



**ウェブセミナー：  
ADマネタイズ・ステップバイステップ**

# こんな悩み・不安が届きました

広告をこれからやる人は…

- お金を広告費に使うのが怖い
- 広告費がかかるので踏み切れない、まだ自分には早いと感じてしまう
- かかる費用と、売り上げが不安
- 広告を出したら赤字になると危惧している
- 本当に広告費用を回収できるのか不安

# こんな悩み・不安が届きました

広告をすでに使っている人は…

- 広告運用会社に任せていますが、費用対効果があわない
- 広告費の持ち出し分をできるだけ早く回収すること。
- FB広告はCPA1000円以下くらいで回っていますが、  
広告費を垂れ流している
- 広告の効果がなかなかあがらない。  
リストをとってもそこからの成約がなかなかできない。

どちらにしても

「使った広告費をどう回収するの？」

ということ

# 視聴特典

1. ウェブセミナーのスライドデータ (PDF)
2. シークレットプレゼント (動画)

**シークレットプレゼントの詳細と  
受け取り方法は最後に案内**

**広告(ad)で  
収益化(マネタイズ)するまでの  
(ステップバイステップな)手順**



噫

# ウェブ広告にまつわる嘘

- **良い広告=CPAが安い**
- **代理店や広告コンサルは「安く」という約束しかしない**
  - わかりやすい結果を提案しなきゃ売れない…
- **本当にCPAが安い広告=良い広告なのか？**



# 代理店に2ヶ月で275万円払った結果

## 自社運用

広告費：715,796円  
獲得数：525件  
単価：1,363円

FE販売本数51  
FEのみ：215,660円  
自動化合計：885,860円

## 代理店運用

広告費：621,033円  
獲得数：652件  
単価：953円(1285円)

FE販売本数42  
FEのみ売上：184,860円  
自動化合計：353,460円

**CPAはたしかに下がった。でも…**

**本当にCPAが安い＝良い広告なのか？**

**仮にCPA 1000円になると言われて、  
あなたの不安は消えますか？**

**- 使った広告費をどう回収するの？ -**

# 本当に良い広告って？

- 1000円だろうが赤字リスクがあるのは変わらない
- 「良い広告=CPAが安い」という嘘で...
  - たくさんの人が広告への恐怖を拭えていない
  - たくさんの人が間違った改善に時間もお金も使ってる
- **本当に良い広告は「売上が増える広告」**

**良い広告 = 売上が増える広告**



**広告を攻略する鍵：**  
**広告っていったい何なのか？**

# 1. マーケティングのパーツの1つに過ぎない

- **広告代理店の仕事は広告で、売上は手数料**
  - 広告が出てさえいればあなたの売上はどうでも良い
- **多くの広告コンサルは「安く」を約束にする**
  - CPAが下がればあなたの売上はどうでも良い
- **つまり、あなたの商品を買ってくれる  
『マーケター』ではない…**

# 1. マーケティングのパーツの1つに過ぎない

Ad  
SNS

(アドレス登録)

広告は  
(低価格商品・  
オンライン)

無料体験  
セッション



マーケティングの  
ほんの一部



メルマガリストへ

# “システム(仕組み)”の一部

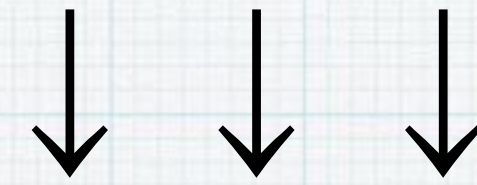
- システムとは…
  - システムとは、個々の要素が互いに影響し合いながら、**全体として**機能するまとまりや仕組みのこと
- つまり、“部分”に着目することではない
- ようは広告を攻略するときに**広告単体**を見ていてもあまり意味がない



## 2. 広告＝増幅器

- 広告はそもそもアクセス数を増やす手段でしかない

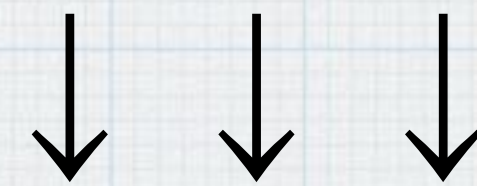
- $10\text{pv} \times 10\% \times 10,000\text{円} = 10,000\text{円}$



- $100\text{pv} \times 10\% \times 10,000\text{円} = 100,000\text{円}$

- つまり、マイナスな仕組みを増幅してしまえば…

- $10\text{pv} \times 10\% \times -10,000\text{円} = -10,000\text{円}$



- $100\text{pv} \times 10\% \times -10,000\text{円} = -100,000\text{円}$

- この事実はどうなにもCPAが安くても変わらない

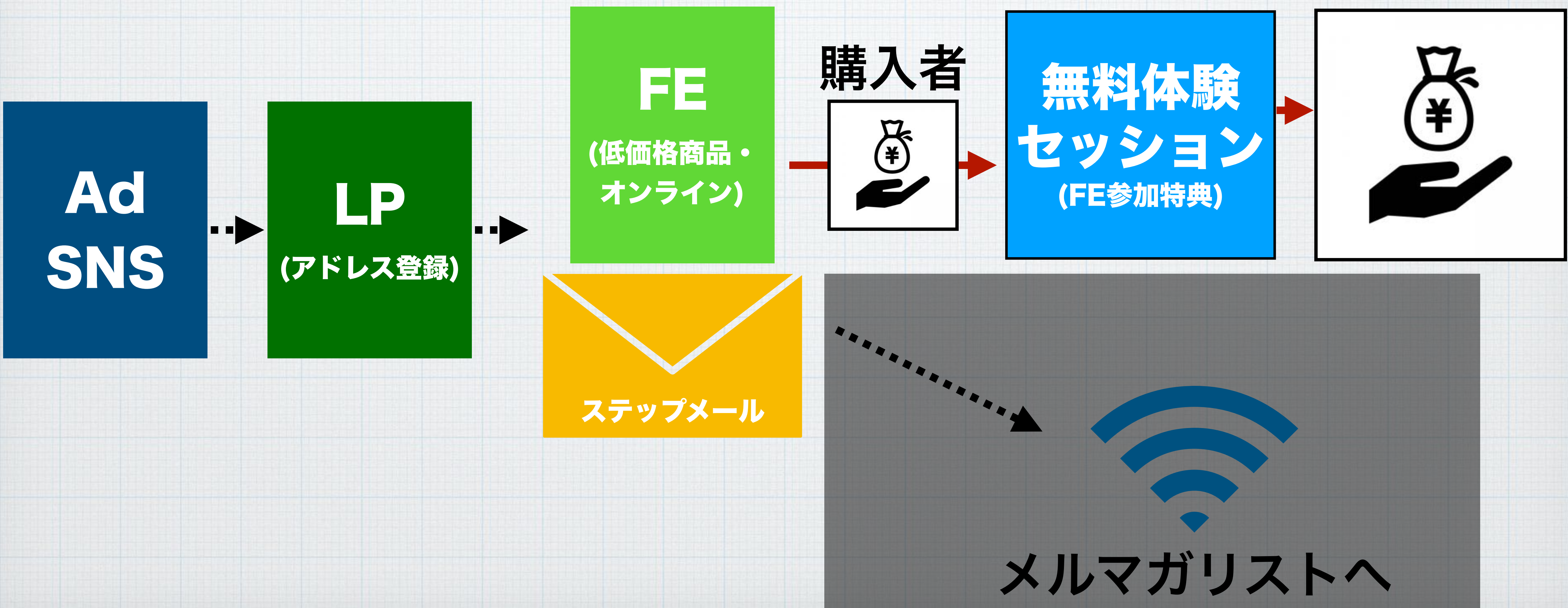
## 2. 広告＝増幅器



- **有害なガスを出す工場は  
どんなに良い空気を取り込んでも出てくるのは有毒ガス**
- **取り込む空気(アクセス)ではなく  
工場(仕組み)を改善しなければ結果は変わらない**

# 3. 僕らがやってるのはリストマーケティング

- 広告から売り上がる仕組み、広告費の回収って聞くと…



# 3. 僕らがやってるのはリストマーケティング

- **実際にはもっと後ろ(メルマガ)も含めて考えるべき**
  - 広告での自動化だけで利益を出すのは高難易度
  - もっと長いタイムラインで見ると難易度が下がる
- **リストマーケティングの基礎**
  - 何度も商品を販売できるところが最大の旨味
    - 広告の自動化は基本1商品1機会しか販売できない
  - リストが増えれば基本的に売上も増える
- **回収タイミングをもっと長いタイムラインで見る**

# 広告を攻略する鍵

1. ウェブマーケティングのパーツの1つに過ぎない
2. 広告=増幅器
3. 僕らがやってるのはリストマーケティング

**どうしたら売上が増える広告を  
作れるのか？**

# 超重要！LTVと限界CPA

LTV=任意の期間での1人あたりの売上

限界CPA=許容可能な単価(LTVや経費から算出)

# 「LTVと限界CPA」で 売上が増える広告運用ができる

例) オフィスNJ、2022年3月実績から算出  
(1ヶ月間で見えた限界CPA)

- **3月売上 ÷ 3月獲得リスト数 = 限界CPAは約17,000円**
  - CPAが17,000円でも赤字にはならない
  - 前提：メルマガでの販売も含まれてる



# 「LTVと限界CPA」 売上が増える広告運用

- 3月の実績：限界CPAは約17,000円
  - 実際にはCPA1,646円
  - 1リストあたり約15,350円の利益
- 100リスト獲得で1,535,000円の利益
- 200なら3,070,000円の利益
- 300なら4,605,000円の利益



# 「LTVと限界CPA」で 売上が増える広告運用ができる

- 3月の実績：限界CPAは約17,000円
  - 仮にCPA4000円だったとしても…
  - 1リストあたり13,000円の利益
- 100リスト獲得で1,300,000円の利益
- 200なら2,600,000円の利益
- 300なら3,900,000円の利益

# 「LTVと限界CPA」で 売上が増える広告運用ができる

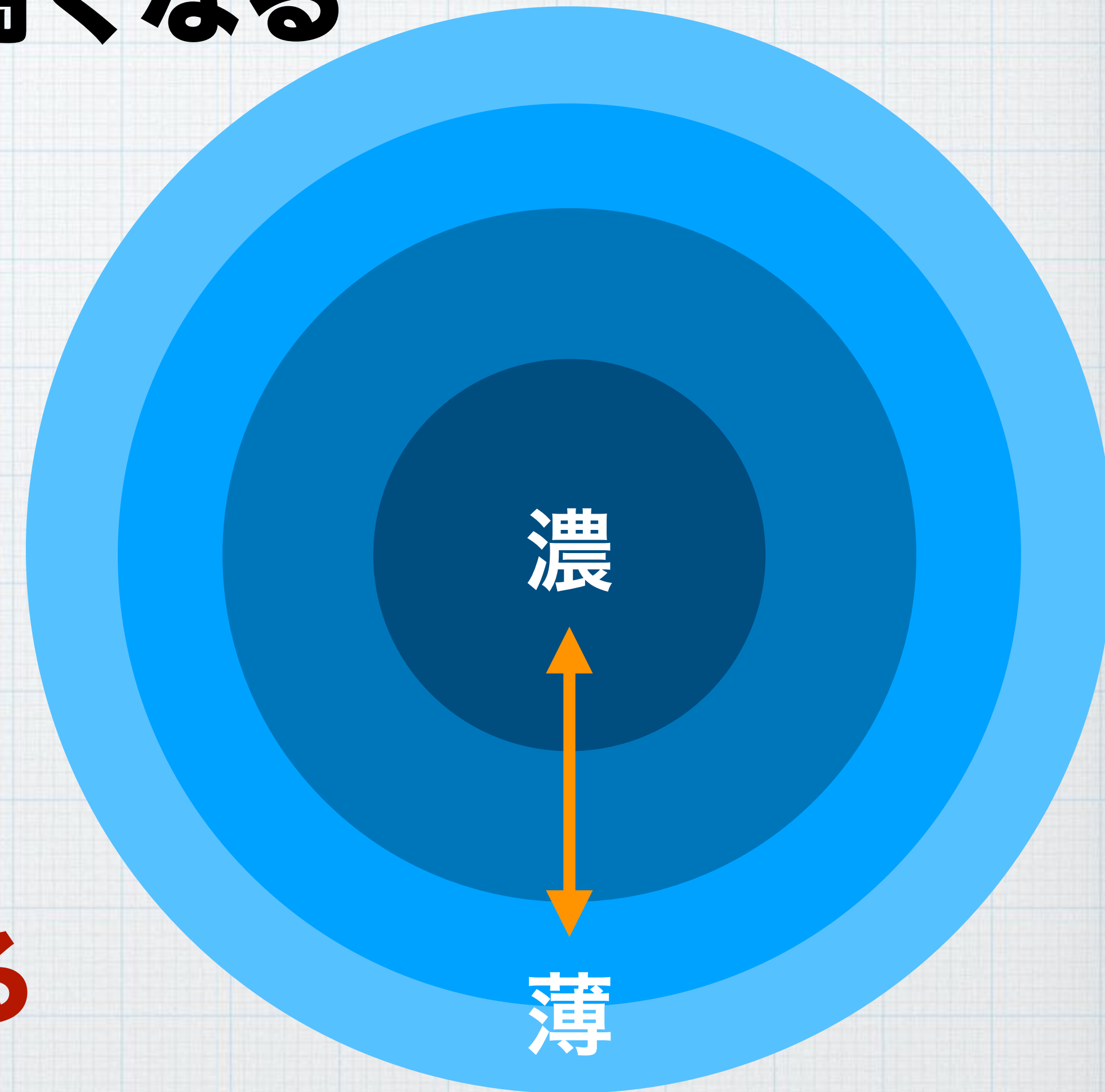
- **CPA4000円…**
  - これをほとんどの人は「高い」と思ってる
  - 恐らく90%以上の人根拠なしに撤退を決める
- **でも、本当に撤退すべき数字だろうか？**
  - 何をもって低い高いを判断するのか？
    - もちろん安いに越したことはない
  - **利益が出てリストが増えている**
    - 今後の売上も伸ばすことができる



**CPA至上主義による洗脳で  
みんな間違った判断をさせられている**

# Tips : CPAの超基礎

- 広告予算を増やすとCPAは必ず高くなる
- 広告予算を増やす = より多くの人に広告が表示される
- 表示数が増えたと興味薄い人にも当然広告が出るようになる
- **結果、獲得数が増えCPAは上がる**



**広告(ad)で  
収益化(マネタイズ)するまでの  
(ステップバイステップな)手順**

# 広告(ad)で収益化(マネタイズ)するまでの (ステップバイステップな)手順

- フェーズ1. 売上が上がる仕組みを用意する
- フェーズ2. 見込み客が集まる広告を作る
- フェーズ3. 両輪で改善して成果を大きくする

# フェーズ1のタスク (売上が上がる仕組みを用意する)

広告から売上を作る上での考え方は  
高額販売でもコンテンツ販売でも  
その他のビジネスでも同じ

- **大前提：売れる仕組みにアクセスを流すということ**
  - メルマガでコンテンツは売れているか？
  - 説明会や体験で高額サービスは売れてるか？
  - アポイントや電話でのクロージングはできてるか？



# 最初に目指すセールスフロー例

LP

FE(コンテンツ)

UPS(コンテンツor説明会)

Office-NJ Inc.

この無料レポートのリストの中から  
好きなものを1つ選んでください、、、

これであなたも  
見込み客を磁石のように引き寄せる  
『無料オファー』を手に入れて、  
劇的に集客を変えることができます！

**リードマグネット  
69のアイデア集**



あなたのメールアドレスを入力して  
ボタンを押して受け取ってください。

案内を受け取るメールアドレス

無料ダウンロード

個人情報は厳重に保護され、スパムメールは送られません。

[プライバシーポリシー](#)

Office-NJ Inc.

累計12万3617リストを獲得する中で確立した、  
“短くシンプルなのに”濃い見込み客が集まる  
アドレス登録ページの作り方を公開する…

**ランディングページテンプレート  
Landing Page Template**



クリックして再生してください

Office-NJ Inc.

Step2: Customize Your Order

67% Complete...

重要：ページを閉じる前に8分で終わる  
簡単な動画をご覧になってください。

クリックして再生してください



**僕はメルマガで売れたメールや商品だけを  
自動化に組み込んでます**

# ここから出る疑問

**「そもそもリストがないから仕組みもクソもない…」**

- **2019年、独立当初は自動販売をしてなかった**
  - **「0だとできる」はない「0だからできない」はたくさん**
- **毎月、毎年の自己投資はいくら？2割を広告に使えない？**
- **まずは知り合いや仲間にモニターとかで売れない？**
- **0→1のステージを抜け出すのに必要なのは顧客である**  
**by マイケル・マスターソン**

# フェーズ1で最初を目指すべき目標

- **まずはメルマガからきっちり利益が出る形を作ろう**
  - 2019年、独立当初は自動販売をしてなかった
  - メルマガで売れてから自動化する
    - **広告は増幅器**：マイナスを増幅しても意味ない…
- **売上の一部は必ず広告費に回していく**
  - リストマーケティングの特性上、最初から大きく利益を残そうとすると売上は伸びない
- **自己投資ばかりじゃなくビジネス投資もしよう**

# フェーズ2のタスク

## (見込み客が集まる広告を作る)

- **見込み客 ≠ 読者**
  - 商品を買う人は誰なのか？
    - いつもメルマガ読んでます！ ← なにも買ってない人
- **一般論ではなく、お客さんの悩みを中心に考える**
  - マーケティングやコピーライティングの  
メイン作業は顧客の悩みについて考えること

# 売れる広告のポイント

- **広告、LP、初回販売商品の3つに一貫性をもたせる**
  - 何を求めて広告をクリックしたのか？
  - 何を求めてアドレスを登録したのか？
- **この「期待」にきっちりと応える形で流れを作る**
  - 例) LPを作るときの8つのポイント(PDF)  
→LP作成のオンラインプログラム

# 運用で重要なこと

- **LTV(限界CPA)を基準に考える**
  - ほとんどの人は単純なCPAしか見ていない
- **もちろん僕も結果的にこんな成果は出てる**

● アクティブ



サクセスパス無料公開

**10**      **¥ 459.90**

ウェブサイトの登録完了      ウェブサイトの登録完了の単価

結果の単価
¥416 登録完了の単価
¥527 登録完了の単価
¥478

¥668 登録完了の単価
¥810 登録完了の単価
¥778 登録完了の単価
¥344 登録完了の単価

今日: 2022/05/17

レポート

結果の単価
¥479 [2] 登録完了の単価

# フェーズ2で最初を目指すべき目標

- **リスト獲得から1ヶ月で利益が出る形を作る**
  - 広告だけで利益を出すには…
    - コンテンツ販売だけだと難易度は高い
    - 高額販売は比較的簡単だが自分の時間は奪われる
  - **生き方そのものを選ぶ決断でもある**
- **まず難易度が低いところ  
(メルマガも含めた利益)から着実に**

# フェーズ3のタスク (両輪で改善して成果を大きくする)

- LTVを上げて限界CPAの許容範囲を大きくしていく
  - CPAは拡大のフェーズでは確実に上がる
  - 「安いこと」には固執せず獲得数に注目していく
- LTVを上げるためには？
  - 購入率(成約率)を上げる
  - 高単価な商品を用意する
  - リピーターの創出(適切なアップセル)
  - サブスクリプションの導入など



# 中村の仕組みの例

合計で最大72,380円

5. アップセル3 : 29800円

4. アップセル2 : 29800円

3. アップセル1 : 9800円

2. フロントエンド : 2980円

1. LP(アドレス登録ページ) : 0円

これが最後の提案です…  
今あなたが体験した仕組みの秘密を最後に紹介します…

もっとたくさん、もっと素早く商品売りたい？  
だったらこの技術を試してみてください！

Order #1904 -	2021/4/7 11:44	29800	5@gmail.com
Order #1903 -	2021/4/7 11:41	9800	5@gmail.com
Order #1902 -	2021/4/7 11:38	3900	5@gmail.com
Order #1901 -	2021/4/7 11:36	8880	5@gmail.com

わずか8分間で立て続けに4商品  
計52,380円を売る技術

本当に1  
書いたこ  
“売れ”  
わずか8

書籍1冊を読む勉強量以下で売れるセールスレターが  
何度でも繰り返し書けるようになる方法。

セールスレターステップバイステップ  
- Sales Letter Step by Step -

クリックして再生してください

Office-NJ In

累計12  
“短  
ア

ランテ

この無料し  
好きなもの  
これであ  
見込み客  
『無料才  
劇的に集  
リー  
690

あなたのメールアドレスを入力して  
ボタンを押して受け取ってください。

あなたのメールアドレス

無料ダウンロード

個人情報は厳重に保護され、スパムメールは送られません。

プライバシーポリシー

# CPAの改善

- **予算追加でCPAが上がるのは織り込んだ上で序盤のテストで下げるための改善をする**
- **改善のポイント**
  - **インプレッション単価、クリック率、登録率**
  - **シンプルな指標を扱うことでシンプルな思考をキープ**
- **中村がやっていること**
  - **広告のクリエイティブやオーディエンスのテスト**
  - **LPのABテストやオファーのテスト**

# フェーズ3で最初を目指すべき目標

- **広告予算を少しずつ上げて売上を増やす**
  - CPAは上がるが売上が増えて競争力が増す
  - CPAが〜と言ってる人を尻目に  
正しい思考でビジネスを強くする
- **同時にLTVを伸ばす方向の取り組みに  
時間や意識を使っていく(ほとんどの人ができていない)**

# 広告(ad)で収益化(マネタイズ)するまでの (ステップバイステップな)手順

- フェーズ1. 売上が上がる仕組みを用意する
- フェーズ2. 見込み客が集まる広告を作る
- フェーズ3. 両輪で改善して成果を大きくする

# まとめます

- **CPA至上主義の嘘**

- 本当に重要なのはCPAが安いことではない
- LTV(限界CPA)に合った売上が増える状態が良い広告

- **回収のタイムラインをもっと延ばして考える**

- リストマーケティングの旨味は何度も売れること
- 難易度が高い自動化だけで戦う必要はない

# まとめます

- ステップは「仕組み→広告→改善・拡大」の流れ
  - 広告はただの増幅器、マイナスも大きくなる
- まずはきっちりメルマガ(LINE)から利益を取る
  - リストがない→それはお客さんには関係ない
  - 「0だとできる」はない「0だからできない」はたくさん
  - 自己投資だけでなくビジネス投資もしよう

# まとめます

- **利益が出る仕組みに広告を使うと…**
  - 100リスト獲得で1,535,000円の利益
  - **200なら3,070,000円の利益**
  - **300なら4,605,000円の利益**
- **みんなが好きな戦術(テクニック)が活きるのはここから**
  - 広告文が～、画像が～、FBとYTどっちが～
  - どっちでもそもそもその考え方は同じ
    - 考え方がズレてればどっちもうまくいかない

# 広告について考えをまとめて思ったこと…

- **広告は増幅器だから、うまく使えれば成果はすぐに出る**
  - 2019年独立して522名の顧客獲得
  - 2022年5月現在、3500名以上の顧客を獲得
    - **ほぼ全てが広告経由のお客さん**
- **でも、広告が怖くてできないって人が多い**
  - SNSはたしかに無料…一見するとリスクはない！
  - 何ヶ月、何年と顧客獲得できないリスクを忘れてる



# 広告について考えをまとめて思ったこと…

- **広告代理店や広告コンサルの嘘で騙されている？**
  - **なぜ？理解されないから、CPAの話しかしない**
  - **そもそも代理店や広告コンサルは  
あなたの売上を増やすマーケターではない**
- **もっとLTVの話からスタートする  
教材や講座があると良いんじゃないか？**
- **結果、こんな機会を用意することにしました。**

『ビジネス構築特化型』

FB&YT広告マスタープログラム

動画下に掲載した  
プロフィールを  
確認してください



プロフィール

**中村純** 株式会社オフィスNJ代表

オフィスNJ代表 中村純

**お申し込みページは  
「中村純」をクリック**

2015年6月、(株)コンサルタントラボラトリーに参画。

以降、社内のコピーライティングをメインで手がけるほか、広告・販売戦略の立案やマーケティングファネルの設計、分析を担当し、累計12万3617リストの見込み客を獲得。

コンラボ社に参画してからの約3年半の間、コピーに関わった案件の総売上は7億4529万円以上。

独立後は、『個人起業家のためのベーシックなマーケティング&コピーライティングスキル教育のインフラを構築する』というビジョンのもと、コンテンツビジネスを展開。

独立1年目である2019年には累計顧客数522名を獲得。

# これはなに？

- **今回はプログラムを作るための  
2日間のリアルタイムセミナー(zoom)**
- **6月1日(水)、6月2日(木)13時-17時(最大18時)**
- **売上が上がる仕組みや設計についてと  
反応が取れる広告運用について**
- **最大の目的は広告予算においてできるだけ安く、  
かつ、ちゃんと利益を生む広告運用**

# セミナーに参加することで...

- **近視眼的な「CPA」盲信から解放されて、  
本当の意味で成果が出る広告の考え方が身につく**
- **とは言え、CPA自体も重要なので、  
(予算において)できるだけ安くCPAを抑える  
広告クリエイティブの作り方もわかる**
- **結果、安く・売上が伸びるビジネスを  
手に入れるステップが見えるようになる**
- **すでに広告を使っていれば1週間以内に成果が出ることも**

# まず1日目(6月1日(水))にあなたが学ぶことは…

- **広告費を回収するための基礎設計**
- **登録直後に教育なしでも売れる商品ってどんなものか？  
顧客心理も踏まえた設定方法を伝授**
- **あなたの売りたいBE(説明会や体験)や  
フロントエンドをリスト獲得から販売するための  
「ファネル・ストーリー」の作り方**

# まず1日目(6月1日(水))にあなたが学ぶことは…

- **7日間程度で初回販売を達成するための  
広告と商品の関係性について**
- **LTVを伸ばすために最もシンプルで  
お金がかからない「アップセル」の技術**
- **顧客が抱える摩擦を軽減してオファーを  
受け入れさせるA4・1枚以下のRFCのテンプレート**

# 1日目をまとめると

- ようは...

Order #2317	2021/5/11 21:32	29800	07@gmail.com 2m
Order #2316 -	2021/5/11 21:28	9800	07@gmail.com 2m
Order #2315 -	2021/5/11 21:22	3900	07@gmail.com 2m
Order #2314 -	2021/5/11 21:19	8880	07@gmail.com 2m

- 1回の販売で**こんな成果**が出る売り方
- LTVを伸ばす技術の1つ



# 次に2日目(6月2日(木))にあな

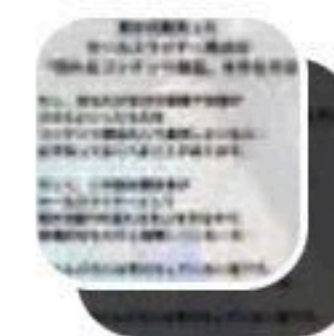
- FB&YT広告クリエイティブと改善
- CPAが安いのは大正義ではないけど、  
安いに越したことはない
  - 1発でCPAが下がることはまれ、
- 例えば、僕はこんな推移を辿った

了の単価  
広告  
株式会社オフィスNJ

今日

フィルター

● アクティブ



サクセスパス無料公開

10

ウェブサイトの登録完了

¥ 459.90

ウェブサイトの登録完了の単価

2

ウェブサイトの登録完了

¥ 1,370.50

ウェブサイトの登録完了の単価

# 次に2日目(6月2日(木))にあなたが学ぶことは…

- **どうしたらこういった改善ができるのか？**
  - **きっとほとんどの人が設定してない**  
**FB広告の管理画面設定と指標も解説**
- **もちろん最初から最善の成果が出るようにしたい**
  - **FB広告とYT広告のクリエイティブについても伝授**

**もちろんここに書ききれないこともたくさんあります。**

- **要点はLTVを踏まえた広告運用ができるようになること**
  - 2日間で全部を記憶するんじゃなく、今後の指標になる
  - 「CPAが～」みたいな程度の低い悩みはもうなくなる
- **つまり、1ランクも2ランクも上の視点が持てる**
  - ほとんどの人が知らない真実を知ること、CPA自慢を鼻で笑えるようになる

# こんな人は参加NG

- **唯一無二の正解が欲しい人**
  - 成果が出る考え方や方向性は示せる
  - それを元に少なくとも向こう何年も成果が期待できる
  - でも、誰でもどんな時でも変わらず成功する方法はない
- **思考し施行することがマーケティングで成果を出す方法**

# こんな人は歓迎

- **長期的に会社や個人事業を成長させたい人**
- **ノウハウやテクニックだけでなく、  
もっと長い期間使える戦略や考え方を学びたい人**
- **マーケティング自体が楽しいと思える僕のような人**

# 参加費について

- **本来ならここは「価格のプレゼン」というパート**
  - ここまで視聴したあなたならもう価値がわかるはず
  - さらに、ぶっちゃんけ安いんでズバリ言います
- **参加費**
  - **1回払い：39,800円(税込)**
  - **3回払い：14,000円(税込)※30日周期**
  - **5回払い：8,400円(税込)※30日周期**

※申し込み期限は22日(日)23:59まで

※今回参加してくれたらプログラム版(録画)も提供

動画下に掲載した  
プロフィールを  
確認してください



プロフィール

**中村純** 株式会社オフィスNJ代表

オフィスNJ代表 中村純

お申し込みページは  
「中村純」をクリック

2015年6月、(株)コンサルタントラボラトリーに参画。

以降、社内のコピーライティングをメインで手がけるほか、広告・販売戦略の立案やマーケティングファネルの設計、分析を担当し、累計12万3617リストの見込み客を獲得。

コンラボ社に参画してからの約3年半の間、コピーで関わった案件の総売上は7億4529万円以上。

独立後は、『個人起業家のためのベーシックなマーケティング&コピーライティングスキル教育のインフラを構築する』というビジョンのもと、コンテンツビジネスを展開。

独立1年目である2019年には累計顧客数522名を獲得。

# 視聴特典

本日のスライドデータと…

売れるテーマを  
30分以内に発見する  
ワープ式リサーチ法

合言葉

「**アドマネタイズ**」

特別特典  
ワープ式リサーチ法

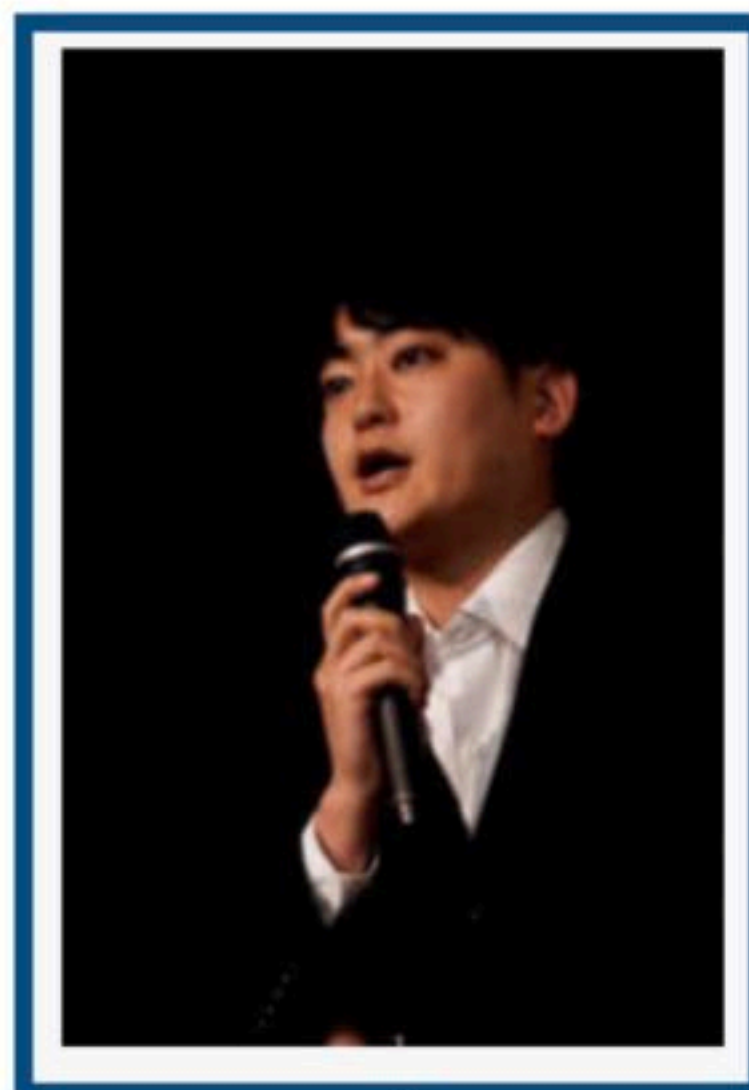


売れるテーマを  
30分以内に発見する  
邪道なリサーチ方法とは？



# ウェブセミナーへのご参加 ありがとうございました！

動画下に掲載した  
プロフィールを  
確認してください



プロフィール

**中村純**

株式会社オフィスNJ代表

オフィスNJ代表 中村純

オファーへのお申し込みは  
「中村純」をクリック

2015年6月、(株)コンサルタントラボラトリーに参画。

視聴特典の受け取りは  
プロフィール画像をクリック

けるほか、広告・

、分析を担当し、

ーで関わった案件

独立後は、『個人起業家のためのベーシックなマーケティング&コ