

**★100ページ超！プロダクトローンチの生みの親にして、
リストビルディングの帝王ジェフ・ウォーカーが密かに配布
したPDF「List building blueprint」の完全日本語解説版☆
ジェフ流リストビルディングの極意が全て詰まっています！**

黒田輝大

◇著作権について

本 PDF 冊子の著作権は、著作者に所属します。

本 PDF 冊子と表記は、著作権法で保護されている著作物です。

本 PDF 冊子の使用に関しましては、下記の点にご注意ください。

◇使用許諾契約書

本契約は、本 PDF 冊子をダウンロードした個人や法人（以下：甲）と著作者（以下：乙）との間で合意した契約です。本 PDF 冊子を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したこととなります。

第1条 本契約の目的

乙が著作権を有する本 PDF 冊子に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第2条 禁止事項

本 PDF 冊子に含まれる内容は、著作権法によって保護されています。甲は本 PDF 冊子から得た内容を、乙の事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により、一般へ公開することを禁じます。本 PDF ファイルを第3者に渡すことも禁じます。

第3条 損害賠償

甲が本契約の第2条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

第4条 契約の解除

甲が本契約に違反したと、乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第5条 責任の範囲

本 PDF 冊子の情報使用に関して責任は使用者の甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても乙は一切の責任を負いません。

目次

黒田輝大について	- 4 -
はじめに	- 5 -
テーマ 1、【 The power of email publishing 】	- 13 -
テーマ 1、【 The power of email publishing 】の解説	- 15 -
テーマ 2、【 Benefits of email list building 】	- 19 -
テーマ 2、【 Benefits of email list building 】の解説	- 21 -
テーマ 3、【 Types of lists 】	- 25 -
テーマ 3、【 Types of lists 】の解説	- 27 -
テーマ 4、【 List building mistakes to avoid 】	- 30 -
テーマ 4、【 List building mistakes to avoid 】の解説	- 32 -
テーマ 5、【 How to stand out in your subscribers inbox 】	- 38 -
テーマ 5、【 How to stand out in your subscribers inbox 】の解説	- 40 -
テーマ 6、【 Building authority with your list 】	- 45 -
テーマ 7、【 First steps to building a list 】	- 51 -
テーマ 7、【 First steps to building a list 】の解説	- 63 -
テーマ 8、【 Writing compelling email copy 】	- 76 -
テーマ 8、【 Writing compelling email copy 】の解説	- 86 -
テーマ 9、【 Building an effective autoresponder sequence 】	- 90 -
テーマ 9、【 Building an effective autoresponder sequence 】の解説	- 92 -
テーマ 10、【 Building your list with Joint Venture partners 】	- 96 -
テーマ 10、【 Building your list with Joint Venture partners 】の解説	- 98 -
まとめ	- 102 -
おわりに	- 106 -

黒田輝大について

初めまして、黒田と申します。

このレポートを手にとってくださり、ありがとうございます。

僕のプロフィールはさして重要ではないと思いますので、「黒田ってどんなやつ？」とか「プロフィールを読むのが趣味なのよ。」とか思った方だけ見て頂ければと思います。

黒田輝大のプロフィール→ <http://profile.ameba.jp/kurodateruhiro>

「知らないこと」は自分の人生を簡単に翻弄してしまうほどのパワーを秘めています。
それゆえに、僕は「**学ぶこと**」に最大の価値観をもっています。

○大学卒業後に僕は「大学生の就活支援」を主な事業とする会社を立ち上げました。
しかし、マーケティング・セールスの重要性を「**知らなかった**」ため、会社は廃業に追い込まれ、1000万ほどの借金だけが残りました。

○それと同時期に、5年間付き合ってた結婚まで考えていた彼女に振られました。
原因は、男と女のそもそもの性質が違うという点を僕は「**知らなかった**」からです。

○内定を取れない大学生は、就活の本質を「**知らない**」からです。
○ビジネスで結果が出ない人は、結果を出すためのコツを「**知らない**」のです。

だから、人間は学ぶ必要がある。これこそ僕の軸となる主張です。

今回のレポートによって、あなたの「**知らない**」部分を少しでも満たすことができればこれ以上の喜びはありません。

それでは、本編をお楽しみくださいませ。

はじめに

What I've done in this Blueprint PDF is boil down the essence of everything that I've learned about **building responsive email lists (and making money from them)** since I started out 17 years ago.

【日本語訳】私（ジェフ・ウォーカー）が 17 年前にビジネスを開始して以来続けてきた、「反応が良いリストの構築（そしてそのリストからお金を生み出す方法）」に関する全てのエッセンスが今回の PDF には詰め込まれています。

今でこそ「リスト」の収集は当たり前のように叫ばれていますが、17 年前はそれが当然ではありませんでした。

そんな中、ジェフは直観的に以下のように考えました。

「自分の WEB サイトに訪問してもらうだけでは意味がない。訪問者に自分のリストへ参加してもらうことが必要だ。」

現在においてもなお、DRM の存在を知らない人は、

「ひたすらに自分の WEB ページへアクセスをかき集め、その場で販売。はい終わり。」

という方法でビジネスを展開しているようですが、

ジェフは 17 年前に、その方法の効率の悪さに気づき、リストの収集を開始したのです。

最初は 3、4 日に 1 アドレスが獲得できるだけでしたが、

それが徐々に 1 日 1 アドレス、1 日に 3 アドレス、1 日に 10 アドレス、1 日に 30 アドレスと増えていき、その後、1 ヶ月に 1000 アドレスを獲得できるレベルに達したときに、

『王国への鍵』とも言える『決定的なマーケティングのパワー』を手に入れたと彼は言います。

つまり、「いつでも自分が求めるページへのアクセスを生み出すことができ、メールさえ送ればいつでもセールスができる（お金を生み出せる）。」というパワーです。

「このパワーをあなたにも手に入れてほしい。」

これがこのレポートの配布をジェフが決定した理由のようです。

ジェフは現在、“プロダクトローンチ”の生みの親として、インターネットマーケティング業界で絶対的な地位を築いています。

赤ちゃんのおむつを交換するような小さな部屋のすみっこの、ごちゃごちゃした小さな机の上からスタートしたジェフのビジネスは、今や彼の門下生やクライアントたちに 400 億円以上を稼がせるまでに成長しました。

あらゆる業界へ広がり、北米・南米・欧州・アジア等、世界中に影響を及ぼしています。

これらの驚くべき実績は、ひとえに以下の考え方から生まれたと彼は言います。

The funny thing is that this all started out with one thought – that above all else, I needed to focus on getting people to join my email list. That the power was in the list, and in my relationship with that list...

【日本語訳】 おもしろいことに、これまでの実績の全てはひとつの考えから生まれている。とにかくなによりも、『人々に自分の E メールリストに参加してもらうこと』だ。リスト内の人々との人間関係の中に“パワー”が存在している・・・。

この言葉のように、ジェフの全てとも言える『リスト構築』の真髓が今回の彼の PDF にまとめられていました。

日本において、「有料級のレポートを無料で配布します！！」みたいな感じで配布されているレポートの多くは、

「はぁ？なめてんの？」という内容だったりします。

「有料であることによって受け手の意識が高まり、内容の価値が高まる（ように見える）」という側面があるかもしれませんが、ほとんどがたいしたことない内容ですね。

しかし、ジェフ・ウォーカーやダン・ケネディ、フランク・カーンなどは、総じて無料のコンテンツの価値が高いです。

僕はダン・ケネディのフロントエンド商品を日本まで取り寄せましたが、

以下のように、過去のセミナーDVD4 枚、有料会員向けのニュースレター、事例集、ダン・ケネディの理念がまとめられた手紙など、数々のコンテンツたちがダンボールに詰められて送られてきました。



このパッケージの値段はいくらだと思いますか？

『無料』なのです。(送料で 2000 円はかかりましたが。)

昔のように、「アメリカのビジネス手法を日本に取り入れるだけで稼げる」時代はすでに終わったと言われているようですが、僕個人としての実感では、まだまだそんなことは無いと思っています。

海外のマーケターやコピーライターの文章はやはり上手いですし、おもしろいです。

特に、

- ・ 読者との信頼関係の構築のうまさ
- ・ メール内におけるリンクへの誘導の巧みさ

においては、学ぶべき点が数多く残されていると常を感じています。

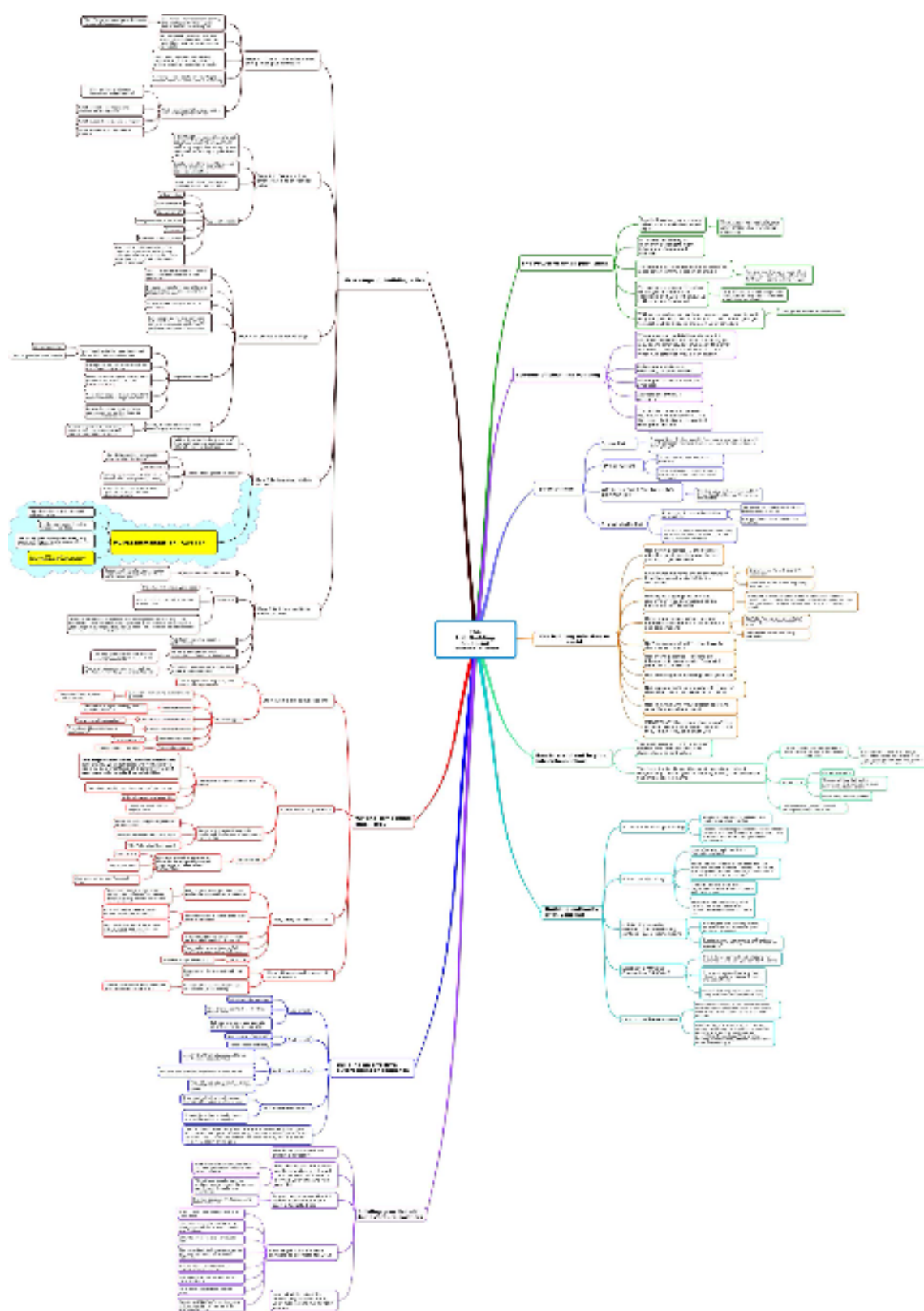
何にせよ「英語で書いてある」という理由だけで、海外の貴重な情報を味わえないのは大きな損失でしょう。

ジェフ自身も「起業家を助けることに喜びを感じる」と言っていますので、今回は、ジェフ 2013 年の 3 月下旬に配布したレポート『List_Building_Blueprint』を可能な限り忠実に(丸々コピーしたら怒られそうなので。)翻訳し提供します。あなたのビジネスのお役に立てて頂けたら、望外のよろこびです。

本レポートは、今回のジェフの PDF (マインドマップ形式で表現されています) をテーマごとに日本語訳で再現し、そのあとに僕の解説をつけ加えていく構成になっています。

最後にお楽しみがありますので最後まで頑張って目を通してくださいね。

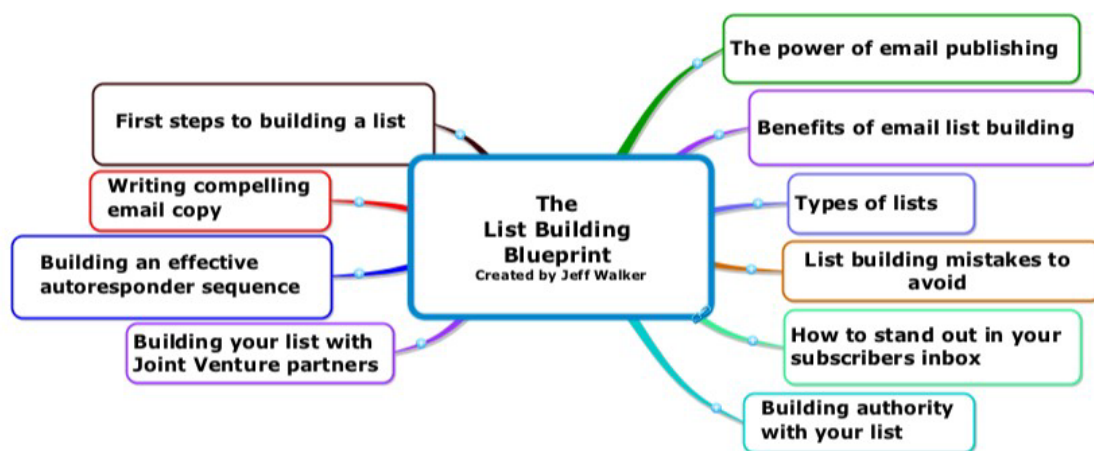
それではスタートです。



上の図を見て頂くと分かるように、
(図が細かすぎて画像が粗いですが、これから 1 テーマずつ詳しく解説していきますので、
ご安心ください。)

今回のジェフの PDF は、『リスト構築』という大テーマを中心に、
そこから 10 個のブロックに枝分かれしたマインドマップ形式で展開されています。

↓こんな感じですね。



これを日本語で解説していこうという試みです。

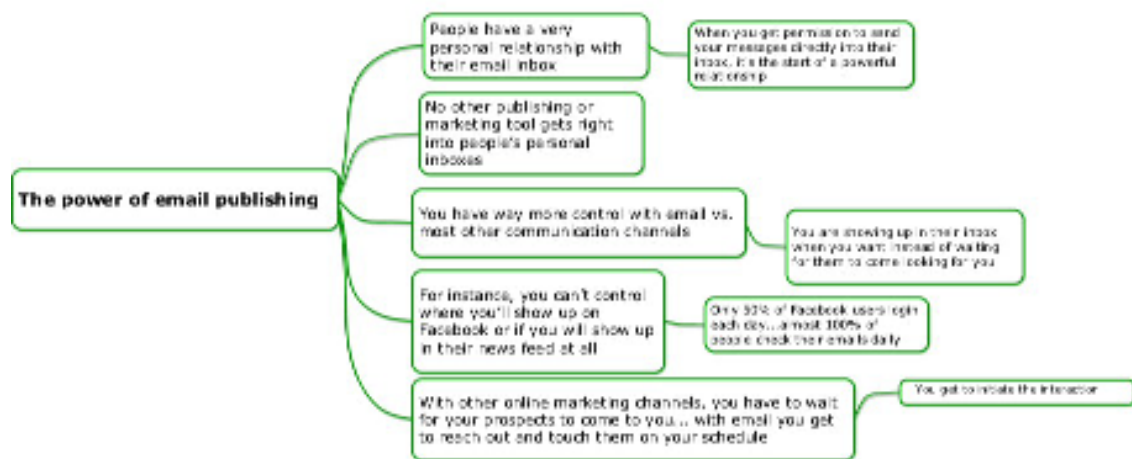
非常に濃い内容ですが、長いです。。

「ちなみに、今回のレポートは初心者～中級者向けです。専門用語 (DRM、プロダクトローンチなど) も多々出てきますので、もしも『読んでも全く意味がわからない』という事態が発生しましたら、ある程度基本的なことを勉強した上で再度このレポートをお読みください。」

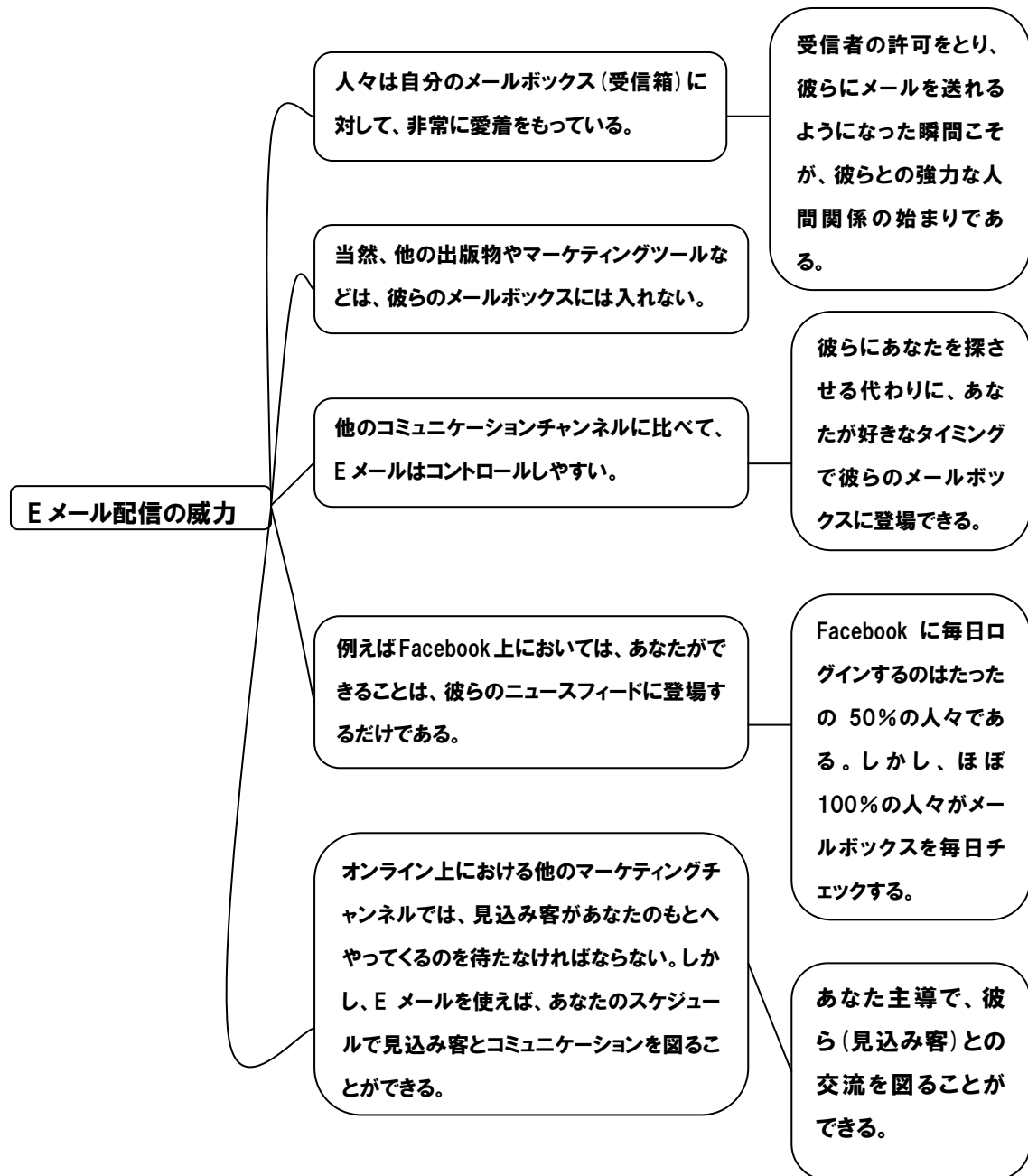
それでは、僕も頑張りますので、是非あなたも最後までついてきてください。

早速 1 つ目のテーマから解説していきましょう。

テーマ 1、【The power of email publishing】
日本語訳＝『Eメール（メルマガ）配信の威力』



【日本語訳】



テーマ 1、【The power of email publishing】の解説

日本語訳＝『E メール（メルマガ）配信の威力』

ジェフは最初に、【The power of email publishing】と題し、E メール（メルマガ）を見込み客に向けて配信することが生むパワーについて解説しています。

そもそも E メール（メルマガ）を配信する意味を抑えておかなければ、やっても効果が出るわけがないですからね。

いわばメルマガの発行者になるための予備知識です。

余談ですが、人間の学習タイプは 4 つに分けられます。

~~~~~

- 1、なぜタイプ（なぜそれをする必要があるのかを理解したら行動できるタイプ。）
- 2、何タイプ（効果が証明されているデータなど、何らかの実体を用いて説明を受け、納得できれば行動できるタイプ。）
- 3、どうやってタイプ（具体的な行動ステップを示してもらえれば、行動できちゃうタイプ。）
- 4、今すぐタイプ（とにかく今すぐ何をしたらいいのかを教えてもらえたら、深く考えずに行動できちゃうタイプ。）

~~~~~

人によって学習タイプは違うので、一概には言えませんが、
大部分の人が、『1、なぜタイプ』か『2、何タイプ』に分類されるようなので、

- ・なぜリスト構築をする必要があるのか。
- ・そもそもリスト構築は何なのか。

といった予備知識を学ぶことによって、より確信をもって行動に移せるかと思います。
焦らず順々に理解していきましょう。理解が深まるほど、
リストを構築することの意味が明確になりますので。

では、本題に戻りましょう。

第1のテーマ【The power of email publishing】におけるポイントは、

- ① Eメール（メルマガ）発行は、他のマーケティングツールと比較して、非常にコントロールしやすい。
- ② ほぼ100%の人々が、自分のメール受信箱を毎日チェックする。

という2点でしょう。

最近では Facebook を使ったマーケティングが盛んです。

メッセージ機能を活用し、見込み客に直接アプローチすることも可能ではありますが、

ステップメールを使いたい場合や、顔出しNGの場合などは、やはりメールを使った『リスト集め→リストの教育→リストへの販売』という従来の手法が有力です。

ジェフも言うように、ほとんどの人は自分のメールボックスは毎日チェックします。さらに、メールを使うことで見込み客との交流のきっかけをこちらが作ることができ、自分の思う方向へと彼らを導いていくことが可能となります。

よく言われますが、やはりホームページやブログなどの“プル”（見込み客を待つ）型の手法は、どうしても自分のスケジュールを乱される危険があります。（見込み客はいつ訪問してくれるかわからないので。）

一方で、メールという“プッシュ”（こちらから見込み客に接触する）型の方法を用いれば、自分のペースで見込み客とのコミュニケーションを図ることができます。

やはり、自分自身の仕事の効率を最大化するためにも、

メールを使って見込み客とのコミュニケーションを図っていく手法を取り入れることは、メリットこそあれ、デメリットは存在しないと言っても差し支えないと僕は思います。

もちろん、多くの情報起業家やアフィリエイトが自分のリストを構築しようと躍起になっていますので、見込み客に選んでもらうための差別化は必要不可欠です。

数年前は、ちょっと寒いコピーライティングのテクニックや、情報業界の有名人との抱き合わせブランディングがあれば差別化ができちゃっていた感じがありますが、現在はもう通用しないですね。

努力もせずにSNS等において虚像を作りあげ、「ブランディングだぜ！うへへ。」とか言ってお金儲けしても、後で必ずツケは回ってきます。

「商品・サービスをお客さんに提供し、“感謝されながら” お金を受け取る。」

こういう当たり前のことさえできていない人間でさえ、なぜか多少は稼げてしまっているのが情報業界の現状です。

最近は段々と、オフラインのビジネスですばらしい実績を残している人たちが情報業界に参入しています。偽物は確実に淘汰されていくでしょう。

「他者へ価値を提供できる能力を育むこと」

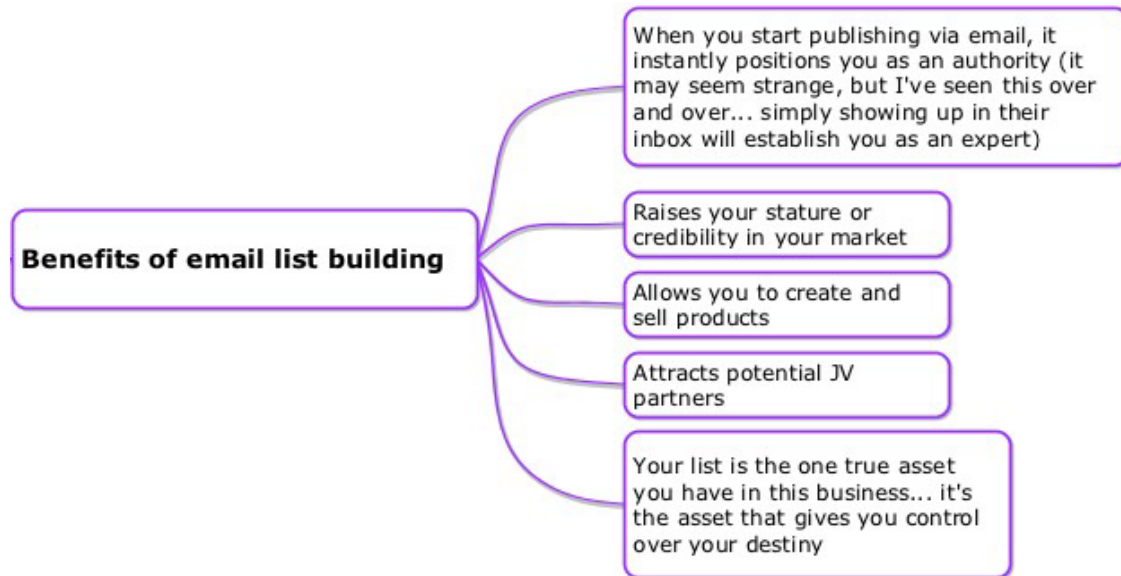
これは時代の要請です。そのためには学ぶことです。自分の価値を高め続けていくことです。

他の人にはまねできない、価値の高いリストを構築していきましょう。

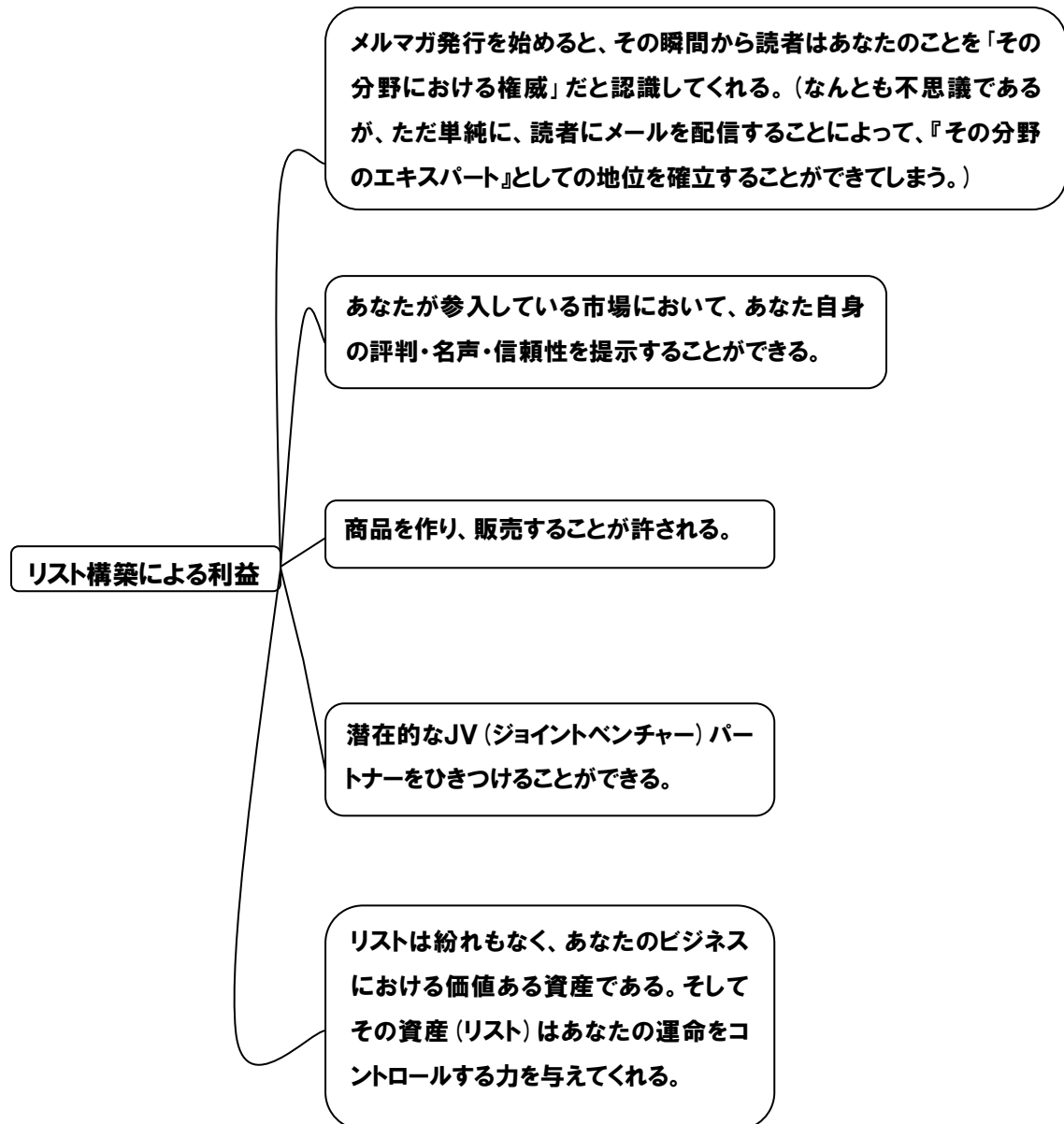
では、第 2 のテーマへ移ります。

テーマ 2、【Benefits of email list building】

日本語訳＝『リスト構築による利益』



【日本語訳】



テーマ 2、【Benefits of email list building】の解説
日本語訳＝『リスト構築による利益』

このテーマにおいてジェフは、「リスト構築のベネフィット（利益）」について言及しています。

このテーマのポイントも 2 点です。

①リストを構築しメルマガを発行することによって、「権威性」を獲得できる。

②リストはあなたのビジネスにおける価値ある資産である。

まず何よりも、リストを構築することによって、「権威性」を獲得できるのは大きいですね。今の時代メルマガを発行している人はたくさんいますが、そのほとんどが中身のない、取るに足らないメルマガであることは疑いの余地がありません。

その最大の理由は、

発行者の“インプット不足”“アウトプット不足” でしょう。

要するに、努力が足りないわけです。

人間としての魅力がない人からの情報なんてウザいだけですからね。

しかしながら、内容の薄さはいきなりバレてしまうわけではないので、最初の数通の間はまだ読者に気づかれないのです。

少なくともその数通の間だけは、不思議なことに読者は発行者のことを、「その分野における専門家」と認識しているわけです。

したがって、リストを構築することによって、確かに「権威性」は得られます。

ただ、結局は発行者そのもののレベルはバレてしまうので、あなた自身のレベルを高め続けることを怠ったら、構築したリストは一瞬にして価値を失います。

僕も毎朝 5 時 30 分に起床し、勉強を習慣化しているのは、お客さんとの長期的な関係を続けていきたいからです。

リスト構築と自分の努力は切っても切れない関係なので、その点はしっかり理解してください。

ネットビジネスをしている人によくあるケースですが、

「クライアントに 3 日で稼がせる男です！」みたいな感じでネット上において自己紹介していたのに、実際にオフラインで会ってみると、かなり気持ち悪い変な人だった。

みたいな事態に陥らないように、日々自分の磨き続ける必要があります。

「ネット上のあなた自身」と「実際のあなた自身」があまりにもかけ離れていると、結局自分がいちばん苦しくなってしまう、モチベーションが続かなくなるので注意してください。

そして次に、『リストはあなたのビジネスにおける価値ある資産である。』という点に関してです。

実際はリストは流動的なものです。

仮にあなたが集めたリストであっても、それはあなただけのリストではないというマインドセットをもつことがビジネスを拡大していく上では大切だったりしますが、

基本的にはリストは莫大な価値を生み出してくれる“資産”だと認識して構いません。

鉄鋼王のアンドリュー・カーネギーは言いました。

「私の全ての財産を持っていてもかまわない。ただし、顧客リストだけは残しておいてくれ。そうすれば、私はすぐに今の財産を築いてみせる。」

昔はメールなんてなかったので、顧客との関係を維持したり、深めたりするのは骨の折れる作業だったと想像できます。しかし、現代はメールもあります。スカイプもあります。LINE もあります。なので、リストの価値を高めることが容易になりました。

リストに参加してくれている見込み客やお客さんとの関係の向上させ続け、コミュニティ化できてさえしまえば、これ以上強いものではありません。

僕も先日、関係を深め続けているコミュニティの 10 人のメンバーに対し、

『元訪問販売営業マンが、日本 No.1 のネット回線販売代理店において会社史上最速でトップセールスを獲得できた“人間心理コントロール”セミナー』

みたいな非常にふざけたオファーを出したところ、決して安い価格設定ではありませんでしたが、10 人中 9 人が申し込んでくれました。

僕自身の例なので参考になるかはわかりませんが、

少なくとも僕はコミュニティを構築することで充実感を得ながらビジネスができています。

価値あるリストを握っていれば、

『**キャッシュポイント＝自分の好きなとき**』

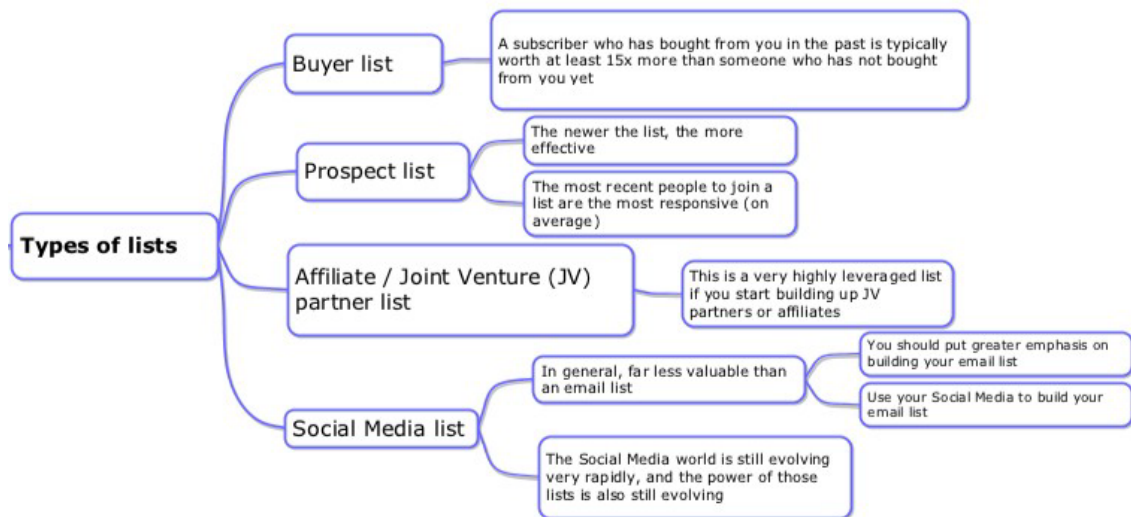
という、非常に精神的安定が得られる構造を作りあげることができるのです。

ジェフ自身も、「自分がここまで到達できたのは、リストを構築したからだ。」と言っているように、全ての土台はリストにあるのです。

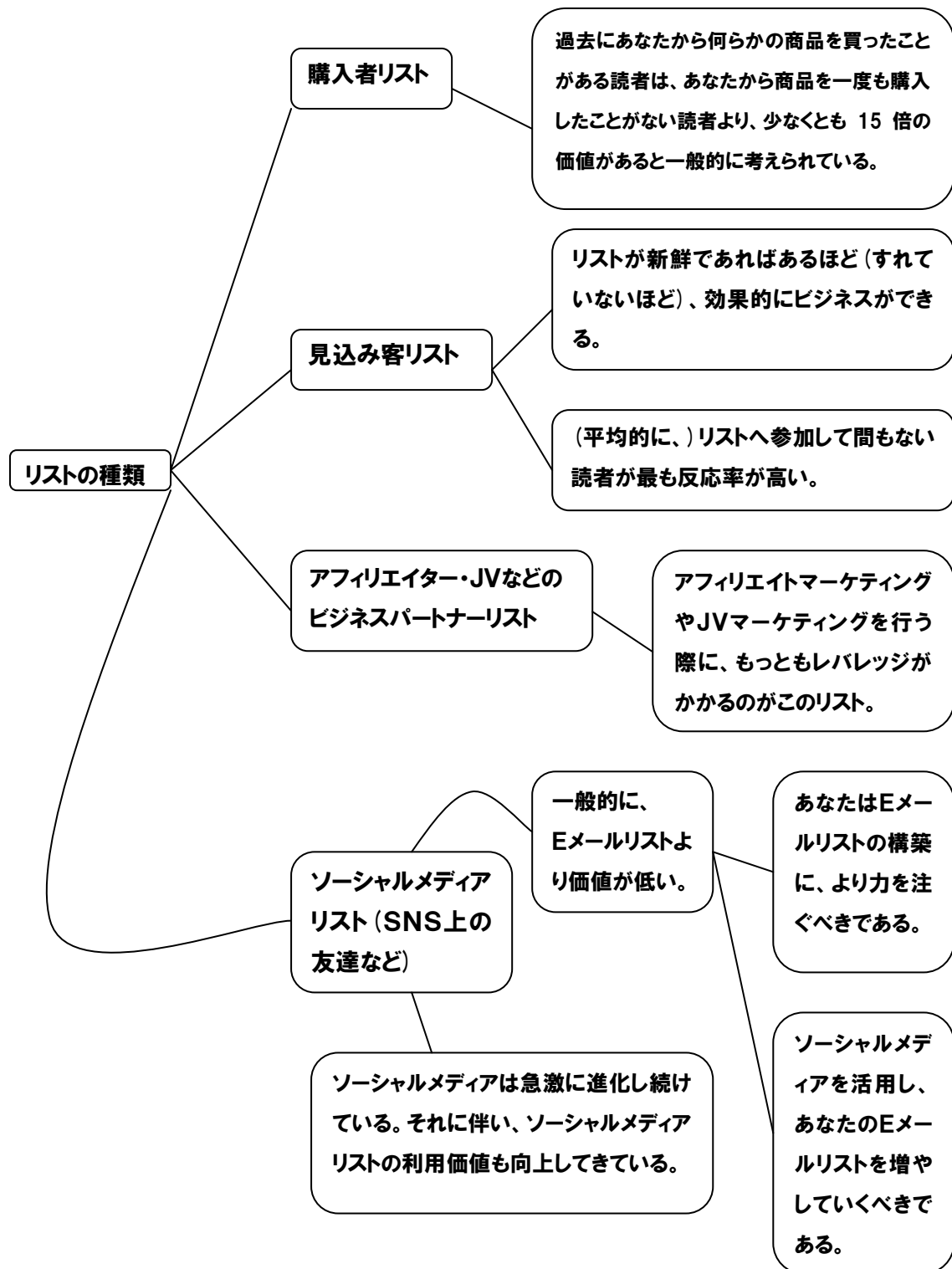
リスト構築の利益について、ご理解頂けましたか？

それでは、次のテーマに移りましょう。

テーマ 3、【Types of lists】
日本語訳＝『リストの種類』



【日本語訳】



テーマ 3、【Types of lists】の解説

日本語訳＝『リストの種類』

マインドマップのボックスが多くなっており、見つらかったかもしれません。

ただ、どのボックス同士がつながっているのを間違えると正確な理解が不可能になりますので、ご注意ください。

このテーマでは文字通り、リストの種類について解説されています。

- ・ 購入者リスト
- ・ 見込み客リスト

この 2 つに関しては、あなたも意識されているでしょう。

ジェフはどこからデータをもってきているのかわかりませんが、
「購入者リストは見込み客リストより、少なくとも 15 倍の価値がある」ようです。

確かに僕自身も実感があります。

事実、僕の売り上げのほとんどは購入者によるリピートによって成立しています。
実際に計算してみるとおもしろかったのですが、
例のごとく、“パレートの法則”が僕のリストにおいても機能しているようです。

※ ちなみに、パレートの法則とは、“80:20 の法則”とも呼ばれ、
『全体の数値の大部分は、全体を構成するうちの一部の要素が生み出しているという
説のこと』です。

要するに、僕の全リストにおける購入者の割合は、だいたい 20%ほどであり、その 20%のお客さんたちが僕の全体の売上げの 80%を構成してくださっているというわけです。

だからこそ、あなたの商品を 1 度でも購入してくれた方を本当に大切にしてください。計算したらわかりますが、彼らのリピート率によって、笑えないくらいの差が生まれてきますので。

もしあなたがお客さんをおざなりにしているのであれば、お客さんのアフターフォローに関しての書籍なんて無数に本屋さんに置いてあるので、何冊か読んで、アイデアを出して、実践してください。

お客さんはさみしがっているのです。赤ちゃんなのです。(バブー！)

あとは、アフィリエイトさん・JVさんのリストも重要です。

大きなプロモーションなどをかける際には、こういったパートナーリストが大きな力を発揮するのは間違いありません。

日頃からの関係構築が大事ですね。

さらにジェフは、『ソーシャルメディアリスト』にも言及しています。

“ソーシャルメディアリスト” は、Facebook 上における友達とか Twitter におけるフォロワーさんなど、浅〜いつながりのことだと捉えて問題ないと思います。

僕は、Facebook で「いいね！」を押し合うだけの人間関係は全否定なので、

ソーシャルメディアリストの価値は全く感じませんが、上手に使える、ソーシャルメディアが大きな力をもつのは否定できません。

実際に、ダイエット関係のビジネスをしている僕の友達は、Facebook で 2000 人くらいの友人を作り、そこからきっちり売りを立てています。

まあそのへんは個々人の好みなのですが、

ジェフは、

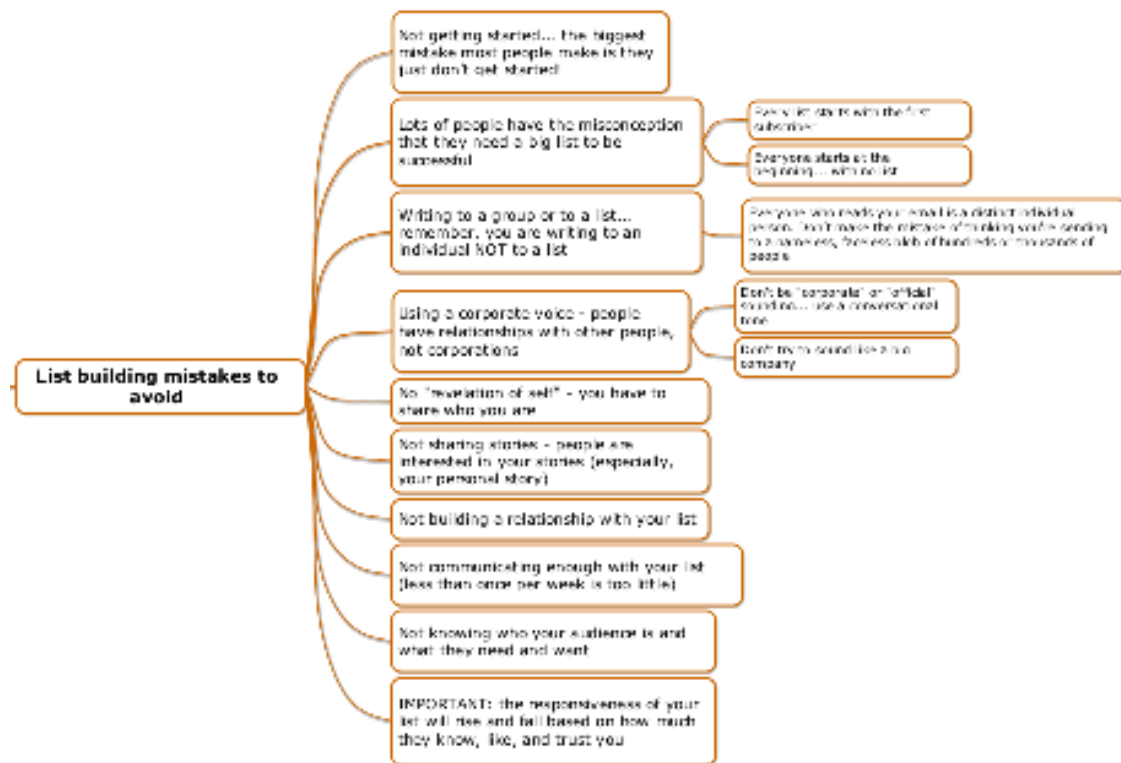
「ソーシャルメディアリストよりも、普通にEメールリストを構築することに注力しろ！
というか、ソーシャルメディアリストをEメールリスト化しろ！」

と、今回の PDF で言っているので、おそらくソーシャルメディアにはそこまでの重きは置いていないようです。(とか言いながら、ジェフはきっちり Facebook を活用しているみたいですが。。)

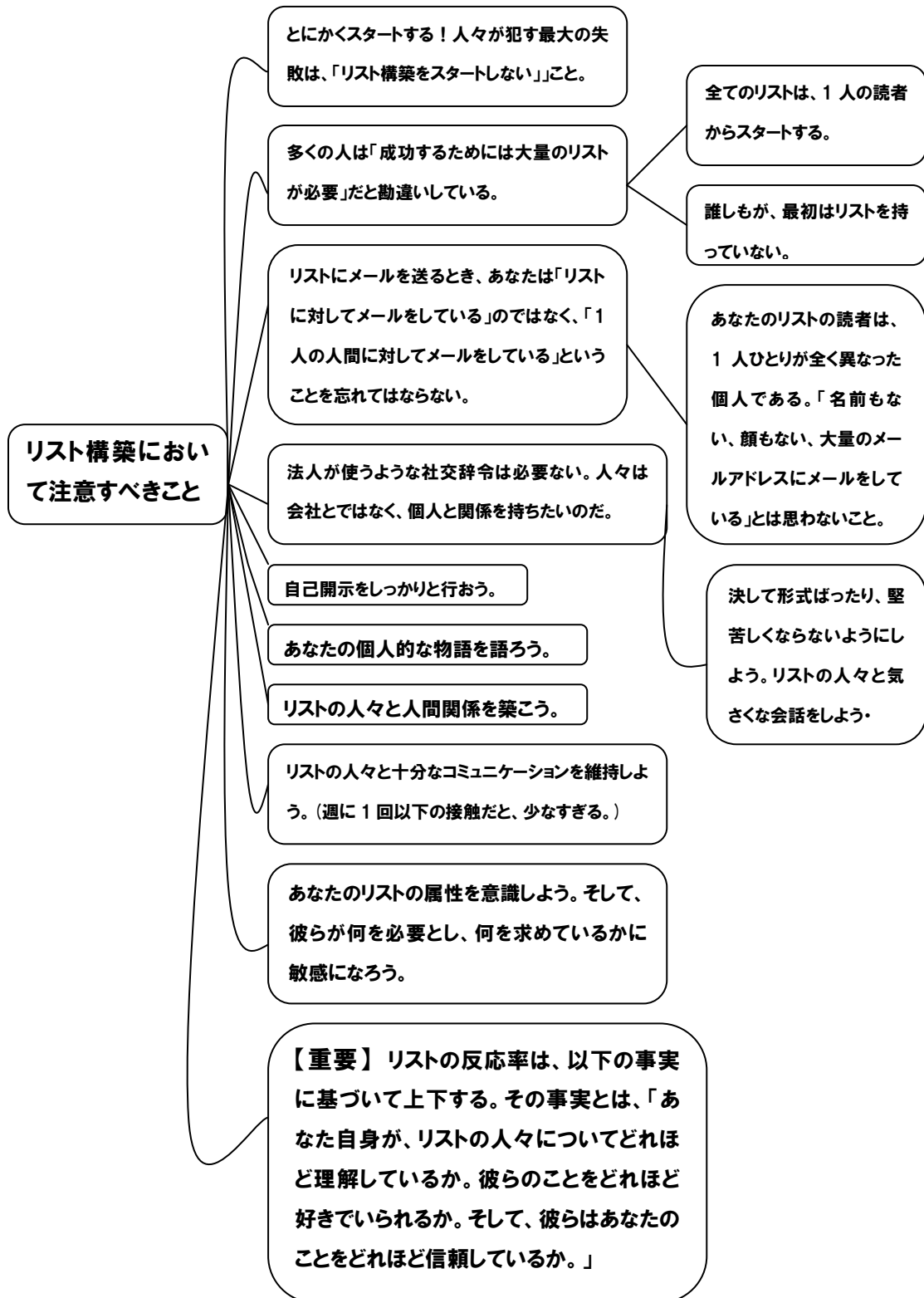
以上がテーマ 3、【Types of lists】でした。 次のテーマへ移りましょう。

テーマ 4、【List building mistakes to avoid】

日本語訳＝『リスト構築において注意すべきこと』



【日本語訳】



テーマ 4、【List building mistakes to avoid】の解説
日本語訳＝『リスト構築において注意すべきこと』

このテーマでは、あなたがリストを構築する際に避けるべきミスについて描かれています。

当たり前と言えは当たり前のことばかりの内容ですが、
意外と見過ごしてしまっている点もあったのではないのでしょうか。

このテーマにおける重要なポイントは 2 点あります。

- 1、とにかくリスト構築を開始すること
- 2、リストに参加してくれている人々と信頼関係を築くこと。

この 2 点です。

まず、「1、とにかくリスト構築を開始すること」に関してですが、

これは確かに、多くの人が犯してしまう最大の過ちであると僕も感じます。

情報業界には、ネット環境とごくわずかな資本さえあれば、誰でも参入することができます。

それに伴い、撤退も簡単です。

「ネットで稼ぐぜ〜！」と思いながら参入してきた変な人は、

ちょっとネットビジネスについて勉強を開始し、多少の努力（成果を出せるようになるまでは、面倒くさい作業だって必要です。）が必要なことを悟ると、以下のどちらかの行動に走る傾向があります。

- ・ ソツコーでギブアップ。
- ・ 「努力なしで稼げるよ！」と謳う高額塾に、なけなしの全財産をぶち込む。

こんな感じですね。どちらにしても、その先に光はありません。

完全に思考停止に陥り、自分でできることでさえなくなります。

要するに、「始める前に終了している」のです。

残念としか言いようがありません。

この業界で月に5000円以上稼げる人は、全体の5%くらい（アフィリエイトに限定した場合）らしいです。

それは、ただ単純に、みんながあきらめるからでしょう。

「成功は、『もう、マジでムリ！！』と感じた地点の、半歩先にある」って言うじゃないですか。

人間が存在する限り、稼げなくなることはありません。だって、お金が発生するのは人と人の間でしかないのですから。

稼げなくなるのは事実ではなく、稼げない人が勝手に作り上げている現実なのです。

稼げる人はどんな状況に置かれても稼ぎます。なぜなら、ビジネスの本質を理解しているからです。僕もその境地まで早く達したいので、毎日精一杯努力をしています。

正しい方向性の下で、地道に努力を継続すれば、必ず結果は出るのです。

業界を見渡してみると、（もちろん例外があるとは思いますが、）大きな実績を残している人たちは、ブログやメルマガから努力の跡が感じられます。

例えば、僕は今回このレポートを登録するにあたり、無料レポートスタンドのランキング上位のレポートをリサーチしたのですが、

やはり上位にランクインしているものは、作者が時間をかけて、努力をして作り上げたものですね。

適当に作ったコンテンツが読者の心を動かすことはないのです。そう簡単に成果をあげることはできません。

そもそも、誰でも簡単に成果が出てしまったら、歪みが生じます。

市場原理によると、歪みは遅かれ早かれ必ず矯正されます。

そのときに中身がない人は消えます。

簡単にちょろっと稼げて、数ヶ月後に消え去るよりも、地道に時間をかけて自分の質・コンテンツの質を向上させ、徐々に稼ぎを上げていき、長く生き続けたらいいじゃないですか。

短期的な欲望を追いかけるのは、動物です。モンキーです。

僕らは人間なのだから、長期的な利益を考えて今の行動に優先順位をつけましょう。

「人生は簡単に生きると、後で複雑になる。複雑に生きると、後で簡単になる」

僕が肝に銘じている言葉です。最後に笑えるように努力することが大事なのです。

そのために今、自分のビジネスを創り始めてください。
とにかくリスト構築をスタートしましょう。

続いて、「2、リストに参加してくれている人々と信頼関係を築くこと」に関して解説します。

僕は訪問販売の仕事を長らく続けていましたが、

個人宅をいきなり「ピンポン」と訪問し、一瞬で人間関係（信頼関係）を構築し、商品売るというスタイルは非常にスリリングです。

信頼関係の構築ステップを少しでも間違えたら基本的には売れません。

それだけ良い商品でも、それだけお客さんに対してベネフィットを提示できたとしても、営業マンに対して多少なりとも信頼がなければ売れないのです。奇跡的に売れたとしても、まず間違いなくキャンセルがきます。

大抵、訪問販売セールスマンは歩合制ですので、

売れなければリアルに食べることに困ります。

訪問販売の分野で6ヶ月間働き続けられるのは10%以下と言われているので、人があきらめやすいという点においては、情報業界と似ていますよね。

オンラインビジネスでもオフラインビジネスでも「お客さんとの人間関係」が全てのベースになっていることには相違ありません。

あなたに大好きな恋人がいるといして、
彼女に（彼に）、「ディズニーいこうよー！」とお願いされたら、行っちゃいますよね？

極端ですが、恋人同士ほどの信頼関係を構築できれば、何でも売れるのです。

深い信頼関係が成立しているリストにオファーを流せば、否応なく高い成約率が出るのです。

くり返しになりますが、とにかく、

「信頼関係」の構築は最優先で行うべきです。

あなたのリストの中の人々を、あなたの絶対的なファンにしましょう。

ファンができたときのうれしさ・充実感といったら計り知れません。

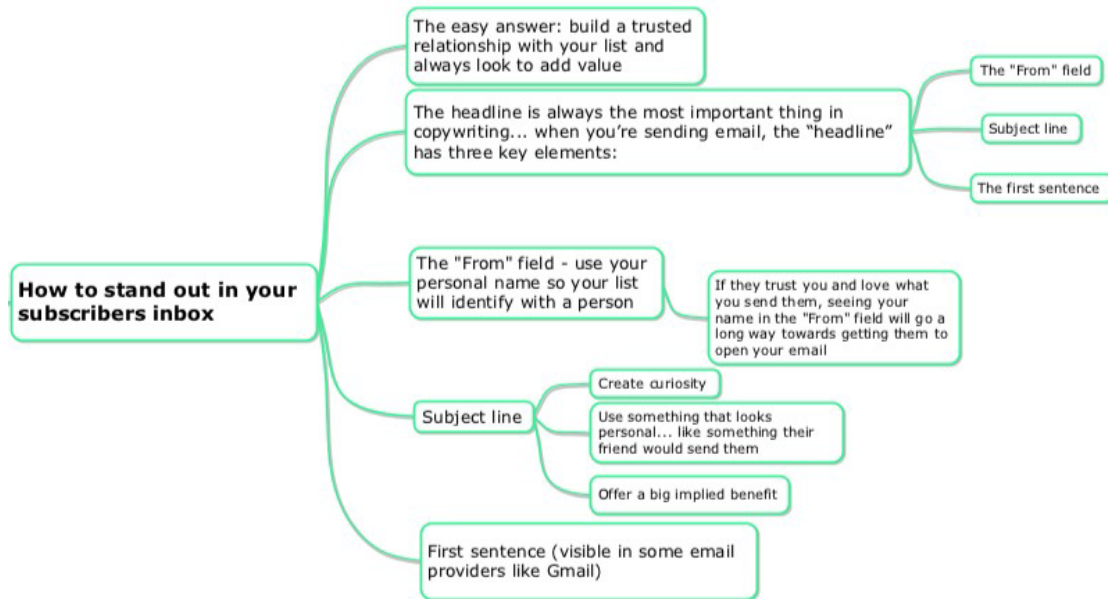
是非努力を払ってみてください。

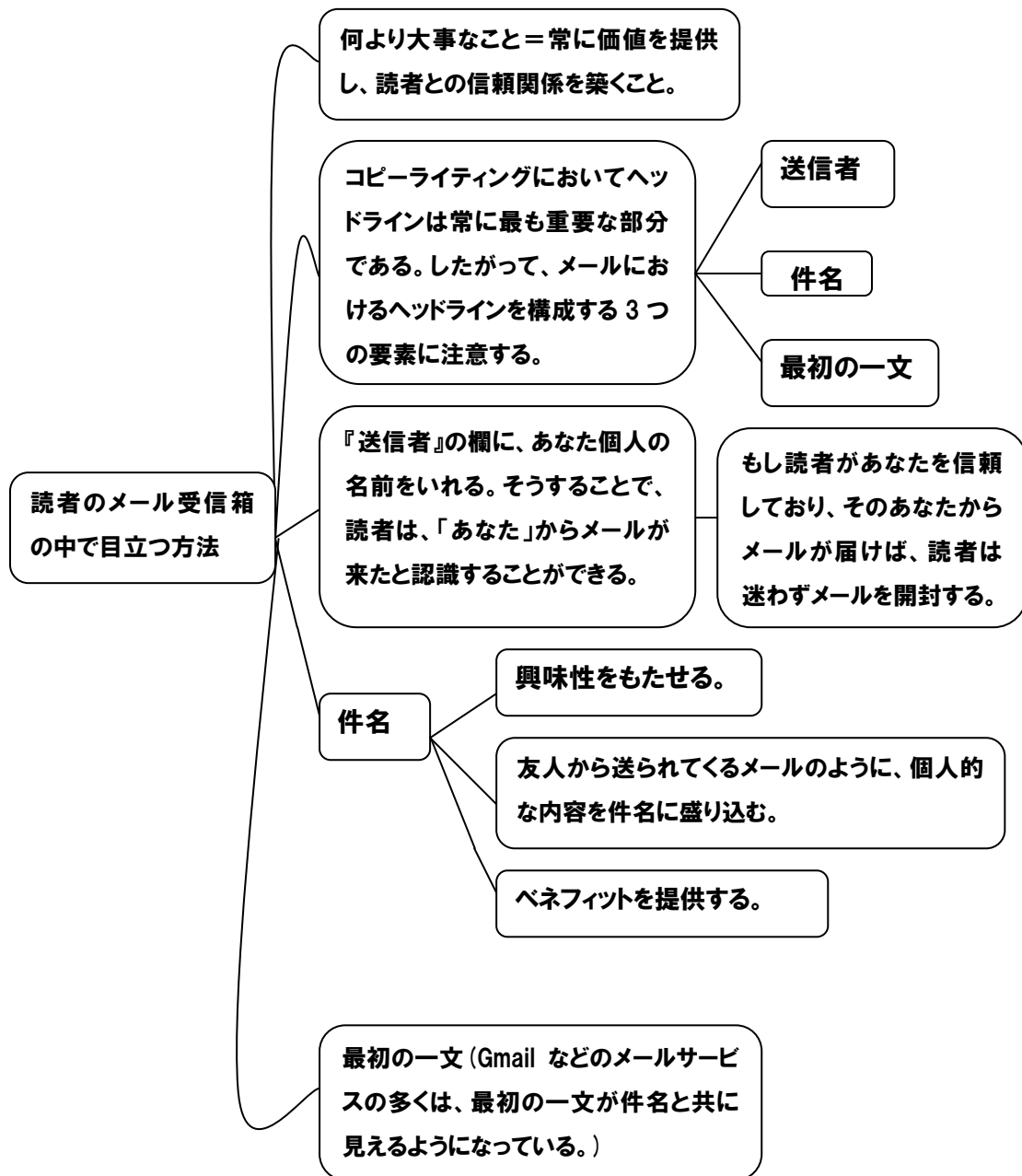
以上が、テーマ 4、【List building mistakes to avoid】の解説です。

それでは、次のテーマに移りましょう。

テーマ 5、【How to stand out in your subscribers inbox】

日本語訳＝『読者のメール受信箱の中で目立つ方法』





テーマ 5、【How to stand out in your subscribers inbox】の解説
日本語訳＝『読者のメール受信箱の中で目立つ方法』

このテーマでは、「読者のメール受信箱の中で目立つ方法」
すなわち、いかにしてあなたが送信したメールを読者に開封してもらうかという点について言及されています。

たしかに、いくらメールを送ったとしても開封されなければ全く意味がないです。

全く意味がないと言ってしまうと、

「黒田さん、違いますよ！ 例え開封されなくても、何度も送って読者の目に触れさせることで自分を印象付け続けることで、そのうち開封してもらえるんですよ！」

みたいな屁理屈をこねてくる人がいそうですが、
もしそう思うのならば、どうぞ読者にメールを送りまくってあげてください。
読者は望んでいないと思いますけどね。

そもそもメールの本質は、“1 対 1 のコミュニケーション”です。

さすがにリスト数が莫大な数になってくると、1 対 1 でのやりとりは不可能ですが、
それくらいの気持ちでやるべきです。その気持ちが相手に伝わるのです。

僕も以前はメール配信サービスを利用し、配信時間をセットして、一括で送ったりしていました。

しかし、メールが届かないこともありますし、なんか読者を大切にできていないなぁと感じてしまったので、今は使っていません。

現在はもっぱら、自分と価値観を共有してくれる方々を強烈に絞り込んで、リスト数を限定し、Gmail の BCC (ブラインドカーボンコピー) で送ってますからね。

BCC で送れば、まず間違いなく届きます (当然迷惑メールフォルダへ入ることもあります)。さらに、しっかりと読者とコミュニケーションできている感じもします。

リスト構築において重要な点は数ではありません。濃さです。

「リストの濃さ」＝「読者との信頼関係」を意識してください。

強固な信頼関係が成り立っていれば、読者は必ずメールを開封してくれます。

返信もしてくれます。

オファーを流せばみんな買ってくれます。

このテーマにおいてもジェフはいちばん最初に、

「何より大事なことは常に価値を提供し、読者との信頼関係を築くこと。」

と明確に述べています。

CIA（アメリカのスパイの機関）などでは、敵の組織のメンバーをリクルートして仲間にし、その人物を通して敵の情報を入手するという仕事が存在し、その仕事専属のエージェントがいるらしいです。

リクルートされた人物からすれば、リスク高すぎですよね。

自分の組織を裏切って敵に情報を流すわけですから。

しかし、そのリスクを凌駕するほどの信頼関係が、エージェントの間に存在しているからこそ、寝返るという決断ができるらしいのです。

“信頼関係” はそれほどの威力をもっています。

もともと敵だった人物を寝返らせ、自分のために命をかけさせるよりは、自分が送ったメールを開封してもらうほうがカンタンそうですね？

ではどのように読者と信頼関係を構築していけばいいのか？

その答えは、「**誠実であり続ける**」です。

誠実とはすなわち、「**思考と発言と行動が一致している状態**」を指します。
「何かを考える→その思考を基に読者に対して何かを発言する→発言通りに行動する。」ということです。

(例) 「読者にマーケティングについてのレポートをプレゼントしようとする。(思考)」



「〇月〇日にマーケティングに関する極秘レポートを配布しますので、楽しみにしてくださいと読者にメールを送る。(発言)」



「告知した日にきっちりレポートを読者に配布する。(行動)」

この一連のプロセスを愚直に繰り返すことが最も重要です。

1回1回きっちりと約束を守ることで、あなたに対する読者の信頼は深まっていきます。

頑張ってくださいね！

次に、信頼関係の構築ほど重要ではありませんが、テクニク的な観点からは『件名』を意識することも求められます。

ジェフが取り上げているのは、

- 1、興味性
- 2、親近感
- 3、ベネフィット

の3つですね。

この3つに関しては Google さんで、

「メルマガ 件名 興味性」とか「メルマガ 件名 ベネフィット」

みたいな感じで検索すればたくさん出てきますので、その辺を参考にしてください。

ちなみに、「2、親近感」という点に関しては、
友達にメールを送る要領で、気さくにフレンドリーに件名をつけたらOKです。

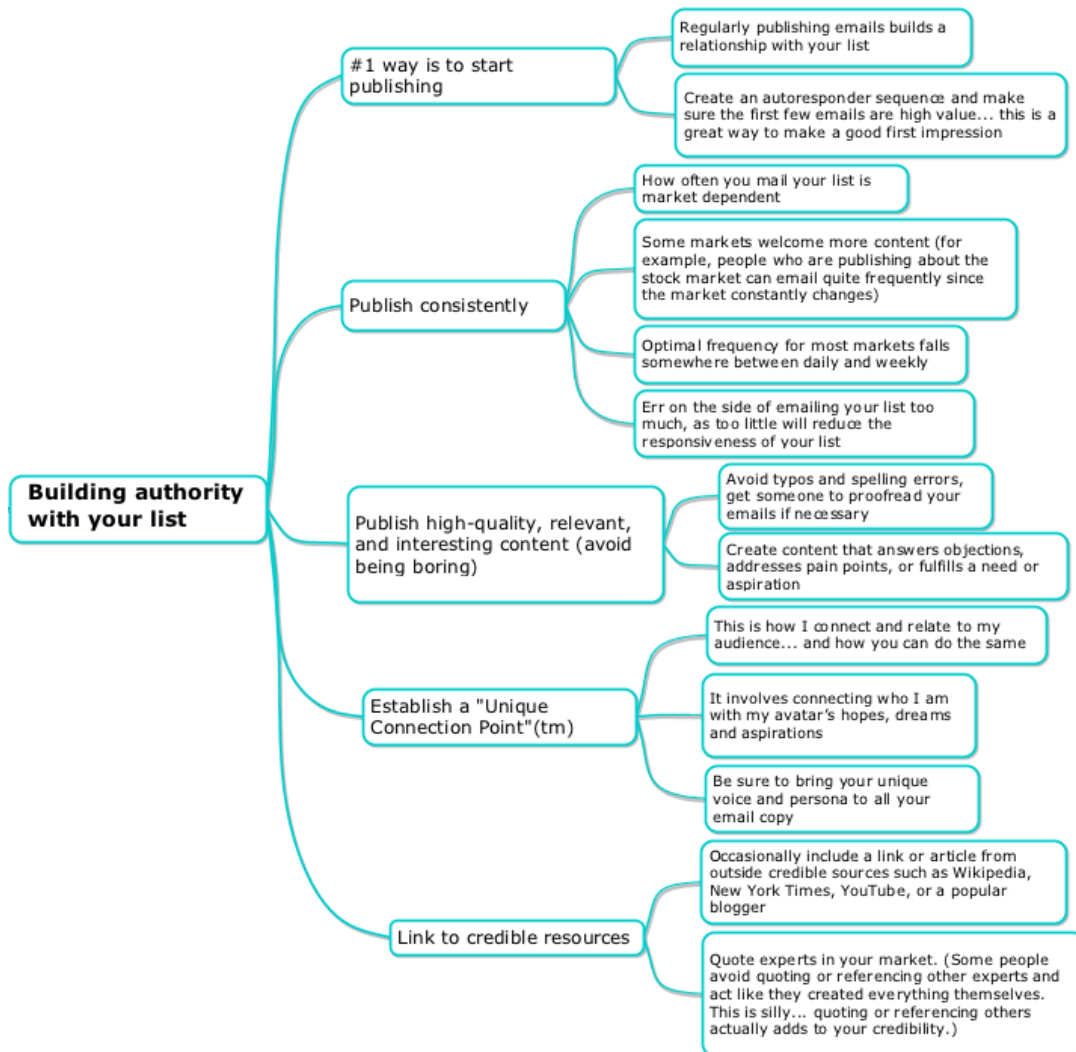
(例) ジェフは件名に「ありがとう」とか「あ～いらいらする」などを使っています。

このテーマについての解説は以上です。

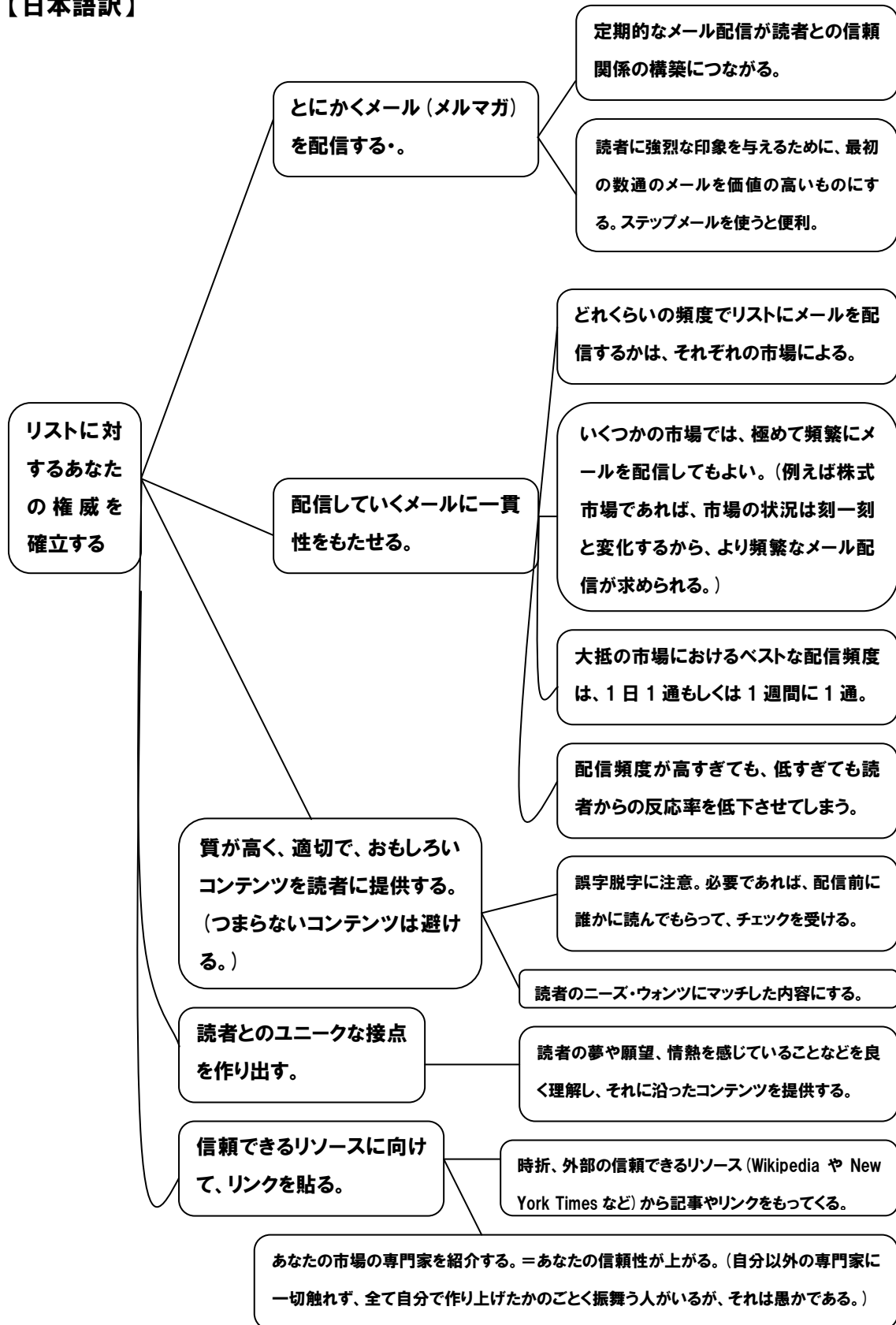
では次に参りましょう。

テーマ 6、【Building authority with your list】

日本語訳＝『リストに対するあなたの権威を確立する』



【日本語訳】



テーマ 6、【Building authority with your list】の解説
日本語訳＝『リストに対するあなたの権威を確立する』

リスト構築を行い、読者との人間関係・信頼関係を深めることの最終的な目的は、

「読者に何らかの行動を起こさせること」

であるという見解においては異論はないかと思います。

「行動を起こさせる」ことに関しては、脳科学の分野の進歩が著しく、名著『影響力の武器』などによって、人間の性質をベースとした数々の手法が紹介されています。

ただ、依然として「行動を起こさせる＝人の心を動かす」ための根本的な要素は、はるか 2500 年前にプラトンやアリストテレスなどによって示された次の 3 点であることには変わりないでしょう。

- 1、ロゴス（論理、理性、事実に訴えるもの）
- 2、パトス（感情に訴えるもの）
- 3、エートス（話し手の権威、人格、信用性に訴えるもの）

これらの 3 点をうまく組み合わせてメッセージを投げかけることによって、自分の思い通りの他の人を動かすことができるのです。

もちろんあなたもご存知だとは思いますが、この 3 点の中でいちばん破壊力があるのは、「感情」です。

人間はおそらく 95% 以上のケースにおいて、「感情」によって物事を決断したり行動したりしています。(僕自身がセールスの仕事に携わっているためよくわかりますが、明らかに論理的・合理的でない買い物をしてしまうのが人間なのです。)

~~~~~  
**人間は、感情で決定し、論理で正当化する。**  
~~~~~

これを深く理解し習得した人間がセールスをする、おもしろいように売れます。

~~~~~  
「世の中のお金もち、セールスがうまいかマーケティングがうまいかのどちらかだ。」  
~~~~~

と誰かがどこかで言っていましたが、あながち間違いではないと個人的には思います。

僕の周りの、そこそこお金をもっている人たちは、どちらか、もしくは両方が非常に優れていますから。

それほど人間の感情について学びを深めていくことには価値がありますので、是非、まずは本を 10 冊くらい買って勉強を始めてみてはいかがでしょうか。

感情の次に大事なのが、エートス（話し手の権威、人格、信頼性）です。

権威を示すことによって、受け手は盲目になります。

以前、芸能人のステマ（ステルスマーケティング）が問題になりましたが、まさに権威が働いている好例ですね。

「芸能人が紹介している商品＝変なものじゃない」

という謎の図式が消費者の頭の中で成立しているのです。
だから簡単に騙されます。

僕自身も、学生時代にビッグスクーターを購入した（バイトをして死ぬ気で貯めた 30 万円で一括で買いました）のですが、結論から言うと、80%くらい死んでいるバイクの外見だけをピカピカにしたものを買ってしまい、最終的に泣き寝入りしました（苦笑）。

そのバイク屋はバイク専門誌にしっかり紹介されていたし、お客様の声も充実していて、権威がある店のように見えたので、僕は盲目になってしまっていたのです。

学生時代の僕には、非常に高い教科書代でした…。

「権威」を悪く使えば、それは他の人を不幸にしますが、
良く使えば、それは他の人をよろこばせることができる武器となります。

感情と権威性をうまく使うことによって、多少の論理の違和感もカバーできたりします。
他の人を購入まで導くことによって、あなたはお金もちになれるのです。

だからこそ、しっかり「人間の感情」について勉強すると同時に、

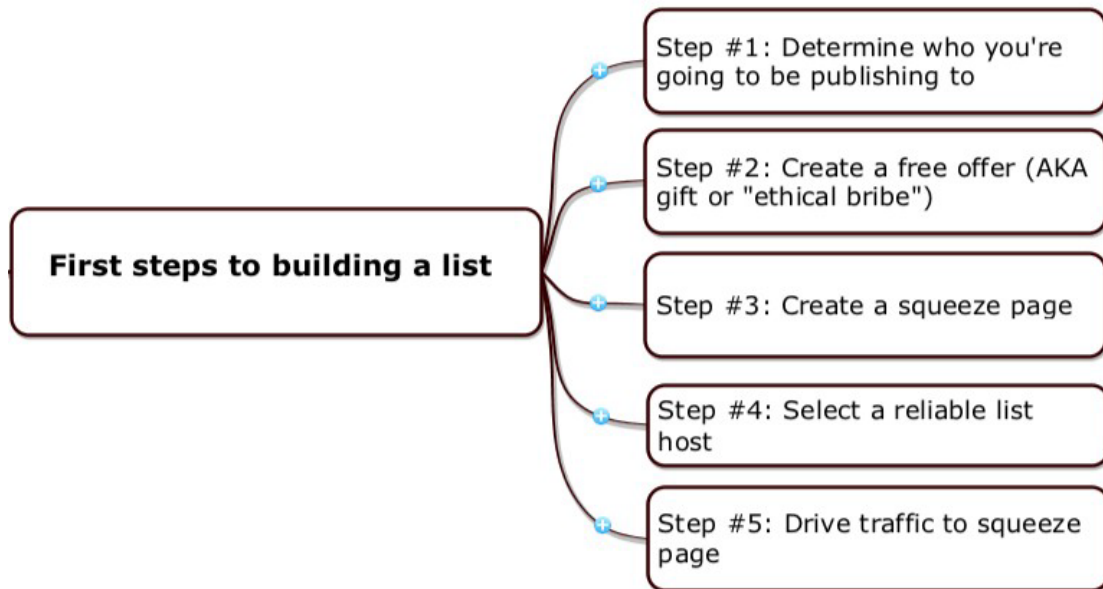
リストの人々に対して「権威」を示していきましょう。

そのための方法がこのテーマにおいて言及されているので、
マインドマップを何度も見返して、腹に落とし込んでください。

そして、わからないことがあれば、僕に質問してください。

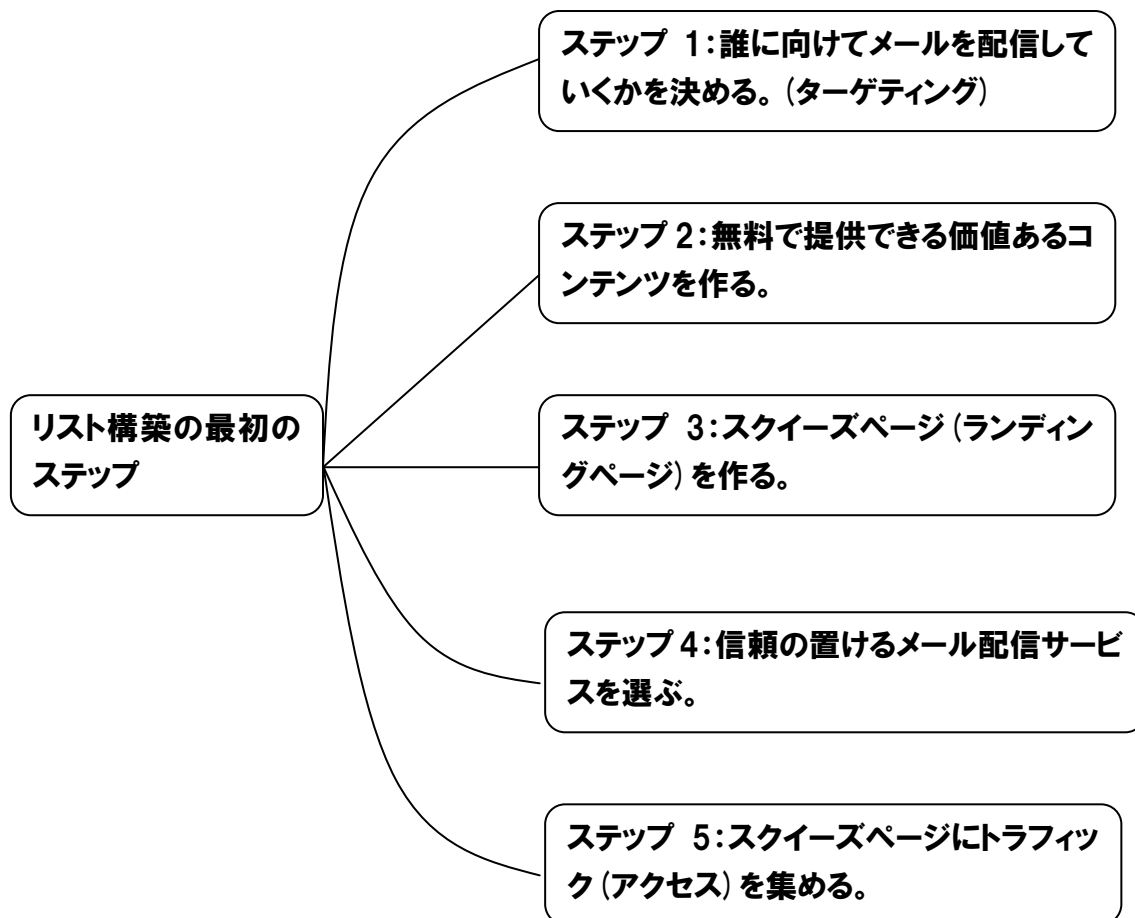
では次のテーマに移りましょう。

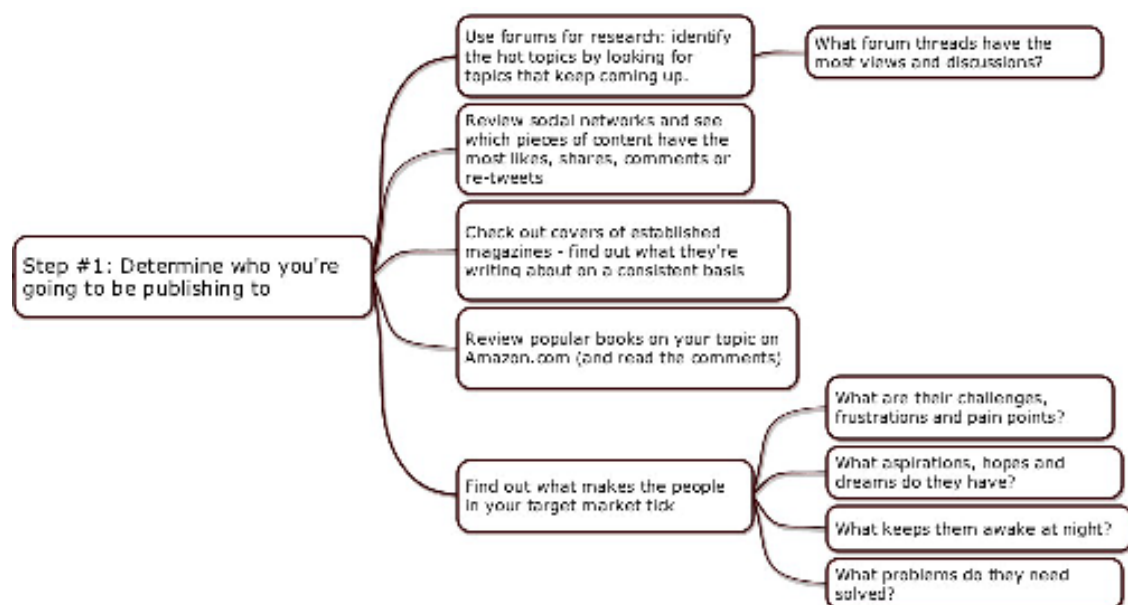
テーマ 7、【First steps to building a list】
日本語訳＝『リスト構築の最初のステップ』

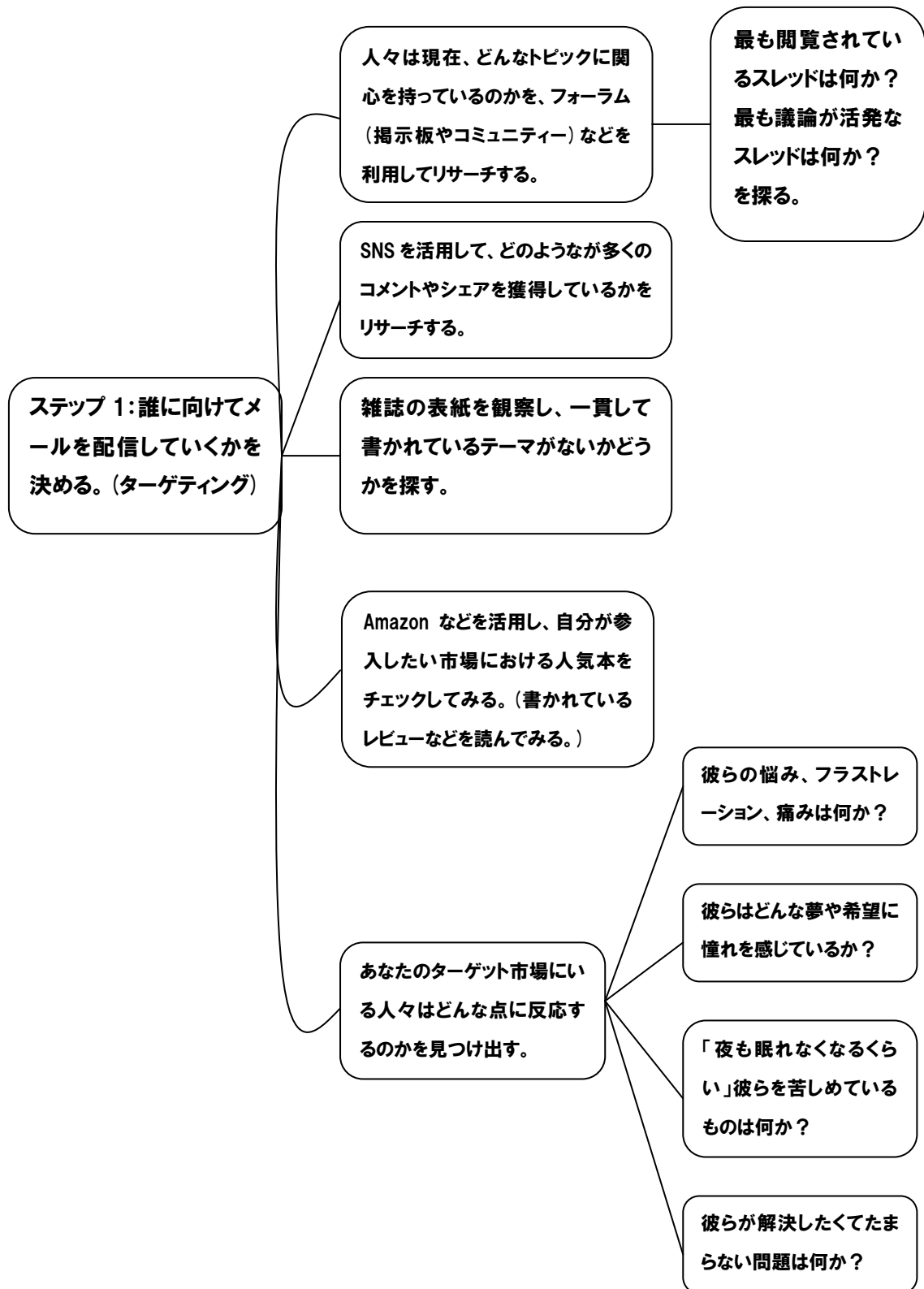


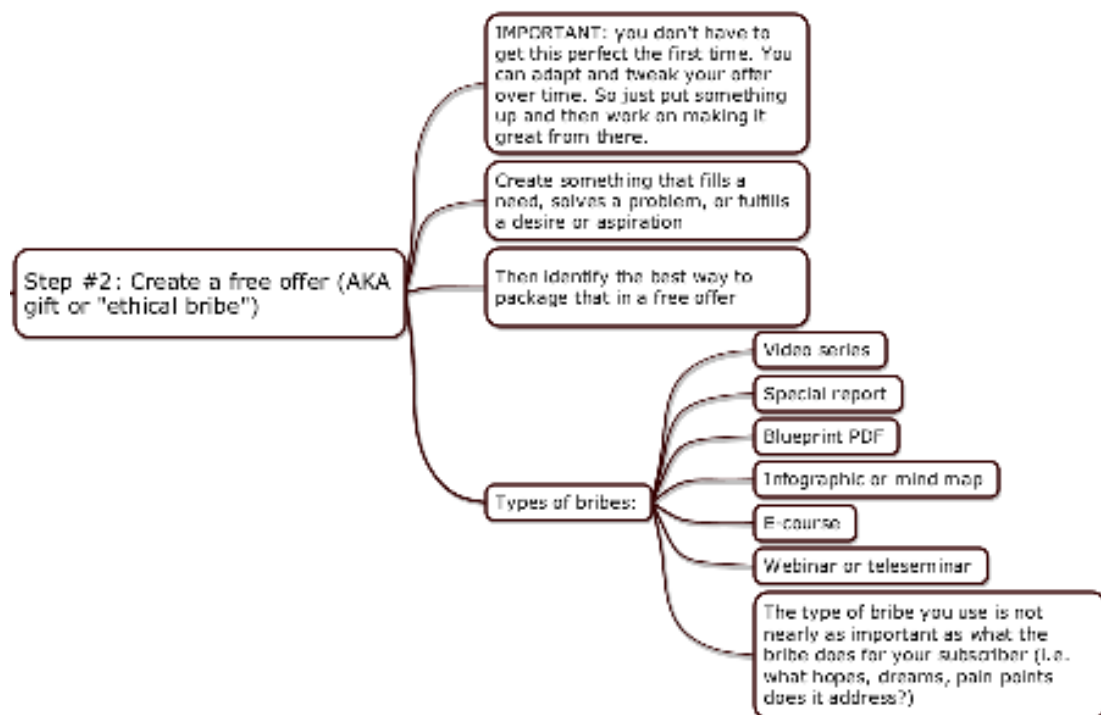
【日本語訳】

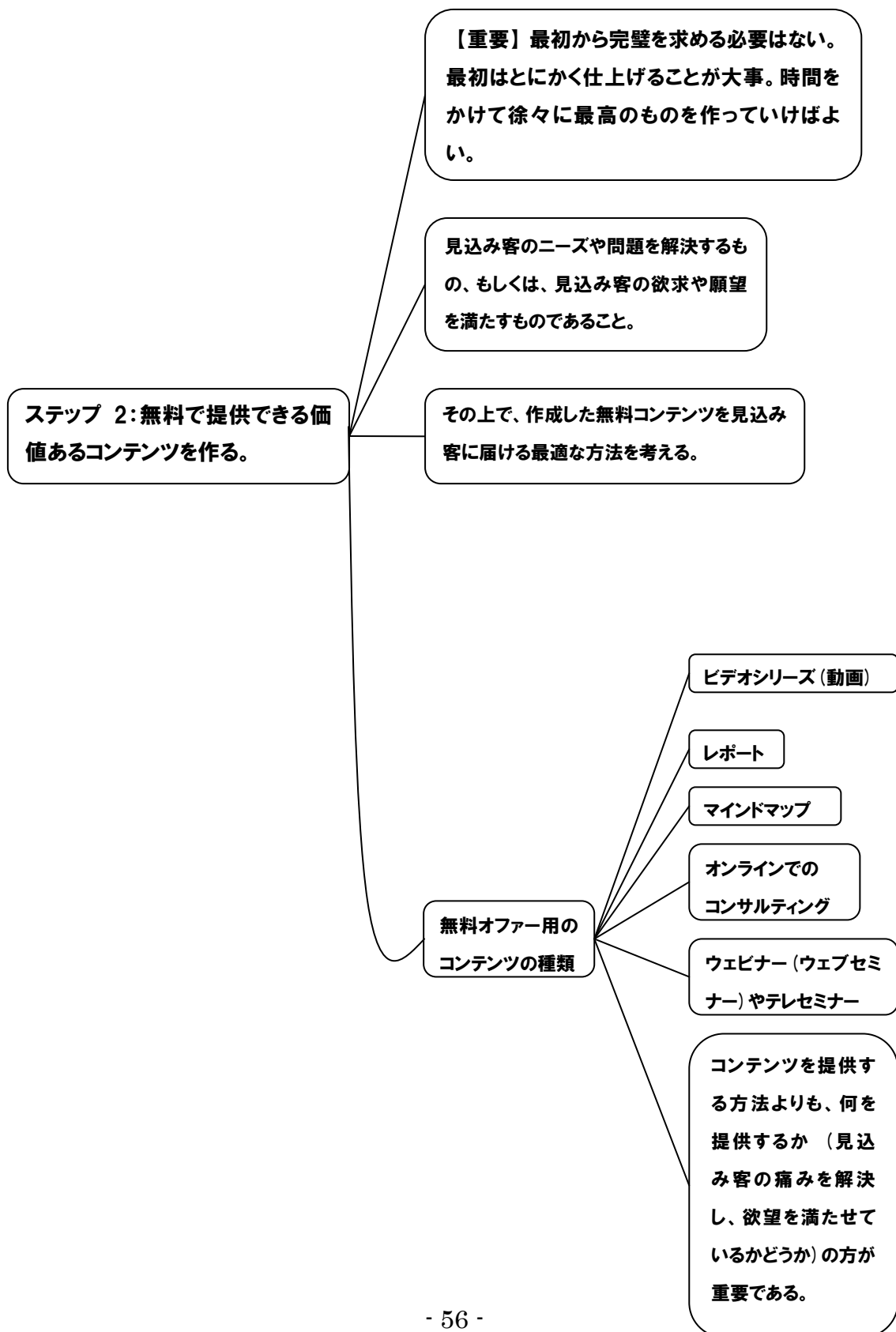
※リスト構築の最初のステップは、以下のように大きく5段階に分かれています。
次のページ以降、5段階それぞれを更に詳しく掘り下げていきます。



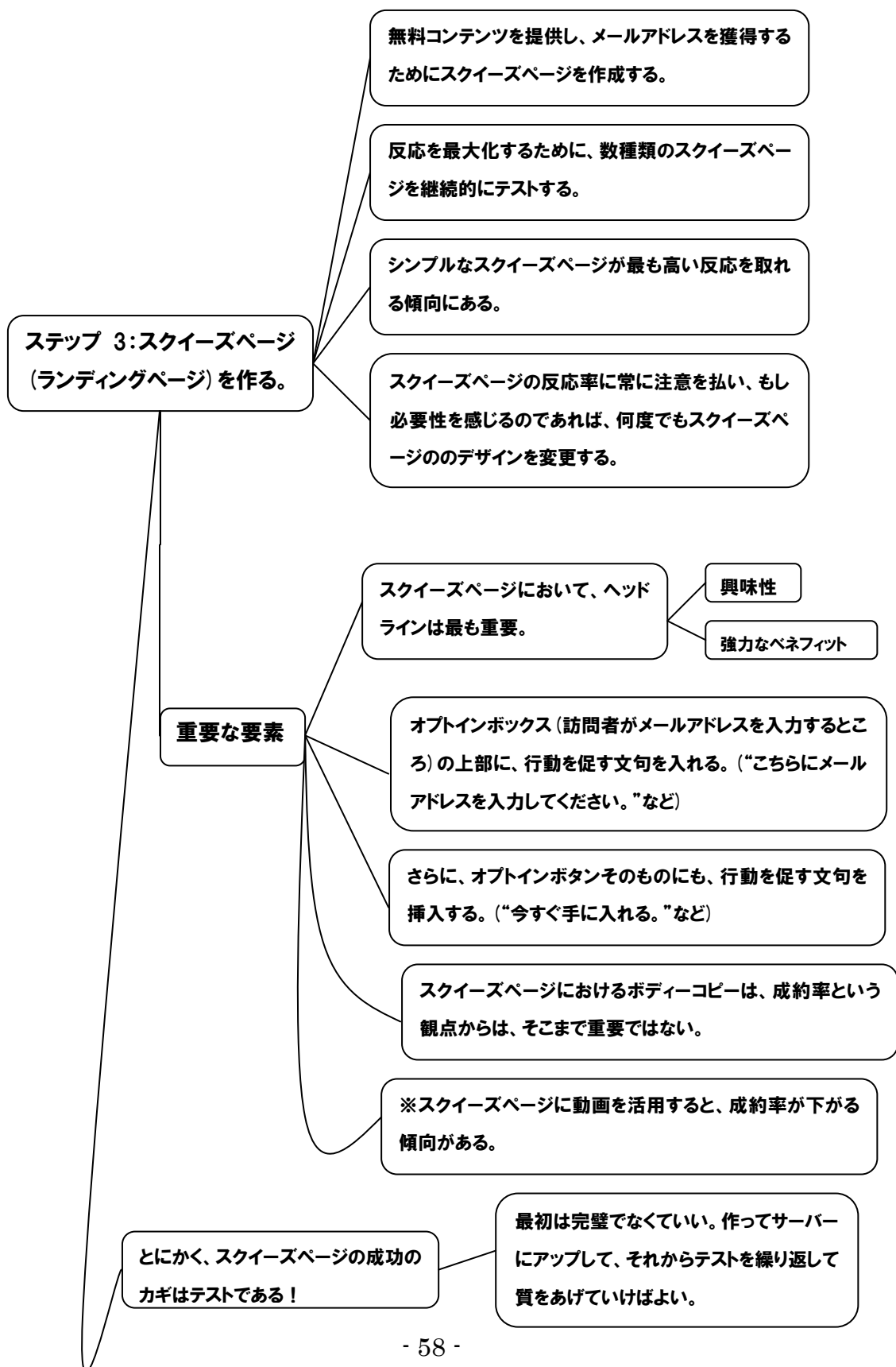


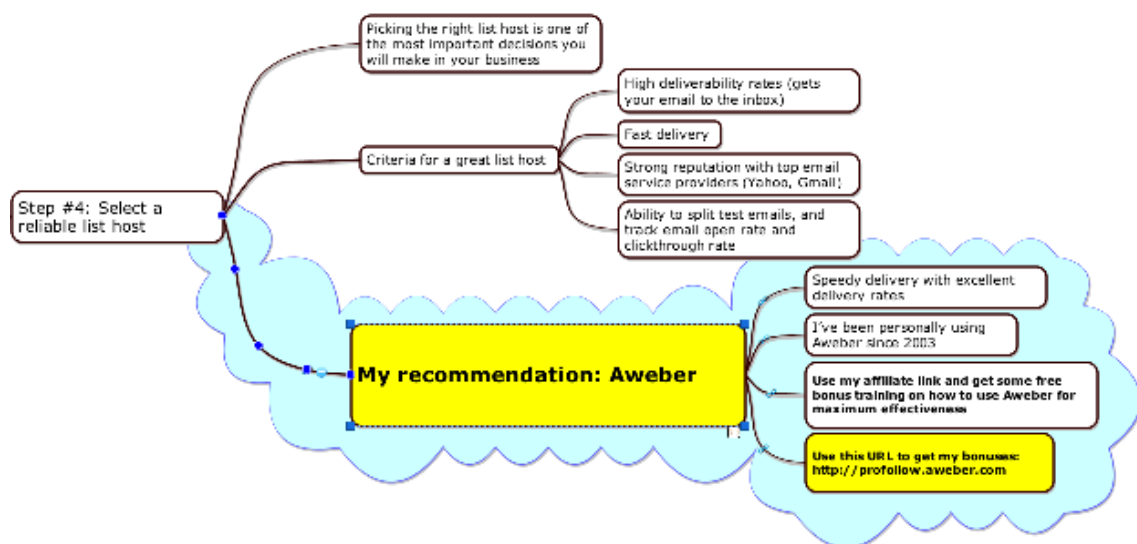


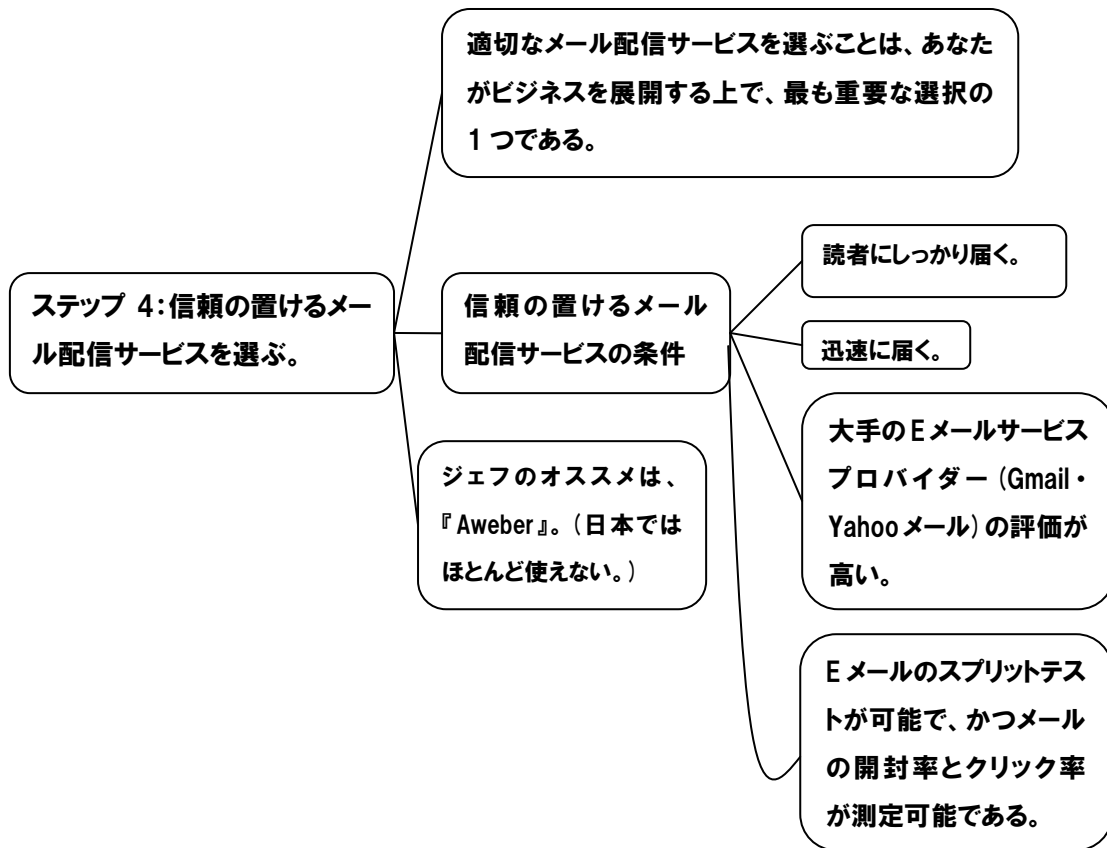


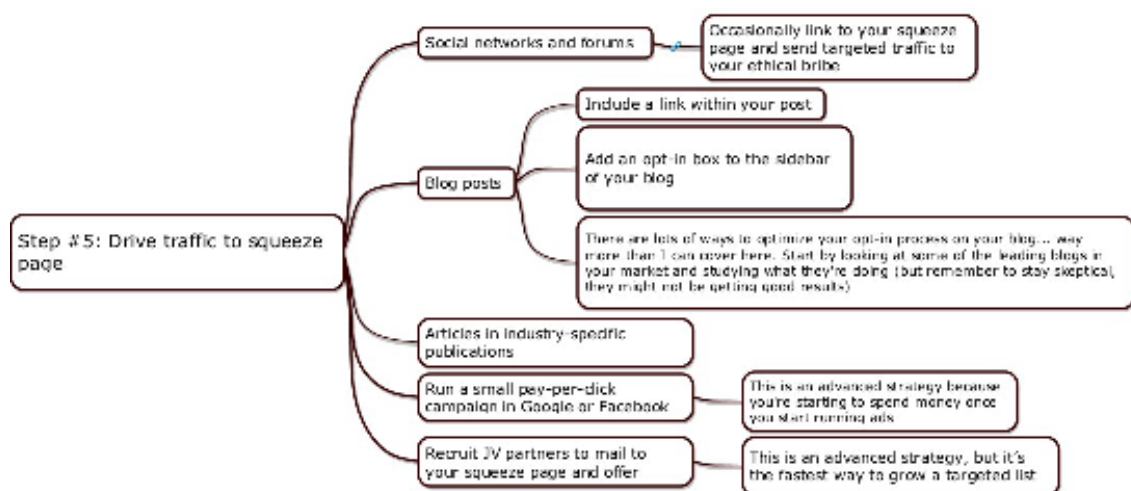


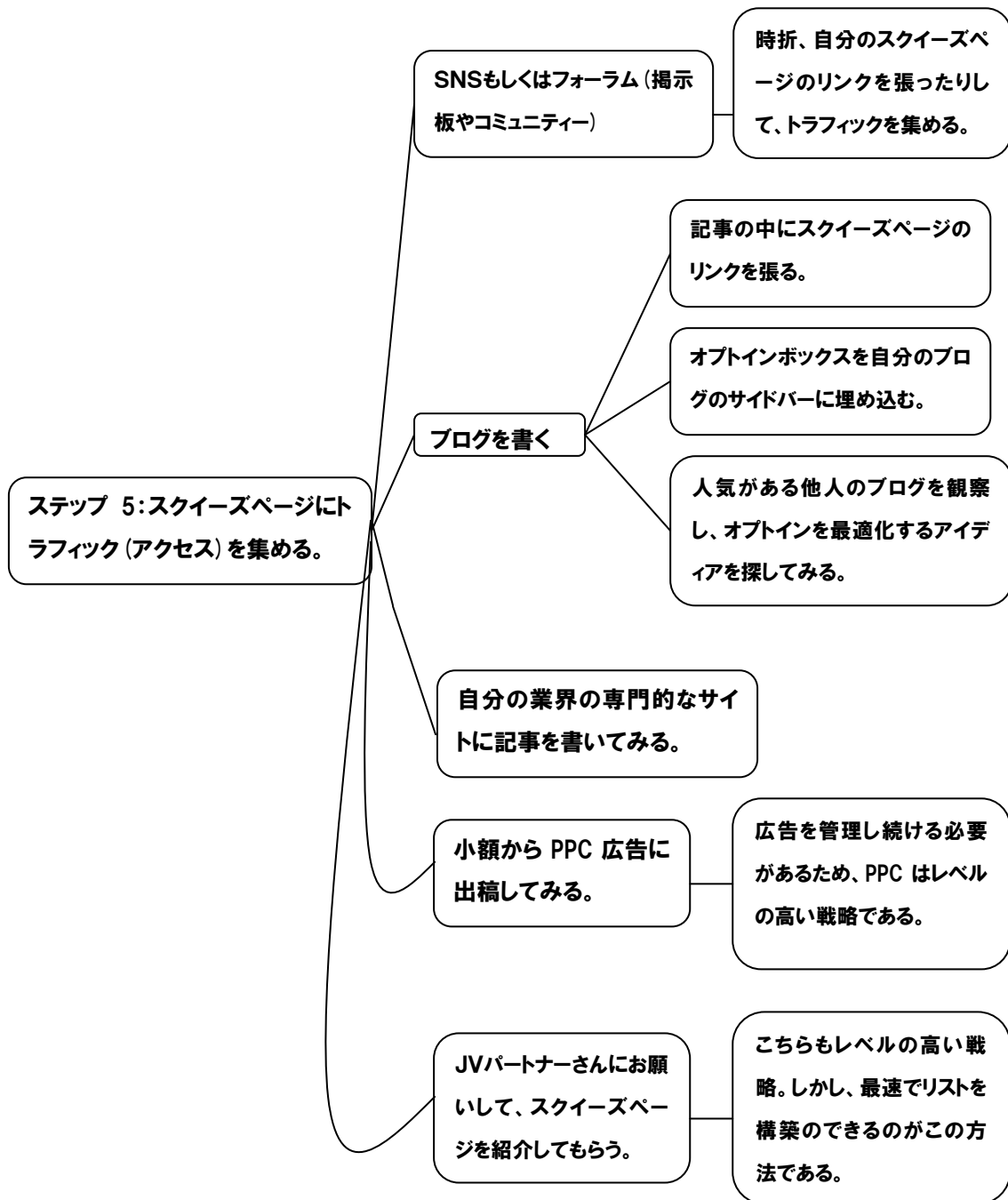












テーマ 7、【First steps to building a list】の解説
日本語訳＝『リスト構築の最初のステップ』

12 ページにわたって図が続きましたが、ご理解頂けましたか？

あくまでも僕の経験則ですが、Step1 から Step5 までを確実にクリアしていくことで、数
はどうあれ必ずリストは構築されていきます。

リストが構築できずに文句をたれる人は、往々にしてこれらの Step のどこかの段階にお
いて手を抜いていたたり、そもそも途中であきらめていたりするのです。

当然、面倒くさい作業も多々あります。

しかし、その先にあるもの（あなたが読者に対して価値を提供している姿。読者から感
謝されているあなたの姿など）を常にイメージし続けてやりきってください。

やりきった後に、仮に結果が芳しくなかったとしても、見えている世界は違っています。

一通りやり抜けば、全体像を把握できるわけですから、感覚的にコツが分かってきます。
コツが分かった上で改善を繰り返せば、結果は自ずとついてくるのです。

とにかくあきらめずに、一通りやってみてください。

では、それぞれのステップを詳しく解説してきましょう。

まず、「ステップ 1: 誰に向けてメールを配信していくかを決める。(ターゲティング)」
に関してです。

そもそも、ビジネスを始める上で最も重要なのは、“コンセプト” です。

コンセプトとは要するに、

- ・ 誰のために商品・サービスを提供したいのか？
- ・ 何のために自分はその商品・サービスを提供するのか？
- ・ なぜ他の人ではなく、自分がその商品・サービスを提供する必要があるのか？

この 3 つの質問に対する答えのことを指します。

考え抜いて答えを出した瞬間に、ターゲティングは完了します。

その上で、SNS やネット上のコミュニティ、掲示板、そして雑誌などを活用して、ターゲットとなる人々についてリサーチするのです。

理解を深めて頂くために、僕の例を出します。

僕が取り組んでいるビジネスの 1 つに、「大学生の就職活動の支援」があります。

コンセプトは、「企業が採用せざるを得ない就活生になる」です。

誰のために商品・サービスを提供したいのか？

「素晴らしいポテンシャルがあるにも関わらず、就活の本質を理解していないがために、満足のいく結果を得られない可能性がある就活生たち。」

何のために自分はその商品・サービスを提供するのか？

「彼ら、彼女らが就活の本質に気づき、その後の人生をより有意義なものにしてもらうため。」

なぜ他の人ではなく、自分がその商品・サービスを提供する必要があるのか？

「僕自身が就活生時代に、就活の意義をひたすら考え行動した結果、大きな気づきを得ることができ、パラダイムシフトを起こすことができたから。これは僕にしか伝えられない。」

このようなコンセプトのもとでリスト構築に励み、根気強く続けた結果。

彼ら、彼女らは内定を獲得し、僕は感謝されながらお金を稼ぐことができました。

コンセプトさえ決まってしまうと、リサーチもスムーズに進みますし、何よりも熱意というエネルギーがわいてきますので、非常に楽しくビジネスができます。

リサーチに取り組むときは、

ターゲットとなる人々が**“最も痛みを感じているポイント”**を常に意識してください。
大出血しているようなポイントです。

例えば就活生だったら、

「内定が取れなかったらどうしよう・・・。」

という点が最も痛みを感じているポイントです。

「OB訪問が不安」とか「筆記試験が苦手」といった類の痛みは、
取るに足らない悩みなのです。

最も痛みを感じているポイントを探り当ててください。

それがリサーチのカギですね。

早速コンセプト作りに取りかかってみてください。

次に、「ステップ 2:無料で提供できる価値あるコンテンツを作る。」を掘り下げましょう。

リストを構築する際は、

「こちらが先に何かを提供し、そのお返しとしてメールアドレスを頂く」

ことが原則となります。

誰もが知っている、「返報性の法則」を活用するわけですね。

※ 返報性の法則＝何かを与えられると、お返しをしたくなっちゃう人間心理。

マインドマップに記載されている通り、無料コンテンツとしての候補は様々あります。

どんな形式のコンテンツにするかは人それぞれの好みで決めればよいでしょう。
(僕は基本的にはレポートしか使いませんが。)

ただ、形式は違えど相手に価値を感じてもらえるコンテンツの作り方には、一定の公式というかステップがありますので以下でお伝えしておきます。

ステップ 1: 見込み客が感じているであろう痛み・恐怖・フラストレーションを 5 つ書く。

ステップ 2: 見込み客が持っているであろう欲望を 5 つ書く。

ステップ 3: 1と2の合計 10 個の痛みや欲望の中から、その程度が強い順（痛みを強く感じている、強く欲望を感じている）に 3 つ選ぶ。

ステップ 4: その 3 つのそれぞれを解決するテクニックを考える。

ステップ 5: それぞれを「なぜ→何→どうやって→今すぐ」の流れで文章化する。

ステップ 6: 3 つを組み合わせて、1 つのコンテンツにする。

（例）就活生向けのレポート ↓

チャプター1「あなたが内定をとれないたった 1 つの理由」

- ・ なぜ内定がとれないのか？
- ・ そもそも「内定を取る」とは何を意味するのか？
- ・ 内定をとるための具体的なステップ
- ・ 今この瞬間にあなたがすべきこと

チャプター2「効果的な筆記試験の勉強法」

- ・ なぜ筆記試験が求められるのか？
- ・ 筆記試験に使われるテストの種類は？
- ・ 具体的な勉強法
- ・ 毎日あなたがすべきこと

チャプター3「あなたは情報収集の意味を取り違えている」

- ・ なぜ情報収集が重要なのか
- ・ 情報収集力を磨くことで就活に勝利した先輩たち
- ・ 3 ステップ情報収集術
- ・ これを毎日の習慣にしてください

かなり大雑把ですが、このような感じでコンテンツを作成してください。

気合を入れて作れば作るほど、無料で提供することにためらいを感じてしまいがちですが、「えいやっ」とつぶやきながら、提供してください。

価値が高ければ高いほど、無料でプレゼントしたときの反響は大きいのです。

僕は昨年 Twitter 上で、約 500 人の就活生たちに向けて、

「就活レポートをプレゼントします！」とツイートしました。

瞬間的に 200 名ほどがダウンロードしてくれました。
すなわち一瞬で 200 リストを獲得できたわけです。

もちろん就活という市場は、そもそも学生相手ですし、
悩んでいる学生が多い場所なんで、反応率が高いのは当たり前なんですけどね。

ここまでの反応率が出ないにしても、

自分が渾身の力を込めて提供した無料コンテンツは、必ず一定数の見込み客の心には響きますから。

希望をもって、コンテンツ作りに励んでください。

そして、「ステップ 3:スクイズページ (ランディングページ) を作る。」です。

僕は、「ワードプレス (思うままにカスタマイズできるブログサービス) 」のプラグインと「フォームマン無料版」の自動返信機能を組み合わせて、しょぼいスクイズページを自作しました。

それでも十分にビジネスを展開することはできますが、

多少のお金をかけられるのであれば、

“シンプルかつ洗練されたスクイズページ”をプロに作ってもらうほうが効率がいい気がします。(僕も現在新しいものを作ってもらっています。)

いくつか作ってもらって、それぞれをテストする。

そして最も反応率が高いスクイズページを固定する。

これで毎日一定数のリストは獲得できるはずです。

僕のしょぼいスクイズページでさえ、毎日一定数獲得できていましたから。

そして、ジェフも強調していますが、

スクイズページ内では、とにかく「ヘッドライン」を強烈にしてください。

訪問者に一瞬で興味をもってもらえなければ、同じく一瞬でページを閉じられます。

※ヘッドラインを強力にする方法はコピーライティングを勉強してください。

さらに、訪問者に“**行動を促す**”ことも忘れないでくださいね。

つまりは、オプトインボックスの中にメールアドレスを入力してもらうように促すということです。

僕自身、セールスという仕事に携わる中で確信したことがあるのですが、

「人間は本当に、本当に、本当にナマケモノ」です。

契約をとるまでも大変でしたが、契約後に商品を納入するまでも同様に大変でした。

基本的にお客さんに何かをお願いしても、1回ではやってくれません。
3回くらい確認をとって、念を押して、やっと行動してくれます。

お客さんからすると、「あっ、営業の人が言ってたあれ、やらなくちゃ・・・
…………まあと後でいいや。」

こんな感じなのです。

ですので、スクイーズページに以下のようなボタンを作って、その中にリンクを埋め込んで、ナマケモノさんの背中を押してあげてください。

とりあえず無料レポート をもらっとく！

続いて、「ステップ 4:信頼の置けるメール配信サービスを選ぶ。」に関してです。

ジェフが今回の PDF で最も大きなマインドマップのボックスを使っておすすめしている「Aweber」というサービスは、アメリカにおいては多くのネット起業家に好んで使われていますが、日本語では一般的ではないですね。一応日本語にも対応しているようですが、使ってる人なんて見たことないですね・・・。

したがって、無理に「Aweber」を使わなくとも、アスメルとかエキスパートメールで十分です。

アスメル→ <https://www.jidoumail.com/>

エキスパートメール→ <http://expert-mail.net/>

※アフィリエイトリンクは仕込んでありませんのでご安心くださいませ。

ここからは完全に僕の意見ですが、

最初は配信サービスとか使わなくていいと思います。

絶対に読者にメールが届くかと言えば、そうは言い切れませんが、何か機械的な感じが出ちゃうじゃないですか。

自分のビジネスの初期段階においては、普通に個別にメールを送るくらいの勢いで読者とコミュニケーションをとったほうが結果が出やすいと思います。

僕なんて逆に配信サービスを解約して、Gmail の BCC でメルマガを送ってますから。

したがって今は、新規読者の教育の段階でさえステップメールを使用していません。常にリアルタイムです。

少数の読者との深いコミュニケーションに大きな価値観をもっています。

「リストを集めて、ステップメールで教育して、商品を販売して終わり。
対面でお客さんと会うことなんてほとんどない。
自動で稼げて、ちょーハッピー！」

というのがどうも僕はちょー嫌いなんですよね。

と言うのも、僕がこの業界でビジネスを始めて最初の頃に色んな人のメルマガに登録したところ、毎日毎日ステップメールの嵐でマジでうざかったからです。

最後のほうに、「また明日の 8 時ごろにメールしますね。」

と書かれているメールがステップメールであるという事実がたまらなく嫌なのです。
(ただ、新規読者の教育段階においてはジェフもステップメールを使っているようですし、
効率が良くなるというのは紛れもない事実です。もはやこの点は自分の価値判断に委ねられるところでしょう。)

そんなこんなで、僕は今 Gmail を使って、お客さんとリアルタイムでコミュニケーションをとっているわけです。企画を出したときの反応率は、90%以上です。

最後に、「ステップ 5:スクイーズページにトラフィック (アクセス) を集める。」の解説です。

基本的にはマインドマップに描かれている通りに実践してもらえばいいかと思いますが、

「自分の業界の専門的なサイトに記事を書いてみる。」

という点だけ補足しておきましょう。

この本意はジェフに直接聞いてみなければわからないのですが、

おそらく、

・マネー系 (株や FX) の領域で勝負する人は、投資専用の SNS などて記事を書いてみる。

・健康系の領域で勝負する人は、健康系のポータルサイトみたいなところで記事を寄稿してみる。

このような認識でいいのかなと思います。

おそらくアメリカには、自分が業界に関しての論文を書いて、それを発表できるプラットフォームみたいなものが数多くあるのでしょう（日本だと BLOGOS みたいなサイトですね）。

あとは、ブログです。

海外の有名マーケターたちの間では、「ワードプレス」が大人気です。
ジェフをはじめ、ダン・ケネディ、フランク・カーンなど非常に上手く活用しています。

加えて、可能であれば PPC 広告やJVさんへの協力依頼などの方法もあります。

手を変え品を変え、様々な方法でトラフィックを集めることが肝要ということですね。

もちろん、Facebook や Twitter も十分に有効ですよ。

効果は薄いかもしれませんが、無料レポートスタンドだって使えます。

まぐまぐで無料メルマガを発行してみるのもいいですね。

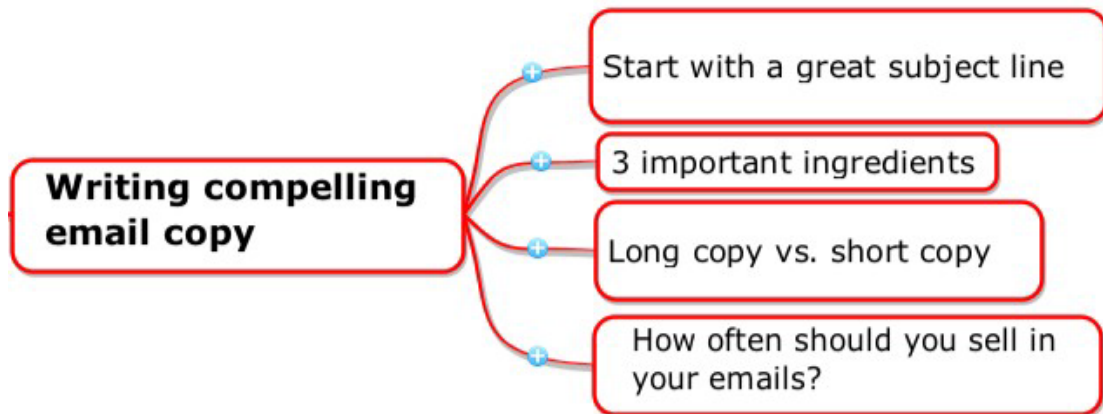
もはやアイデア勝負です。アイデアが出なくなったら、

マイケル・マハルコの『アイデア・バイブル』でも読んで、頭を活性化させてください。

では、次のテーマに移りましょう。

テーマ 8、【Writing compelling email copy】

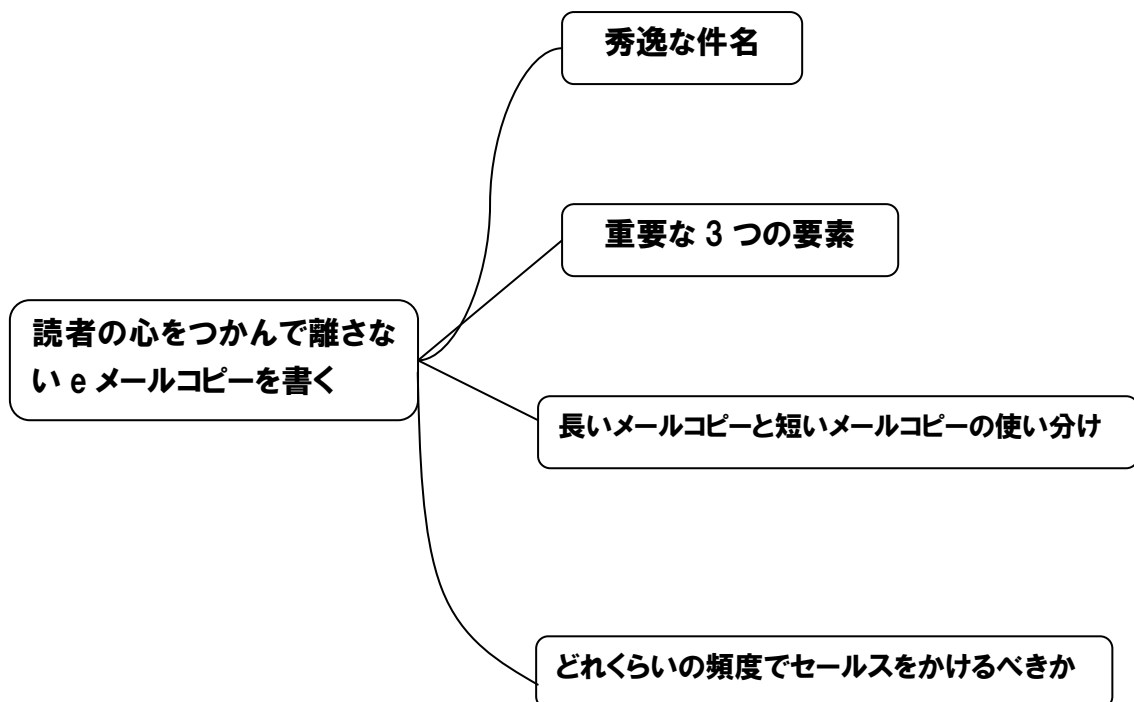
日本語訳＝『読者の心をつかんで離さない e メールコピーを書く』

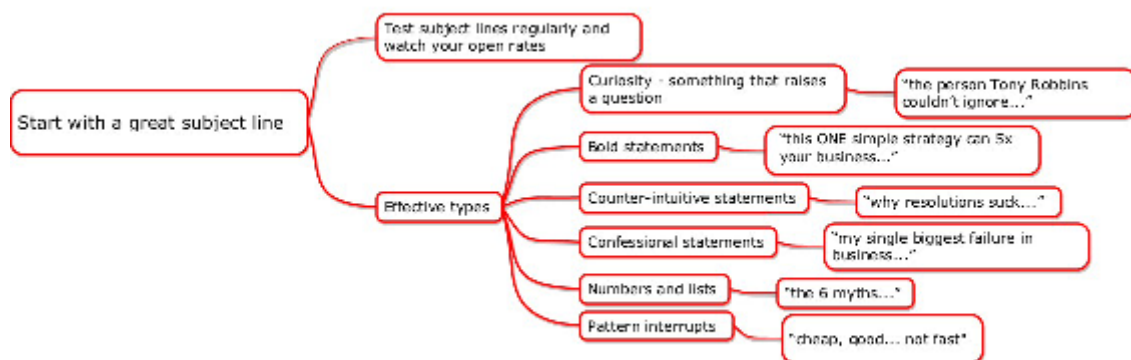


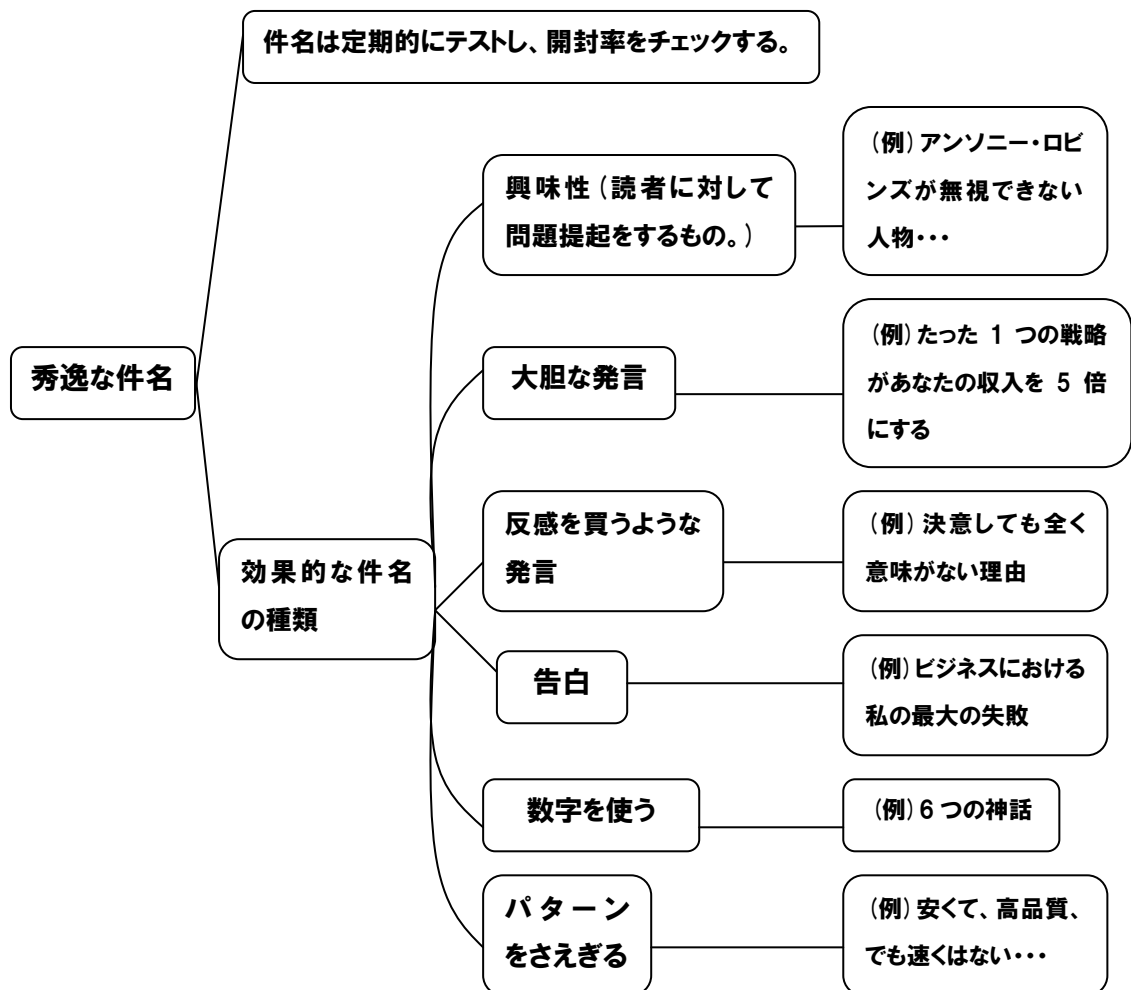
【日本語訳】

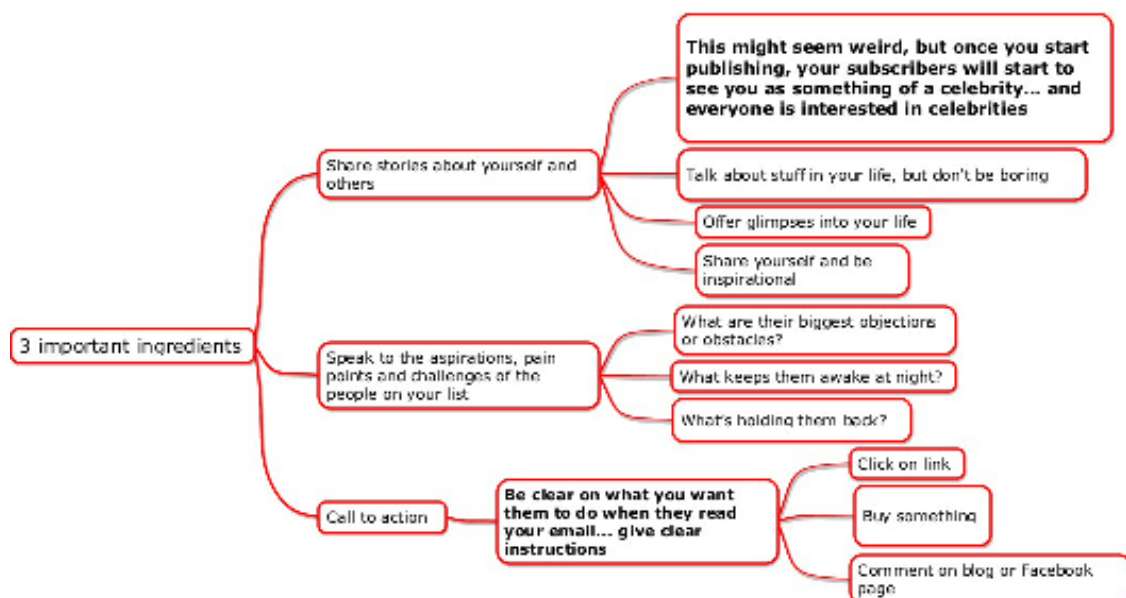
このテーマは、以下の 4 項目の要素で成り立っています。

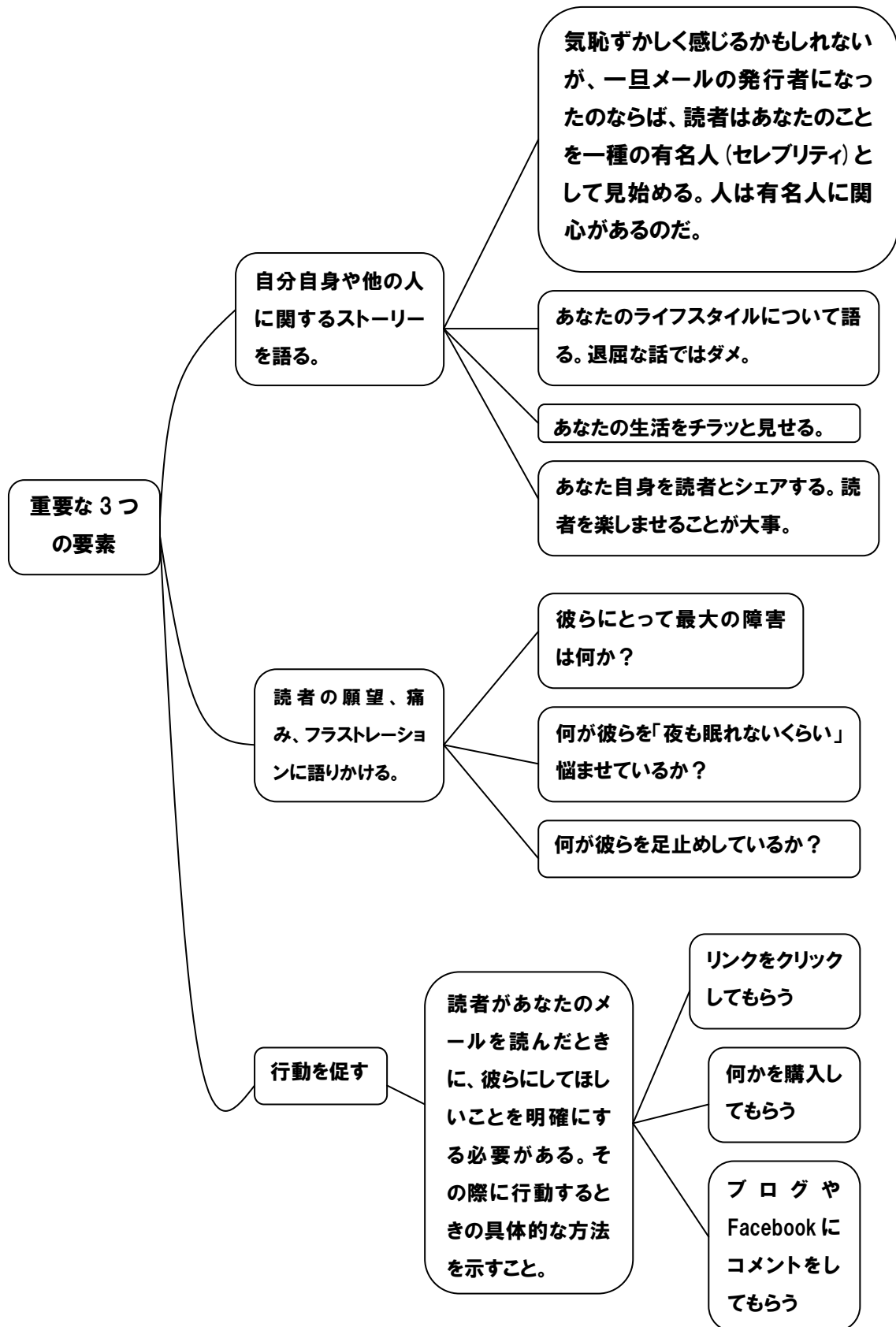
次のページ以降、4 項目のそれぞれを更に詳しく掘り下げていきます。

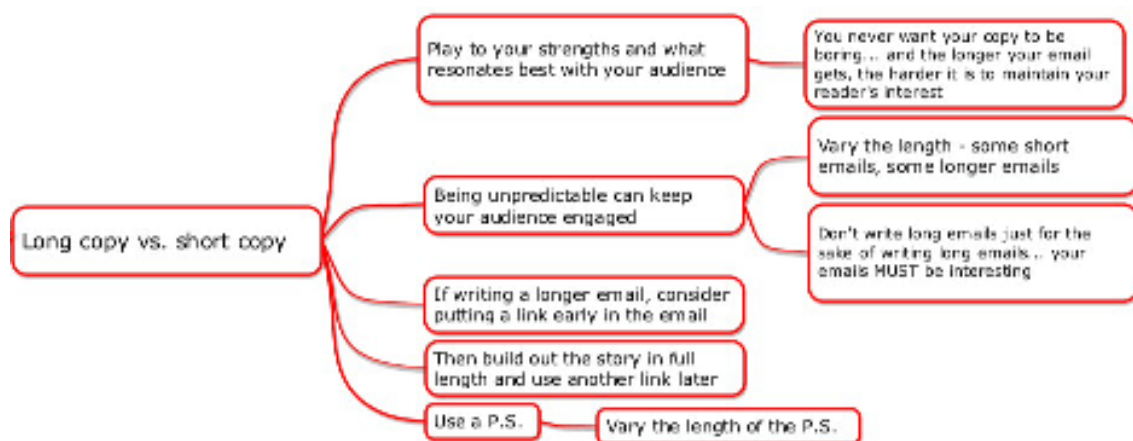


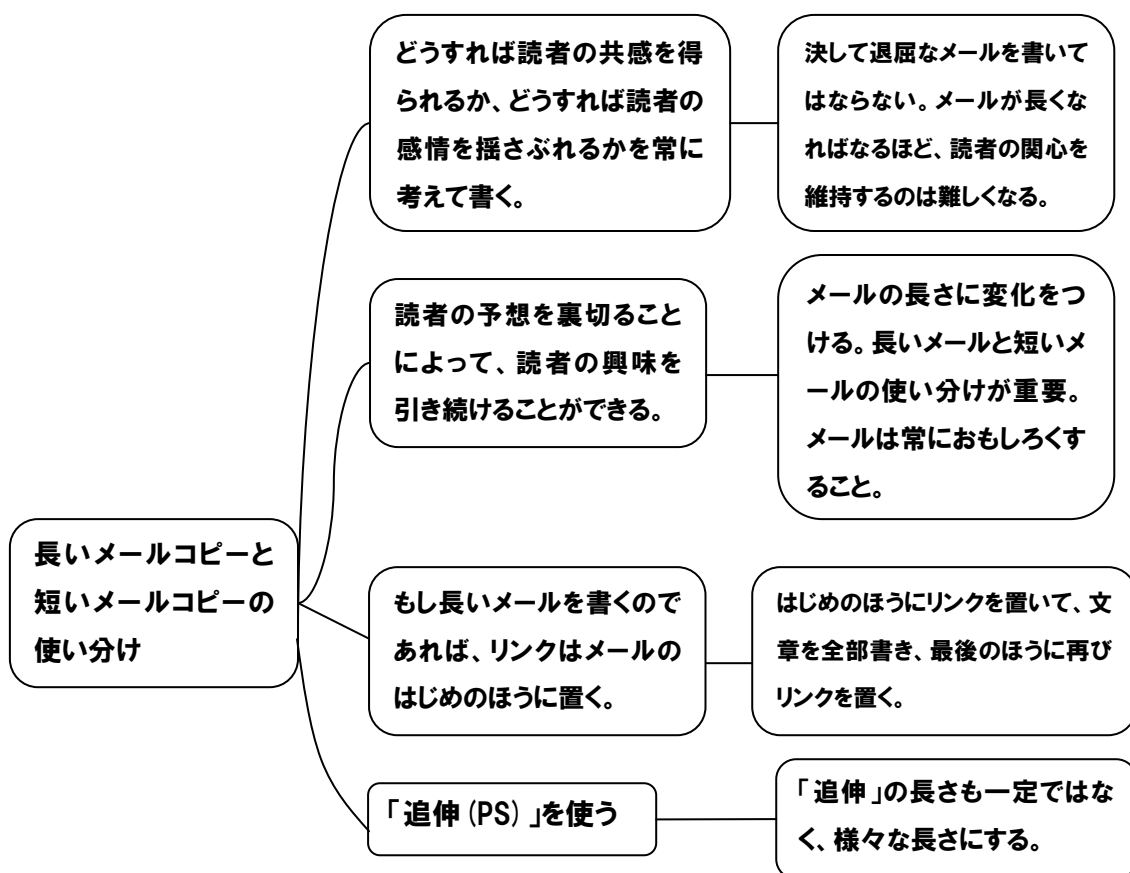




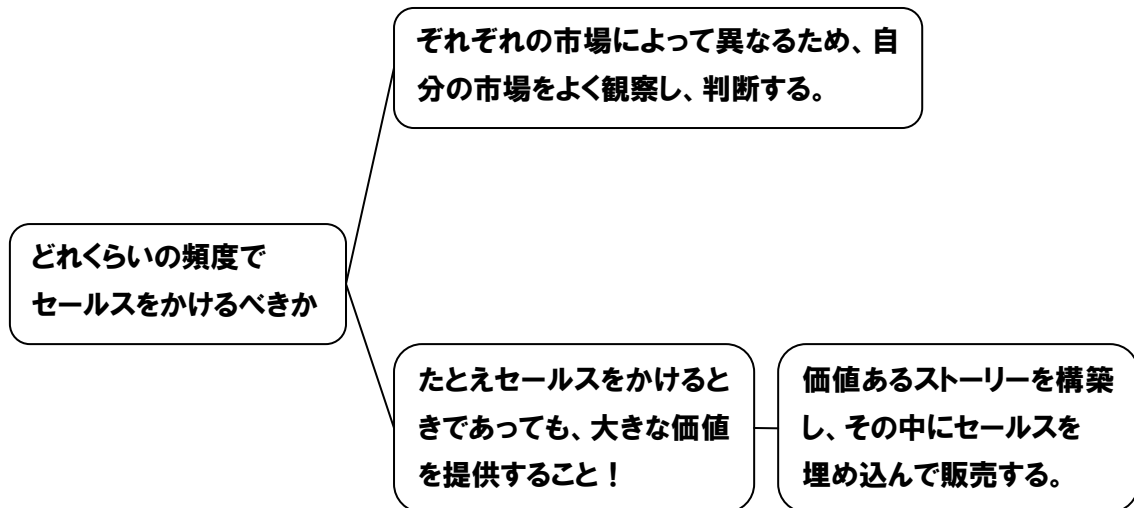












テーマ 8、【Writing compelling email copy】の解説

日本語訳＝『読者の心をつかんで離さない e メールコピーを書く』

このテーマにおいては、

一見コピーライティングについて言及されているかと思いきや、それは表面的なものであって、本質的にはビジネスの真髓が語られていると僕は思うのです。

というのも、ビジネスは顧客や見込み客がいて初めて成立するものであり、

「彼らの心をつかんで離さない」＝「ビジネスそのもの」だと考えられるからです。

件名をどうするだとか、追伸を使うだとか、それらは単なるテクニックです。

大事なのは、“**いかに読者を楽しませるか**”ということです。

メルマガは立派なメディアです。

メディアを持つものとして考えるべきは、いかにして読者から好かれ続けるか、つまり選ばれ続けることができるかという点でしょう。

無数の人がメディア（SNS、ブログ、HP、メルマガなど）をもち、他人の時間をどのようにして勝ち取れるか（＝自分のメディア見てもらう）を必死になって競い合っています。

そんな中であって、

つまらないテレビ番組・つまらないサイト・つまらないメルマガなどは、ゴミ以下の存在として問答無用で淘汰されていくのです。

こうしたルールの上で、あなたも僕も戦っているわけです。

そうであるならば、すべきことは必然的に明確になりますよね。

「人々に選んでもらえるメディアを構築していくこと」です。

ひとりでシコシコ日記を書いているだけで心が満たされるのであれば、別に何もなくていいですが、仕掛ける側に回りたいのであれば他人に選ばれなければなりません。

このような観点からもう一度、

テーマ 8、【Writing compelling email copy】

日本語訳＝『読者の心をつかんで離さない e メールコピーを書く』
のマインドマップを見てみてください。

読者に選ばれ続けるための要素が満載であることに気づけるはずです。

“徹底的に読者の興味をひき、徹底的に読者に共感し、徹底的に読者を楽しませる”

これができれば、おそらくあなたの読者は一生あなたについて来てくれるでしょう。

一生ついて来てくれるとはどういうことだと思いますか？

すごく簡単に言いますが、

「安定的に稼げる」ってことです。というよりも、

~~~~~

**「いつでも稼げる状態になる」**と表現したほうが正しいでしょうか。

~~~~~

もちろん、どう簡単にその境地まで至ることはできないでしょう。

だからこそ、努力する価値があるのです。

僕自身もまだ、「好きなときに 1000 万円くらい軽く稼げる」ほどのレベルには至っていません。でもそうなれるように、努力をしてお客さんとの関係の構築を図っているのです。

“最強のコミュニティを作る” これが僕の今の目標です。

話が逸れましたが、

あなたがメルマガの発行者である以上、読者に対して価値を提供し続ける必要があります。

マインドマップでも触れられていますが、

「読者の予想を良い意味で裏切ってあげてください。」

「読者の欲望を満たしてあげてください。」

「読者の痛みを解決してあげてください。」

「あなた自身のことを読者に語ってください。」

「あなたのライフスタイルをチラ見せすることで、読者に憧れをもたせてください。」

「あなたの読者が理想とする世界観を構築してあげてください。」

こうした地道なコミュニケーションの結果として、読者と一体化できるわけです。一体化した瞬間に読者はあなたの絶対的なファンになるのです。

そのための具体的な方法をお伝えしたいところですが、

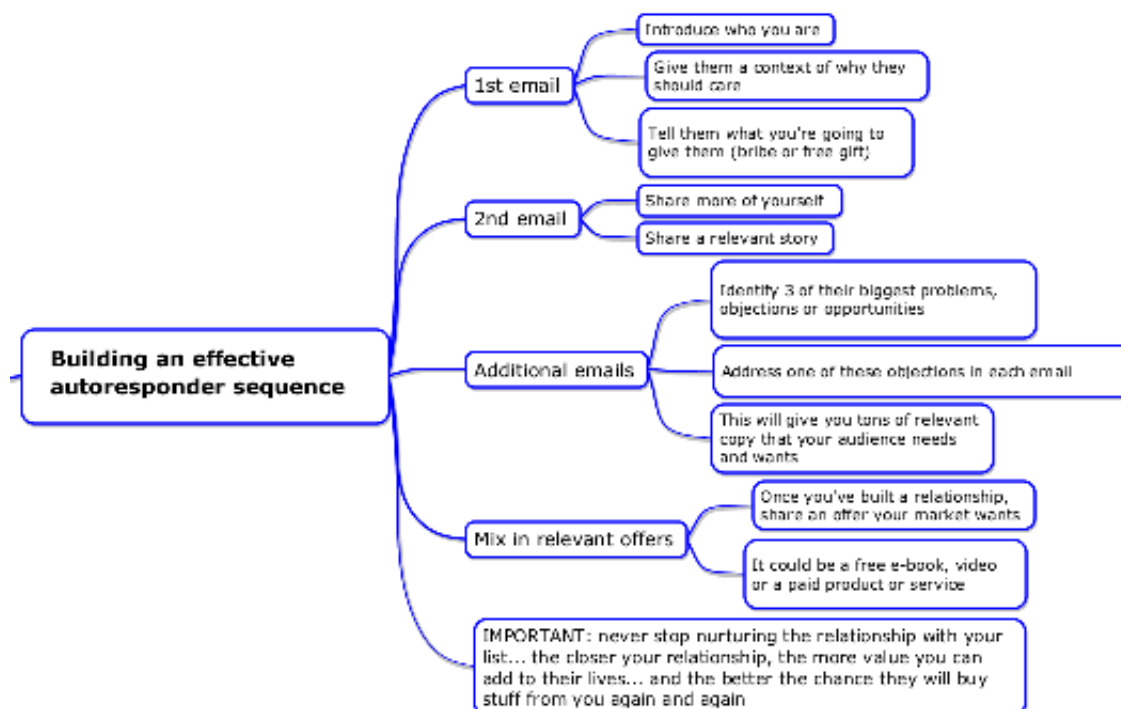
このレポートの趣旨とはズレてしまいますので、また追々お伝えできればと思います。しかし、そんなものはテクニックです。大事なのはテクニックより、心構えですからね。

僕も真剣に頑張りますので、あなたも頑張ってください。

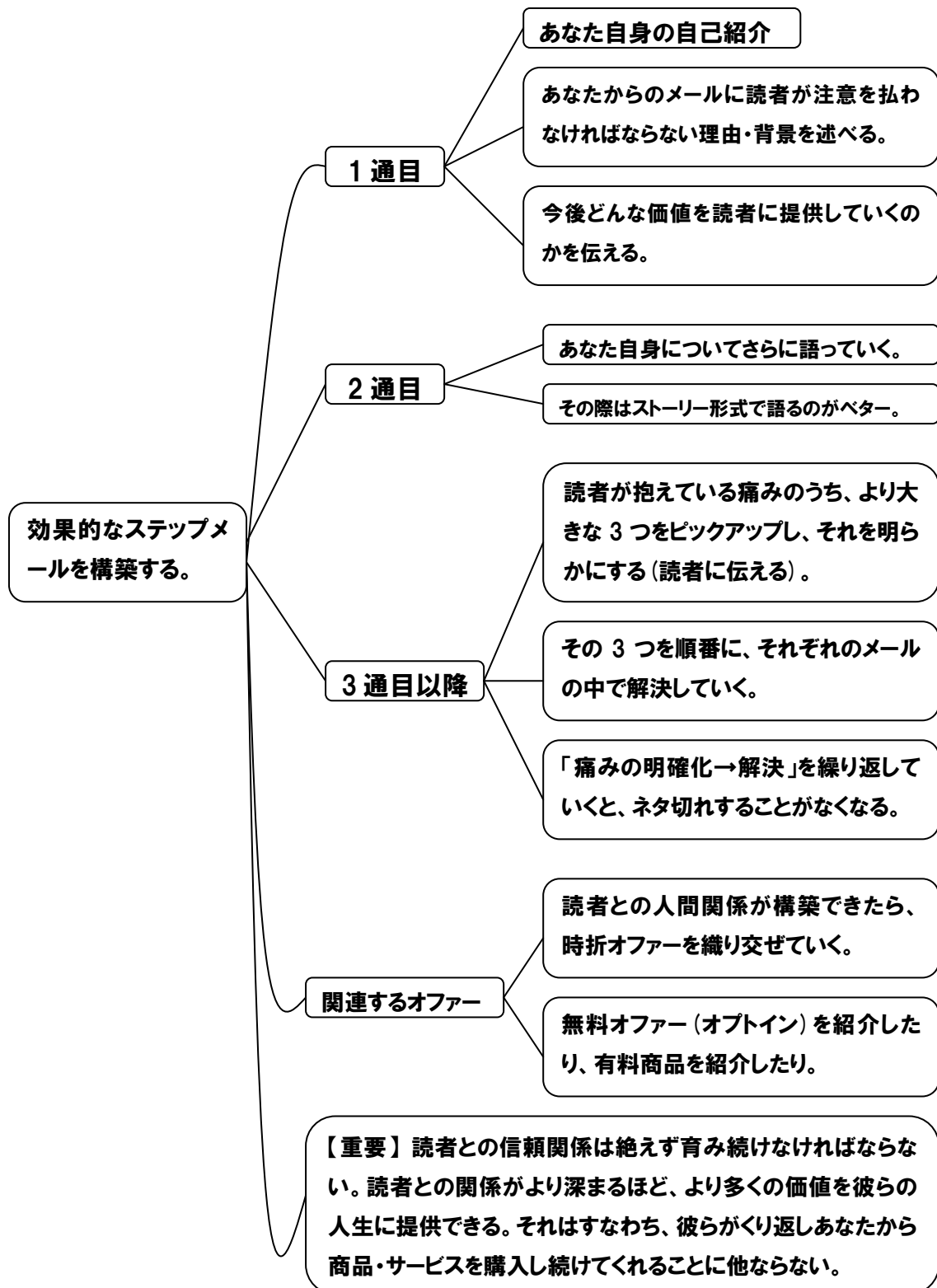
それでは次のテーマに移りましょう。このレポートも終わりに近づいてきました。

テーマ 9、【Building an effective autoresponder sequence】

日本語訳＝『効果的なステップメールを構築する』



【日本語訳】



テーマ 9、【Building an effective autoresponder sequence】の解説
日本語訳＝『効果的なステップメールを構築する』

「autoresponder sequence」とは僕の嫌いなステップメールのことです。

まあ、Gmail の BCC では 1 通につき 500 アドレスまでしか送信できないので、リストが 500 以上になってからメール配信サービスを契約して、ステップメールなどを考え始めればいいのかと僕は思います。

ステップメールに関しては、日本において圧倒的な実績を残している販売者とかアフィリエイトとかのメルマガに登録してみて、概念を把握するのが手っ取り早いです。（登録しすぎるとあなたの受信箱は死にそうになってしまいますが。）

一応ここでもステップメールの流れを簡単に解説しておきます。

まず、ステップメールの 1 通目で、自己紹介をします。

→なぜ自分はこのビジネスをしているのか？誰のためにしているのか？そもそも自分は何物なのか？などを語ってください。

要するにメルマガのコンセプト＋あなたの人間像を語るということです。

心理学的には、自分の人柄を語るときは、「6～9 歳のころの親との印象深い出来事とそのときの感情」を表現するとより共感が生めるらしいです。

なんだか心が温まりそうですもんね。

それに加えて、今後自分が配信するメールを“**読者が読むべき理由**”をうまく印象づけないとだめですね。

例えば、

「このメールは連続性があります。継続して読んで頂くことで、あなたの〇〇といった悩みを解決することができます。また、突然プレゼント（以前有料で販売していた商品、さらにノートパソコンもたまにプレゼントしちゃうときもあります。）企画も行ったりしますので、僕からのメールが迷惑メールフォルダに入らないように注意してくださいね。」

みたいな。ちょっとありきたりすぎる気もしますが、まあこんな感じです。

あとは、具体的にどのような情報を発信していくのか？このメールを読むことで読者にどのようなメリットがあるのかも語ってあげてくださいね。

続いて 2 通目に、

さらなる自己開示をしていきます。

物語形式にすることで、よりスムーズに読者の脳の中に入り込むことができます。

「神話の法則」などをアマゾンで購入して、読んで、あなたの自分ストーリーを構築してください。

※ 当然、ストーリーを語るときは真実を語ってください。
ありもしないことを創作して語ったり、自分のことを著しく潤色して語ったりしてしまうと、
あとで痛い目を見ますからね。

正直に、等身大の自分を表現し、読者の信頼を勝ち取ってください。

参考までに以下に反応の取れるストーリーの構成を記載しておきます。

【物語の公式】

1、読者と同じような境遇だったことを知らせる。(読者と同じような悩みを自分も持っていて、それを解決できたからこそ情報発信をしているはずですよね。)

2、悩みを解決しようとして、様々なチャレンジをするが失敗ばかり。

3、突然の出会い・発見。(誰かと会うことで解決策を得られた。ある商品を見つけたことで悩みが解決されたとか。)

4、人生が変わった。

5、悩みが解決した理由の分析。

6、同じ悩みをもっている他の人にも教えてあげたら、みんなが解決した。

7、だからあなたにも教えたい。

以上のような流れで書くことで、効果的なストーリーが作れるのではないのでしょうか。

自己紹介ではあなた自身について語っていくわけですが、意識するのはあくまでも読者の人々です。彼らが主人公なのです。常に彼らの立場に立って、情報発信してください。

そして3通目以降は、

読者が抱えている痛み・悩み・フラストレーションにフォーカスして、より大きな悩みから順に取り上げ、数回のメールにわけて解決策を提示してあげてください。

「**解決策の提示＝価値の提供**」です。

手を抜くことなく、

「痛くて、苦しくて夜も眠れない読者の人々」を助けてあげてください。

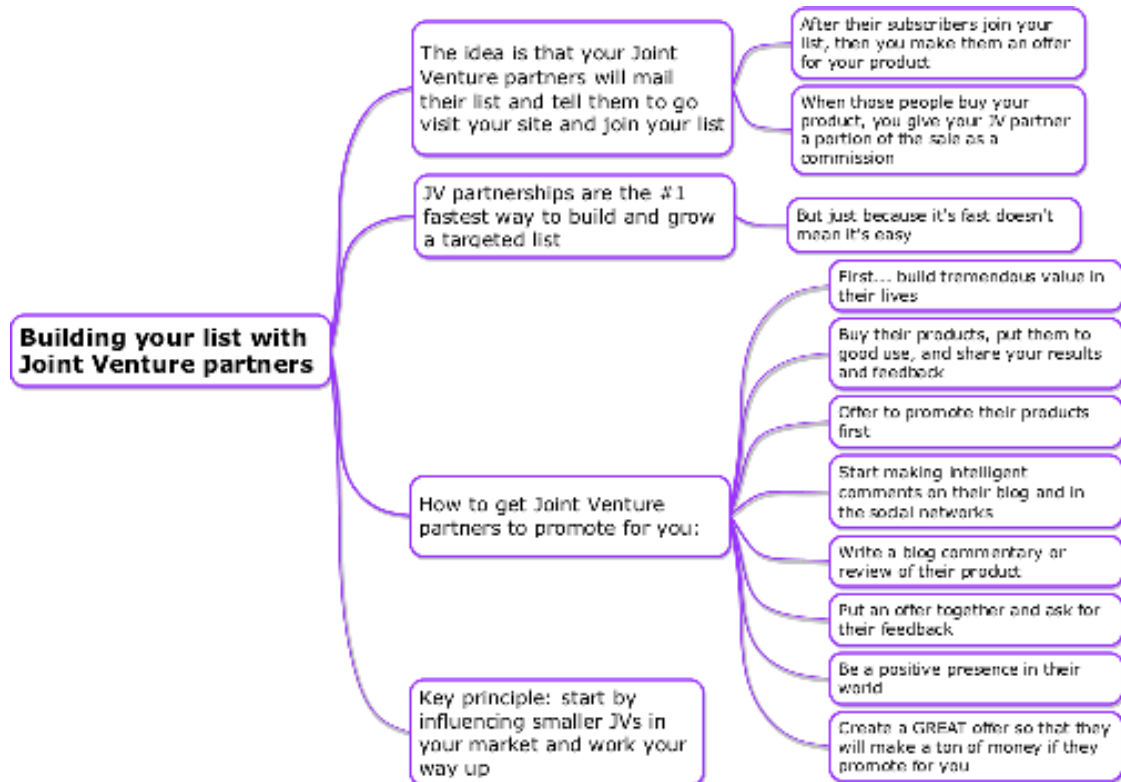
深い信頼関係が構築できさえすれば、その後の展開はあなたの思うままです。

無料オファーを紹介するもよし、他人の有料のサービスを紹介するもよし、自分自身の商品やサービスを販売するもよし。読者の役に立ち、感謝されながら大金を受け取ってください。

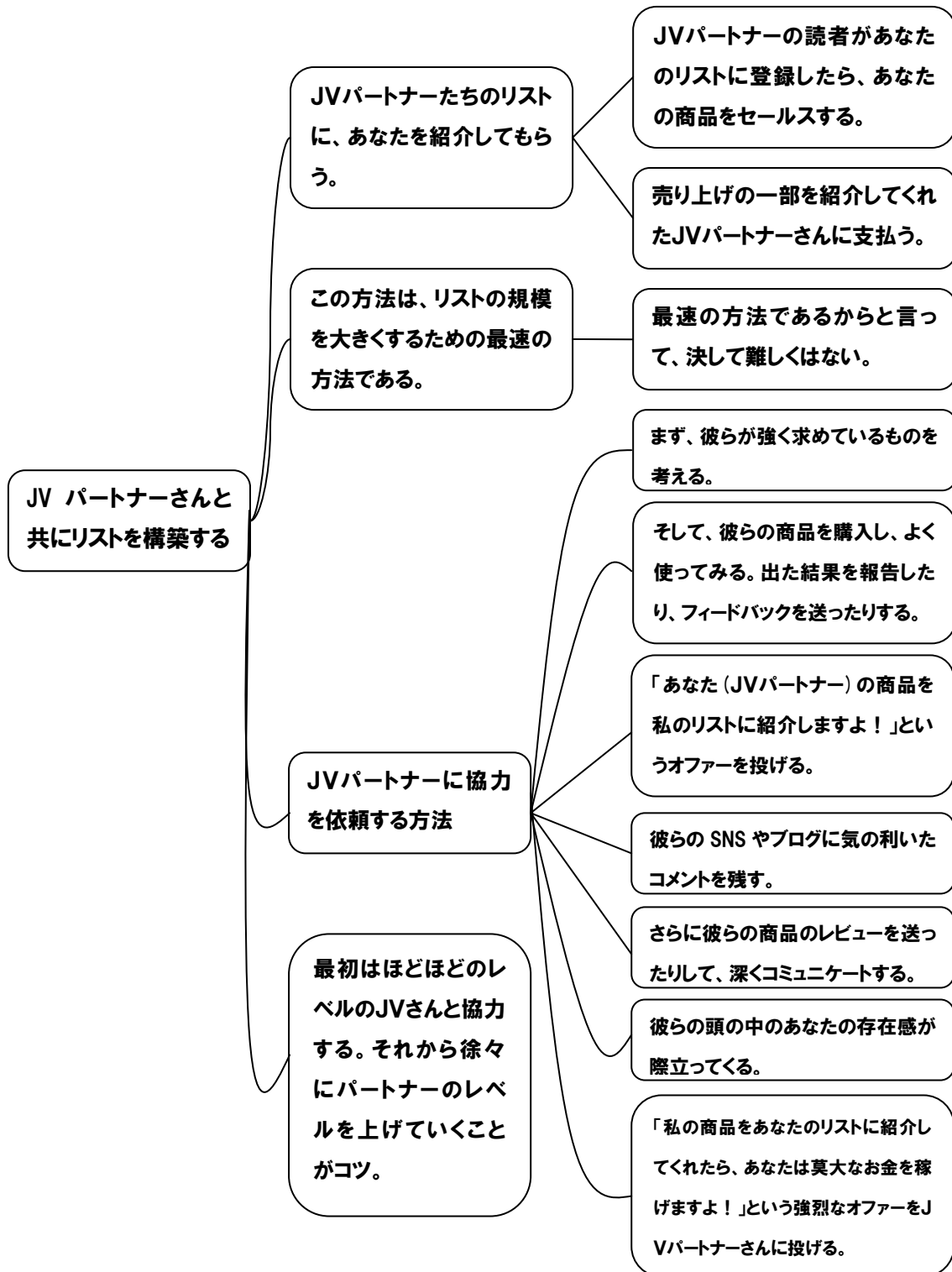
では最後のテーマに参りましょう。疲れているとは思いますが最後まで頑張りましょう。

テーマ 10、【Building your list with Joint Venture partners】

日本語訳＝『JV パートナーさんと共にリストを構築する』



【日本語訳】



テーマ 10、【Building your list with Joint Venture partners】の解説
日本語訳＝『JV パートナーさんと共にリストを構築する』

長い戦いとなりましたが、いよいよ最後のテーマとなりました。

とりあえず、ここまで読んで頂きありがとうございます。
そして、お疲れ様です。

ちょっと告白しますが、

僕はワードで図を作る（今回のレポートのような）のが超苦手です。
試行錯誤しながらこのレポートを作りました。

毎日 4 時間 30 分くらい作業し、21 日間かかってここまで書き上げました。

この後最後まで仕上げ、目次などを挿入し、形式を整え、くり返し推敲して公開するつもりなので、ちょうど 1 ヶ月ほどの時間をかけて完成ということになりそうです。

1 日 4 時間 30 分を 30 日間。僕にとっては今まででイチバン頑張った作業かもしれません。

僕も頑張りました。なので、是非あなたも最後まで読んで頂き、腹に落とし込んでください。

リスト構築に関してこれだけ理解できれば、あとは実践あるのみです。

継続して続けて、お金を稼いでください。

そのお金で家族や恋人と有意義な時間を過ごしてくださいね。

では解説を始めます。

このテーマはご覧の通り、JVパートナーさんと力を借りてリストを拡大していくための手法について言及されています。

最大のポイントは、

「この方法はリストの規模を拡大する最速の方法である**が**、決して難しくはない。」

ということですね。この認識をもたなければ、そもそもJVパートナーさんに協力をお願いしようという気にさえなりません。

だって、勇気が必要ですし、そもそもめんどくさかったりしますからね。

でも、実践してみた人はやはりそれなりの結果を残すのです。

100 人に依頼したら 1 人くらいはパートナーシップを結んでくれそうじゃないですか。その 1 人からさらに輪が広がり、多くのパートナーを獲得できる可能性は否定できません。

とにかく実践してみてください。

かと言って、何もない状態の人が他人に協力を依頼したところで、それは無理というものですから。最初はこれまで述べてきた方法で地道にリスト構築に励むべきです。

そして、ある程度実績ができてきたら挑戦してみるのが自然かと思います。

頃合いを見て、

「JVパートナーさんに支払う報酬のベスト比率や、協力を依頼する際に気にかけてあげべきポイント、JVさんへオファーに組み込むべきシステムについてなど」をまとめたレポート別途作成してあなたにプレゼントしようと思っています。

しばし楽しみにお待ち下さいませ。

JVパートナーを獲得するには、とにかく彼らに価値を提供することです。
見返りを期待せずに、最初に価値を提供するのです。

それから徐々に人間関係を深めていき、臨界点に達したところで、
協力をお願いするのがベストです。

一朝一夕でできるものではなく、じっくり時間をかけて進めていくのがJVパートナーさんとの協力によるリスト構築です。

今のうちから人間関係を築いておけば、あとで実際に協力を依頼するときにスムーズに展開できるようになります。

ですので、頭の片隅には常に置いておいてくださいね。

これで、リスト構築の全てを解説し終わりました。

もしあなたがまだリストを持っていないのならば今この瞬間から始めてください。

「**努力しても成功するかはわからない。しかし、成功した者は皆、努力している。**」

これは僕の大好きな言葉です。

努力をしてください。今の努力が未来のあなたの豊かな人生そのものなのですから。

まとめ

今回のレポートを通して、リストを構築するというアクションの一連の流れをマインドマップ化し、解説をしてきました。簡単に復習すると、

テーマ 1、【The power of email publishing】

日本語訳＝『E メール（メルマガ）配信の威力』

↓

テーマ 2、【Benefits of email list building】

日本語訳＝『リスト構築による利益』

↓

テーマ 3、【Types of lists】

日本語訳＝『リストの種類』

↓

テーマ 4、【List building mistakes to avoid】

日本語訳＝『リスト構築において注意すべきこと』

↓

テーマ 5、【How to stand out in your subscribers inbox】

日本語訳＝『読者のメール受信箱の中で目立つ方法』

↓

テーマ 6、【Building authority with your list】

日本語訳＝『リストに対するあなたの権威を確立する』

↓

テーマ 7、【First steps to building a list】

日本語訳＝『リスト構築の最初のステップ』

↓

テーマ 8、【Writing compelling email copy】

日本語訳＝『読者の心をつかんで離さない e メールコピーを書く』

↓

テーマ 9、【Building an effective autoresponder sequence】

日本語訳＝『効果的なステップメールを構築する』

↓

テーマ 10、【Building your list with Joint Venture partners】

日本語訳＝『JV パートナーさんと共にリストを構築する』

という流れでしたね。

人間の脳の性質上、おそらく 1 回読んだだけでは全く記憶に定着しないと思われますので、くり返し読んで理解を深めてください。

ジェフは今回のコンテンツの最後に、

~~~~~  
「My Final Thoughts on You and Your List・・・」  
＝「あなた自身と、あなたのリスト構築について最後に伝えたいこと・・・」  
~~~~~

というテーマで次のようなメッセージを僕たちに送ってくれています。

せっくなので全文を引用し、それに日本語訳をつけておきます。

My Final Thoughts on You and Your List...

I truly hope that this Blueprint has opened your eyes to a whole new way of thinking about your business and your marketing. **Because once you start to put these strategies and tactics into your business, then life will never be the same again for you.** You will have a level of freedom and control over your finances and your lifestyle that you never dreamed of...

So now the important thing is for you to get started... because that's the place where I've seen most people get stuck. Once you actually start to build your list, and you start to see those subscribers come in (no matter how slowly it starts), then you are on your way.

Remember that no one starts with a big list. And that every list starts with the very first subscriber. That's how all of my lists started – with subscriber #1. And even starting with that very first subscriber, I've been able to build lists of tens of thousands of subscrib-ers... and I've done it over and over, and in multiple markets.

It's not because I've got some magical skill – it's only because I followed the exact process that I shared with you in this Blueprint. I started at the beginning and built from there.

So if you're ready to take control of your marketing, your business, your life... then it's time to start building your list. It's time to take control.

Once you shift your focus to building and nurturing your list, you're starting to build a REAL business... and YOU are now in the driver's seat. Now you can make the in-come and impact that you really want.

So now it's your turn. Go get started. The time is now.

best regards, Jeff

あなた自身と、あなたのリスト構築について最後に伝えたいこと・・・

今回のマインドマップがあなたのビジネス、マーケティングに新たな視点を提供できたことを私は心より信じてやみません。

なぜなら、今回提供した戦略・戦術を駆使すれば、間違いなくあなたの人生は良い方向へと進み始めるからです。決して想像し得ないような経済的自由とライフスタイルを、あなたはこれから手に入れるのです。

だからこそ今、走り始めることが大事なのです。私が見てきた多くの人々は、走り始めることさえできませんでした。一旦あなたが走り始めたのならば、リストを構築し始めたのならば、誰かがあなたのリストに参加してくれたのならば、(最初はゆっくりだったとしても、)すでにあなたはあなただけの道を走っていることになるのです。

決して忘れないでください。誰ひとりとして、最初から大きなリストを持っていた人はいないのです。全てのリストは、まさに 1 人目の読者から始まったものです。私のリストでさえも、最初の 1 人から始まったのですから。1 人から始まったリストも、最終的には何万人という読者を抱えるリストとなります。私は数々のマーケットでそのようなリストを構築してきました。

それができた理由は、私が魔法のテクニックをもっていたからではありません。私はただ愚直に、今回あなたにプレゼントしたマインドマップのプロセス通りにリストを構築してきただけなのです。

あなたが今、あなたのビジネス、あなたのマーケティング、あなたの人生をコントロールする準備ができているのなら、今そのときです。リスト構築を開始してください。

あなたがリストの構築とリストの強化にフォーカスを移したとき、あなたのビジネスは本物に進化し始めます。そして、あなたは今、ドライバーシートに座っているのです。心から望む収入とインパクトを、あなたは必ず手にすることができます。

次はあなたの番です。走り出しましょう。The time is now.

心をこめて、ジェフ

おわりに

今回のレポートはいかがでしたか？

100 ページ超え。読むの疲れましたよね（笑）

今回のジェフのマインドマップは非常に奥が深いものです。

ただ何となく眺めるのではなく、リスト構築の実践と同時進行で繰り返し復習することによって、その度に新たな気づきを得ることができます。

質問や疑問があれば直接僕に連絡してください。
個別に、丁寧に、その疑問を解消させていただきます。

最後にあなたに 1 つだけオファーを。

今回のレポートの中でもふれましたが、僕は基本的にステップメールを否定しています。

ステップメールを駆使し、数万のリストを自動的に教育することで収益の最大化を図るのは、そこに血が通っていない気がして仕方ないので。

僕は、自分が“直接”関われる範囲の人数の方々と、密にコミュニケーションしていきたいのです。

誰かから質問がきたら、迅速にメールを返せる状態を常にキープしたいのです。

だからこそ、このレポートをここまで読んでくださったあなただけに**特別なメルマガ**をお送りしたいと思っています。

そのメルマガとは、

「海外マーケターたちの、**感情をビクンとゆさぶる**”文章術”

と題し、海外の著名マーケターたち（ジェフ・ウォーカー、ダンケネディ、マイケル・フォーティン、ジョン・カールトン、フランクカーン、ジグ・ジグラ、トム・ホプキンス、ヤニク・シルバー、マリー・フォリオ、リサ・サスヴィッチなどなど）から、ほぼ毎日送られてくるメルマガを日本語に翻訳し、その文章のポイントを僕のセールスの知識をベースに解説していくといった形式を考えています。（もちろん無料です。基本的には日刊です。）

海外マーケターたちの文章術を盗み、あなたのメルマガやセールスレターに取り入れてください。ライバルとの差別化にもなるでしょう。

以下に簡単なサンプルを記載しておきます。

【サンプル】

今日は“ジェフ・ウォーカー”からのメルマガを分析します。

楽しく文章と英語を勉強していきましょう。

【原文】

Subject: Are you making these mistakes?

I just watched the craziest marketing video ever.

It's a bit all over the map, including :

1. Part tour de force
2. A small dose of unmitigated disaster
3. And a big chunk of great teaching

The one thing I know is that I could not take my eyes away,

and it's got a ton of great content about how to make your

videos way more effective:

[Click here to avoid making these mistakes](#)

best regards, Jeff

【日本語訳】

件名:あなたはこれらの間違いを犯していないですか？

今まで一番狂気じみたマーケティング動画を見ました。

一部を紹介すると、

- 1、力作を台無しに
- 2、容赦ない小さな災難
- 3、一片の重要な教訓

とりあえず私が言えることは、「この動画からは目を離すことができなかった」ということです。そして、これを見ることであなたの動画マーケティングを更に効果的にするための方法を手に入れることができます。

間違いを犯さないためにはここをクリック。
(動画へのリンクが仕込まれています。)

【黒田の解説】

今日のメルマガは興味性の塊でした。

まずは、件名で読者の心に「スキマ」= (これらの間違いってどんな間違いなんだろう？ 気になる。)

を生み出し、興味をひきつけています。

そして本文では、動画を実際に見てみないと謎が解けないような文言(力作を台無し・容赦ない小さな災難)が使われており、さらに読者を混乱させることで感情を動かし、動画リンクへと誘導しています。

徹底的に「興味性」にフォーカスしてみるのもおもしろいですね。

【今日の 1 日 1 実践】

誰かと会話をするときに、相手の興味をかきたてられる
話題を予想し使ってみる。1 回は成功させてください。

それでは今日も 1 日頑張りましょう！

みたいな感じを考えています。
そのうち編集後記を勝手につけ加えるかもしれません。

【このメルマガのメリット】

・ライバルとは一味違ったメルマガを書けるようになる。

→日本の情報ビジネス業界の大御所のメルマガを参考に行っている人は数多くいるでしょうが、海外マーケターのメルマガを参考に行っている人は間違いなく圧倒的少数でしょう。あなたはその少数派になって頂くことができます。

・海外のマーケティング情報がわかるようになる。

→僕はこのメルマガにおいて、時折、海外マーケターたちのブログ記事も翻訳してみようと考えています。彼らのリアルタイムのブログ記事こそ、リアルタイムのマーケティング情報の反映です。それを知ることによって、日本と海外の 2 軸からあなたのビジネスを構築していくことが可能となります。それはすなわち、圧倒的な差別化につながります。差別化を効果的に行って、あなたのメルマガの読者をよろこばせてあげてください。

・希少性の高いコミュニティのメンバーになれる。

→くりかえしになりますが、このメルマガはとにかく人数を絞ります。僕も基本的に日刊でメールをお送りするつもりでいるため、相当がんばる覚悟をしています。そんな情報をどうでもいい人にはあげたくないのです。読者の入れ替えもどんどん行います。そうすることで必然的に意識が高く、人間的にも素晴らしいメンバーが残ります。それはすなわち希少性が高く、ハイレベルなコミュニティを意味するのです。

などなどでしょうか。

クローズドなメルマガにしていきたいので、このレポートから以外の入り口を作る予定はありません。

もちろん、Gmail の BCC で送ります。

ネットビジネスにおいて、日本とアメリカのタイムラグはほとんどなくなりつつはありますが、やはりアメリカの方が数歩は先に進んでいるように僕は感じます。

このメルマガを読むことで、あなたには文章作成のヒントを得て頂くと同時に、アメリカの最先端の流れというか、あたらしい概念や手法などをいち早く学んでもらうことができます。

余談ですが、僕の現在の仕事は、「子どもから社会人までが英会話を学ぶ某有名スクールの先生」、「セールス代行」、そして「就活支援」です。

それぞれの分野を突き詰めることによって、自分が提供できる情報の価値を最大限まで高め、情報発信し、最強のコミュニティを作ることが今の僕の目標です。

コミュニティのメンバーが日本中の全ての業界にまたがっており、何かのプロジェクトを始めるときには、コミュニティを活用することで、すぐに人材も情報も集まってくる。こんなリソースをコミュニティのメンバーが自由に活用できるような環境を作りたいと、実は本気で思っています。

そのためにも、メンバー1人ひとりが最強でなければならない。

『**あなたも僕も最強になる。**』

最強＝他の人から信頼され尊敬される、唯一無二の存在。

これが僕が情報発信をしている理由です。

「短期的利益に惑わされることなく、長期的利益を追求できる。」

ハメは外すけど、根はマジメ。勉強することがきらいじゃない。」

もしあなたがこんな人なのであれば、是非メルマガに登録してください。

登録後に一応自動返信メール（その後のステップメールはありません！）は届きますが、そのあとに僕から直接ご連絡させていただきますので、しばしお待ちください。

連絡が取れなくなったり、レスポンスが全くなかったりした場合は適宜アドレスを削除していきますので、適当に登録することだけはやめてくださいね。

常に活発なメルマガ、コミュニティーを作っていきたいと思います。

それでは、あなたとメルマガでお会いできるのを楽しみにしております。

「海外マーケターたちの、“感情をビクンとゆさぶる”文章術」を購読する。

→ <https://ssl.form-mailer.jp/fms/540bf19b254124>

※おそらくこのレポートは捨てアドレスで入手されたと思うので、**ちゃんと機能しているアドレス**での再登録をよろしくお願いします。

黒田輝大

ブログ：<http://ameblo.jp/kurodateruhiro/>

メルマガ『人間が進化する方法』

<http://www.mag2.com/m/0001610388.html>

メールアドレス：kurodateruhiro@gmail.com

追伸 1:このレポートは誰にも紹介を頼んでいません。メルぞうとまぐぞうに、ただ登録しただけです。なので、あなたがこのレポートを読んでもらったことは非常に価値的であると僕は勝手に感じています。是非またメルマガでお会いさせて頂ければと思います。

追伸 2:事業に失敗し、僕が牛丼屋で苦しみながらアルバイトをしていたときに出会ったネパール人のアカスくん。彼は 22 歳にして、母国語・英語・日本語を完璧に操ります。彼いわく、「これが普通じゃないの？」とのこと。また、ソフトバンクはTOEICで 900 点以上のスコアを獲得している社員に 100 万円の報奨金を出すというアナウンスが少し前にありましたよね。これくらい英語を操れる人間は重宝されるわけです。しかし、これからの時代、重宝されるというよりは、「英語が使えないと厳しい」という状況になっていくのではないかと僕は捉えています。一応僕は英語を教えることでお金を稼いでいますので、そのうち機会を見て、希望者には英語を学ぶ機会も提供していきたいと思っています。

追伸 3:もちろん、メルマガの読者さんには、僕が身につけているセールススキルに関してもお伝えしていきます。いちばん厳しいといわれる訪問販売という分野において培った知識・スキルですので、期待して下さってかまいません。セールスはビジネスの核です。存分にあなたのビジネスに活かしてください。

(また、セールススキルを応用することで恋愛で無敵になれます。※悪用禁止。)

「海外マーケターたちの、“感情をビクンとゆさぶる”文章術」を購読する。

→ <https://ssl.form-mailer.jp/fms/540bf19b254124>