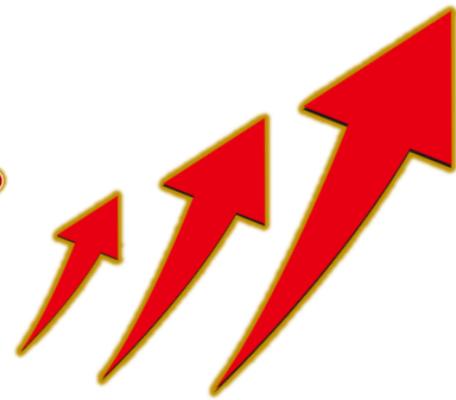


第三回
ブログ集客 &
ライティング基礎



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

コンセプト 作りの3要素

MSP

独自の経験、キャラ、ビジョン

- やりたいこと = 使命、目的、ビジョン
- 出来ること = 独自のスキル、知識
- 求められる事 = ペルソナ、ニーズ

USP

独自の強み、高めてきたコト



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】

入り口は

自分がやりたいことより

求められることは何か軸

問題の表面か本質かを見極める

【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

単価が低い理由は？

【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

鑑定・診断系はどうすればいい？

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。

起業の基礎 継続サービスの金額設定のポイント

- ① お客さんが覚悟を決められる
- ② 自分も安心して受け取れる
- ③ 自分が出し惜しまなくていい金額



当塾の活かし方

突き抜けるのは
突き抜けるくらい
動いた人だけ！

起業塾 → ノウハウ学習と仲間づくり

オンラインサロン → 実践の場

※両方を活かしてください！





好き&得意で突き抜ける！

スーパー
ステージアップ
起業塾



グラントルールの確認

5つのグラウンドルール

- ✓ 場の力を意識し、高めるために行動する
- ✓ 自分の意見は正しい、そして間違っている
- ✓ メンバーの強みを認め、称賛する
- ✓ ファーストアクションを意識する
- ✓ とにかく積極的に参加、チャレンジする！



【ここからが今日の本編】

ブログ集客 & SEO



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公式)



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！



検索に強くしたい！アメブロにお客さんがいない…

■検索に強くしたい！

アメブロにお客さんがいない…

ワードプレス



ブログ機能がついたホームページ構築システム。SEOに強い！

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！

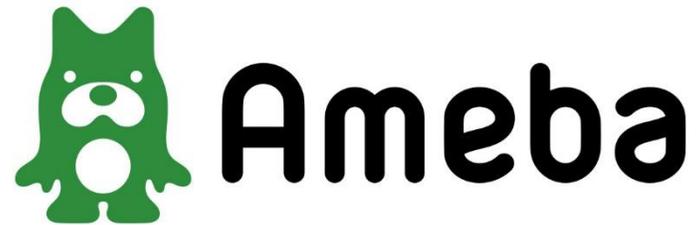
① 売れるブログの型作り

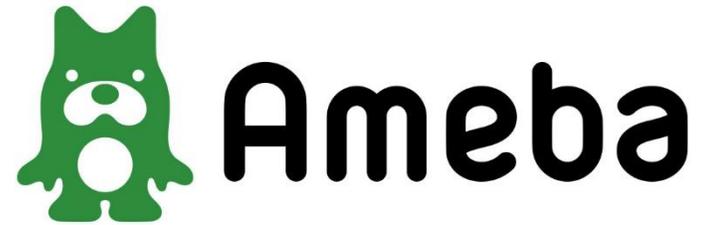
→ 集客に必要な8つのポイントを抑える

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



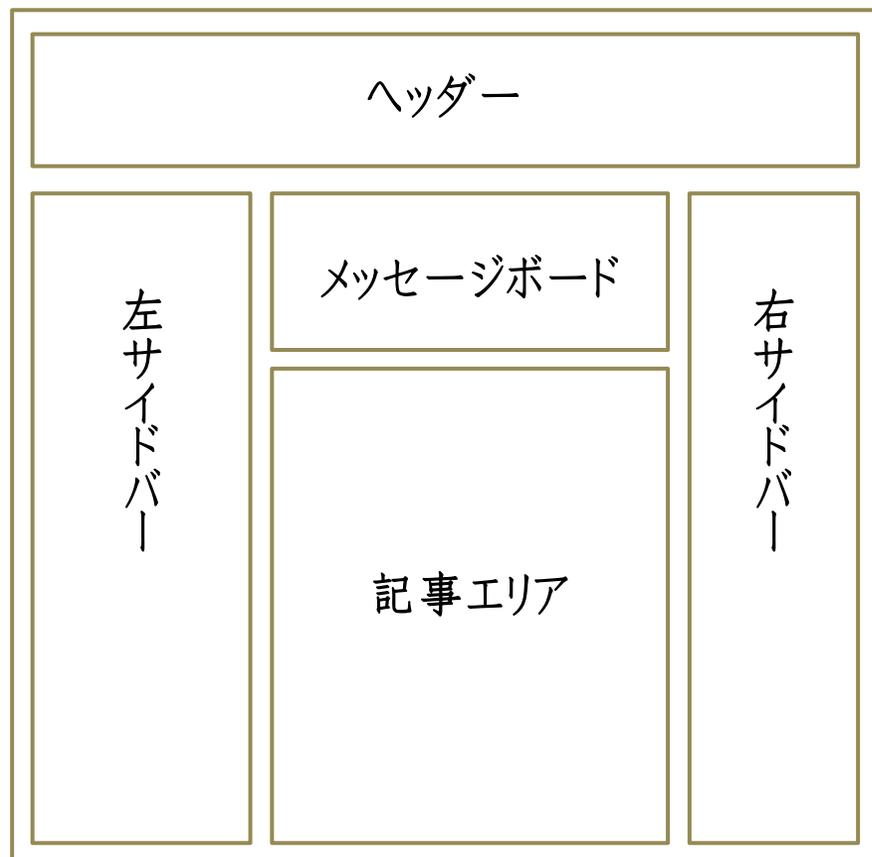


【超基本】

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

自分とお客様の心にズキュンと突き刺さる！
メガヒットブランディング

お金と時間の自由を手に入れ
大事な人を大事にできる人生を

メガヒットブランディング /
ブランディングコンサルタント養成
住福 純 - sumifuku jun

売れるブログの作り方 自分ブランドの作り方 コンサルタント養成 体験セッション 継続コンサルティング お問い合わせ

ブログトップへ Home
記事一覧 Entry list

Menu

【ブランディング無料メール講座】
しつこいセールスが
圧倒的に輝ける
メガヒットコンセプトを
作ったら...

自分の性格に合った集客 出来る？
↓↓ たった1分でサクッと診断! ↓↓

集まらないストレスから卒業!
あなたに合う
集客ツール診断

自分に似ている集客ツ 具が分かる

プロフィールページ

JIBUN BRAND

+ 読者になる

自分ブランド構築コンサルタント 住福 (すみふく)

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訣をお伝えします。

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。

====

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

ピグ ペタ
画像一覧 メッセージ

SNS
Twitter Facebook Instagram

登録実績 17,000,000 件突破
.com.net.work ドメイン
1円 (税別) から
この価格は「数量限定」

👑 プログランキング

全体プログランキング 555,066位

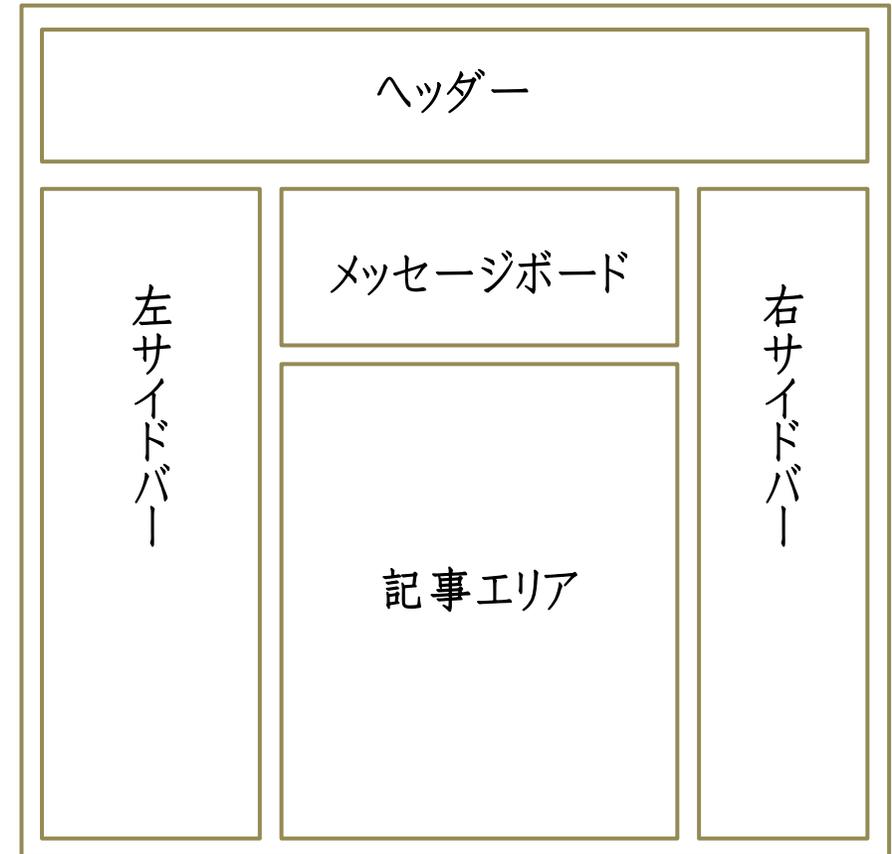
ブログページ



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)

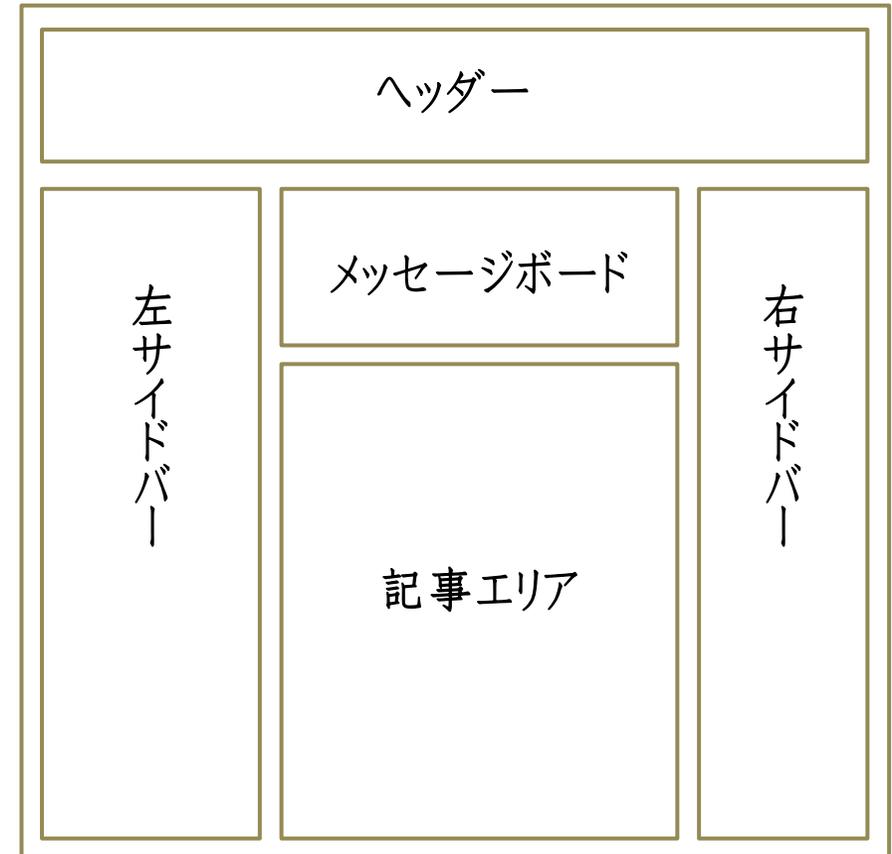
ブログページ



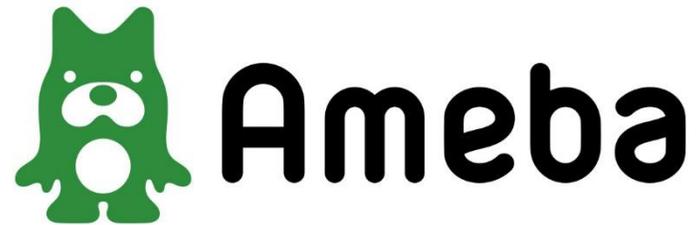
詰まる所、ブログは型です！

- 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

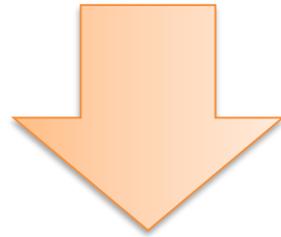


検索に強く、興味をひく
タイトルの作り方



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

<お店や活動地域が決まっている人のブログ>

地名 + 業種 + メリット(+ターゲット+店名)

<情報系ブログ>

業種 + メリット(+ターゲット+世界観)

※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

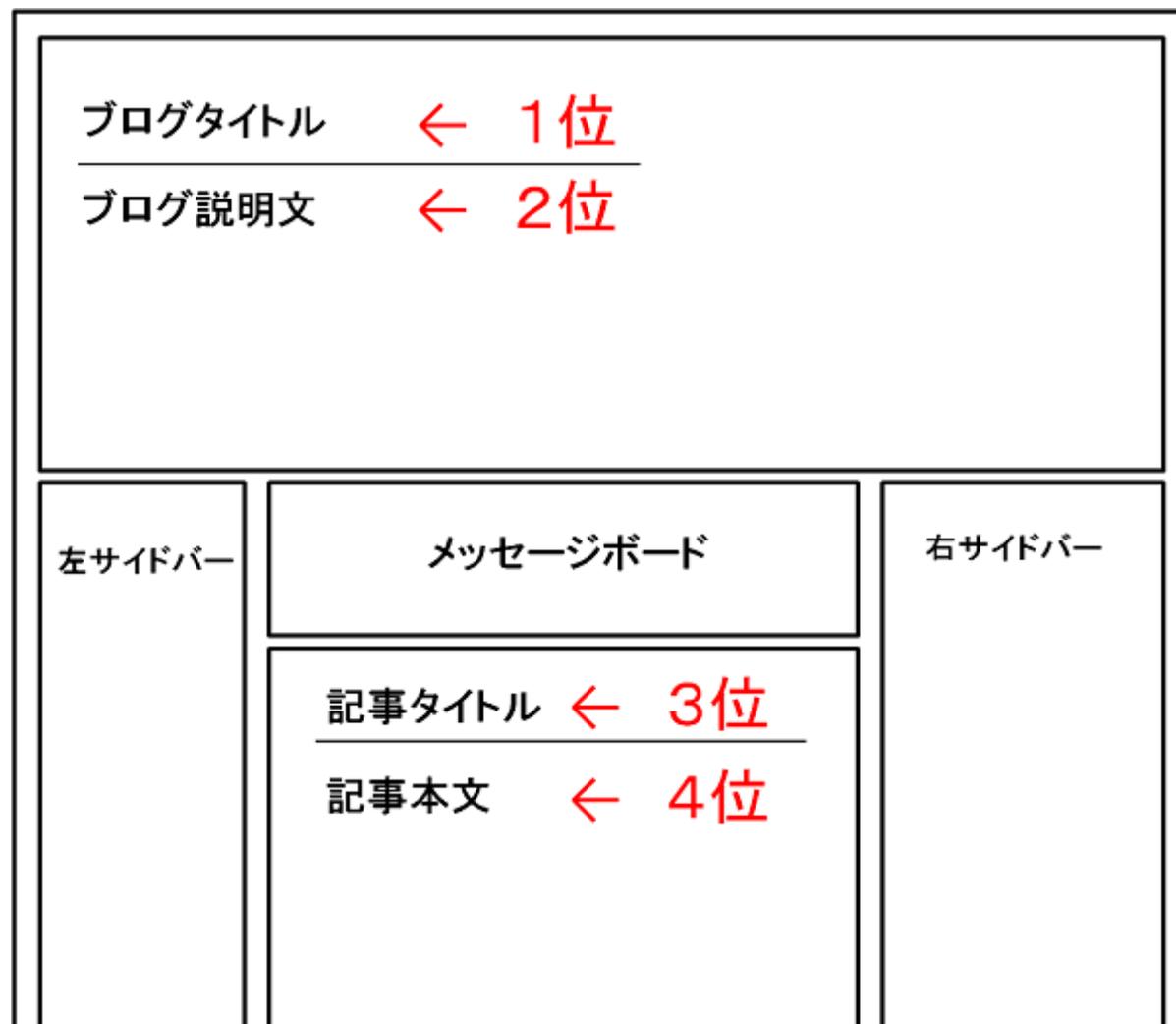
売れるタイトル、キャッチコピーの作り方

◆ 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

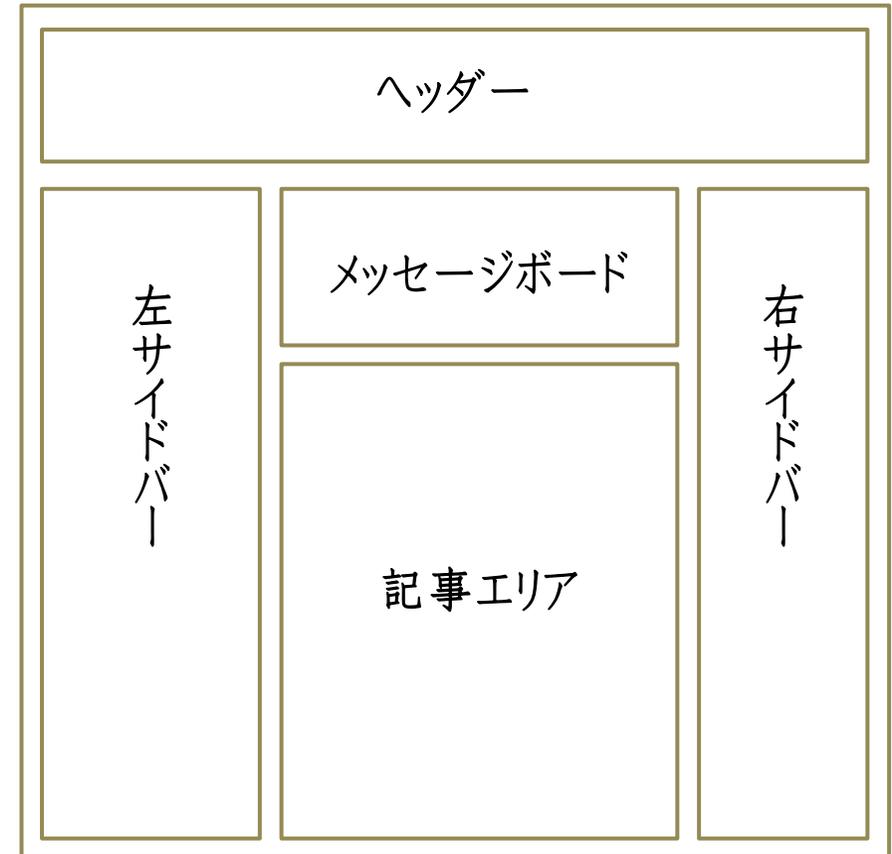
両方を組み合わせて
ブログの検索を強化！



詰まる所、ブログは型です！

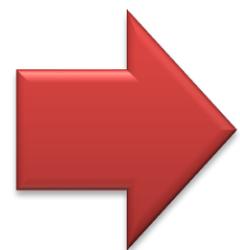
- ① ターゲットを絞った
メリットの分かりやすいタイトル
- ② メニューやお問合せなど
分かりやすくゴールを設置する
- ③ **記事内メニュー**を必ず入れる
- ④ サイドバー左上がゴールデンスポット
 - ・メルマガやイベントへのリンク
 - ・ご案内や店舗情報、Facebook
 - ・実績やお客様の声、ビフォアアフター
(人が集まっていて楽しそうを見せる)

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 an Ameba blog page titled "圧倒的に集客出来る！売れるアメブロの作り方". The page layout includes a header, a main content area, and a sidebar. Red boxes highlight specific areas:

- Header:** A banner for "アメブロ集客" (Ameblo traffic) with a call to action "え！？アメブロ集客ってこんなに簡単だったの？".
- Profile:** A profile card for "簡単アメブロ集客の住福プロフィール | ビタの部屋" with a "売れ" (sell) button highlighted in red.
- Menu:** A sidebar menu with "売れ" and "7" buttons highlighted in red.
- Main Content:** A large red-bordered box highlights a section titled "ご登録はコチラから" (Sign up here) 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". Below this is another call to action "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。" and a graphic for "Job's ameba make in 7days" with the text "売れるアメブロに7日で変身できる集中講座".
- Footer:** A footer with the text "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".

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
スムーズに次のアクションを
起こせるようにしておこう！

MENU

- 体験セッション
- オンラインサロン
- セミナー情報
- 継続コンサルティング

----- Socialmedia -----

📷 インスタグラム

📺 You Tube

【プランニング無料メールレッスン】
もし90分が圧倒的に輝ける
メガヒットコンセプトを作ったら...

自分もクライアントも
すごい成果が出る！
プランニング
コンサルタント養成
無料メールレッスン

売れるアメブロ & ワードプレスになっちゃう
7日間集中講座

メガヒットプランニング
公式ホームページ

♡【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

B HOT PEPPER
Beauty

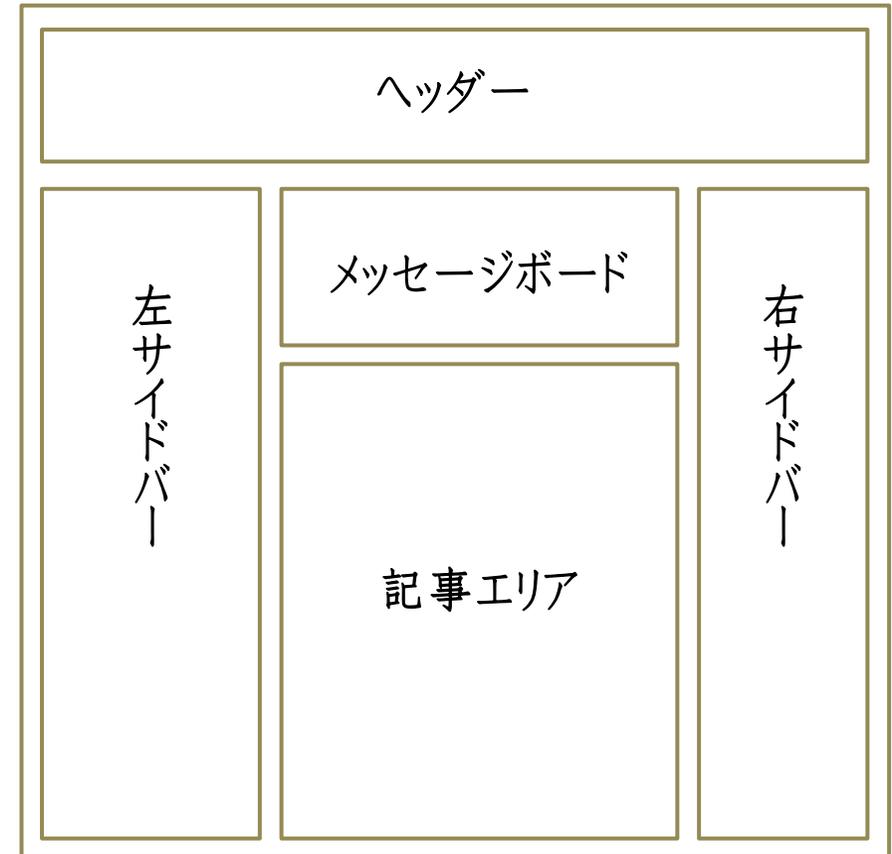
広島県福山市本庄町中2丁目10-14
Googleマップで見る

©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

■ 無駄な情報は省く

→ カレンダー、
月別、コメントなど

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

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
住職 輝のメール講座
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
↑ バナーをクリックでご登録 ↓

集客できるアメブロの作り方講座
Job is a meba
make in 7 days
売れるアメブロに
7日で変身できる集中講座
↑ バナーをクリックでご登録 ↓

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る魔法のツール～
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
ハートをわしづかみ、思わず歌くなる！

自分の性格に合った集客 出来る？
↓↓ たった1分でサクッと診断！ ↓↓
集まらないストレスから卒業！
あなたに合う
集客ツール診断
自分に合う集客ツールが分かる
7つの魔法の質問とは？

突き抜ける人は自分を〇〇〇人
2018年04月22日(日) 19時34分48秒 NEW!
テーマ: ◆ ビジネスマインド
突き抜ける人は自分を〇〇〇人
あなたの魅力を引き出し
【時間】と【お金】の自由を実現させる！
自分ブランド構築コンサルタントの住福です。
明後日の24日から
大きくリニューアルする
継続コンサルの募集を開始します。
トップバナーが出来たんですが、
すごくいい感じに仕上がってきて
このバナー通りの案内文にしたいと気合が入ってます！

サイドバーの役割と売りに上げに繋がる設置ポイント

■追加で設置

- メルマガ、LINE公式
- 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

Menu

【ブランディング無料メールレッスン】
もしもしオーナーが
圧倒的に輝ける
メガヒットコンセプト
を作ったら...

売れるアメブロ &
ワードプレスになっちゃう
7日間集中講座

Ameba WordPress
【特典】WordPressが快適に
検索に強くなるプラグイン一覧レポート付!

個人事業主のための五つ星ビジネス経営塾
自分ブランド構築
オンラインサロン

自分もクライアントも
すごい成果が出る！
ブランディング
コンサルタント養成
無料メールレッスン

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」



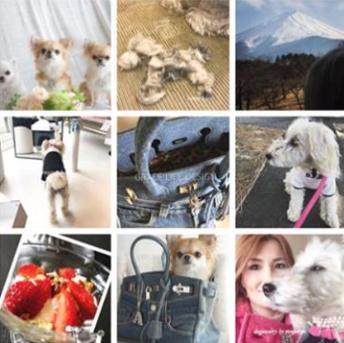
マッサージ
とても気持ち良かったです
ありがとうございました!!

「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！」の放
INTERIOR LIFE WITH DOG

「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😊何度もウツリ見入ってしまします♡
この度、MOCOの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、セーヌちゃん、マレちゃんにつけて頂いて本当に嬉しいです♡♡♡...
まっとう目ス

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。



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



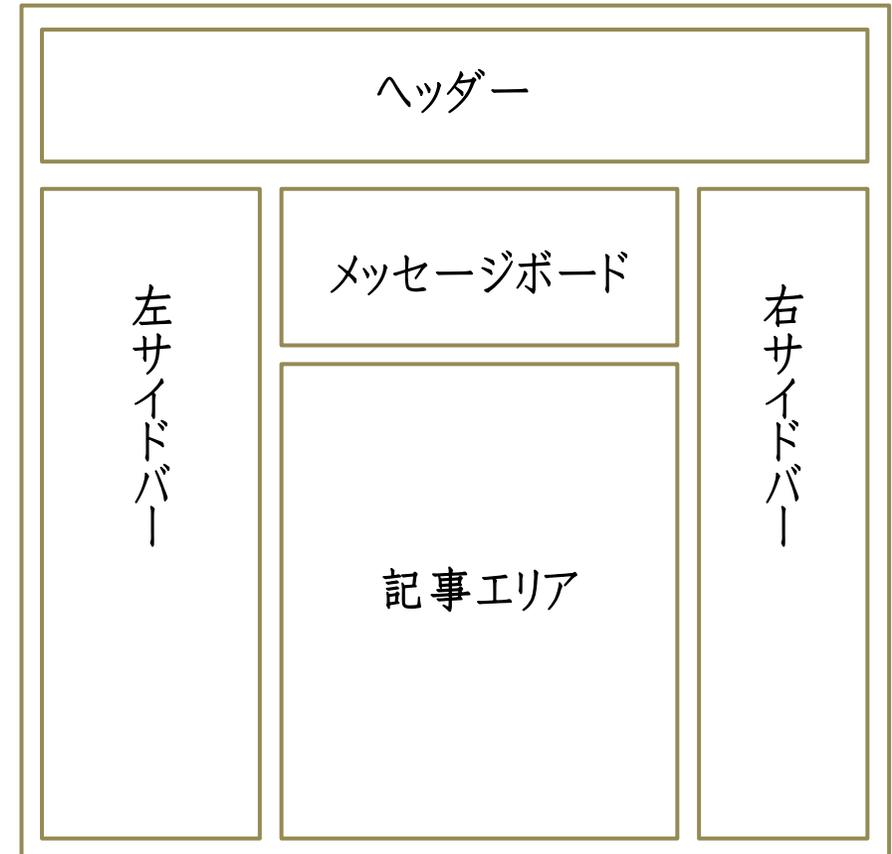
N	テーマ
◆	コンサルティング (55)
◆	セミナー情報 (17)
◆	まとめ記事 (3)
◆	ビジネスマインド (22)
◆	強みビジネス (3)
↳	セミナーレポート (1)
◆	キャンペーン (3)
◆	アメプロ運用のコツ (44)
↳	コンサル・コーチ集客 (8)
↳	カウンセラー集客 (8)
↳	エステ、ネイルサロン集客 (36)
↳	占い、スピリチュアル集客 (5)
↳	整体、整骨集客 (2)
↳	講座・お教室集客 (6)

- 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

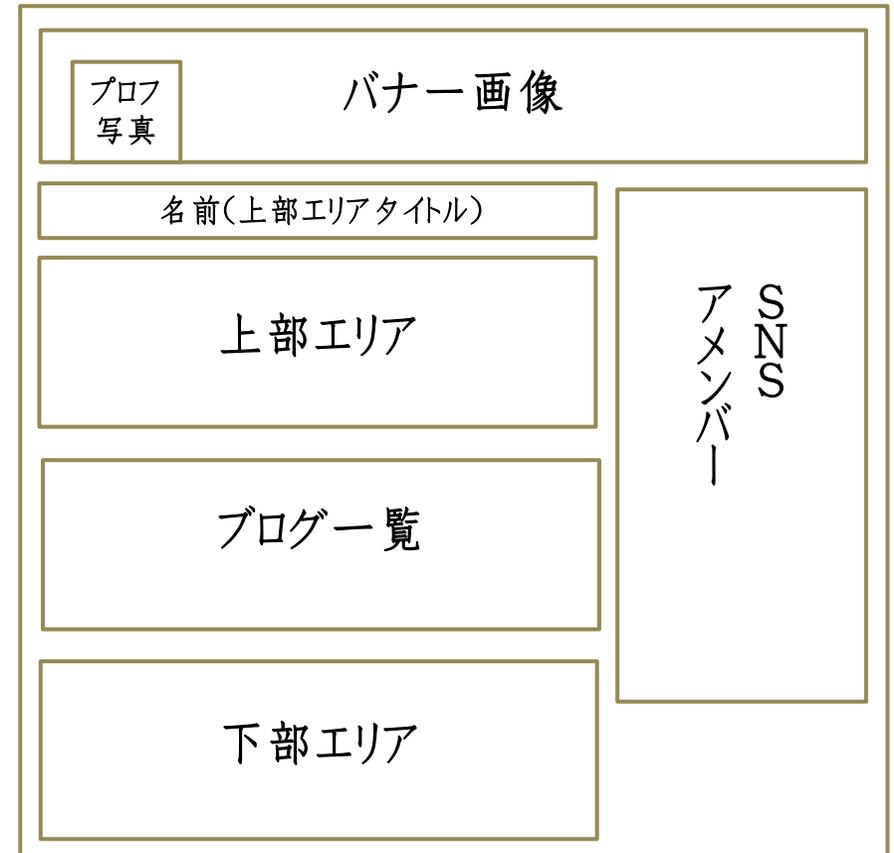


Ameba

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 + 名前
- 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

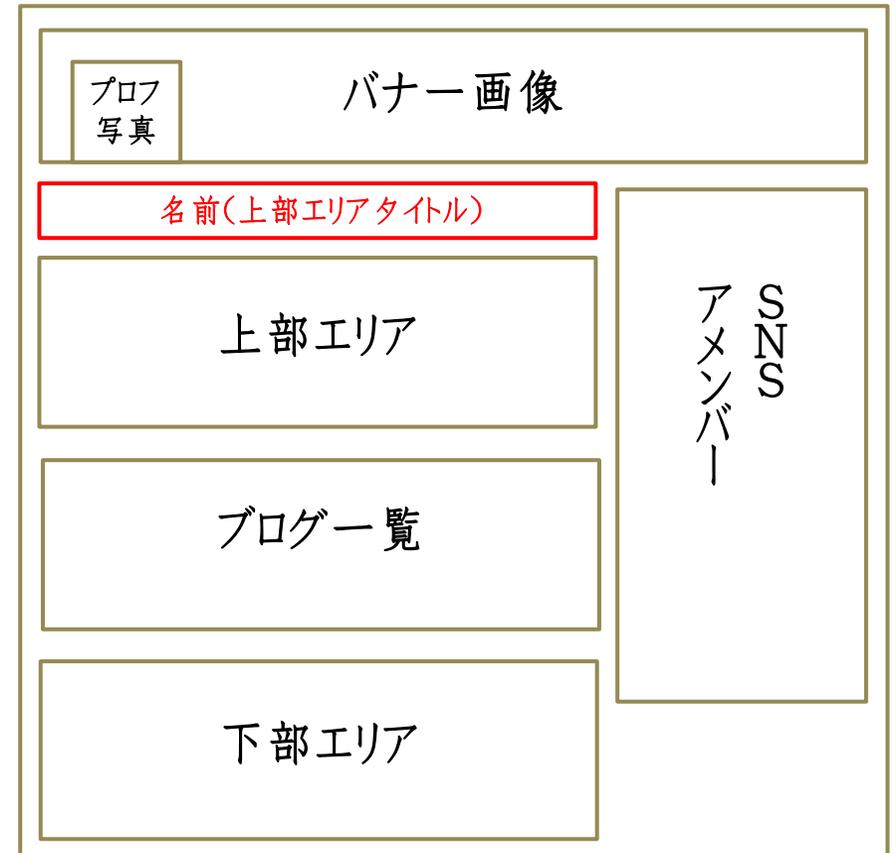
プロフィールページ



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 + 名前
- 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

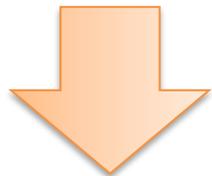
検索から直接リンクも
非常に多いページ

The screenshot shows a LinkedIn profile for 'JIBUN BRAND'. The profile picture is a circular image of a man in a pink shirt. The banner image features the text 'JIBUN BRAND' in gold, a watch, and a person's face. The profile name is '自分ブランド構築コンサルタント 住福 (すみふく)'. 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。あなたの強みとワリを分析。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 'About' section contains 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, there are navigation options for 'ピグ', 'ベタ', '画像一覧', and 'メッセージ'. Below these are SNS icons for Twitter, Facebook, and Instagram. A red promotional banner for '名前.com' is visible, advertising '.com.net.work' domains for 1 yen. At the bottom right, there is a 'ブログランキング' (Blog Ranking) section showing a ranking of 555,066.

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 (すみふくじゅん)). The profile includes a header with the brand name in gold, a profile picture of a man, and a 'Become a follower' 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。あなたの強みとワリを分析。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 page also features social media links for P, Beta, Image, and Message, and a 'Program Ranking' section showing a ranking of 555,066. A promotional banner for '有名前.com' is visible on the right, advertising domain names for 1 yen.

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

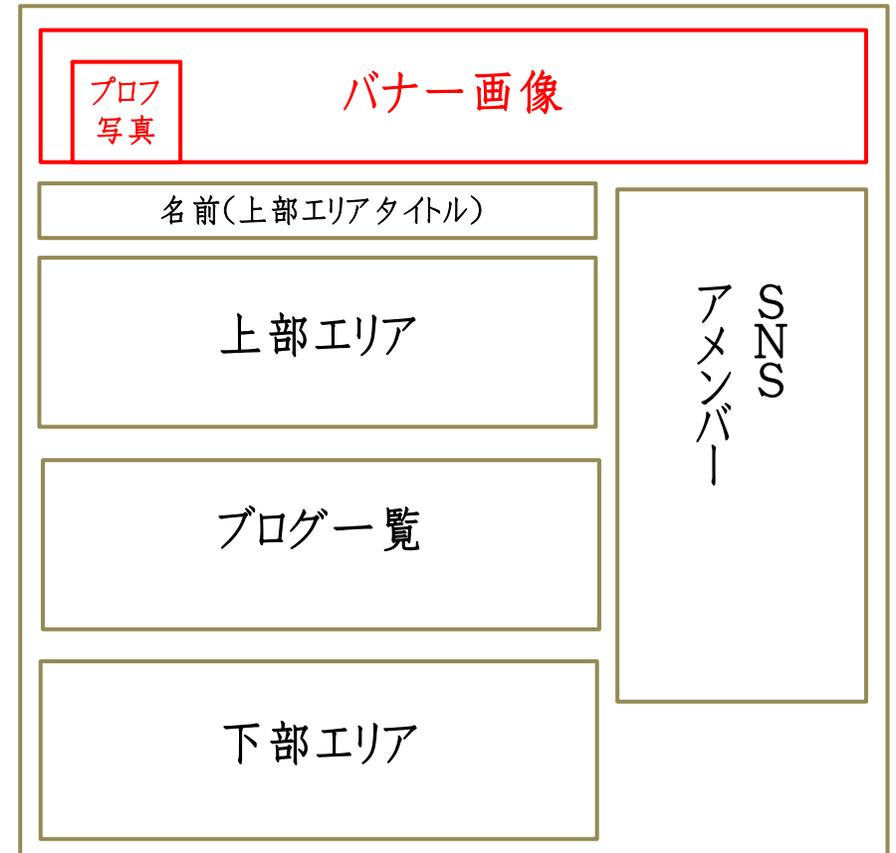
< 良い例 >

「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

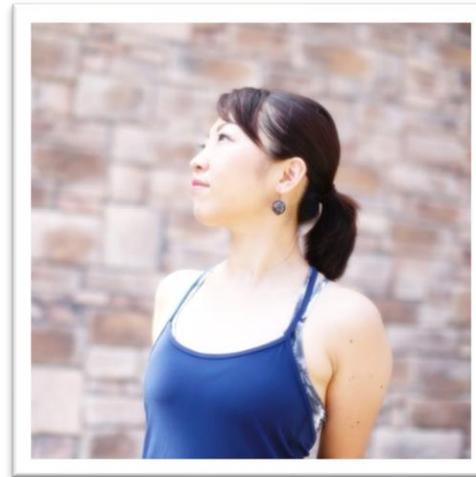
写真 → 一瞬で何屋さんか伝わるのが理想



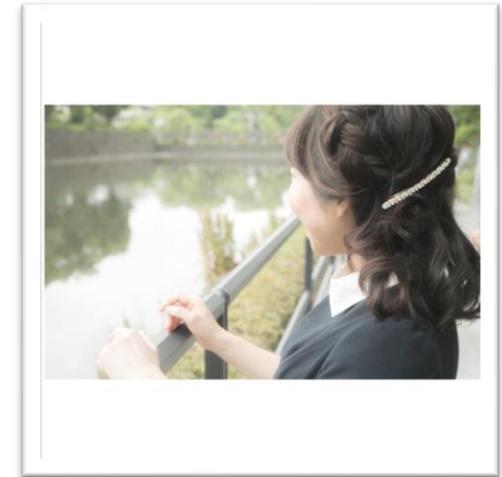
料理講師



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



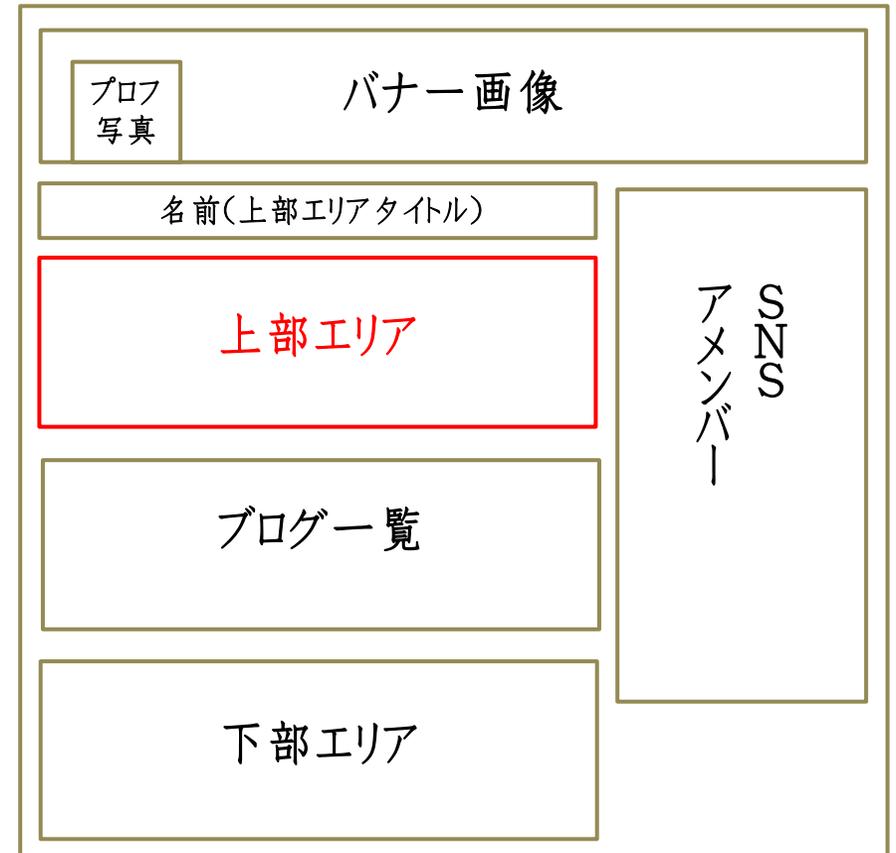
スマホで簡単に
作成 & 設置する方法
←クリックすると再生



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

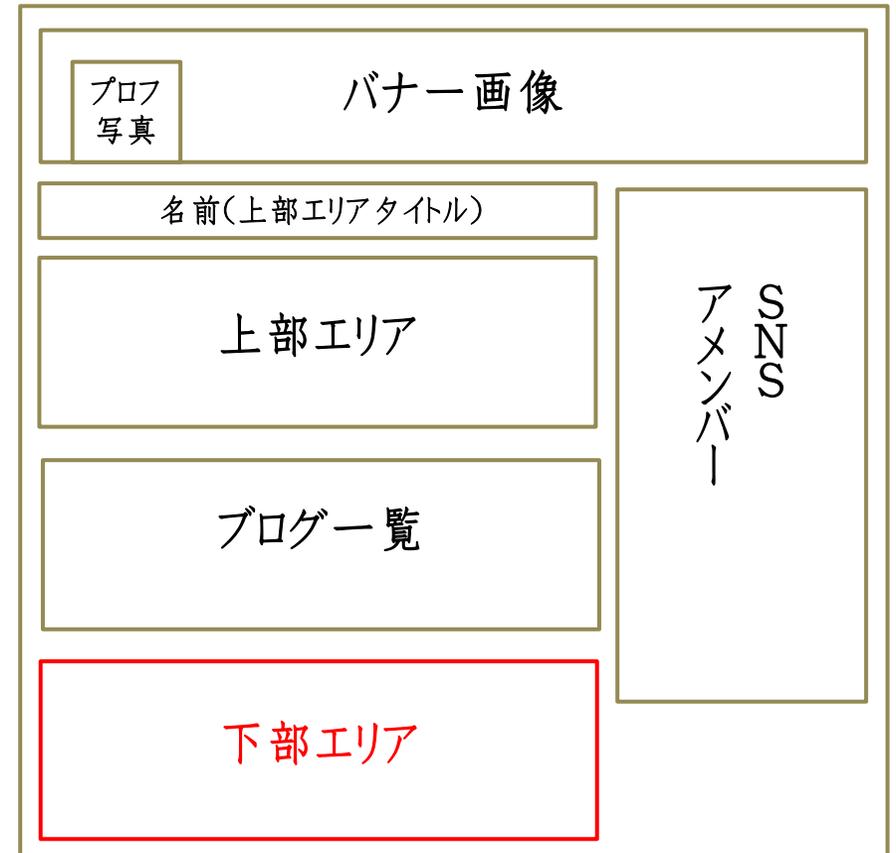


「あなたから買いたい！」に繋がる重要ポイント

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
なんで大事なの？



Ameba

A、

パツと見のインパクト

× 集客導線のため！

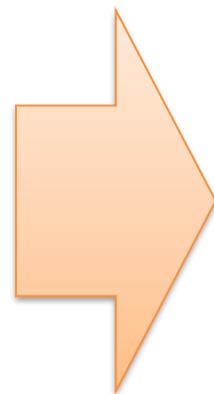


Ameba

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！



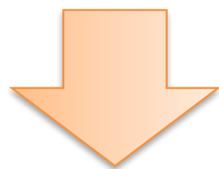
Webも
見た目が
重要！

※興味をそそらないと記事も見てもらえない。

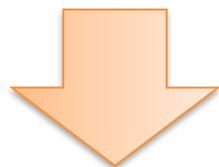
カスタマイズってそんなに大事なの？

■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！？
【才能を引きだす食事】 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



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公式
- 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 titled "圧倒的に集客出来る！売れるアメブロの作り方". The page layout includes a header, a main content area, and a sidebar. Red boxes highlight three specific locations for ad placement:

- Header:** A banner for "自分ブランド構築コンサルタント 住福 純のメール講座" (Self-brand building consultant Jun Sumitoku's email course). The text includes "ご登録はコチラから" (Sign up here) 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" (Self-brand building, my work became 200% more enjoyable. Salon owner Yoko's step-up story).
- Sidebar (Left):** A navigation menu with categories like "◆コンサルティング (52)", "◆まとめ記事 (4)", "◆ビジネスマインド (44)", etc. A red box highlights the "売れ" (Sales) button at the top of the sidebar.
- Main Content Area (Bottom):** A section titled "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'll tell you how to create a blog with sales power). Below this is a graphic for "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 profitable Ameblo in 7 days). A red box highlights the "↑ パナーをクリックでご登録 ↑" (Click the button to sign up) text.

At the bottom of the page, there is a footer with the text "Next Innovation 住福 純" and a navigation bar with 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



Ameba

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？

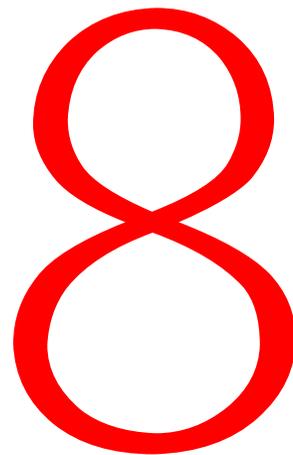
ファンが増える記事とは...



母(父)としての一面や
人としての在り方
(インスタ、FBでもどんどん出してOK)

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！

検索強化記事



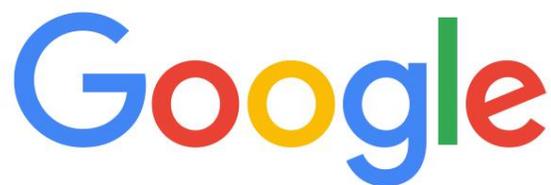
Ameba

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



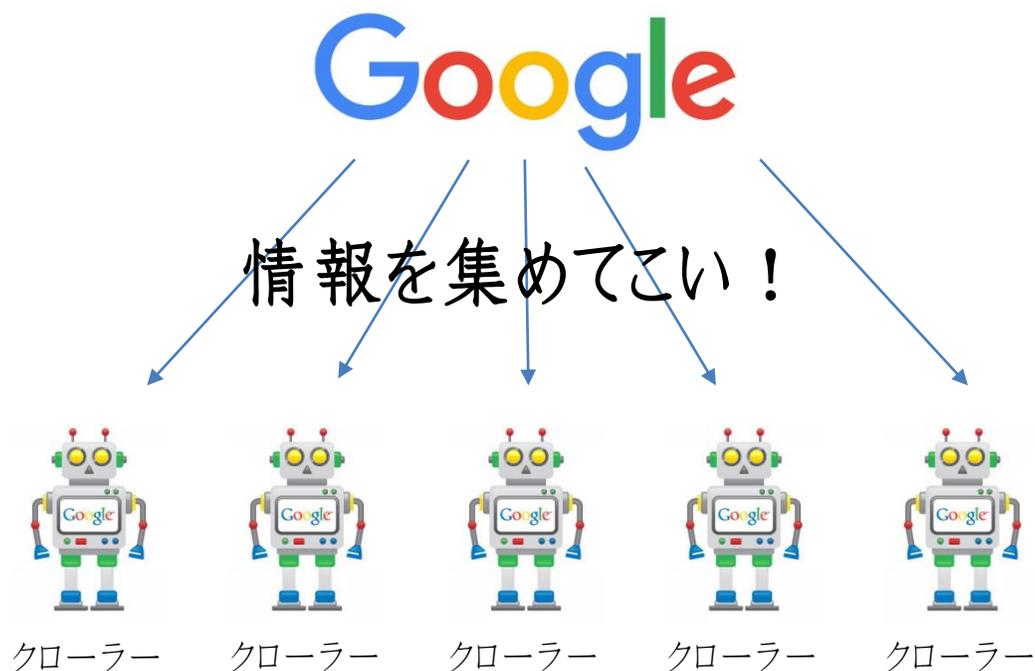
Q、どんな基準で優良サイトかを決めてるの？

- 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

ワードプレスで月2～3記事でOK。
あまり改行は入れず一文を繋げる。
文字数の目安は3500～5000文字。

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る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。

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



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

例)メルマ
フロン
セミナ



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

- どんな困った状況から
- 何がキッカケで…
- 今はどう変わったか

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

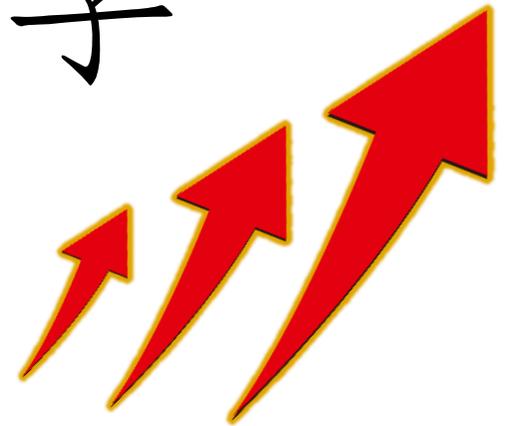
(詳細が決まる前から案内してもOK)

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)



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選び
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？

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】

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？

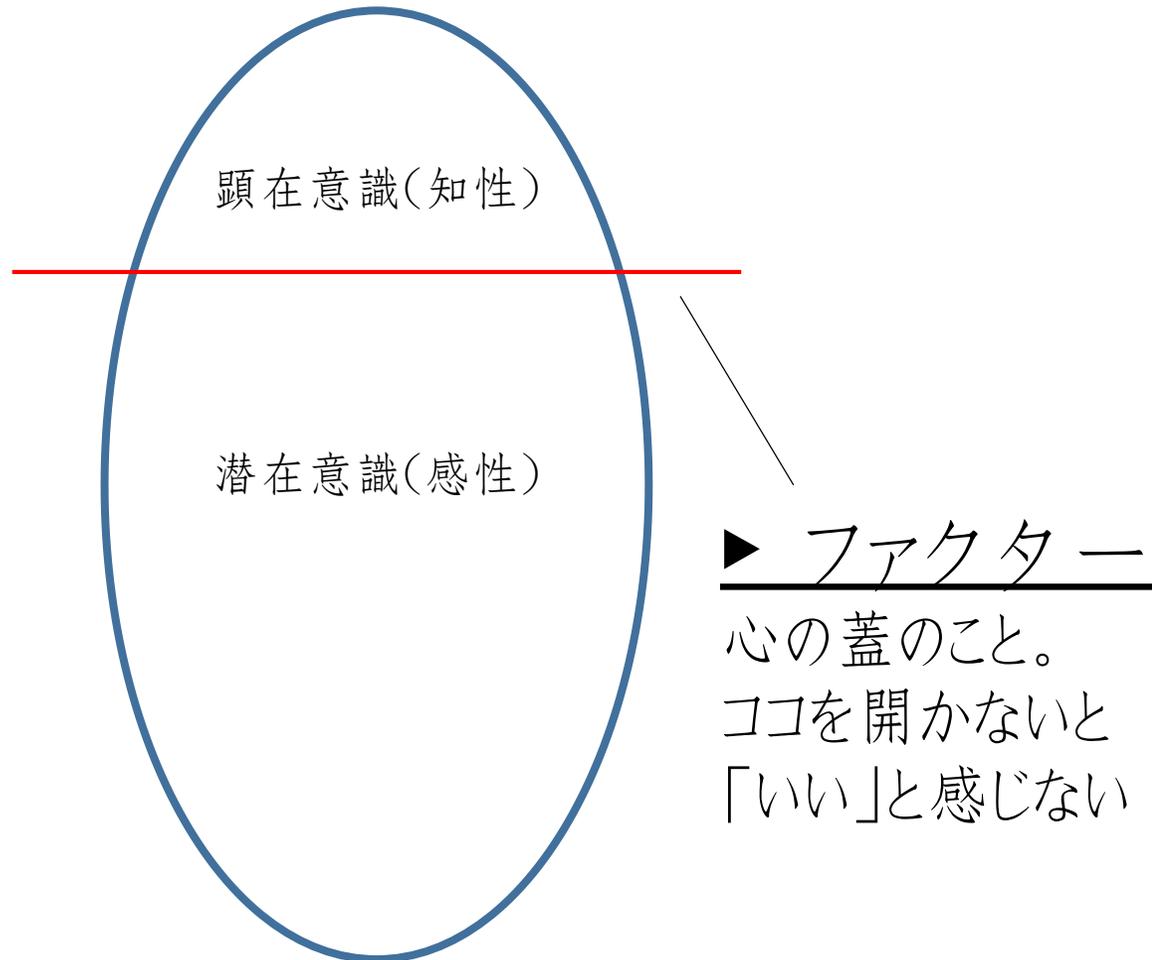
【集客や販売のヒント】

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

■ 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



■ 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！

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！

以上

おつかれさまでした。

【次回開催:6月28日】

4回目 ビジネスマインド**超**強化

ビジネスも人生も豊かに！

豊かさの原理原則を学ぶ
七つの習慣

