

本を読まない人のための出版社



サンクチュアリ出版

× ゆずすけ

【実践編】

ランチェスター戦略に基づく

戦術としてのツイッター集客

◇はじめに

- ① すでに知っているというスタンスを捨てる
- ② 刺激的な言葉を使用しますがご了承ください
- ③ マーケティングは悪用可能。取り扱い注意
- ④ どんな情報発信や商品にも善悪は存在しない
- ⑤ このセミナーで語られることが絶対ではない

◇第1章 セミナーの前提

○第1節 本セミナーのゴール

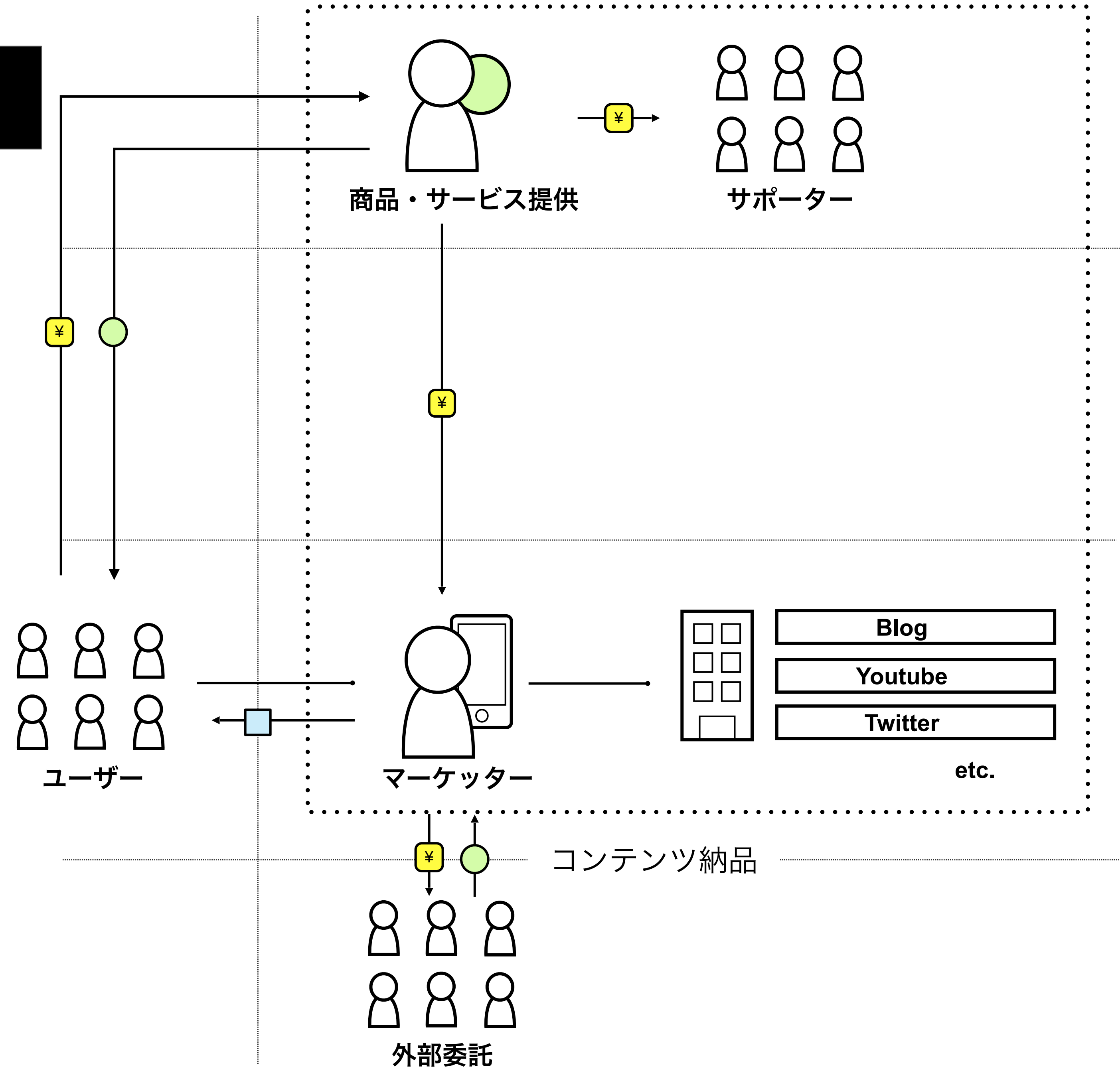
ステップ1
人を集める



ステップ2
モノを売る



コンテンツビジネス
の全体像



◇第1章セミナーの前提

○第1節 本セミナーのゴール

- ・今回のセミナーは『①人を集める』部分だけ
- ・売る商品が確定していない人『Zero to One ~ビジネス初学者の最良の一手~』を参考にする
- ・ゴール：効率的に集客を出来るようになる

◇第1章セミナーの前提

○第2節 ランチェスター戦略の前提となる知識

- ・パレートの法則

→『2割のもので8割の結果が出ている』という法則

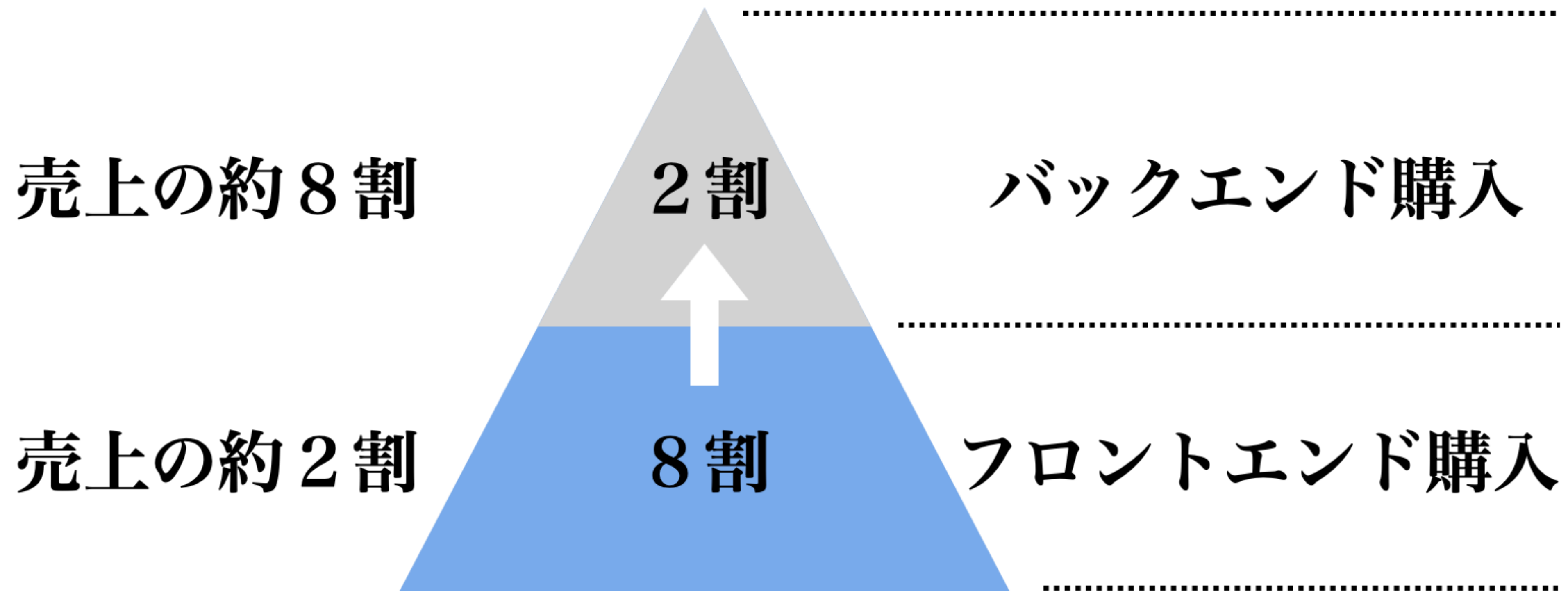
ex. アリの集団

→2割働きアリが8割の仕事をし、8割のアリは2割の仕事をしている

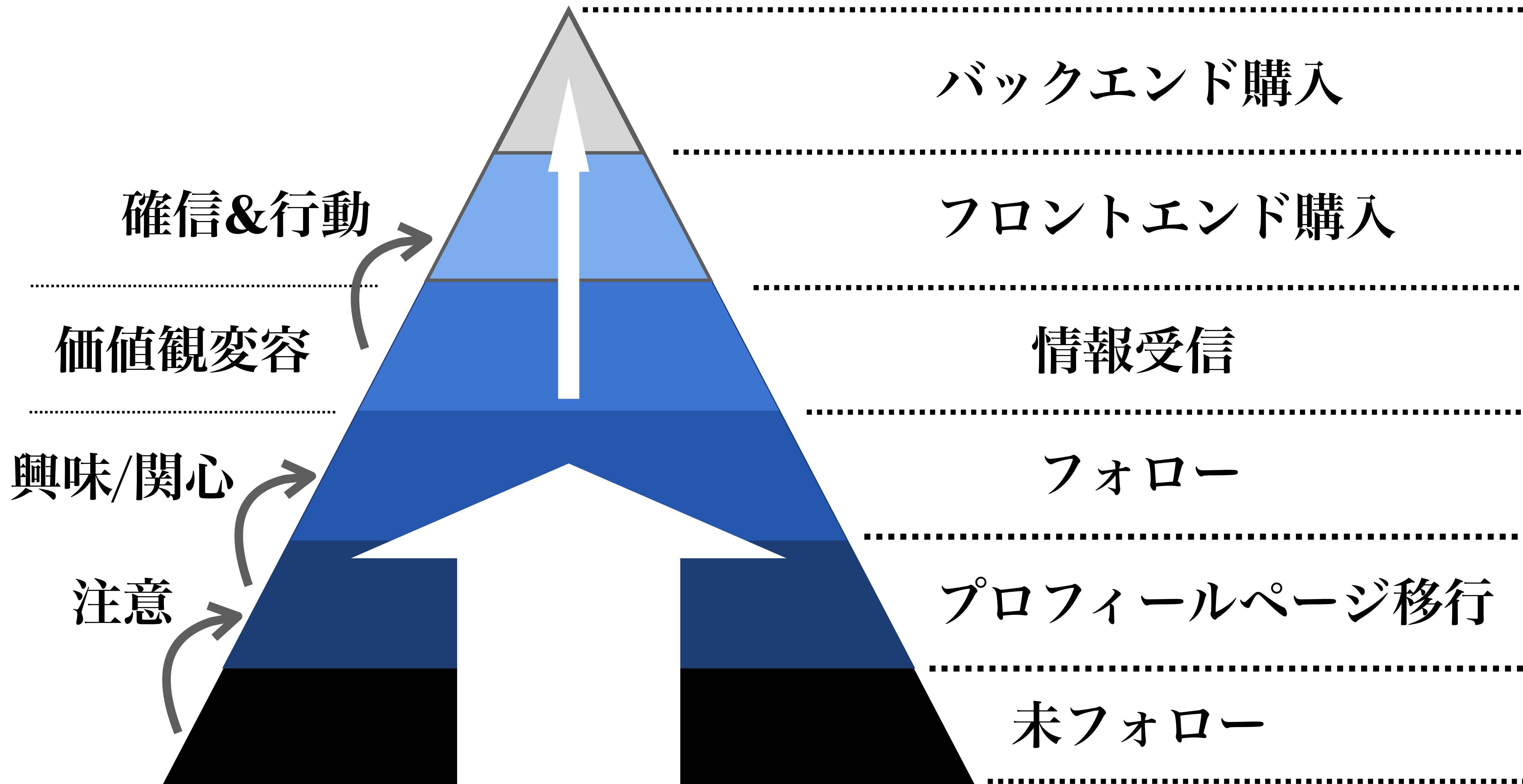
◇ 第1章 セミナーの前提

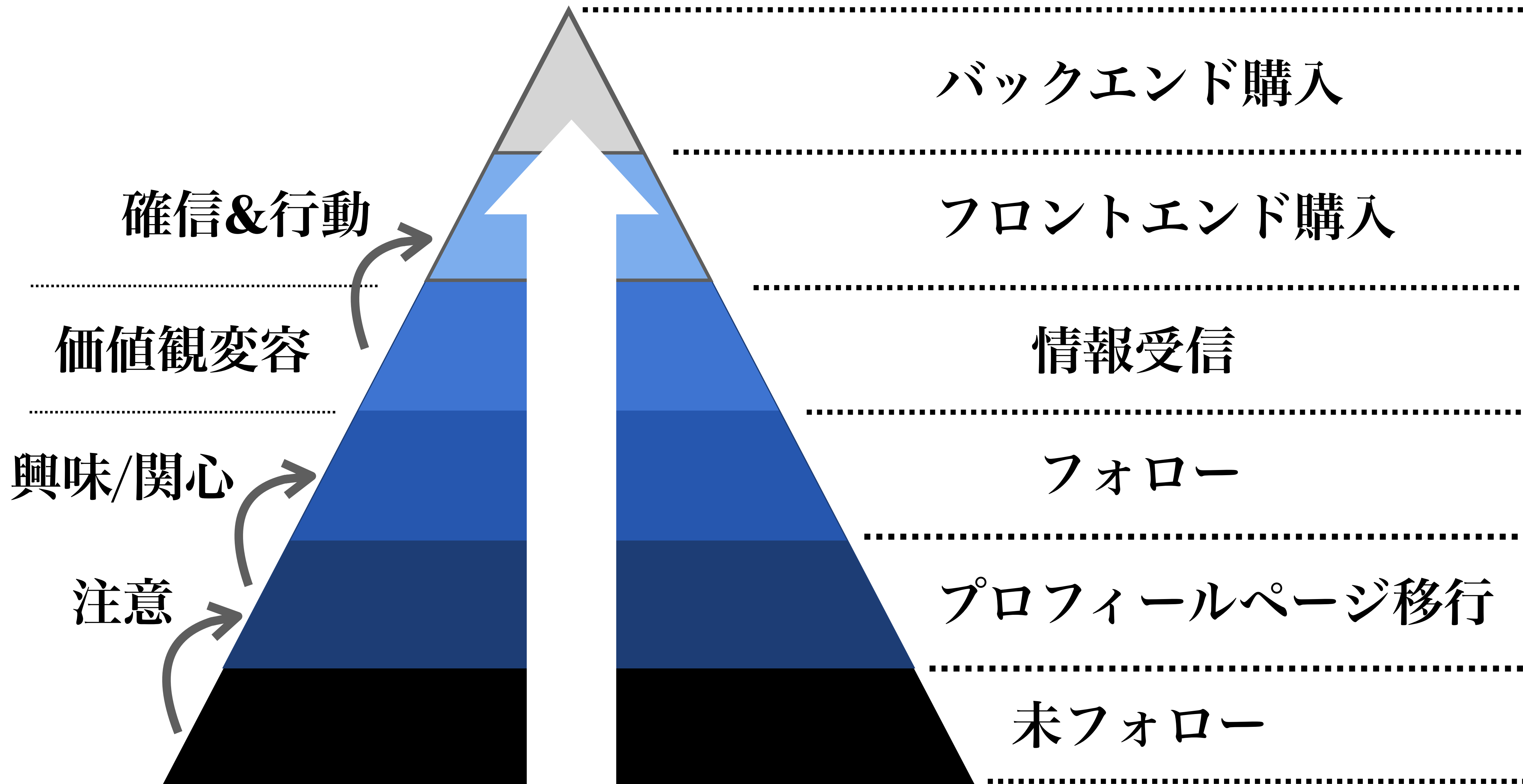
○ 第2節 ランチェスター戦略の前提となる知識

- 『売上8割は顧客2割から出ている』



売り上げを伸ばすためには、
購入者全体にフォーカスするのではなく、
バックエンド商品を買ってくれるお客さん
が増えるように集客を ”最適化” すべき





◇第1章セミナーの前提

○補足：お客さんは少なくてもいい

- ・マネタイズの仕方で間違えがち
- ・ex.サブスク3000円の場合：月収30万円=100人のお客さん
- ・少数のお客さんに手厚いサービスを提供することで比較的高額な商品を販売するのが定石

ex.月収30万円=1ヶ月に30万円の商品が1本成約

- ・365日かけて12人のお客さんに出会えばいい。

◇ 第2章 成功者を真似していませんか？

中本のラーメン VS 普通のラーメン



◇ 第2章 成功者を真似していませんか？

中本のラーメン VS 普通のラーメン

- ・ 色んなインフルエンサーの真似をしている
 - ありきたり、平均、平凡、普通、似たり寄ったり
 - 『好かれもしなければ嫌われもしない、毒にも薬にもならないような発信』になってしまっている
 - ”誰のための何の専門家なのか”が不明

◇ 第2章 成功者を真似していませんか？

中本のラーメン VS 普通のラーメン

- ・ファンのために姿勢はブラさない
- ・ファン以外の声は聞かなくてもいい
- ・『Twitter上には自分が救いたいと思う人以外は存在しない』
と意識

→ ランチェスター戦略における最大のポイント 『差別化』

◇ 第3章 ランチェスター戦略の概論

第1節 ランチェスター戦略を取るべき対象

- ・弱者の定義は、『業界でNO1を取れていない状態』
→業界NO2以降は弱者ということになる
- ・小さい市場でNO1の状態を取れていることを、
『ポジションが取れている』と呼ぶ

◇ 第3章 ランチェスター戦略の概論

第2節 ランチェスター戦略の大原則

ランチェスター戦略の大原則「差別化」である。

『違うものを持つ、違うやり方をする』

<例>

- ・普通に英語の発信をしても世界一の英語教師に勝てない。
- ・富士山はみんな知っているけど、
日本で2位の北岳はみんな知らない

◇第3章 ランチェスター戦略の概論

第2節 ランチェスター戦略の大原則

【差別化という概念によくある誤解】

差別化とは魅力的なものであって、
突飛なことをすることではない。

✕ プロダクトアウト

◎ マーケットイン



◇ 第3章 ランチェスター戦略の概論

第3節 ランチェスター戦略の5大戦略

強者の5大戦略	
広域戦	大きな市場を狙う
確率戦	数を打てば当たる
遠隔戦	広告、チャンネル等を有効活用し離れて戦う
総合戦	すべての武器を総動員して戦う
誘導作戦	自分にとって有利な場所に誘導して戦う

◇ 第3章 ランチェスター戦略の概論

第3節 ランチェスター戦略の5大戦略

弱者の5大戦略	
局地戦	スキマ(ニッチ)市場を狙う
一騎打ち	ライバルの少ない市場を狙う
接近戦	スキンシップで戦う
一点集中	ターゲットを決めて重点化する
陽動作戦	手の内を読まれないようにする

◇ 第3章 ランチェスター戦略の概論

第4節 ツイッター集客における5大戦略の概要

【局地戦：スキマ(ニッチ)市場を狙う】

基本的な方針としては、

『他コミュニティの問題解決に焦点を当てる』

強者として君臨する同業者が満たせていない穴を探す。

＜例＞『DRM界限で自動化ノウハウのようなものを学んできたが成果が思った以上に出せなかった人』を対象とする。

◇ 第3章 ランチェスター戦略の概論

第4節 ツイッター集客における5大戦略の概要

【一騎打ち：ライバルの少ない市場を狙う】

数値で評価することが困難であるため、
非常に感覚的なアプローチとなる。

＜例＞発信メディアをズラす。ブログやツイッターでは存在するが、Youtubeには存在していないものなどを選び、Youtubeを基軸として発信する。

◇ 第3章 ランチェスター戦略の概論

第4節 ツイッター集客における5大戦略の概要

【接近戦：スキンシップで戦う】

- ・ DMや公式LINEやメルマガや電話やリアル
→成約率が上がる。
- ・ 起業初期は、問い合わせが月に10件ほどくる状態をつくる。
→KPI / ゴールは『アポを取ること』
- ・ マインドセット：お客さんの中で記憶に鮮明に残ることを心がける

◇ 第3章 ランチェスター戦略の概論

第4節 ツイッター集客における5大戦略の概要

【一点集中：ターゲットの決めて重点化する】

ターゲットは必ず一人と決めて発信する。

＞お客さんの心臓がバクバクと高鳴り、体がソワソワしてしまうほど、感動して泣いてしまうほど、共感してメッセージを送りたくなってしまうほど、友達に教えたくなくなってしまうほど、ツイッターの過去ツイートを全て遡ってみてしまうほど、そこに希望を見出してしまうほどの感情を動かせるレベルの精度でターゲットを絞ること。

◇ 第3章 ランチェスター戦略の概論

第4節 ツイッター集客における5大戦略の概要

【一点集中：ターゲットの決めて重点化する】

イメージは、『ダーツのブルの真ん中の一つの穴を突き刺す』



◇ 第3章 ランチェスター戦略の概論

第4節 ツイッター集客における5大戦略の概要

【一点集中：ターゲットの決めて重点化する】

『人は感情の生き物』理性はほとんどない。

故に、感情に訴えかけることが非常に常に重要。

とにかくエモーショナルに発信すること。

意識として、『呟くのではなく、語りかけること。訴えること』

◇ 第3章 ランチェスター戦略の概論

第4節 ツイッター集客における5大戦略の概要

【陽動作戦：手の内を読まれないようにする】

中小企業の戦略においては
非常に重要なファクターとなるが、
個人事業レベルではさほど影響がない。

→無視できる

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

【差別化のために必要な5ステップ】

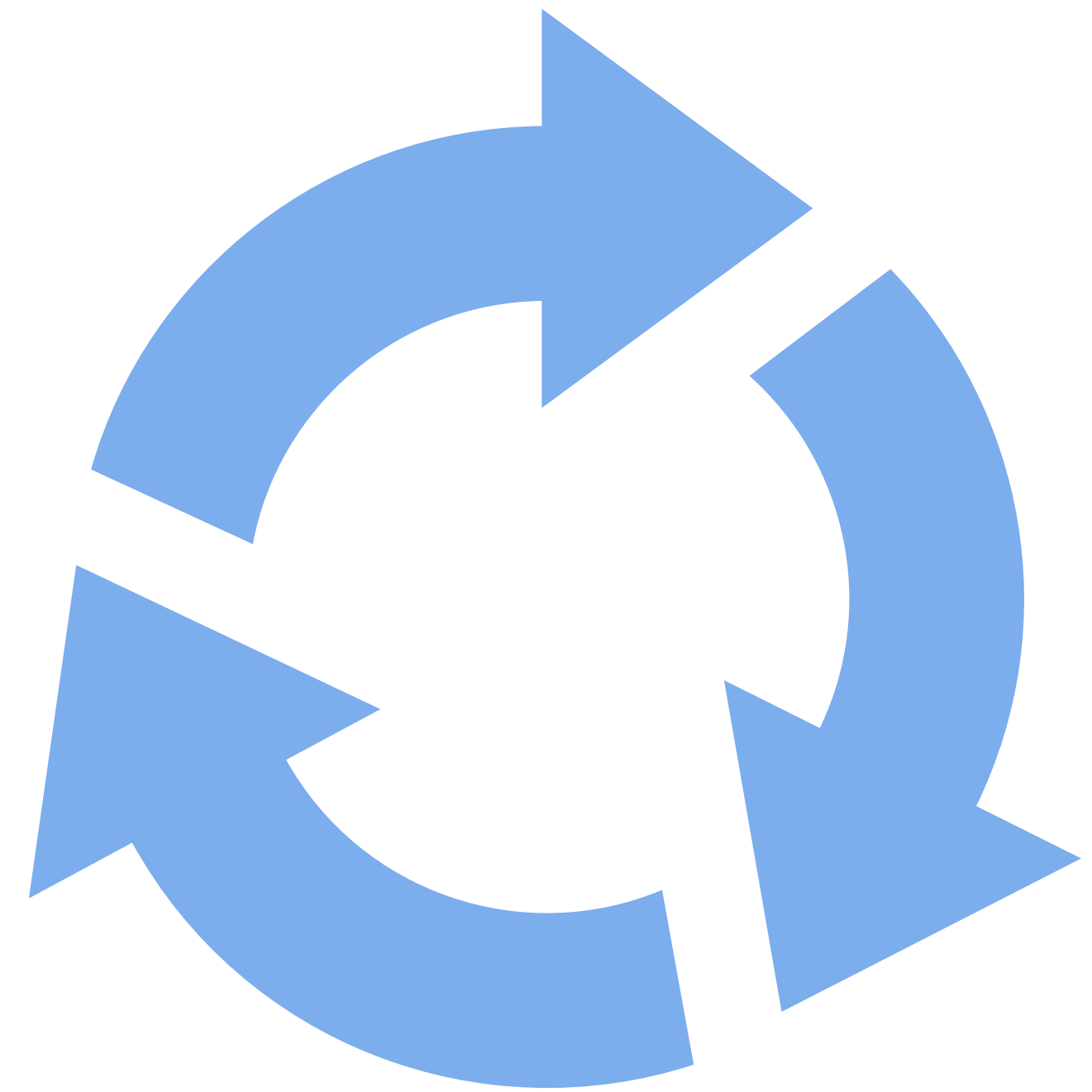
ステップ1. リサーチ

ステップ2. コンセプトメイキング

ステップ3. プロフィール設計

ステップ4. 情報発信

ステップ5. 鬼速PDCA



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第1節 リサーチ

リサーチの前提となる戦略は

『局地戦：スキマ市場を狙う』

『一騎打ち：ライバルの少ない市場を狙う』

の2つである。

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第1節 リサーチ

【第1項 競合のリサーチ】

- お客様の頭の中では別の選択肢があることを知っていれば、その選択肢を潰していくことで成約率が上がる。
- また、ポジションを取りやすくなる



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第1節 リサーチ

【第1項 競合のリサーチ】

- ・直接的な競合 / 間接的な競合のリサーチをする

ex. マクドナルドから見た競合

- ・直接的な競合：『モスバーガー/クアアイナ/バーガーキング』
- ・間接的な競合：『すき家/吉野家/松屋/ゆで太郎/なか卯』

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第1節 リサーチ

【第1項 競合のリサーチ】

- ・直接的な競合 / 間接的な競合のリサーチをする

ex. 新幹線（JR）から見た時の競合

直接的な競合：『長距離バス/電車/飛行機』

間接的な競合：『ZOOM、Skype、LINE』

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

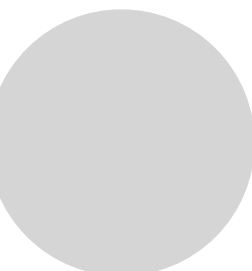
第1節 リサーチ

【第1項 競合をリサーチする】

- マネタイズ（商品の構成→フロント / ミドル / バック）
- コンセプト（ベネフィット・ストーリー・USP・ターゲット）
- 収益予想（アクセスとフェルミ推定）
- メディア・流入経路

*すでに業界でビジネスをしている人に話を聞いた方が圧倒的に早い

*利益が取れないビジネスであれば撤退すべき

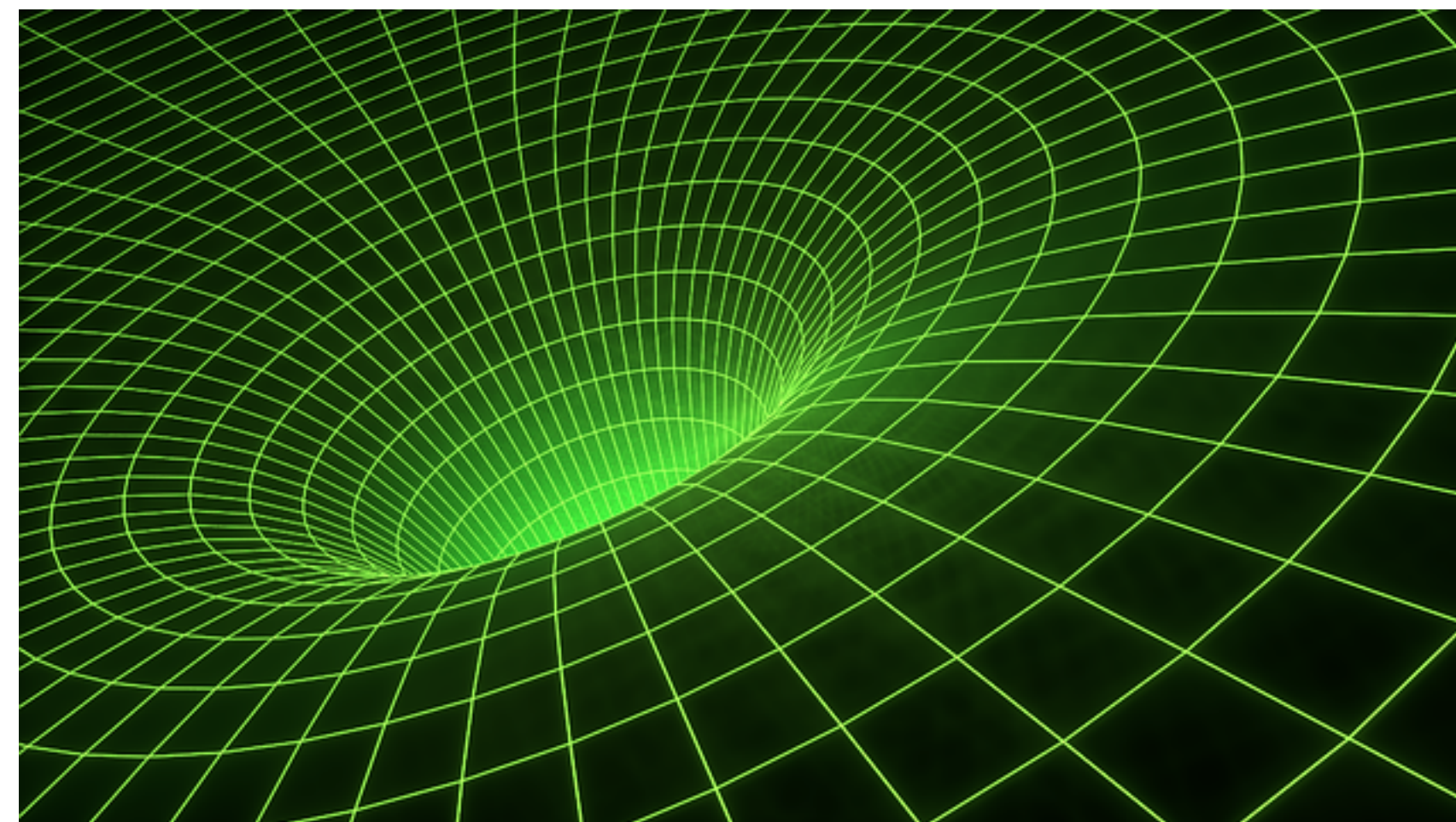


◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第1節 リサーチ

【第1項 競合をリサーチする】

- ・基本的な方針は『他コミュニティの問題解決に焦点を当てる』
- ・強者として君臨する同業者が満たせていない穴を満たす



競合が提供できる価値

自分が提供できる価値

顧客が望んでいる価値



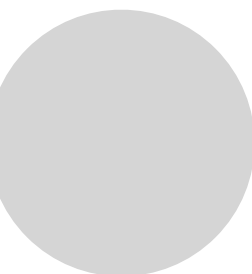
◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第1節 リサーチ

【第2項 自分の事業のターゲット像を詳しくリサーチする】

- ・実際に見込み顧客や既存のお客さんと1対1で話して、お客さんの心理・行動・言葉などがちゃんと分かるまで膝を突き合わせて話を聞く

ex. ゆずすけの場合：DRM業界の方とは100人以上会っている。



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第1節 リサーチ

【第2項 自分の事業のターゲット像を詳しくリサーチする】

- ・過去の自分がターゲットの場合は、初期のリサーチはそれほど必要ない。
- ・感情をブログなどに残しておくこと。
- ・自分の発信をみて購買行動を起こしてくれたお客さんとの対話は絶対に欠かしてはならない。

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング

【コンセプトメイキング（5大要素）】

- i. ターゲット（厳密に言えば、ペルソナ）
- ii. ベネフィット（約束する未来）
- iii. 独自性（MSP）
- iv. アンチテーゼ（仮想敵）
- v. 根本原因とソリューション

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング-ターゲット

【第1項 ターゲット】

『一点集中：ターゲットの決めて重点化する』を意識する。

<補足>ターゲットとペルソナ違い

”宅配ピザ”で例えると...

- ・ターゲット：配達エリア
- ・ペルソナ：特定の家



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング・ターゲット

ターゲット
20～25歳、男性、起業したいと思っている
ペルソナ（架空の人物）
名前：望月大成 年齢：21歳 性別：男性 職業：大学生（四天王寺大学3回生） 所在：大阪の羽曳野市 家族構成：母(44歳) 父（55歳）、次女（12歳）の4人家族 概要：大学に通っているが授業が退屈で仕方ない。起業したくて友達にビジネスに誘われて、気分が高揚し参加するも、実態を知って残念に思う。ビジネスから手を引いて就職したいと思っているが、就職自体にも違和感を持っている。どうしようもなく休学を選ぶことにした。普段はYoutubeとInstagramをみる。裏垢でtwitterをやっており、日々、悶々としていることを書き連ねている。起業家の発信のROM専...（もっともっと詳しく）

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング-ベネフィット（約束する未来）

【第2項 ベネフィット（約束する未来）】

○抑えるべき3つのポイント

① **HARM**の法則

② **LF 8**

③ **マズローの5大欲求**



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング-ベネフィット（約束する未来）

【HARMの法則】

- **Health**=健康

（病気の治し方、美容、外見のコンプレックス、筋トレ、ダイエット）

- **Ambition**=キャリア、夢、将来

（就職・転職、自由な暮らしへの憧れ、将来の夢、目標、キャリア構築、旅行）

- **Relationship**=人間関係

（恋愛・結婚、職場の人間関係、友人との人間関係）

- **Money**=お金

（給料、副収入、投資、クレジットカード、ローン）

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング-ベネフィット（約束する未来）

【 LF8（人間が逆らえない欲望） 】

- i. 生き残り、人生を楽しみ、長生きしたい
- ii. 食べ物、飲み物を味わいたい
- iii. 恐怖、痛み、危険を逃れたい
- iv. 性的に交わりたい
- v. 快適に暮らしたい
- vi. 他人に優れ、世の中の遅れを取りたくない
- vii. 愛する人を気遣い、守りたい
- viii. 社会的に認められたい

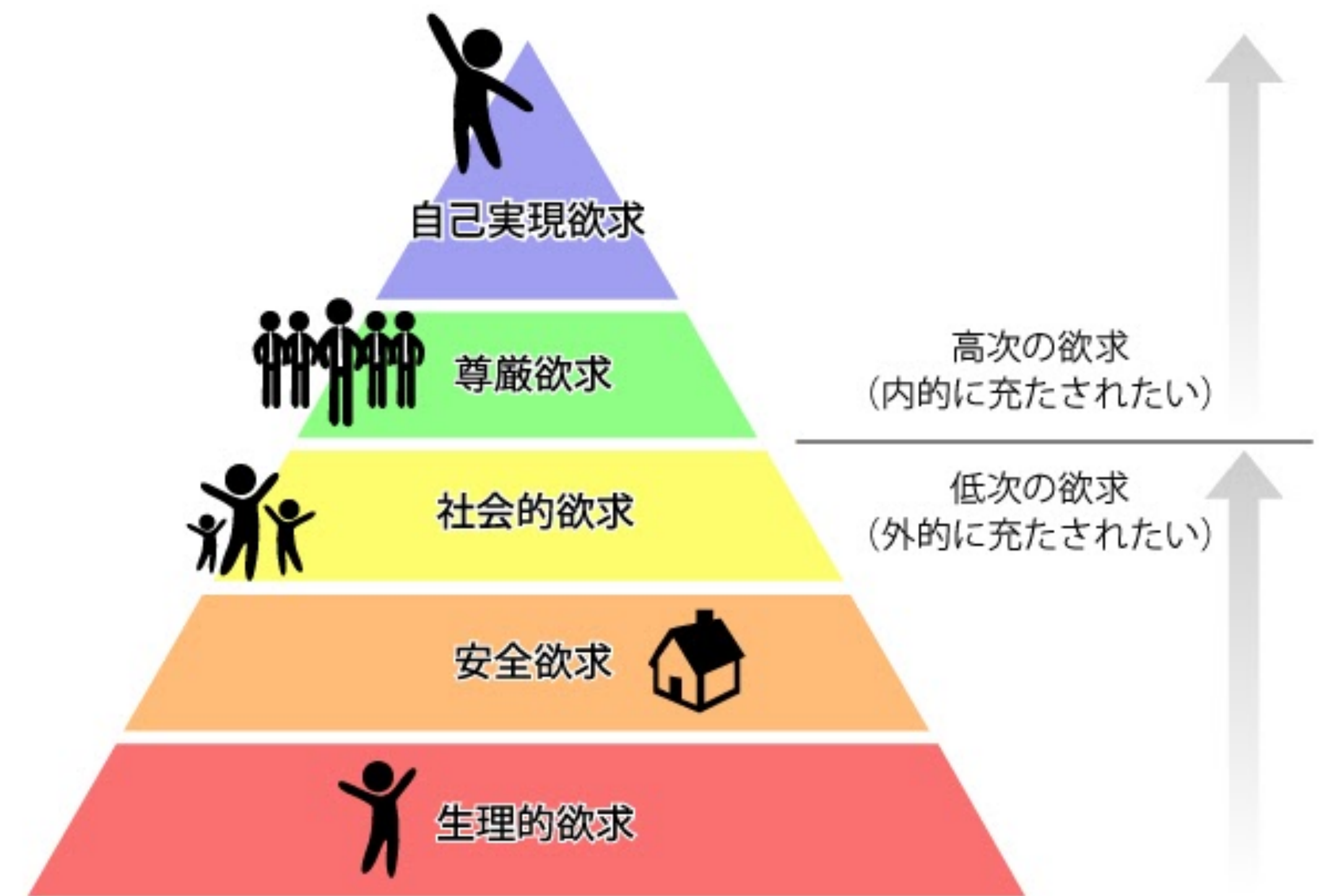


◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング-ベネフィット（約束する未来）

【マズローの5段階欲求】

- i. 自己実現欲求
- ii. 承認欲求（尊厳欲求）
- iii. 社会的欲求（所属と愛の欲求）
- iv. 安全欲求
- v. 生理的欲求



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング・ベネフィット（約束する未来）

【メリットとベネフィットの違い】

メリット	商品やサービスが提供する特徴や売りの部分
ベネフィット	メリットの先にある満足感、 嬉しい変化の表れ、プラスの体験

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング・ベネフィット（約束する未来）

【メリットとベネフィットの違い】

具体例①

化粧品の場合	
メリット	「肌にツヤが戻る」という特徴のある商品
ベネフィット	「年齢より若く見られた」 「美白効果も実感できた」

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング-ベネフィット（約束する未来）

【メリットとベネフィットの違い】

具体例②

受験勉強が発信ジャンルの場合	
メリット	勉強できるチャンネル
ベネフィット	3ヶ月で早稲田大学に受かるチャンネル

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング-ベネフィット（約束する未来）

【メリットとベネフィットの違い】

具体例③

英語が発信ジャンルの場合	
メリット	英語が学べるチャンネル
ベネフィット	多忙なビジネスマンでも
	TOEFLで高得点をとるチャンネル

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング - 独自性

【独自性】

① USP (Unique Selling proposition)

独自の強みのこと。発信しているコンテンツを勉強中、または実践中であれば、誰にも負けない独自の強みを作るのは難しい。

比較的に優位なポジションが取れたとしても、同じ尺度にて戦っている時点で負けやすい。

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング - 独自性

【独自性】

② MSP (Me selling proposition)

- ・人生そのものの、あなたが歩んできたストーリー自体、また今現在突き進もうとしている姿自体が独自性となる。その姿に人は共感し、感動する。
- ・自分自身の価値観が評価軸になるため、絶対的なポジションを獲得することが可能。

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング - アンチテーゼ

【アンチテーゼ（仮想敵）】

仮想敵を作ると人は一致団結する。

ex、ヒトラーにとってのユダヤ人

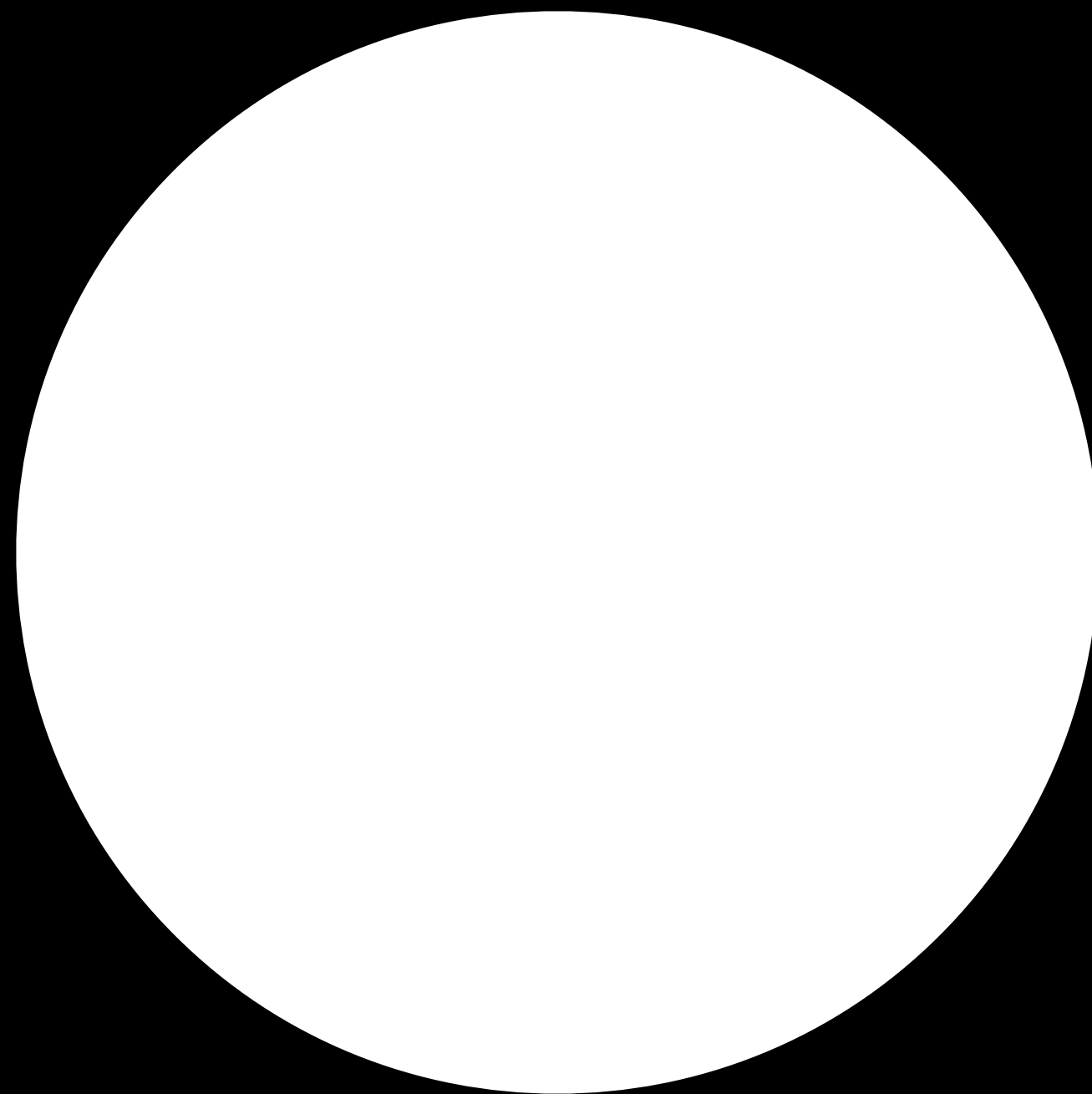
阪神ファンにとっての巨人

フェミニストにとっての男性優位の世の中

明確な敵が存在するほど、

自身の価値観に共感してくれる人が増える。





◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング - アンチテーゼ

【アンチテーゼ（仮想敵）】

基本的にアンチテーゼ自体を認めること。

アンチテーゼを踏まえて乗り越えること。

なぜなら、反感を買うから。



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング - 根本原因とソリューション

【根本原因とソリューション】

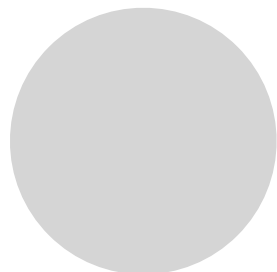
お客さんが悩んでいること、
解決できないことの根本原因。

そして、その原因を踏まえた上で提供できるソリューション。

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

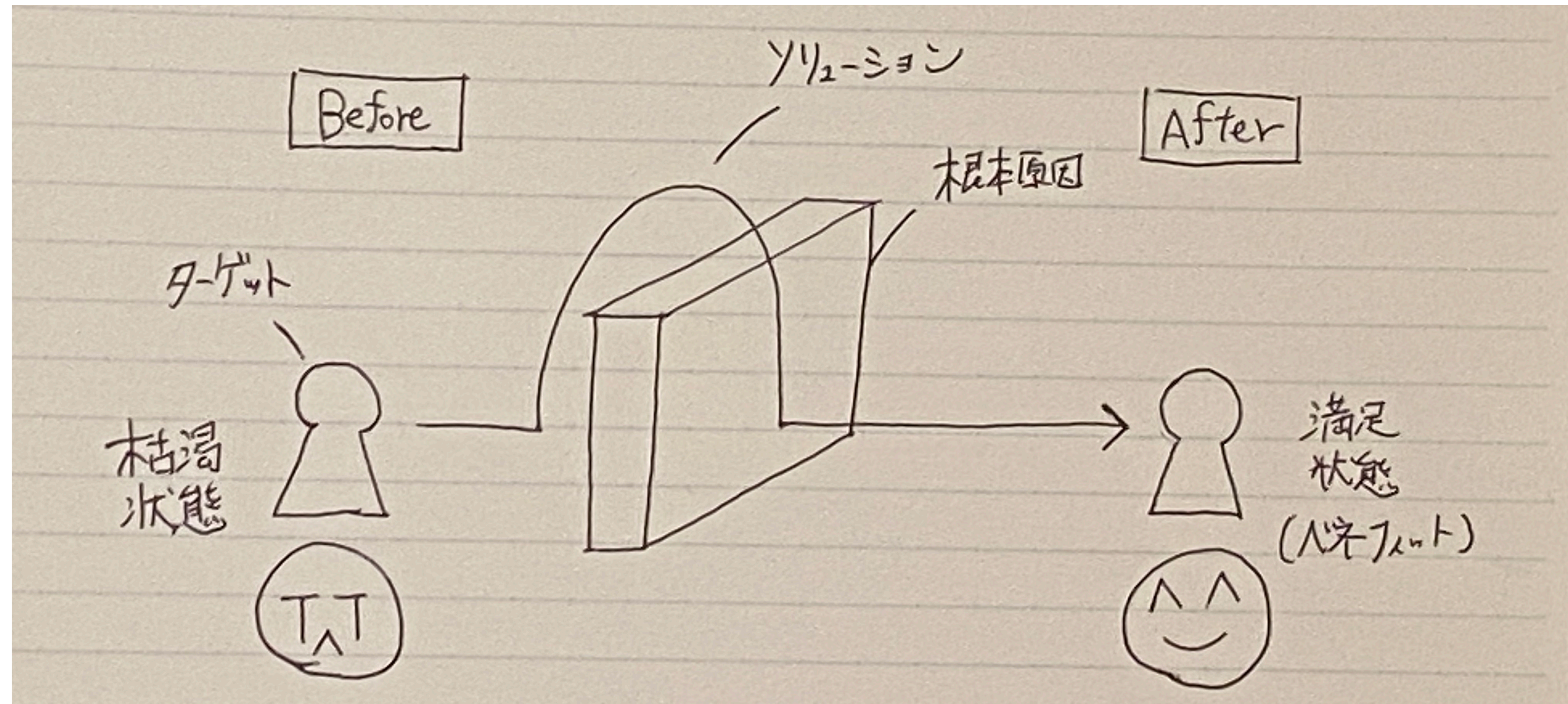
第2節 コンセプトメイキング 今回のセミナーのコンセプト

ターゲット	ツイッターで収益化に困っている人
ベネフィット	利益の最大化、不利益の最小化ができる。 「他人に優れ、世の中の遅れを取りたくない」 という欲求に訴求（得よりも損したくないにフォーカス）
独自性	自分のこれまでの実績＋ストーリー ランチェスター戦略をツイッター集客に応用した。
アンチテーゼ	既存のツイッター集客note界隈のノウハウ。 しかし、ノウハウ自体をディスってはいない。 フォーカスを戦略にすり替えた。
根本原因と ソリューション	フォロワーを増やすことに注力してしまっている。 ランチェスターを採用することで 利益の最大化と不利益の最小化を目指す。



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第2節 コンセプトメイキング - 図解解説

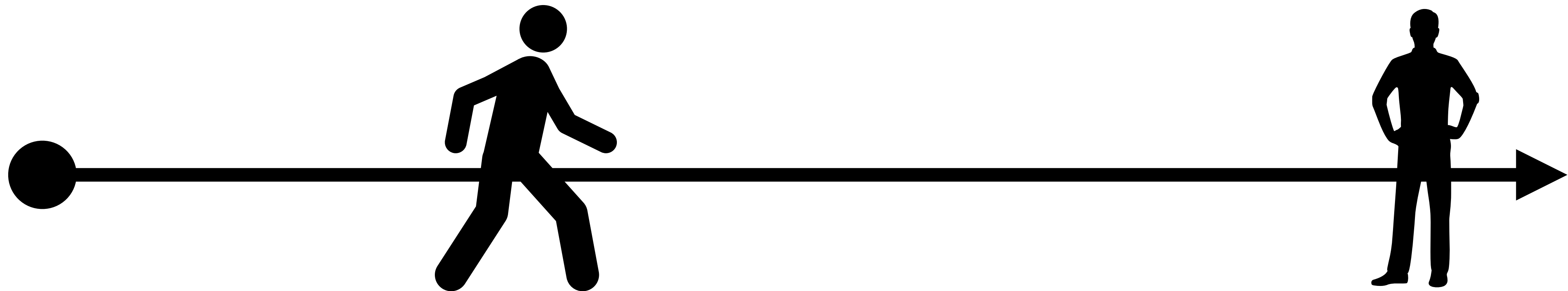


◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第3節 プロフィール設計

【2つのアカウント方針（プロセス型&リスペクト型）】

- ・プロセス型 : ○○を目指して頑張っている人（先輩）
- ・リスペクト型 : ○○な人。すでに達成している（先生）



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第3節 プロフィール設計

【2つのアカウント方針（プロセス型&リスペクト型）】

プロセス型：発信ジャンルに対して勉強中、実践中の人

→ 期間を決めて実績づくりまでのプロセスを発信する。

→ ポイントは勇気付けること、生々しさ。

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第3節 プロフィール設計

【2つのアカウント方針（プロセス型&リスペクト型）】

実績をもとにしてプロセス型からリスペクト型に移行していく。

ステップ1. 無料モニターや安価かつ手厚いサービスをリリース

ステップ2. β版のサービスをお客さんに受けていただく。

ステップ3. そのプロセス自体を発信

ステップ4. 自分自身の成長とお客さんとの成長を商品にする

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第3節 プロフィール設計

【2つのアカウント方針（プロセス型&リスペクト型）】

リスペクト型：先生的なポジション取り

ステップ1. バックエンド商品を作って1人の人に販売する。

ステップ2. お客様の変化を発信

ステップ3. フロント商品を作成する

ステップ4. 問い合わせが増える

ステップ5. 自動化をする

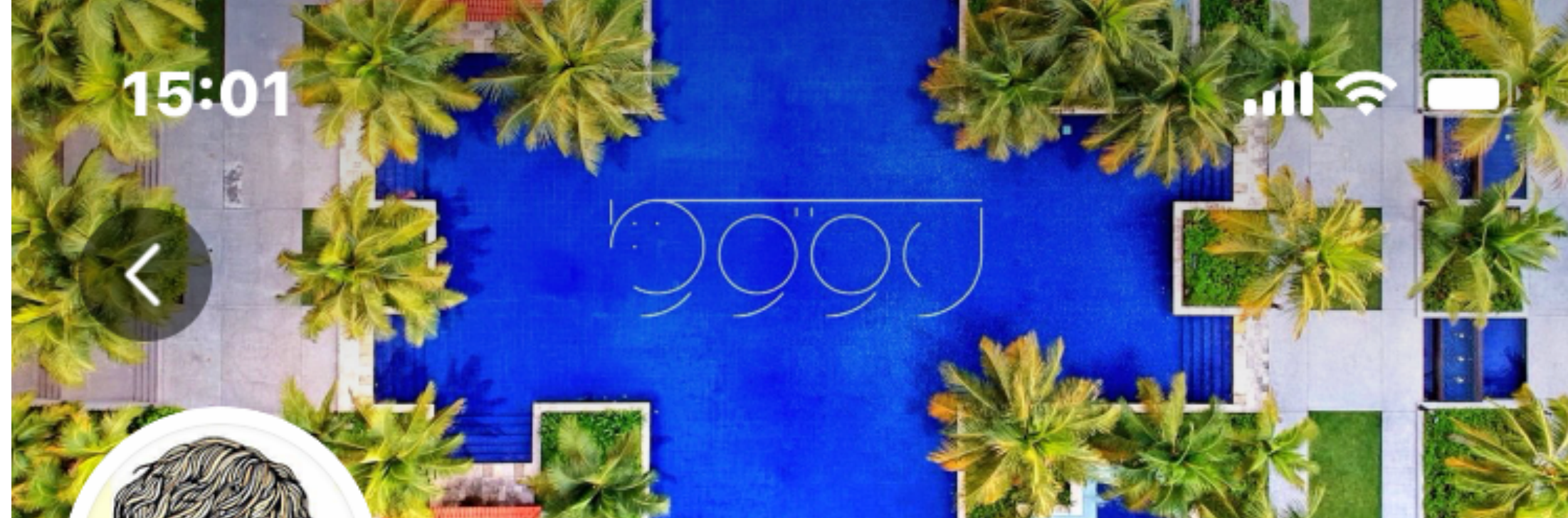


◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - プロフィール

【プロフィール】

- ・ 自分が接点を持ちたいターゲットが悩んでいることから逆算する
 - ・ パッとみた時に興味が惹かれるようなプロフィール作成をする
 - ・ フォローする理由の入り口をつくるイメージ
 - ・ お客さんにとっての理想像となることが重要
- 『誰が（自分の肩書き、実績）』、『何を語るのか？』は必須



変更

新しいDRMの形🍊 ゆずすけ

@curiosity_com

【 DRMはもう稼げない...】 Webマーケティングを学ぶすべての人に送るインサイドセールスの極意 ←
END ■
ネット集客で3000万円以上の売上 / 同志社卒 / おも
んない働き方で悩んでいる若者は僕をフォローして
な。9/8(火)サンクチュアリ出版さんでイベントやる
よ。

📍 ↓ぼくのブログ 🔗 yuzur.xsrv.jp

📅 2017年12月からTwitterを利用しています

783 フォロー中 3,527 フォロワー

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - 固定ツイート

【固定ツイート】

- ・ 性質としては、プロフィールと変わらない。
- ・ フォローする理由を与えることが第一目標。
- ・ 固定ツイートは、100いいね以上ついていると良い。
- ・ アカウント立ち上げ初期は、バックエンドに繋がるようなコンテンツ（ブログ記事やnoteや動画やツイート）に信頼を集める必要がある。
- ・ RT企画に参加して固定ツイートの盛り上がりを演出するのも一つの手段。

✳ 固定されたツイート



新しいDRMの形 🍊 ゆず... · 2020/06/04 ✓
【ゆずすけコラムまとめ 🍊】

1. ビジネス初心者講座
2. 情報発信ビジネスとは
3. アカウント設計(ケーススタディ)
4. リサーチ
5. 集客方法
6. プロフィール作成(ケーススタディ)
7. DRMの教育
8. DRM界隈に思うこと
9. マルチメディア戦略

全て読めばスモールビジネスの全体像は掴めます。

是非ご一読をば。

💬 3

↕ 29

♡ 206



[このスレッドを表示](#)

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信-引用リツイート

【引用リツイート】

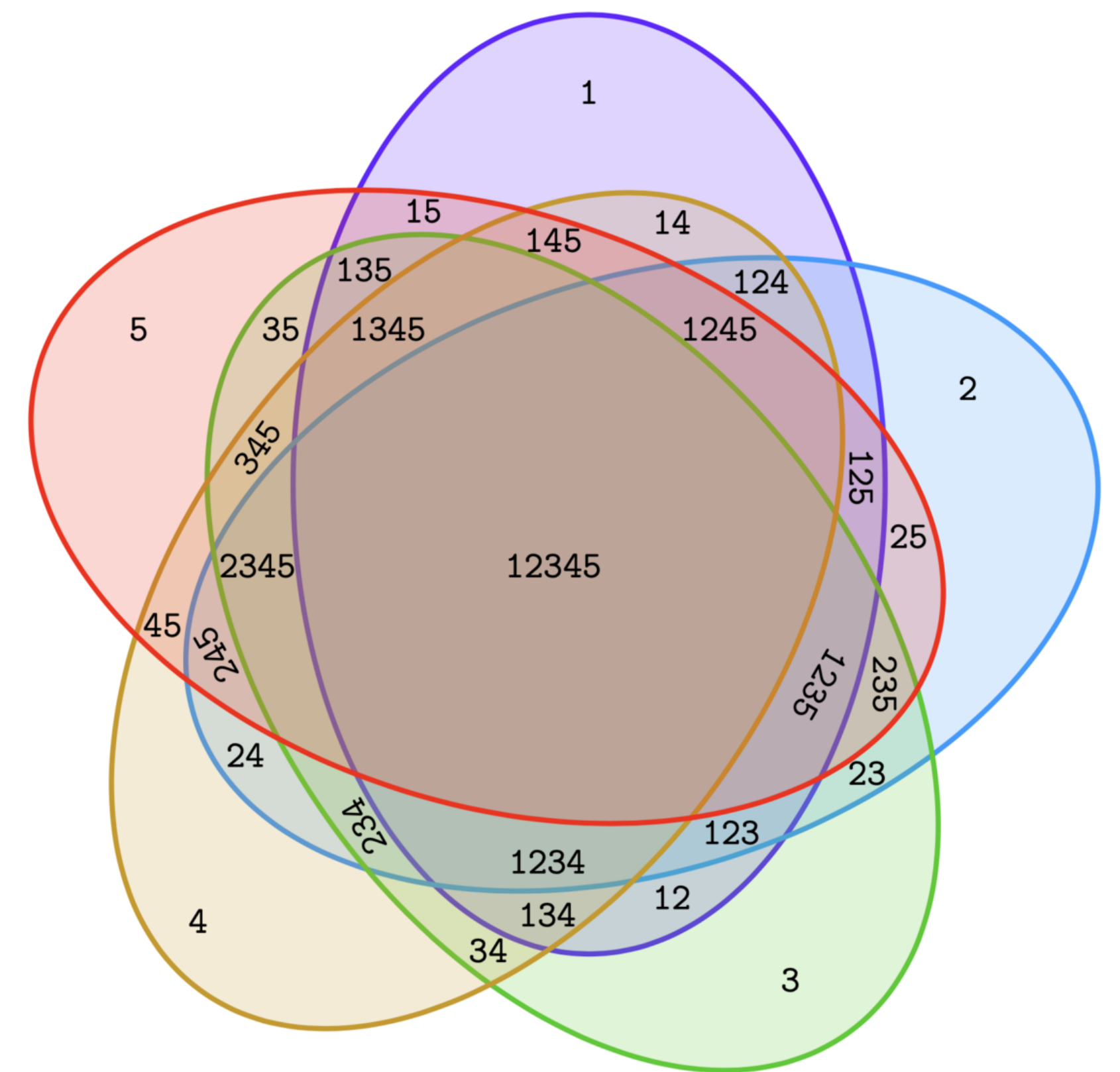
- ・ 界隈のインフルエンサーのマッピングをする
 - ・ 自分の見込み客を保有していると考えられるアカウントからアクセスを流してもらうイメージ
 - ・ 初期は10人ほどいればOK。リスト化してチェックできるようにする
- ポイントは、引用リツイートで会話をしてくれること
- 自分が引用リツイートしたツイートをRTしてくれること

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信-引用リツイート

【引用リツイート】

他コミュニティで起こっている問題に
ピンポイントにリーチするの目的なので、
同業者と絡んでいくのは戦略的にOK。
積極的に行うべし。



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - 通常ツイート

TIPS① 長文ツイート

価値観共有（教育）をツイート上で全て終わらせるようにする。

→フォーカスは、『記憶に残る』

→ポイントは、「次のツイートを読んでもらえるように謎をつくる」「一人の人間が感情的に痛いところについて言及する」「つぶやくのではなく、語りかける」「コミュニケーションに相互性を持たせる」の4つ

https://twitter.com/curiosity_com/status/1268488627715104769?s=20

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - 通常ツイート

TIPS② 良いツイートをしようとしなない

良いツイートの定義は、「マスに受けそうなツイート」「お利口さんなツイート」「紋切り型のツイート」

出来るだけズラす。綺麗事系のツイートが伸びているが、『何を
いうかよりも誰がいうか』に依存するので、自分に影響力がつい
てきた時にそういったツイートをする事

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - 通常ツイート

TIPS③ サイレントマジョリティの声を代弁する

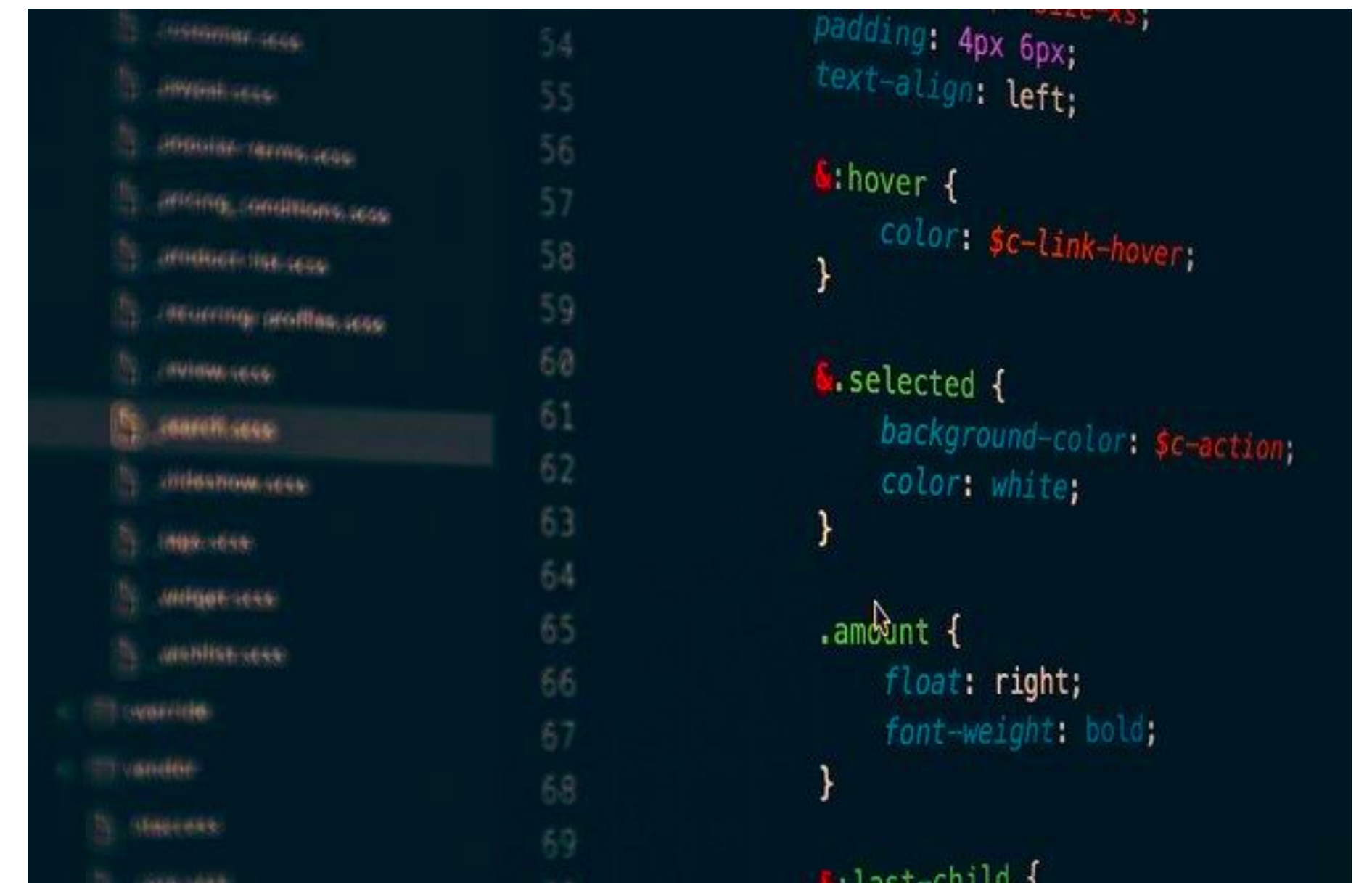
- ・『逆張りの発言』のこと。
- ・マジョリティの意見に圧迫されているが声を挙げられない人は多い。だからこそ、その方々の代わりに自分が意見を代弁してあげる。
- ・効果的を発揮するのは、トレンド系や界限で流行っていることなど。

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - 通常ツイート

TISP④ 共通言語をマスターする

- ・お客さんが普段使っているような言葉を使うこと。
- ・相手が普段使わないような言葉を使っても拒絶反応が起こるだけ。



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - 通常ツイート

TISP⑤ 絶対に言い切る

通常のツイートは、絶対に言い切ること。

「～と思う」「～感じ」はNG。

発言に自信のなさが現れてしまっている。

発言には責任を負うこと。

言い切らない発信自体に価値はない。



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - 通常ツイート

TIPS⑥ ファンは主観につく

ファン化の定義は、『個性に魅力を感じている状態』

情報は2種類『主観性と客観性』

物事には正しさが無い。

自分の価値観の正しさにおける尺度を伝え続ける。

メインの主張は絶対に1つ。

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - 通常ツイート

TIPS⑦ 証拠（事実）を提示する

- ・主観的な情報だけに価値はない
- ・客観的に証拠を常に出し続けること

→ex. お客様の声、生々しい写真、データ

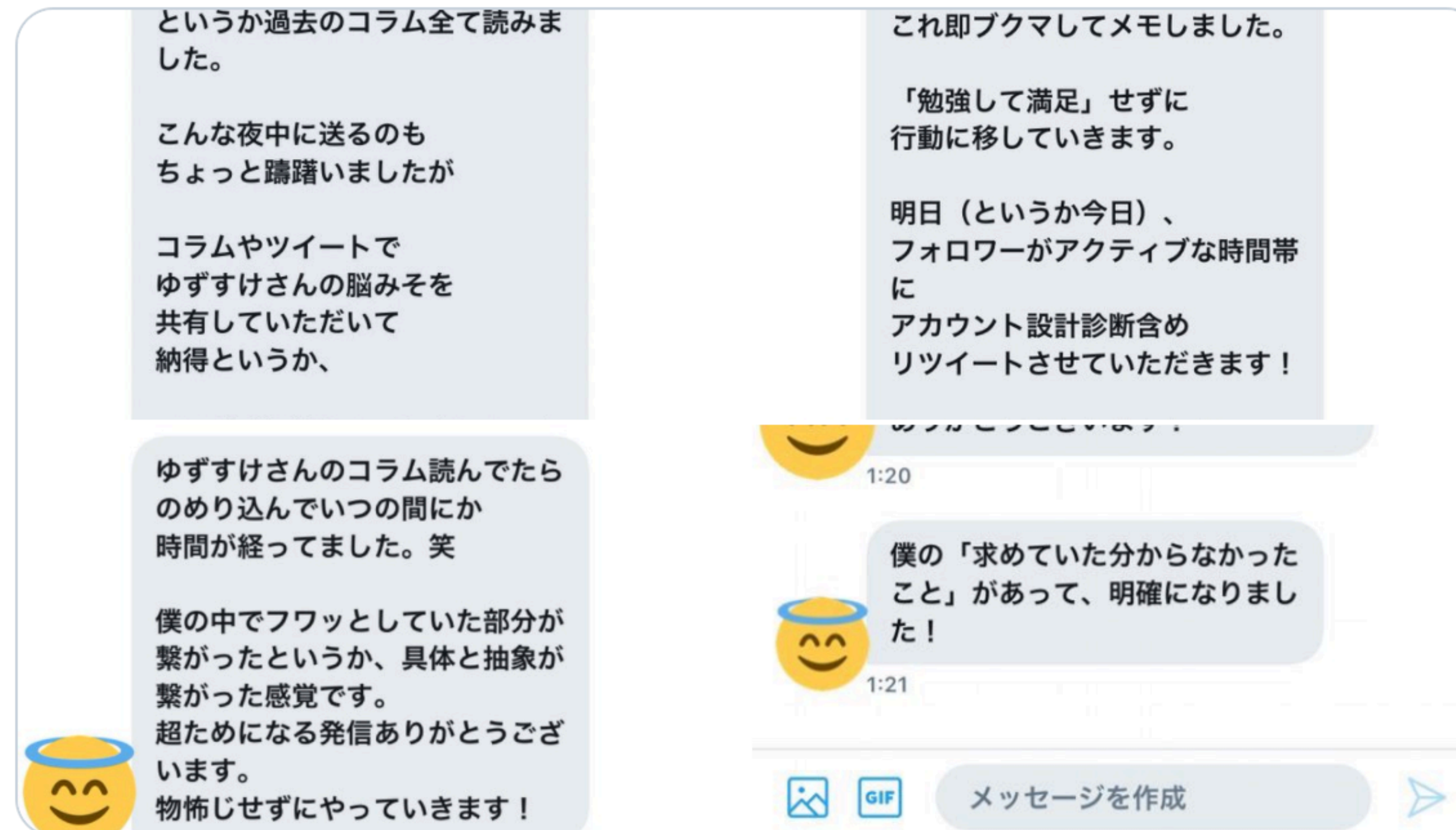


新しいDRMの形🍊ゆずすけ
@curiosity_com



【被害者の声①】

(掲載の許可は頂いています)



午前9:31 · 2020年6月8日 · Twitter for iPhone

山 ツイートアクティビティを表示

1件のリツイート 1件の引用ツイート 24件のいいね





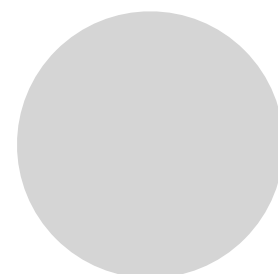
新しいDRMの形🍊ゆずすけ

@curiosity_com



横浜ベイホテルで
イベント資料を集中してつくります。

9/8(火)のセミナーくる方、
楽しみにしててくださいな!!



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - リプライ

【リプライ】

- ・ 適当にあいさつツイートしても時間の無駄
- ・ 極論、見込み顧客を保有する人物や直接的な見込み顧客しか返信しない
- ・ 信頼残高の移行を狙う
- ・ 一方的な好意には意味がない

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - リツイート

【リツイート】

- ・「自分の権威性を高めてくれるもの」「自分の主張を強めてくれるもの」しかリツイートしない。
- ・ ツイッターはフロー情報であるため過去の反響があったツイートを自分でRTして再発信してみてもらうことが有効な手段。

リツイート済み



たっくん
@tkme7326



国や会社に期待しても現状がいい方向に向かうことってあまりないよね。

困ったら社会が助けてくれるなんてのは幻想。

どうすれば現状を変えられるか自分で調べて考えて動くしかない。



新しいDRMの形🍊ゆずすけ @curiosity_com · 9月7日

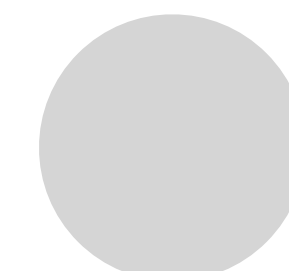
政治に何かを言うよりも、自分のために頑張ったほうがコスパがいい。

[このスレッドを表示](#)



午前11:53 · 2020年9月7日 · Twitter for iPhone

1件のリツイート 10件のいいね



15:21



こっちゃん/低アクセス... · 2020/06/23 ✓
ちなみに動画の中で紹介した

僕がブログのSEOという単語すら知らない僕
を1からコンサルして1年ちょいで月収100
万円まで導いてくれた方です。

ゆずすけさん (@curiosity_com)

フォローしといて損は絶対にはないです。



こっちゃん/低アク... · 2020/06/23

動画をアップしました
youtu.be/mDDnfHn67vA

22歳で月収100万円を達成した僕が意識
しているたった1つの成功思考法とい...



遠藤尚幸@量産型サラリ... · 2020/06/16 ✓

ゆずすけさん @curiosity_com にアカウ
ント運営・商品開発ステップについてアドバイ
スいただきました。似たようなお悩みを持つ
方にもお役立ちになるんじゃないかと考えま
してスレッドをRT。

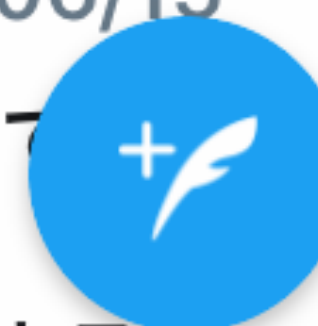
何かしら拡張したいと考えている方にとって
1~3の実行は必須かと。



新しいDRMの形... · 2020/06/15

@am_naoyuki さん。お久しぶりて

商品グダということでしたので、商品作





ざっきい@起業してみた… · 2020/06/08 ✓

ゆずすけさんのコラム。

- ・ビジネスやりたい人
- ・ビジネスやってて伸び悩んでいる人

これみたら大体わかりますし、
薄っぺらい発信しない、
というかできなくなります。笑

僕、自分が本当にいいと思ったものしか
紹介しないので、ぜひ読んでみてください。
ビジネス偏差値20上がります。



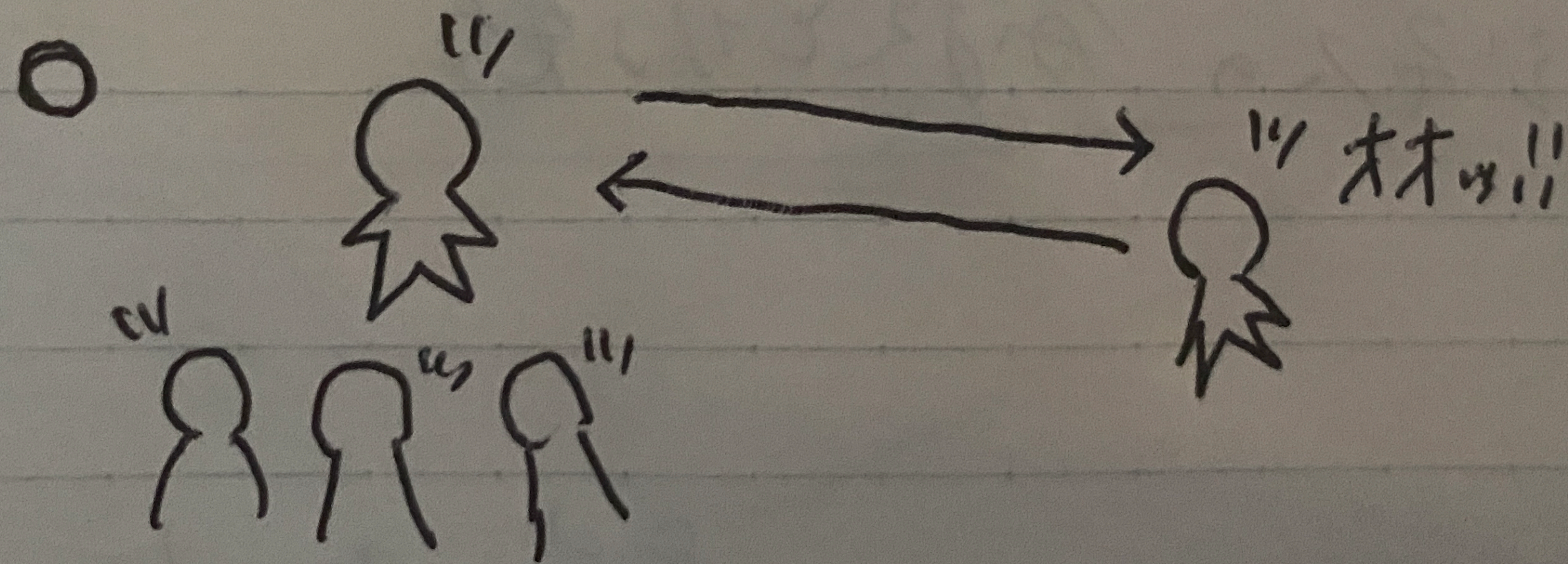
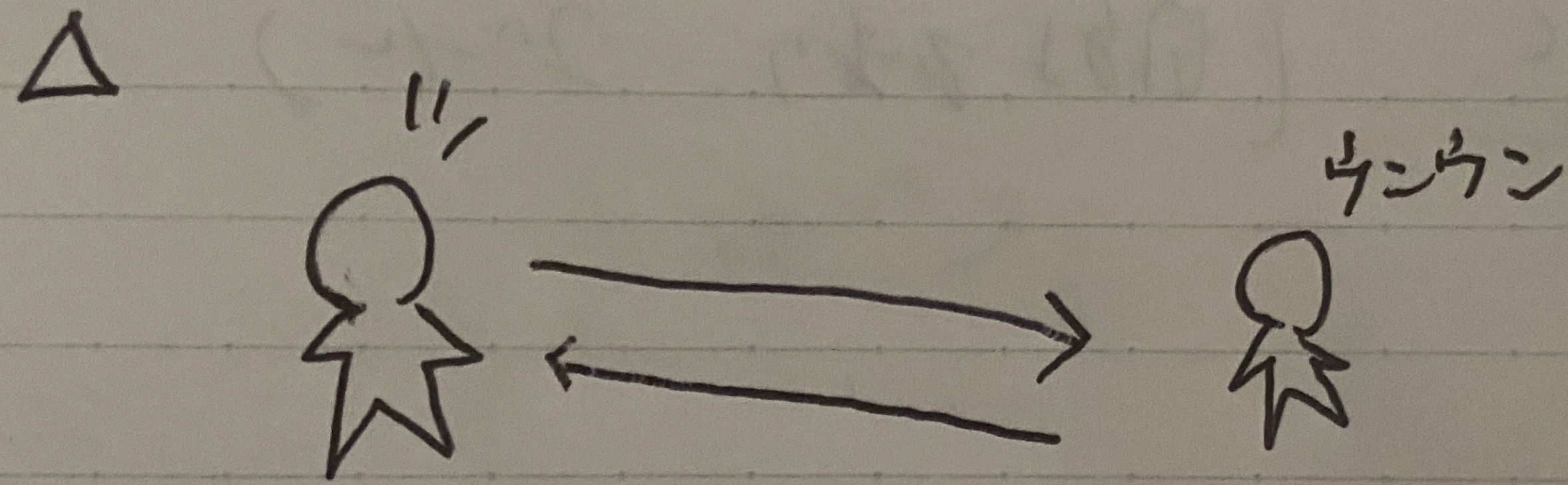
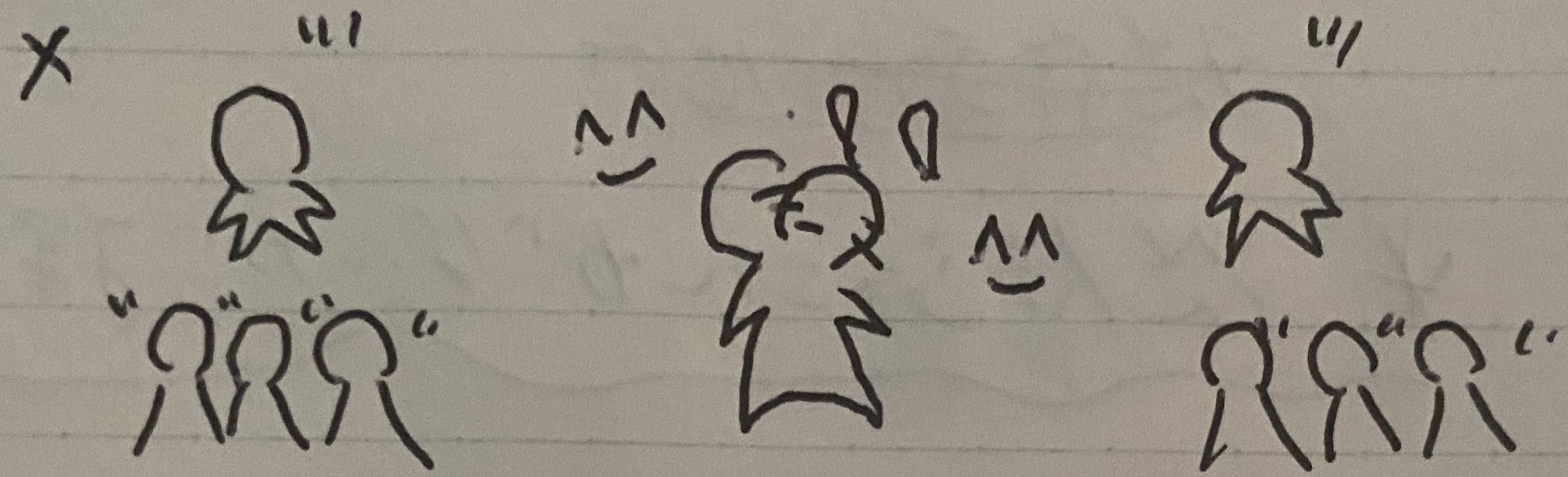
新しいDRMの形... · 2020/06/04

【ゆずすけコラムまとめ🍊】

- 1.ビジネス初心者講座
- 2.情報発信ビジネスとは
- 3.アカウント設計(ケーススタディ)...

[このスレッドを表示](#)





リツイート済み



新しいDRMの形🍊ゆずすけ @curiosity_com · 6月8日



【夜コラム:究極の人間関係】

久々に夜コラム書いていきますね。

いいねはつけなくても大丈夫です。

人気のツイートだと思われて沢山の方に読まれても、殆どの人が理解できない話になると思いますので。

特に、"金"にフォーカスが当たってる方にとっては、声が届かない内容だと思います。

↓続く

3

11

49



[このスレッドを表示](#)

リツイート済み



新しいDRMの形🍊ゆずすけ @curiosity_com · 2019年2月4日



【ツイッター運用について】

このテーマは耳タコだろうけど、ちゃんと俯瞰して理解してる人が非常に少ない。だから、「知ってる知ってる」という前提はポイッとしてちょうだいな！

ほな、まいりませ！

4

19

112



[このスレッドを表示](#)

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - フォロー

【フォロー】

- ・ 見込み顧客はこちらからフォローすべき。
- ・ 自分の発信と同じようなジャンルで発信している人のツイートにいいねやRTをつけているようなアカウントはこちらからフォローする。
- ・ また、DMを送って返ってきた人は原則フォローする。
- ・ FF比が気はしない。

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - DM

【DM】

弱者の戦略『接近戦：スキンシップで戦う』を用いる。

DMは相手の印象に残るだけでよい。

DMから商品が成約することがあるので、自分の発信にかなり興味をもっている人がいるのであれば、そこから問い合わせに持っていく。また、効果としてエンゲージメントが上がる。

（コミットメントと一貫性の法則と返報性の原理）

参照：付録 DMテンプレ

15:31



おはようございます!!

フォローありがとうございます!

ゆずすけと申します。

ツイッターでは『副業、起業するためのWebマーケティング』について有益な情報をお届けしております!!

これから宜しくお願いします🙌



昨日 4:04 ✓

15:53



さん、こんにちは。

フォローありがとうございます!

ゆずすけと申します。

ツイッターでは『副業、起業するためのWebマーケティング』について有益な情報をお届けしております!!

これから宜しくお願いします

あ、返信は不要でございます
(:3」∠) (返信いただけたら、もちろん嬉しいです!!)

日曜日 午後1:15 ✓

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - 企画

【企画】

- ・「見込み顧客と接点をもつための企画」であればOK。
- ・拡散されることが目的だが、濃さにフォーカスする。
- ・〇〇の専門家というポジションを取れるようにする。



新しいDRMの形🍊ゆずすけ @curiosity_com · 8月27日



【プロフィール診断します👉】

- ・ツイッター運用を本気でやりたい
- ・見込み顧客を効率よく集めたい
- ・コンセプトを見直したい

って方向けに企画しまーす!!

限定50名にするのでお早めに。

《参加方法》

→ 本ツイートをRTといいね

PS.ビジネス初心者の方も大丈夫です!!気軽にご参加ください!!



💬 44

🔄 46

❤️ 80



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - 権威性

【権威性】

- ・ 権威性は必要だが無理して頑張る必要性はない
- ・ 証拠を差し出すことに注力した方がいい
- ・ 権威性はRT数やいいね数に依存しがち



◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第4節 情報発信 - 垂直のメディアについて（LINEやメルマガ）

【 垂直のメディアについて（LINEやメルマガ） 】

- ・ 垂直のメディアは一つのメディアという認識でOK
- ・ リストを取るためにSNSをやるという認識は捨てるべき
- ・ 特に月収100万円に達していないのであれば、自動化は悪手
- ・ 自動化で頑張ろうとしていた仕組みを手前（フロントのメディア）に持ってくるイメージ

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第5節 鬼即PDCA - 見るべき5つのKPI（重要業績評価指標）

①インプレッション	どうでもいい
②ツイート数	どうでもいい
プロフィールアクセス数	少し重要
累積フォロワー数	どうでもいい
新しいフォロワー数	1日20人増くらいを目指す
@ツイート数	どうでもいい
プロフィールクリック率	【重要】こいつ誰やねん率
フォロワーCVR	【重要】フォローしてみよかな率
①インプレッション/②ツイート	どうでもいい
①/②/フォロワー数	どうでもいい

◇第4章 ランチェスター戦略に基づく5ステップ

第5節 鬼即PDCA - ツイートアナリティクスからPDCAを回す方法

ツイート本文	プロフィール クリック	考察
【アカウント設計診断やります!!】 ・発信ジャンル ・ターゲット設定 ・発信の切り口 ・マネタイズ ・ツイート内容 など、ゆずすけが気になる部分にコメントします。(本来 はお金もらってやってます) RTといいねくれたら、 企画に参加できまーす!! 気軽にどうぞ~!! https://t.co/WMRqXPJ5II	87	要因：企画。どんな人物か気になり、 色んなメディアを徘徊していると考 察。企画として成功。

ビジネスにおいてやるべきなのは、
『利益の出る勝ちパターンで、ロットをあげて、繰り返す』

◇第5章：発信者としての重要なマインドセット

- 内ベクトルから外ベクトルに変える
- 他人視点から考える
- 積極的な精神で挑む
- 勉強こそが最強の投資
- 俺がいた方が、世界はより一層よくなる
- 期待度と提供価値の差を考える

◇第6章：まとめ

『なぜ、僕のセミナーにお金を払って参加したのか？』を考察し、自分の感情の動きを思い出してみよう。

「どうやってゆずすけを知った？」 「なぜ、ゆずすけの発信を信じた？」 「なぜ、ゆずすけの話を聞いてみようと思った？」 「どんな時に感情が動かされた？」

答えはランチェスター戦略の中にあります。

ありがとうございました