

# [保存推奨]コンテンツビジネス,具体的ステップと必要なモノ

=====

## STEP 1. 参入する市場を決める

=====

最初にやるべきことは

「参入するべき市場」を決めることです。

簡単に言うならば

1. 誰に向けて
2. どんなコンテンツを

提供するのか決めるということ。

つまり、方向性の決定。

これまでにあなたがしてきた経験、  
学んできた知識、磨いてきたスキルを  
誰に提供するのかを決めます。

僕の場合であれば、、、

-----

1. ネットで集客、売上げアップをしたい  
個人起業家や中小企業の社長向けに
2. コンテンツビジネスを中心とした  
ウェブマーケティングのスキル

-----

を提供しています。

方向性を決めるヒントとしては、  
自分の知識や経験やスキルを  
当たり前だと思わないということです。

あなたが普通にできること知ってることも  
ある人にとっては困難なことだったり、  
初めて知る知識だったりするわけです。

例えば、このリストの内容は、  
僕にとっては当たり前の知識ですが、  
初めて聞く方にとっては  
かなり有益なもの(...のはず)ですよ。

この知識やスキルの「差」が  
ビジネスになることを忘れないでください。

ちなみに、ここは前回のメールや  
動画で話した「3大メガニッチ+1」や  
「ドラッカーの多角化戦略」を  
参考にしてみてください。

### 【この時に必要になるモノ】

- ・あなたの過去の経歴の棚卸し作業

=====

## STEP 2. コンテンツ商品の“案”を作る

=====

参入する市場が決まったら、  
次はコンテンツ商品の案を決めましょう。

多く人はすぐに“集客”の方法を  
探し回ってしまいが、  
それは順序を間違っています。

なぜなら、あなたの商品が決まらないと、  
「集めるべき人」も決まらないのです。

そして、集めるべき人が決まらなければ、  
集客の方法も決まりません。

おおげさな話をしてしまえば、  
シニア層を集客したいと思っていれば、  
TikTok(SNS)は集客に使えませんよね。

まずは商品を決めることで、  
集めるべき人を明確にしていく。

そうすれば集客方法は絞られます。

で、この段階の商品作りで重要なのは  
あくまで“案”を作るだけということ。

詳しくは無料動画の中で扱った  
“非常識”な商品作りのマインドセットを  
改めて視聴してみてください。

## “非常識”な商品作りのマインドセット

### 1. “売ってから作る”が基本

- ・ 知識や情報の利点は“無形”かつ“後出し”であること
- ・ コンテンツの作り込みは売れた後

### 2. 人のお金でビジネスをする

- ・ 会場費や制作費などを先出しにしない

### 3. 1度の労力で複数の商品を作る

- ・ 例) セミナーを収録してオンライン教材化
- ・ オンライン教材の一部を抜粋して低価格の商品を作る

#### 【この時に必要になるモノ】

- ・ 顧客や近い属性の方へのリサーチ
- ・ あなたの知識やスキルなどの体系化

=====

### STEP 3. 受注販売形式でテストする

=====

商品案がざっくりと固まったら、  
次は商品を本格的に作り込むのではなく、  
受注販売という形でテストをしましょう。

というのも、コンテンツ商品の利点は、  
「お金をいただいてから提供する」のが  
当たり前の世界だからです。

情報という商品の性質上、  
先に渡すことはできないですね。

なので、まずはテスト販売をしてみて、  
その商品を欲しい人がいるのなら  
実際に商品を作って提供する。

欲しがる人がいなかった場合には、  
また商品案を練るところへ戻る…。

この様にテスト販売をすることで  
リスクなく商品開発を進められます。

また、時間をかけて商品を作ったのに、  
結果、売れずに時間がムダになる…という、  
ムダな労力も節約することができます。

受注販売でテストするときには、  
過去のお客様リストなどに連絡したり、

SNSの友達やフォロワーの方へ  
告知をすることで行いましょう。

**【この時に必要になるモノ】**

- ・コンテンツ提供用のサイト
- ・あなたのコンテンツ商品を  
魅力的に表現した販売ページ  
(つまり、セールスレター)

=====

#### STEP 4. 見込み客リストの構築

=====

STEP 3 の受注販売をやってみた結果、  
商品が売れることがわかれば、  
次は商品の案内を受け取ってくれる人を  
どんどん増やしていきましょう。

そのために必要になるのが、  
「見込み客リスト」の構築です。

見込み客リストの構築というのは、、、

1. あなたの商品に興味がある人と
2. こちらから連絡が取れる状態になる

ということです。

例えば、僕にとっての今のあなたこそが、  
まさに“見込み客リスト化された状態”です。

事実、このメールを今も解除せずに  
読み続けていらっしゃるということは、

- ・コンテンツビジネスの構築に興味があり
- ・僕からの連絡を受け取っている

ということですよ。

そう。

つまり、僕にとってのあなたと同じように、  
あなたにとっての見込み客リストを  
集めていくということです。

このステップで最初にやるべきことは、  
「ランディングページ」と呼ばれる  
アドレスやLineへの登録ページを  
用意するということです。

多くの人はSNSを使ってみるとか、  
広告を試してみるといった、  
“方法”にばかり注目をしています。

ですが、どんな方法を使うにしても、  
連絡先を登録していただかないことには、  
こちらからは連絡が取れませんよね。

つまり、登録ページが必要になるわけです。

とは言え、アドレス登録ページは、  
複雑なものを用意する必要はありません。

例えば、このメールを受け取るために  
あなたが登録されたページがこちらです。

⇒ [https://office-nj.com/prom/wp-content/uploads/2020/03/seq\\_day5\\_4.png](https://office-nj.com/prom/wp-content/uploads/2020/03/seq_day5_4.png)



いかがでしょうか？

かなりシンプルなページですよ。

一時期は縦長なページを使うのが世の中の主流になっていたのですが、今のトレンドは「短くシンプル」なアドレス登録ページになっています。

この様なあなた専用のページを用意して見込み客リストを集めていきましょう。

### 【この時に必要なモノ】

- ・ランディングページ(登録ページ)
- ・あなたのメールマガジン(or Line)

※僕は基本的にメルマガをオススメしています。

=====

## STEP 5. メルマガ配信と定期セールス

=====

見込み客リストを徐々に増やすなかで  
絶対に欠かせない取り組みは、  
メルマガで信頼関係を築くことです。

もし、価値が高い商品だとしても、  
なんだか信頼が置けない人からは  
買いたいと思いませんよね？

だからこそ、あなたが読者の方から  
信頼を得ることは欠かせないのです。

そして、メルマガで信頼を得るコツは、、、

1. コツコツ定期的に配信する
2. あなたの価値観を共有する

ということです。

たまにセールスの時だけ急に  
メールを送り始める人がいますが、  
売り込みしかしない人のメールは  
誰からも見向きされなくなります。

そうではなく、日頃から定期的に  
情報提供をしておく必要があります。

ですが、ただ情報を提供するだけでは、

参考書や誰が書いたか不明なサイトと  
まったく違いがありません。

ですので、、、

- 
- ・あなたがしてきた体験や  
具体的なエピソードを交える。
  - ・あなたがどんな信念でそのノウハウや  
ビジネスと向き合っているのか伝える。
- 

といったことを発信していきましょう。

そうすることで、  
“あなた”という人物像が明確になり、  
読者の方は親近感や信頼を感じ始めます。

そして、あなたはそんな読者さんが求める  
商品やサービスを定期的に案内することで、  
さらに売上を得ることができるのです。

あくまで読者さんとの信頼ありきなので、  
お互いがWin-Winになれるような  
商品を提案して行ってください。

それがリピーターを生み出して  
長く続くビジネスを作るコツです。

**【この時に必要なモノ】**

- ・あなたのメールマガジン(or Line)
- ・定期的に案内する商品販売ページ

では、長くなってしまいましたので、  
改めてまとめますね。

↓

=====

### ■コンテンツビジネスの具体的ステップ

=====

- STEP 1. 参入する市場を決める
- STEP 2. コンテンツ商品の“案”を作る
- STEP 3. 受注販売形式でテストする
- STEP 4. 見込み客リストの構築
- STEP 5. メールマガ配信と定期セールス

=====

### ■コンテンツビジネスに必要なモノ

=====

- ・あなたの過去の経歴の棚卸し作業
- ・顧客や近しい属性の方へのリサーチ
- ・あなたの知識やスキルなどの体系化
- ・コンテンツ提供用のサイト
- ・商品販売ページ(セールスレター)
- ・ランディングページ(登録ページ)
- ・あなたのメールマガジン(or Line)

...これがコンテンツビジネスを始めてから、  
継続的に売上を作るステップと  
その時々で必要になるモノです。