れる！ 集まる！

ライティング心理学



集客心理学

■ どれが一番おいしそうですか？



コンビニで買える
シュークリームを
食べ比べてみた

集客心理学

■ その時意識の中では何が起きている？

5~10%
意思決定・判断

90~95%
記憶・思考パターン
概念・思い癖
習慣・人格 など

顕在意識(知性) → 論理的。説明書を読む脳

潜在意識(感性) → 感情的。小説を読む脳

POINT!

人は潜在意識でモノを買い
顕在意識で理由付けをする!



■ その時意識の中では何が起きている？

【集客や販売のヒント】

実はこれ
「自己催眠」

潜在的な理由をキツカケに購入を決め、
顕在的な価値で自分を正当化する。

■ その時意識の中では何が起きている？

潜在意識(感性)

「なんとなく美味しそう…」

実はこれ
「自己催眠」

顕在意識(知性)

「だって〇〇だから！」



■ その時意識の中では何が起きている？

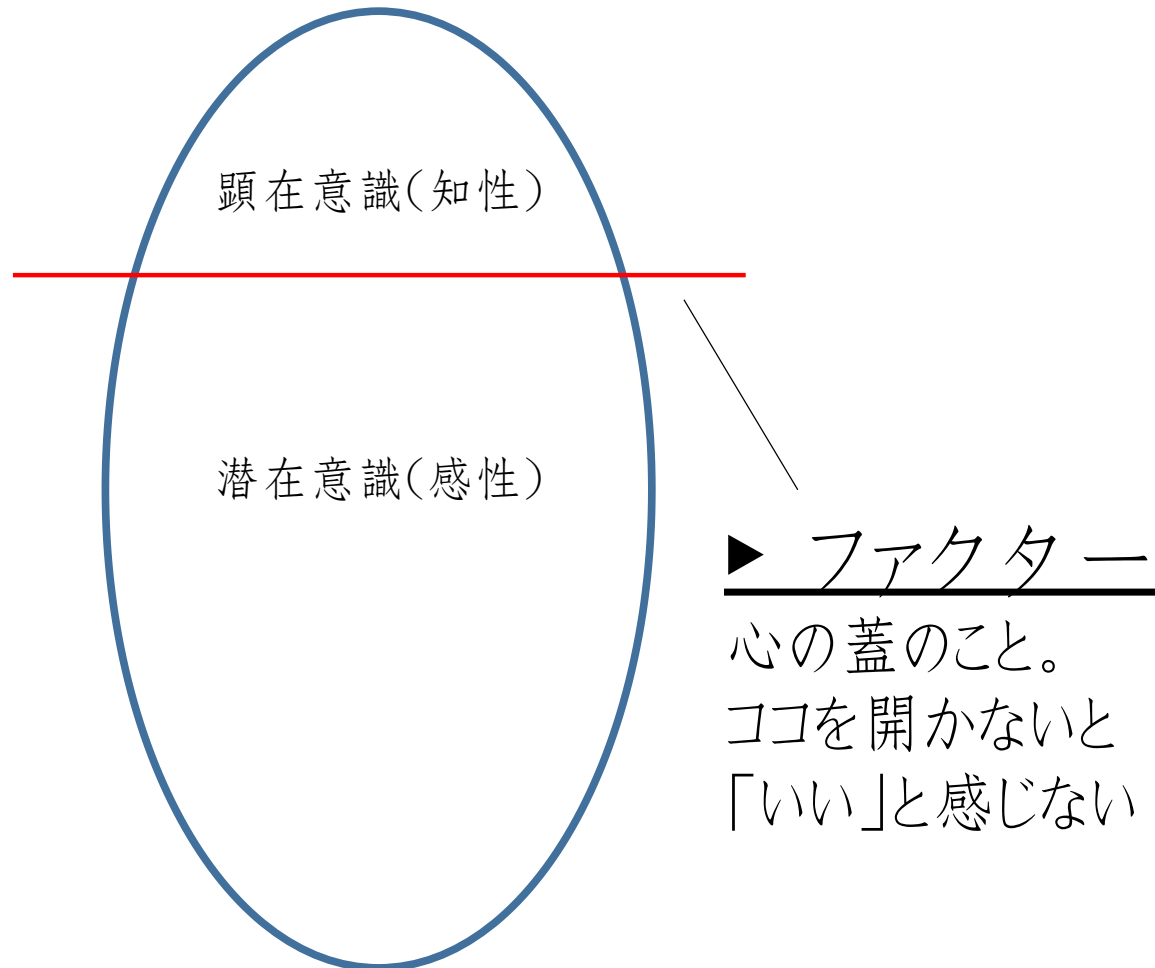
【集客や販売のヒント】

何となく良さそう！
何となく凄そう！
を、感じてもらう

売れない文章は考えさせる。

売れる文章は感じさせる。

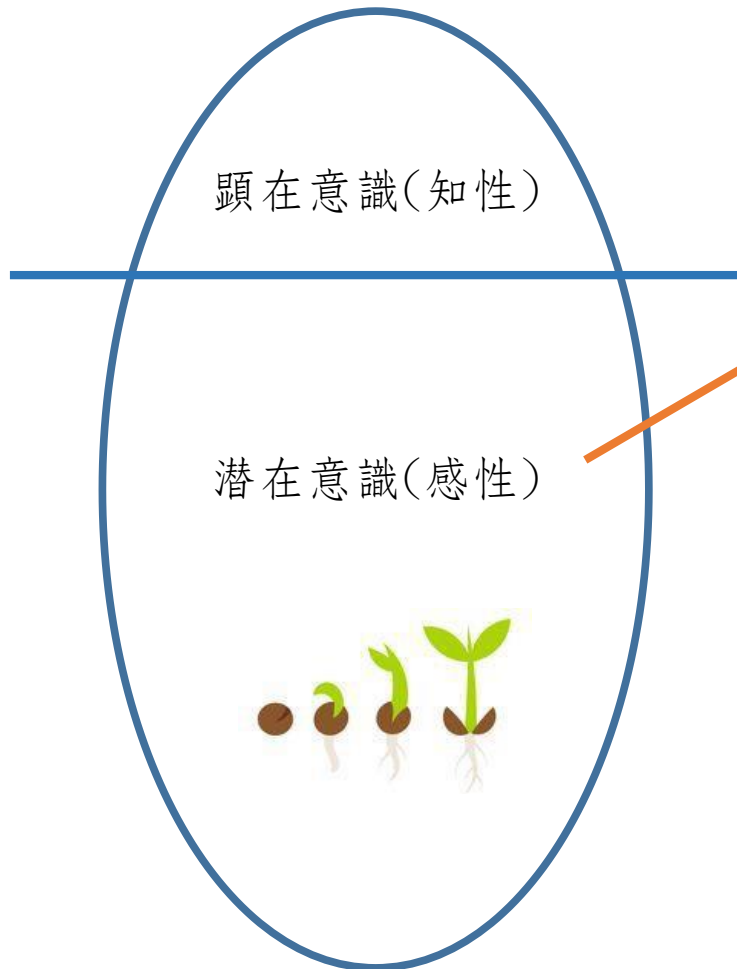
■ 潜在意識で感じてもらう前に…



- ◆ ファクターの開き方
 - 安心、信頼しているとき
 - リラックスしているとき
 - 気持ちいいとき
 - 嬉しいとき
 - 驚いたとき
 - 集中しているとき
 - 運動しているとき
 - 恍惚としているとき

集客心理学

■ 超重要ポイントです！



POINT！

「一言で言うとどうなれるのか」を

繰り返し刷り込んでいくこと！

繰り返し伝えることで、その【イメージ】が種となり芽となり花となる。

集客心理学

■ イメージさせる文章には【ストーリー】を！

販売記事・募集記事には…



物語やたとえ話を上手に入れる

➡ 潜在意識に届きやすい内容になる

集客心理学

■ その時意識の中では何が起きている？

5~10%
意思決定・判断

90~95%
記憶・思考パターン
概念・思い癖
習慣・人格 など

顕在意識(知性) → 論理的。説明書を読む脳

潜在意識(感性) → 感情的。小説を読む脳

POINT !

まずは潜在意識に働きかけるよう、ストーリー(物語)を伝えていく!

集客心理学

■ イメージさせる文章には【ストーリー】を！

ベーシックな流れ・・・



- ①モヤモヤした日常 ②キツカケ ③行動
- ④失敗 ⑤成功(学びや気づき)

➡ 相手をワクワク イメージさせること



■ セールス・集客の鉄則

潜在意識で感じてもらい
顕在意識で価値を理解してもらう

これが伝わるように文章を書く・トークすればいい！

以上

おつかれさまでした。

【次回開催:2月27日】

4回目 自己肯定感の上げ方セミナー

【特別講師】



自己肯定感専門カウンセラー

加藤さんによるスペシャルセミナー

