

集客の科学

ビジネスの全体像における集客の立ち位置

ビジネスの原理原則

ビジネスの原理原則は

『人を集めて、ものを売る』

人を集めるってことがスタートで、そこからものを売る流れになる。

つまり、ビジネスを始めた時の最初にぶつかる壁（ボトルネック）は、必ず集客ということ。

「ものが売れなくて困っています。」っていう人のほとんどは、ただただ人が集められていないだけ。

で、ここで大事なポイントは、

『人が集まったら何かしらお金をうむことができる』

ということ。

例えば、女の子の友達が何人かいて、その子たちをグループラインに入れて「合コンしたい？」って聞いたたら、何人か集まる。で、男なんて合コンしたい人ばかりなんだから、そこで参加費をとればいい。みたいな話で、ニーズのベクトルの向きが揃った人たちを集めたら、そのニーズを満たしてくれるようなサービス、商品（or企画）をオファーすればOK！！

で、解像度を上げるために『人を集めて、ものをうる』って原理原則を他の言い方に変えると、

1、悩みのベクトルがある程度揃った人or抽象的なベクトルの向きが揃った人を集める

2、その悩みを抱えている人に対して、サービス、商品、企画という形で解決策を提示する

ってことになります。

つまるところ、

『人さえ集まればビジネスになる、お金に変わる』

上記の前提を頭の片隅に置いておいてください。

「現状、スモールビジネスでお金を稼げていません。」

って人のほとんどの根本原因は、集客ってパターンが多い。

集客ISキングOFキング

集客できる人は圧倒的な王者！

世間のビジネスマンは集客ができていなくて困ってる。
集客の神になれば、ビジネスの世界で向かうところ敵なし。
最強のスキルだということです。

集客のゴールはリスト化

では、ここで大事になってくるのは、

- 『集客は何を目的にやったらいいのか？』
- 『どこにゴールを置いて走るのか？』

ってこと。

そして、その答えの一つは、

『リスト化』

LINE@、メルマガなどの垂直展開に追加してもらうことを一つのゴールにしよう！

となれば、僕たちがやることはかなりシンプルになりましたね！

我々がビジネスを始める時にやることは、
『リストになってもらうために必要なことを考えてやる』
ってことだけです。

<補足説明>

『フォロワー増加↑＝収益↑』とは限らない

『リスト数↑＝収益↑』となる。

『チャンネル登録者数↑＝収益↑』とは限らない

『リスト数↑＝収益↑』となる。

→結局、見込み客が自分の商品を買ってくれるかどうか？その1点に対して貢献しないことは基本的にやらない。優先度はかなり低い。

だから、ブログをやろうとも、SNSをやろうとも、垂直の仕組みの中にターゲットの人が入って来てもらえるようなフロントの情報を出して行くことが大事。

では、リスト数を増やそうと思ったらどうしたらいいのか？

その公式がコチラ

$$\text{【リスト数】} = \text{【自分のメディアのアクセス】} \times \text{【クリック率（悩みとのマッチング度合い）】}$$

言い換えれば、『量と質』です。

逆に、垂直展開の目的意識は、
『お客様の価値観を変えて、商品を買ってもらうこと』

メディアの役割（目的）を考えて集客をやると、より一層効率のよくなる。

* 垂直展開の定義：お客さんとの距離感が近く、なおかつ、セカンドオピニオンがないメディア

* マルチメディア戦略として、いろんなメディアから情報を日常的に見てもらえるようにする工夫も必要だけど、シンプルに垂直の仕組みまで入って来てもらうことをゴールにしているとわかりやすい。

* 最初はお客さんと一対一でコミュニケーションのとりやすいLINE@から始めてみるのがオススメ。

<補足説明>

新規のお客さんから得る利益は

$$\text{【利益】} = \text{【毎日のリスト増加量】} \times \text{【商品の単価】} \times \text{【成約率】}$$

商品の単価は『利益と満足度を最大化するような値段にする』

成約率は、『セールスの上手さや、セールスレターのうまさ、垂直の教育の上手さ、顧客の悩みと商品が解決できるもののマッチング度合い』に依存する。（リピート率も大事）

集客における 0 → 1 とは？

まだお客さんを一人も集められていないとしたら、
とにかくLINE@を始めてみて、そこに1人でもいいから追加してもらう。

じゃあ、その人とコンタクトが取れて、そこからセールスできたら、
もうそれだけでビジネスとして成り立つ。「おめでとう！」ってなる。

つまり、何が言いたいのか？っていうと....

スモールビジネスの折り返し地点は、

『集客したお客さんから質問だったり、悩み相談だったり、オフ会をしてほしいみたいなオファー
だったり、なんならスタンプでもよくて、自分興味を持ってくれている人が、向こうから話しかけ
てくれるようになった状態』

言いかければ、『〇〇の専門家として認知された』って状態でもあります。

でも、よくあるケースは、「向こうから連絡なんて来るわけないじゃん」と無意識で思ってしまい、
その痛みから逃げるためになかなか垂直を動かさない人が多い印象です。

で、その悩みの答えにはなりませんが、
結構、返信はくるので安心してくださいw

なぜなら、すでにポジションがとれているから。

さっきも書いたように、専門家的な形で認知されていたり、興味を持ってもらうことは誰にもできる
からです。

なぜ、専門家として認知されることが簡単かっていえば...

もし、触れる情報のほとんどがあなたから受け取るものだったら？

少なくともone of themではないはずです！

情報を与える側と、それを受け取る側。
それだけで上下関係が出来上がる。

つまり、極論、『情報受信者から情報発信者になるだけでいい』ということ。

それだけで集客の第一ステップはおしまい！やったね！
相手は変えられないけど、関係性を変えることは今この瞬間からできる！

レッツ自動関係性構築！！

それが集客におけるポイントでもあります！！

集客における重要なマインドセット

1、集客とは『数をこなす根性と数』

では、集客の必殺技を教えましょう！！！！

Youtubeでタグを30個つけましょう！

そうしたら動画がバズってリストが一気に手に入ります！！

...うそです。

そんなわけありませんwww

でも、ここからお届けするマインドセットは確実に最短最速で集客力をつける最強の方法です！
それでは改めて参りましょう！

集客は『数が命』

集客を簡単にいうと、『自分が出会いたいお客さんと接点を持ちに行く』ってこと。
逆にいえば、お客さんが自分の発信を見てくれる瞬間が少ない時点で収益化は難しい。

先ほどの公式でいえば、

$$\text{【リスト数】} = \text{【自分のメディアのアクセス】} \times \text{【クリック率（悩みとのマッチング度合い）】}$$

となっているので、まずは自分のメディアに集まるアクセスの絶対数を増やす必要があるってことです。

で、ここで大事になるのは、

『とにかく手当たり次第、無差別に、見境なしに集客をする』
ということ。

簡単にいえば、

『タガを外す！』

ってことです。

-
- ブログは書いてる？
 - SEOを意識して記事は書いてる？
 - ツイッターで毎日呟いてる？
 - SNSの新しい機能とか使ってみた？
 - バズりを意識してツイートしてみた？
 - Youtubeで投稿はした？
 - 広告回してみた？
 - 街でチラシを配ってみた？
 - あ、あとは、電子書籍とか書いた？
 - チラシは配った？
 - 友達、知り合い、知り合いの知り合いとかあらゆる人脈をつかって、紹介とかしてもらった？
 - 知恵袋でも、ネ이버でも、ココナラでも、もう2chでもいいし、出会い系アプリでもいいし、tiktokでもいいし、全部集客の媒体に使ってみた？
 - もっと言えば、タピオカの店に並んでいる女の子とかは話しかけてみた？
-

『え？全部やってないの？wじゃあやりましょうよ！』って世界観です。

やれることはとにかくなんでもいいからやる。

とにかく数！数！数！数！

自分が一個コンテンツを作ったら、とりあえず情報が拡散するために、ネット上に情報をぶつけまくる。

もちろん効果的なプラットフォームと効果的ではないプラットフォームもあるけど、ここでお伝えしたいのは、集客に対する前のめりさ。教科書通りにやる必要なんてなくて、とにかく集めることにフォーカスのポイントを当ててみましょう！

「いや、それ、効率悪くありませんか？」

って思われるかもしれませんが、

そもそもスモールビジネスの集客なんて、数をこなせたら誰でもできます。

できていないとしたら、それは単純に数が少ないだけのパターンがほとんどです。

そして、最大の敵は勉強しすぎてしまうこと。

とにかく最初は肌感をつかむことが大事です！
考えながら手を動かしていきましょう！

で、まとめると、

集客の0→1で大事なのは、
ネット状に自分の情報を死ぬほど流通させるってこと。

「もうこれでもか！」ってくらい
自分の存在感をネット上に出すことが一番大事。

そしたら、単純接触効果で好きになってもらえるし、信用される。

で、毎日、情報を投げていたら、「この人は〇〇の専門家なんだ！」って思われるし、発信を続ける上で勉強もするわけだから、専門家に近づいていく。

集客のゼロイチはこれで完璧です！

2、集客とは『嫌われる勇気をもつこと』

集客は『根性』と『数』が命なんですが、
その前提になるのは、『嫌われる勇気』というメンタルブロックです。

集客をするときはむちゃくちゃ構えてしまうってことはありませんか？

例えば、

「こんなことを言ったらどう思われるんだろう？」
「ビジネスの話になって嫌われないかな？」

などなど、そういった無意識のブロックは存在してると思います。

これはどういうことかというと、（言い方は悪いですが...）
『他人のことを考えないで、自分のことしか考えてない』ということ

恋人とデートしてる時に、
【鏡で前髪ばかりをいじってる人がいたらキモくない？】
って話ですね。

女の子たちはこんなことを思ってるのではないのでしょうか...？

「そんなことをしている時間があつたら、車道側をさらりと歩け！飲み物がなくなっていないかチェックしろ！普段からウェットティッシュとか、絆創膏を持っとけ！おいしいランチ探しとけ！私の悩みを聞け！私の感情を知れ！とにかく聞け！前髪なんて触ってるひまなんて、恋の駆け引きにはねえんだよ！」と。

さすがにここまでえげつないことを考えていないにしても、
「自分がどう見られるか？」ということだけを考えると、
相手が心の底で求めているものがわからなくなってしまう。

だから、大事なものは、まず発信の矢印を外向きにすること。

感覚としては、

『相手が前向きになるような内容』

『有益、タメになるような内容』

つねに、相手に与えられるようにしましょう。

*人の発信に対して文句やケチをつけるような人は、嫉妬をしているだけです。気にしないようにしましょう。

3、集客とは『仕掛ける側の視点を持つこと』

世の中には2種類の人間がいる。

- ・ビジネスを仕掛ける側
- ・ビジネスを仕掛けられる側

ちょっと大げさですがw

でも、事実としてほとんどの人はビジネスを仕掛けられている側。
集客力をつけるために最初にやるのは、仕掛ける側の視点を持つこと。

では、その視点はどうやって身につけるのか？

おすすめなのは、
自分がお客さんの立場で気持ちよく買い物している時に、
自分の気持ちをメタ認知することです。

思い返して見てください....

何らかの方法で情報を与えられて、
その情報で自分の中の常識や認識が変えられて、
それが必要なものだと考えるようになって、
接点をもつために調べたり、
たまたま目に入るサイトやブログやYoutubeから
商品の購入までのステップを歩むようになっていく。

つまり、何が言いたいのかのかっていうと、
我々は日常的に集客されてつづけ、買わされ続けている。

そう、仕掛けられているということです！

いま手元にアンドロイドかアップルのスマホを持っていると思いますが、

なぜ、そっちの商品を買ったのか？

いろはすじゃなくて、ボルビックを飲んでる人がいたら、
いろはすじゃなくて、ボルビックを飲む理由がある。

自分がどんなマーケティングメッセージを刷り込まれてきたのかを考える。

ビジネスとは、ある種、洗脳の掛け合い。
(もちろん相手に対していい洗脳をすること)

でも、ビジネスを仕掛けられていたことに気づけば、
まさにやることはこの一点だけ！！

世の中にあるトレンドとニーズがあって、
画面の向こう側にいる人の存在から肌感、温度感を感じて、
その人の心にグサリと情報が届くようにしてあげる。

画面の向こう側に人がいるということ。

結局、『**相手は人**』です！

という意味では、リアルコミュニケーションとなんら変わらない。

つまりは、リアルがネットにかわっただけで、
集客やコミュニケーションの方法はなんら変わらない。

ぜひ、一流のお客さんとして、ビジネスを仕掛けられる最高の体験から集客の感覚を掴んでいきましょう！

<コラム>

我々は商売人です。

商売をやっている人の振る舞いに変えましょう。

もうすでにあなた方はこっちの世界の住民です。

いま、この瞬間から1人前の商売人として結果を出して、妻に飯を食わせて、子供を養う側として生きていくって決めてください。

その覚悟が一番大事になります。

と、ビジネスで生計を立てている人は口を揃えて言います。

初心者はこれだけ！今すぐやるべきこと3選！

1、T・T・P（徹底的にパクリ！）

<<パクリ方の作法>>

- ・異種間でパクレ！
- ・プラットフォームを変えてパクレ！
- ・複数人のやり方をパクレ！
- ・考えてパクレ！
- ・基準値をパクレ！
- ・思考もパクレ！

とにかく！！！！T・T・P！！！！

集客の精度をあげるためには？

成功事例があったら素直にそれをやる。

ツイッターで集客できている人がいるんだったらまずはそれをやってみよう！

成功事例があるとしたら、

その人のやり方はある程度、効率のいいやり方だってわかるはず。

もちろん自分の特性とか性格とかで、いい方法っていうのは人それぞれだけど、その適正的なものを知るためにはまずいろんなことをやってみることが大事です。

食わず嫌いしないこと。全てやる！

2、コミュニティで暴れる！

信用、信頼を勝ち得ることが、最短最速の方法。

例えば、「島田紳助がオススメするお笑い芸人！」と言われたら、それを見た人はそのフィルターで見てくれるようになる。

行列のできるラーメン屋は、
おいしいから行列ができるのではなく、
行列ができてから行列ができる。

アマゾンのレビューがいいから、商品を買う。

つまり、人はセカンドオピニオンをもとにして判断を行なっている。
実績うんぬんかんぬんはまた別の問題。

それ以上でも、それ以下でもなく、
信用、信頼があるから人が集まり、
人が集まっているのを見てさらに人が集まる！

つまり、『誰かのお墨付きをもらえ！』ということです。

信用、信頼を自分ひとりだけで築くのは無理があります。
誰かの力を借りるのは最速かつ最強の方法。

そして、お墨付きをもらうためにやることは、
『コミュニティで暴れること！』

ちょっと語弊がありそうですねw

正確に言えば、『コミュニティを盛り上げる』ってことです。

コミュニティの運営者側みたいな顔をして、
コミュニティ運営者に喜んでもらえることをする。ってことです。

<信頼残高を借りる具体的な方法論>

1、コミュニティに属す(お役に立つ)

→ <https://yuzur.xsrv.jp/archives/1282>

(この記事を読めば感覚はつかめるはずです)

2、コラボする (Win-Winな関係を提案する)

<大切になるマインドセット>

『相手に絡み損をさせない』

αツイッターに絡んでいくときに、
まず、相手にされないといけない。

だから、相手に対してメリットを提示しないと、
相手は絶対に絡んでくれようとしません。

コツとしては、相手のフォロワー数を伸ばすような動きをすること。

あとはメリットの提示だけでなく、
相手の気持ちを考えることが大事です。

スマホの画面の向こう側には、
生身に人間がリプライや引用リツイートをしています。

「あ、こいつおもしろいな」

「あ、こいつ気が遣えるな」

「あ、こいつ仲間にしたいな」

って思われるようにするためにどうしたらよいかを考えてみてください。

<具体的なステップ>

【コミュニティに属して信頼残高を借りる5ステップ】

ステップ1：

尊敬できる人、勉強したいと思える人を探す

ステップ2：

自分の発信とベクトルが合っているか？を確かめる。

ステップ3：

自己成長できるかどうか？を確かめる

ステップ4：

その方のコミュニティに属する

ステップ5：

その方のフォロワーが増えるように振る舞う

3、電腦世界の住人となれ！

結局、SNSでやるとしたら、そこに住むしかない。

SNSで息をして、SNSで息を吐くような生活にしなきゃ、そこに広がる文化や人の流れは分かりません。集客力をつけたかったら、24時間SNSに滞在しましょう！

日常生活で集客力を鍛える最強のワーク

相手視点で物事を考える訓練

- ・言われる前に相手が欲していることを先回りして準備する
- ・相手が最高に喜んでくれるプレゼントを考えて渡す
- ・自分が商品を買う時にどんな欲望を刺激されて購入に至ったのか考える
- ・お客さんの生の声をメモしておく
- ・新しいサービスを見つけたら登録しておく
- ・流行にキャッチアップする

最後に...

集客とは、お客様の気持ちにちゃんと向き合って話をきくところから始まり、その悩み苦しみをもっているような人たちが興味をもつような情報を考えて情報を出して行く。

そして、その情報を欲しがる人たちが自分にアクセスできるような窓口をちゃんと用意して、そこに集まってもらう。

ここまでが集客のやること。

言い換えれば、情報発信の黄金ルールは

「どのライバル達よりも、お客様の枯渇（困り事）を収集しまくる」
↓
「それらを満たす解決策をコンテンツにする」
↓
「そのコンテンツ見たらリスペクトされるように分かりやすく情報開示する」
↓
「影響力獲得」

という4つのステップで構成されています。

ですが、俯瞰してみれば、画面の向こうの人を思いやる気持ちだけです。

愛情をもって集客をしていきましょう！

あなたのサービスで人生がよい方向に向かうはたくさんいます！

ゆずすけ

本メールの著作権はゆずすけにあります。

文章の引用、他メディアへの掲載を固く禁じます。

当講座によって生じた損害についての責任は一切負いません。