



今すぐメルマガ登録者を獲得する方法

---

リストビルディング戦略

---



信儲け学

サイト訪問者のメールアドレスを獲得することは、“金のなる木”を育てることです。

なぜなら、[メールマガジン（ニュースレター）の登録者は、あなたのブログのアクセスや売上を増加させてくれる最も重要な顧客](#)だからです。

そしてここで解説するのは、土台となるリストを構築するためのリストビルディングテクニックです。あなたの素晴らしいコンテンツに導入すれば、すぐにメルマガ登録者を増加させることができるはずで

**【WEB】 [このコンテンツのWEBバージョンをご覧になりたい場合は、こちらをクリックしてご覧ください。](#)**

## リストビルディングにはメール配信スタンドが必要不可欠

メールマーケティングに必ず必要となるのが、登録者に自動でメールを配信するサービスです。もしあなたがステップメールサービスを使用していないのならば、次のアスメルとAWeberがおすすめです。

- [アスメル](#) (AF)
  - 日本製のステップメールサービス。
  - 顧客リスト数、配信数、キャンペーン数がすべて無制限。無制限は、世界的にも希少なサービス。
  - 機能面ではAWeberに及ばないが、コストパフォーマンスが非常に高い。
- [AWeber](#)
  - 海外の有名ブロガー・企業の多くが推奨。
  - 他社の様々なマーケティングオートメーション系サービスとの連携が良い。
  - メールテンプレートが豊富。
  - 開封率などのメールキャンペーンのデータ分析機能が高い。
  - リスト数に応じた料金は割高。

### 1. ポップアップで無料オファーを提供する

サイトを離れようとするユーザーにポップアップで無料オファーを提供する“Exit Popup”は、この記事で解説する戦略の中で最も安定した成果を得られる施策です。

たとえば儲け学のExit Popupの1つでは、Googleの検索アルゴリズムリストを提供しています。

また、[Social Media Examiner](#) が獲得した 19 万人の登録者の 70% がポップアップからもたらされているというデータや、[ProBlogger](#) が Exit Popup を導入したことで、1 日 40 人だった登録者が 350 人に増加した例もポップアップの有効性を示しています。



## Step1. 無料オファーを作成する

あなたのブログの読者（ペルソナ）が関心をもつ無料オファーを作成します。無料オファーのフォーマットには、次のような種類があります。

- 動画
- eBook
- ポッドキャスト
- テンプレート
- チェックリスト
- メール講座
- 非公開コンテンツ
- 無料コンサルティング
- 記事の PDF バージョン

## Step2. ポップアップを作成する

プラグインやツールを使用して、ポップアップを作成します。もしあなたが [WordPress でサイトを構築しているのなら](#)、私も使用している [ConvertPlug \(AF\)](#) が最もおすすめのポップアップ作成プラグインです。

### Extra Step

- 各記事ごとに関連した無料オファーを提供すると、コンバージョン率がとても高くなります。
- ユーザーがサイトを離脱する時ではなく、初訪問時に無料オファーを提供するウェルカムギフトという方法もあります。
- ユーザーのサイト内行動に応じてポップアップを表示させる [高度なツール](#) もあります。

## 2. コンテンツアップグレードを導入する

コンテンツアップグレードとは、各記事ごとに関連する無料オファーを提供する戦略です。すべての記事で同じ特典を提供するのではなく、各コンテンツに関連する無料オファーを提供することでコンバージョンを格段に高めることができます。

たとえば、[私のアクセスアップの記事](#)では、記事では解説していないテクニックを登録者限定で提供しています。ここでアクセスアップの方法を求めている読者に、[AMPの実装方法](#)をまとめたチェックリストをオファーしてもイマイチですよ？

宮 義明 / LAST UPDATED 2016/11/09

## ブログのアクセスアップ:PVを増やす21の方法

ブログのアクセスアップは順調ですか？

もしあなたが、ブログのPVやユニークユーザー数を増やす方法に興味があるのなら、このコンテンツはきっとあなたのお役に立てるはずです。



この記事では、トラフィックを増やす効果が証明済みの21の方法を解説しています。

すぐに実践できるテクニックばかりですので、ぜひすべてを試してみてください。

**【無料特典】**もっとアクセスアップの方法を知りたいですか？ [記事にはない5つのテクニックを解説したPDFレポートを無料ダウンロードしてください。](#)

### 1. シェアを生むコンテンツテーマを選ぶ

リンクをクリックすると登録フォームが表示されて、登録するとメールでPDFをダウンロードできる仕組みです。

宮 義明 / LAST UPDATED 2016/11/09

## ブログのアクセスアップ:PVを増

50% Complete



無料特典(PDFレポート)を  
どこに送信しますか？

あなたのメールアドレスを入力してください

PDFレポートを送信する >>

Sign up for Newsletter

【無料特典】:もっとアクセスアップの方法を知りたいですか？記事にはない5つのテクニックを解説したPDFレポートを無料ダウンロードしてください。

ちなみに [VideoFruit](#) は、記事にコンテンツアップグレードを使用したことで登録率を20~30%も増加させました。

## Lead Magnets: 11 Ways to Get More Subscribers

BRYAN HARRIS / 83 COMMENTS

A few days ago I showed you the #1 technique for growing an email list.

**Here it is again:** You need to create a lead magnet for EVERY blog post you write. Instead of having one universal toolkit or eBook, create a very specific bonus each time you write a post.



These bonuses are called lead magnets or *content upgrades*.

Content upgrades turn your readers into subscribers better than any other single tactic out there. I normally experience **20-30% opt-in rates** on these bonuses and some have been as high as **62%**!

For comparison sake, a popup that is optimized to the max has a 6-8% conversion rate.

Would you rather have a 6% conversion rate or a 30% conversion rate?

mmhmmm...

**Feature Download:** Download all 35 videofruit content upgrades. Copy them and use them in your business. (Download Now)

## Step1. 記事と関連する無料オファーを作る

読者がすぐに利用できるフォーマットで、記事を補完するような無料オファーを作成します。たとえばハウツー記事ならば、T o D oリストなどが一般的です。

## Step2. 記事内にダウンロードリンクを設置する

記事内に無料オファーを入手するためのリンクを設置します。[LeadPages](#) (AF)のツールを使用すると、ポップアップで登録フォームを表示することができます。

### Extra Step

- コンテンツアップグレードのオファーを、Exit Popup で表示するのも素晴らしい戦略です。
- 記事内のダウンロードリンクは、イントロダクションと記事末の2か所以上に配置するのがおすすめです。

## 3. Poster Boy テクニックを使う

Bryan Harris 氏が提唱した [Poster Boy テクニック](#) とは、他社の商品を使用して素晴らしい成果を得た成功事例記事を投稿することで、その商品の広告塔になる戦略です。Poster Boy テクニックの概要は次の通りです。

1. ブログの読者が関心をもつ商品・サービスを探す。
2. その商品を使用して素晴らしい成果を出す。
3. 商品の成功事例記事を投稿する。
4. 商品を販売している企業に記事の情報を伝える。
5. 商品のマーケティングにうってつけのコンテンツを得た企業は、自社の会員や顧客リストに記事をシェアする。
6. 企業のリスト経由でサイトに訪れたユーザーを捕まえる。

# The 'Poster Boy' Formula

## ① Pick a Target

Choose a company with your target audience



## ② Document Everything

Record one big win with their product or service. The more details the better



## ③ Let them know

Let them know your results. Give them the detailed information on your success.

## ④ Prepare for Traffic

Give away a high value downloadable on your site in order to capture the traffic



実際に Bryan Harris 氏が [AppSumo](#) というツールでの成功事例記事を投稿した際には、AppSumo が 70 万人の会員にメールで記事をシェアしたことで、400 人以上の新規登録者を獲得しています。

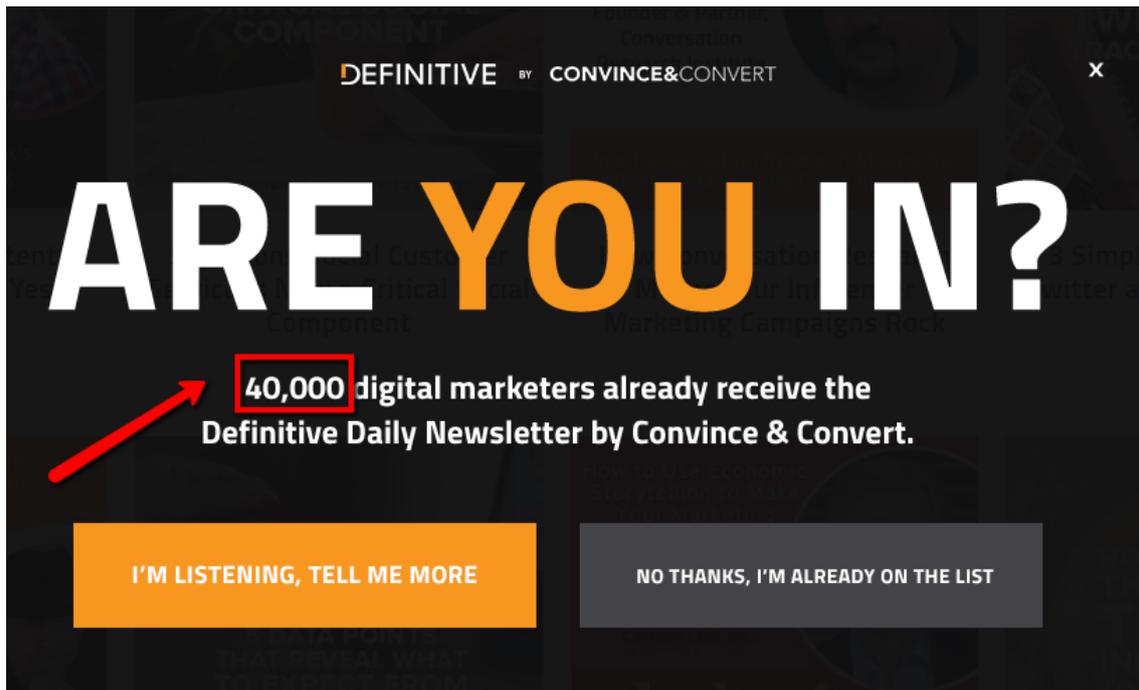
このテクニックの素晴らしいポイントは、広告費がまったく必要ないだけでなく、たとえあなたのブログに読者がほとんどいなくても実践できることです。

## 4. Social Proof（ソーシャルプルーフ）を使う

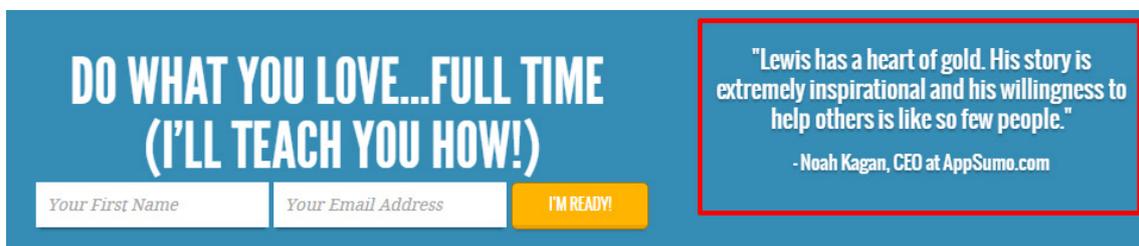
[Social Proof（社会的証明）](#)となる要因を登録フォームの文面に使用することは、コンバージョンアップの常套テクニックです。

[自分が何かの決定を下す時に、他社の意見を参考にするという心理。](#)

たとえば、[Convince and Convert](#) のポップアップは、ソーシャルプルーフとして登録者数を活用しており、4万人のマーケッターがニュースレターに登録していることを強調しています。



また、マーケッターの [Lewis 氏](#) は、同じ分野の有名人の推薦コメントをトップページの登録フォームに使用しています。ちなみに、最近のマーケティングブログの傾向としては、登録者数よりも推薦コメントを使用しているブログが増えています。



あなたのブログを推薦してくれるコメントを、あなたの分野に関連する人に依頼します。有名人や専門家だけでなく、一般の読者からの推薦コメントでも高い効果を発揮します。

## 5. Feature Box を設置する

Feature Box とは、サイトのヘッダーと記事の間に設置する登録フォームです。どのコンテンツを開いても **Above the fold**（スクロールせずに見える範囲）に表示されるので、訪問者に無料オファーをチェックしてもらえやすくなります。



[Smart blogger](#) の Jon Morrow 氏は、Feature Box をコンバージョンの高さを理由に推奨しており、彼の有料ブログデザインコースでは Feature Box の実装がレッスンに組み込まれています。

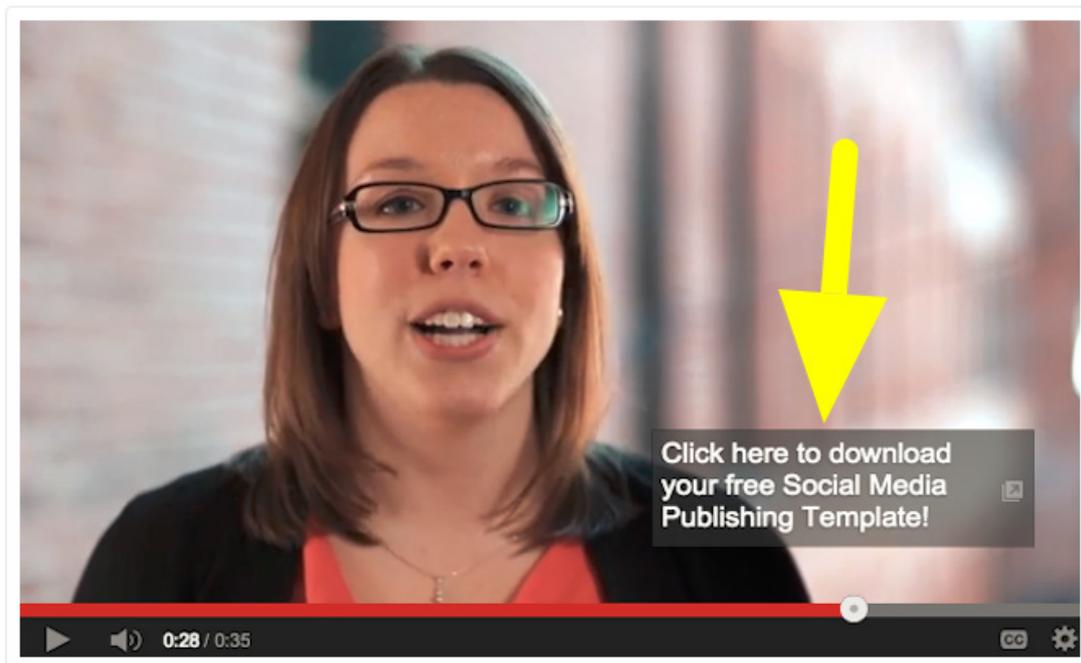
また、彼のトレーニングコースではプラグインの [Optin Feature Box](#) をすすめています。A/B テストや表示ページの選別などのオプション機能があり（有料版）、とても使いやすいプラグインです。

## 6. YouTube で無料オファーを提供する

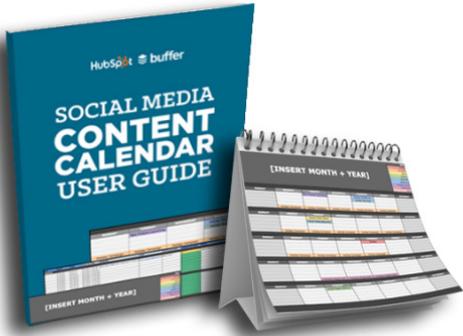
[動画は素晴らしいマーケティング手法](#)ですが、YouTube の視聴者をブログに誘導するためには、インセンティブとなる無料オファーが必要です。なぜなら、YouTube からサイトへのクリック率は恐ろしく低いからです。

アメリカ企業 95 社の YouTube チャンネルで 904,053,617 視聴回数分を調査した結果、YouTube からサイトへのクリック率（CTR）は [0.72%](#)でした。

そのため、HubSpot のソーシャルメディアマーケティングの動画では、役立つテンプレートのダウンロードページへのリンクを表示させています。



クリックすると、テンプレートのランディングページへ誘導する仕組みです。つまり無料オファーは、動画視聴者にクリックさせるための賄賂というわけです。



**THE SOCIAL MEDIA CONTENT CALENDAR TEMPLATE**

Manage and plan your social media content

[CONTINUE](#)

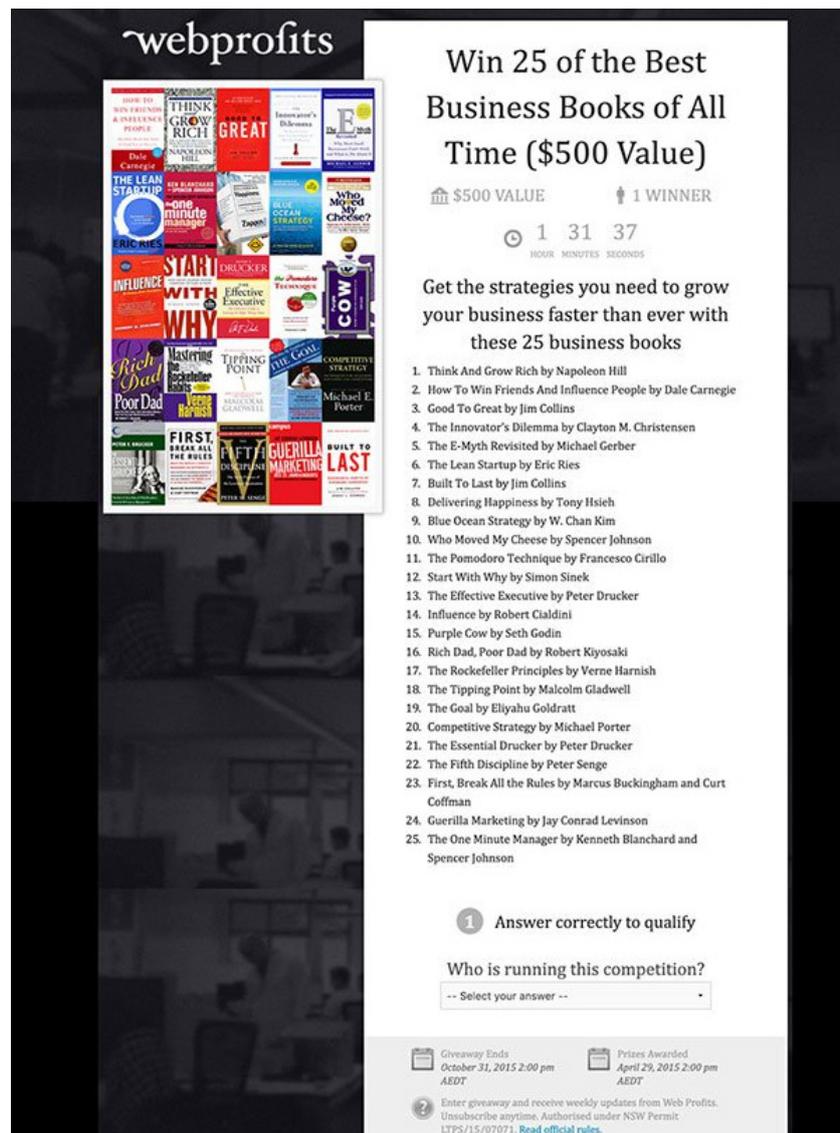
The image shows a blue book titled "SOCIAL MEDIA CONTENT CALENDAR USER GUIDE" with the HubSpot and Buffer logos. Next to it is a spiral-bound calendar with a grid layout. Below the images is the main heading "THE SOCIAL MEDIA CONTENT CALENDAR TEMPLATE", followed by the sub-heading "Manage and plan your social media content", and a blue "CONTINUE" button.

YouTube のアノテーション機能を使用すれば、無料オファーを提供するランディングページへのリンクを簡単に表示させることができます。

## 7. 懸賞キャンペーンを行う

もしメールアドレスを登録するだけで、5万円の価値がある商品を無料でゲットできる懸賞があったら応募しますか？とりあえず応募しますよね？（私は間違いなく応募します！）

[Web Profits](#) は、このような懸賞キャンペーンを利用して、1か月で2,987人のメールアドレス登録者を獲得しました。具体的には、応募すると5万円分のビジネス書籍25冊を手に入れることができる懸賞です。



**webprofits**

### Win 25 of the Best Business Books of All Time (\$500 Value)

🏠 \$500 VALUE    🏆 1 WINNER

🕒 1 31 37  
HOUR MINUTES SECONDS

Get the strategies you need to grow your business faster than ever with these 25 business books

1. Think And Grow Rich by Napoleon Hill
2. How To Win Friends And Influence People by Dale Carnegie
3. Good To Great by Jim Collins
4. The Innovator's Dilemma by Clayton M. Christensen
5. The E-Myth Revisited by Michael Gerber
6. The Lean Startup by Eric Ries
7. Built To Last by Jim Collins
8. Delivering Happiness by Tony Hsieh
9. Blue Ocean Strategy by W. Chan Kim
10. Who Moved My Cheese? by Spencer Johnson
11. The Pomodoro Technique by Francesco Cirillo
12. Start With Why by Simon Sinek
13. The Effective Executive by Peter Drucker
14. Influence by Robert Cialdini
15. Purple Cow by Seth Godin
16. Rich Dad, Poor Dad by Robert Kiyosaki
17. The Rockefeller Principles by Verne Harnish
18. The Tipping Point by Malcolm Gladwell
19. The Goal by Eliyahu Goldratt
20. Competitive Strategy by Michael Porter
21. The Essential Drucker by Peter Drucker
22. The Fifth Discipline by Peter Senge
23. First, Break All the Rules by Marcus Buckingham and Curt Coffman
24. Guerilla Marketing by Jay Conrad Levinson
25. The One Minute Manager by Kenneth Blanchard and Spencer Johnson

1 Answer correctly to qualify

Who is running this competition?  
-- Select your answer --

📅 Giveaway Ends October 31, 2015 2:00 pm AEDT    📅 Prizes Awarded April 29, 2015 2:00 pm AEDT

🔔 Enter giveaway and receive weekly updates from Web Profits. Unsubscribe anytime. Authorised under NSW Permit LTPS/15/07071. [Read official rules.](#)

メールアドレスを入力すると、キャンペーンに1票分エントリーすることができます。さらに、TwitterやFacebookなどのSNSでシェアすると、エントリー数を増やすことができる巧妙な仕組みです。

そのため、当選の確率を高めたい応募者は、気づかないうちにキャンペーンの宣伝マンになっているのです。こうしたキャンペーンは、様々な商品・サービスで応用することができます。

### Step1. 魅力的な賞品を準備する

あなたの読者が魅力を感じる商品・サービスを準備します。自社に適切な商品やサービスを保有していない場合は、上記の例のように関連書籍などの他社の商品でも問題ありません。

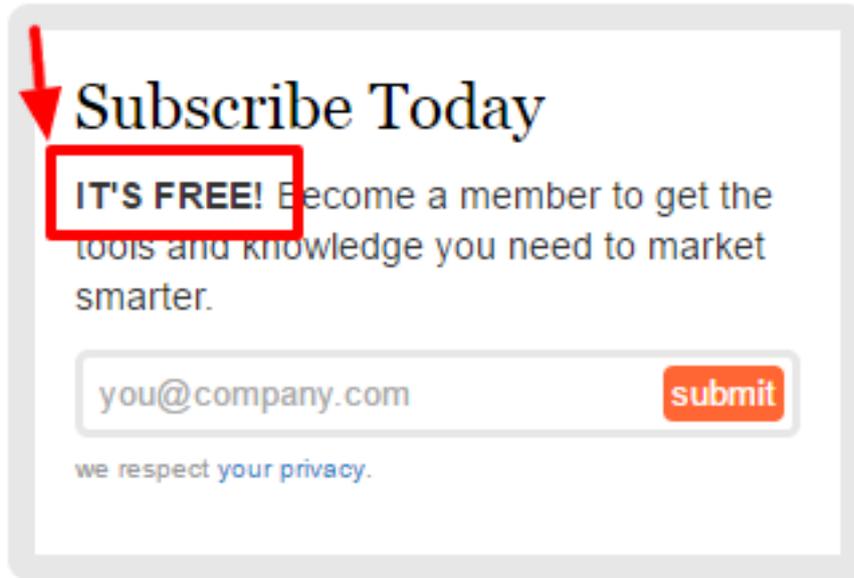
### Step2. 懸賞キャンペーンを作成する

WordPress プラグインの [KingSumo Giveaways](#) で、ブログの投稿のように懸賞キャンペーンを作成することができます。[Ahrefs](#) がこのプラグインでキャンペーンを行った際には、自社の [SEO ツール](#) 10年間無料サービスを賞品にしていました。

## 8. マジックワードを使う

会員登録フォームの文面に、無料オファーの価値や魅力を高める”マジックワード”を使用することで、コンバージョンを向上させることができます。

[MarketingProfs](#) のサイドバーにあるオプトインフォームは、無料であることを強調しています。



HubSpot のバナーは、マジックワードのオンパレードです。やはり言語に関係なく”無料”というキーワードは、マジックキーワードといえます。



コン

バージョンを高めるキーワードの代表例としては、次のようなものがあります。

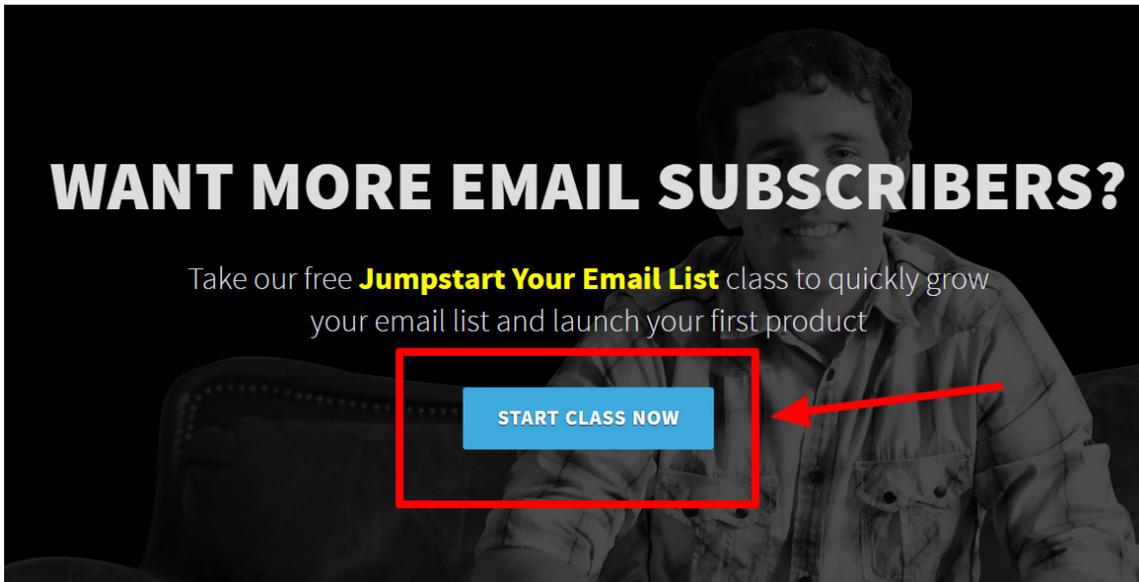
- 無料
- ダウンロード
- 特典
- 限定
- 上級
- 秘密
- 今すぐ

こうしたクリックを生むキーワードを探す場合、アドワーズ広告がとても参考になります。入札単価が高いキーワードの広告文から、共通して使用しているキーワードを探してみてください。広告主が、試行錯誤のうで探し出したマジックキーワードを発見できるはずです。

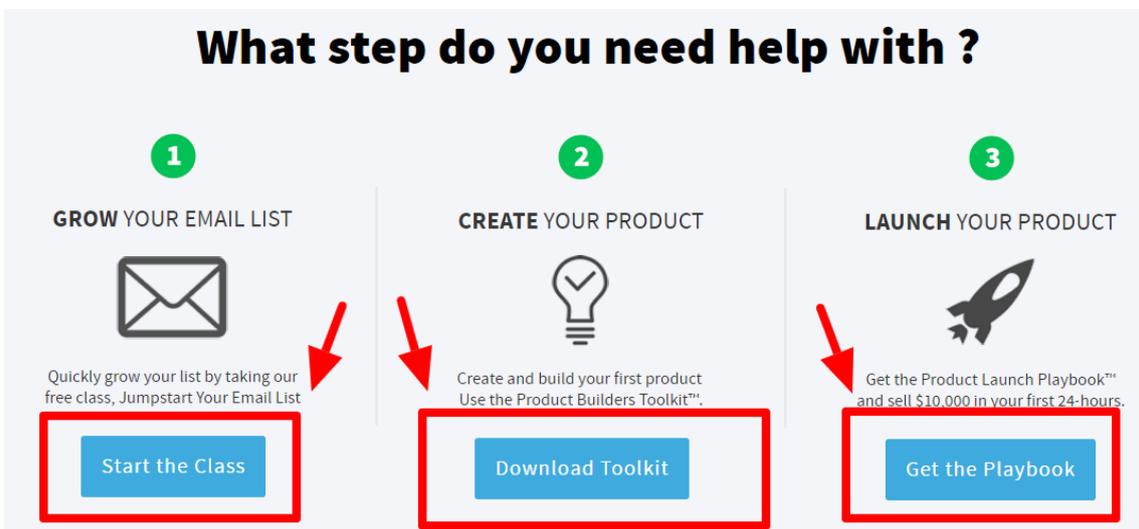
## 9. トップページをスクイーズページ化する

もしあなたのビジネスにとって、コンテンツマーケティングが大きなカギを握っているのならば、サイトトップページのスクイーズページ化を検討するべきです。

サイト訪問者のメールアドレスを獲得することだけに特化している [videofruit](#) のトップページは、表示されているどのボタンをクリックしても登録フォームが表示されます。



当然、Above the fold には無料オファーのボタンがあります。そして、スクロールすると異なる無料オファーのボタンが表示されます。



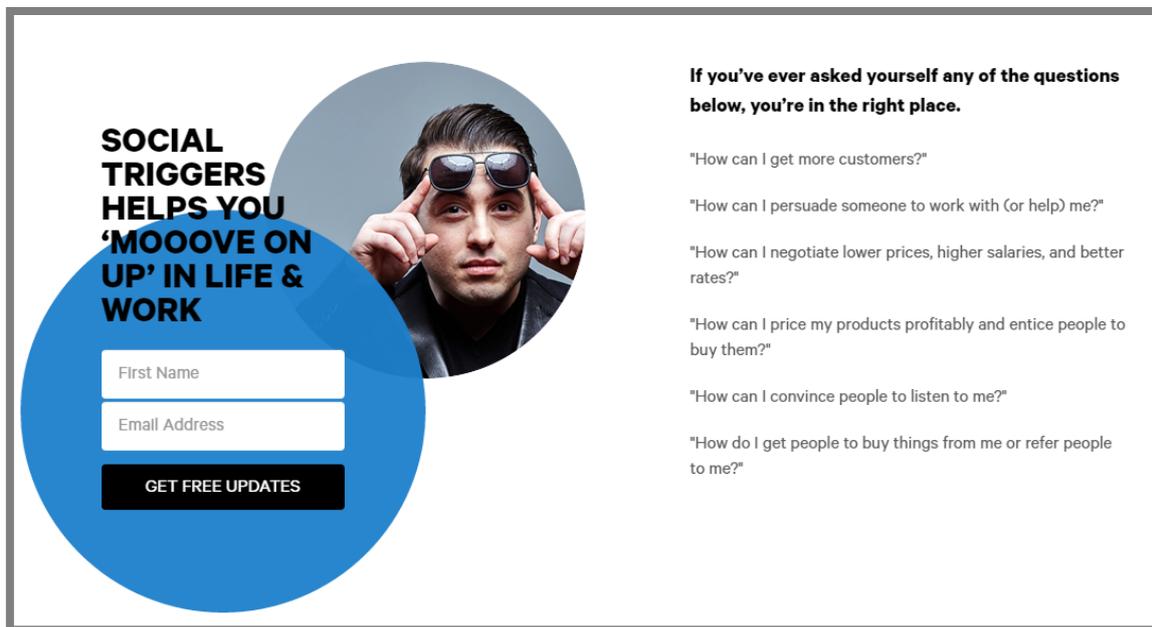
まるでトップページ全体が、登録フォームのようになっています。こうしたデザインは、eコマースやサービスの提供がメインのビジネスサイト以外なら導入は難しくありません。サイト訪問者が関心をもつ可能性が高い無料オファーを準備して、トップページから登録フォームへリンクするだけです。

また、videofruit のトップページは、無料オファーの内容をチェックする前にユーザーが移動することを防ぐために、一般的に上部に設置するトップメニューをページの最下部に設置する工夫をしています。

## 10. 概要ページをスクイーズページ化する

ブログの概要を紹介する About ページは、アクセスが集まりやすいという特徴を持っています。そんなおいしいページをリストビルディングに活用しないわけにはいきません。概要ページの有効利用を推奨する [Social Triggers](#) の概要ページは、次のような構成になっています。

1. Social Proof
2. 登録フォーム
3. サイトの概要
4. 誘導したいページへのリンク
5. 運営者の詳細情報
6. Social Proof
7. 登録フォーム



**SOCIAL TRIGGERS HELPS YOU 'MOOOVE ON UP' IN LIFE & WORK**

First Name

Email Address

GET FREE UPDATES

**If you've ever asked yourself any of the questions below, you're in the right place.**

"How can I get more customers?"

"How can I persuade someone to work with (or help) me?"

"How can I negotiate lower prices, higher salaries, and better rates?"

"How can I price my products profitably and entice people to buy them?"

"How can I convince people to listen to me?"

"How do I get people to buy things from me or refer people to me?"

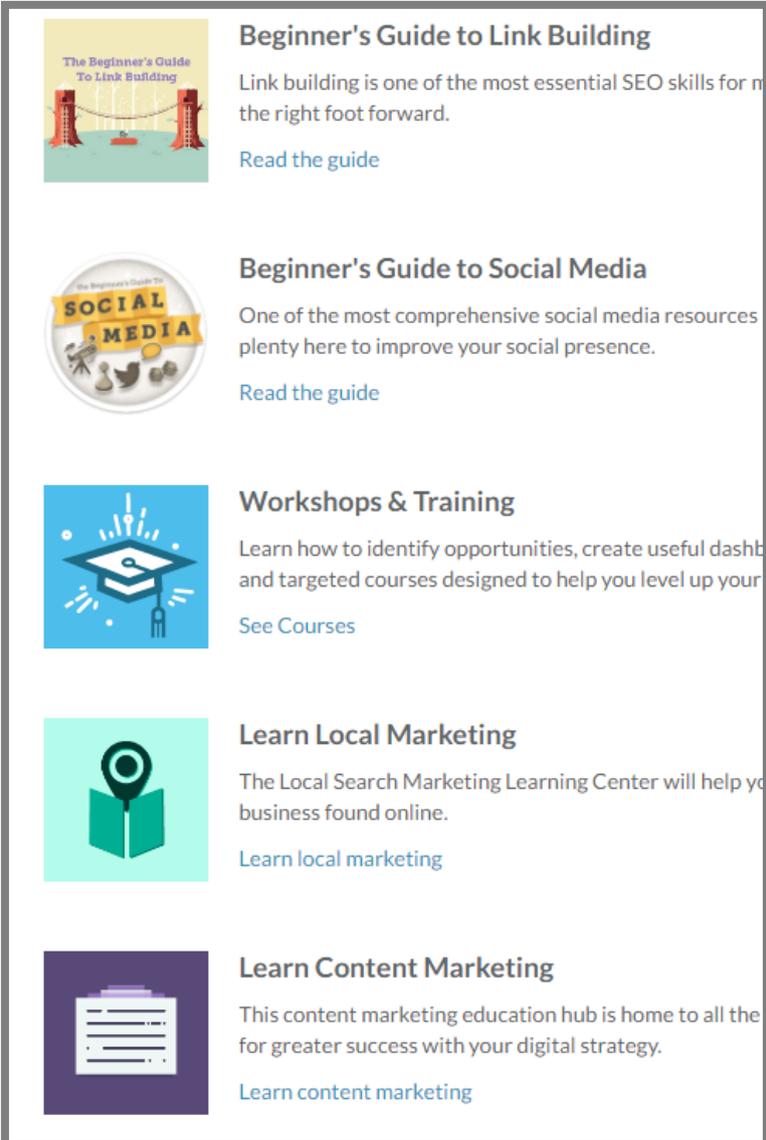
つまり、概要ページには最低でも上記 5 つの要素を含ませる必要があります。また、「誘導したいページへのリンク」では、コンバージョン率が高いページに誘導する二重仕掛けも効果的です。

## 11. リソースページ（まとめ）を作る

ビジネスでもエンターテインメントでも、まとめ記事は多くの人好むフォーマットです。また、SEOの観点からみても、[特定のトピックに関するまとめ記事](#)は検索エンジンと相性が良い傾向にあります。

しかし、第三者のコンテンツではなく、自社サイトのコンテンツのみのまとめ記事を公開しているサイトは意外に少ないのです。つまり、自社サイトのコンテンツを特定のテーマでまとめた情報源ページです。

たとえば、SEOのテーマに特化した [Moz](#) のリソースページは、様々なキーワードで上位表示されています。訪問者が増加すれば、コンバージョンも増加するのは言うまでもありません。



The image shows a screenshot of a resource page with five sections. Each section includes an icon, a title, a short description, and a link to read more.

- Beginner's Guide to Link Building**: Link building is one of the most essential SEO skills for... the right foot forward. [Read the guide](#)
- Beginner's Guide to Social Media**: One of the most comprehensive social media resources... plenty here to improve your social presence. [Read the guide](#)
- Workshops & Training**: Learn how to identify opportunities, create useful dashboards... and targeted courses designed to help you level up your... [See Courses](#)
- Learn Local Marketing**: The Local Search Marketing Learning Center will help you... business found online. [Learn local marketing](#)
- Learn Content Marketing**: This content marketing education hub is home to all the... for greater success with your digital strategy. [Learn content marketing](#)

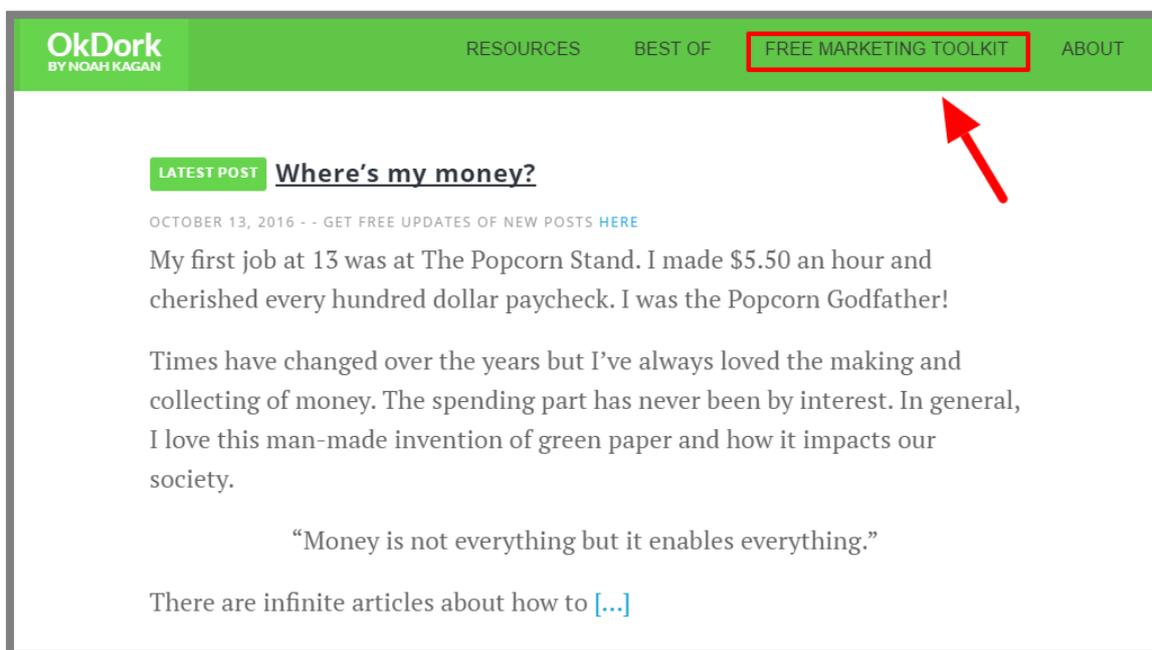
すでに十分な量のコンテンツを公開している場合、リソースページの作成はとても簡単です。次の3ステップで1つのコンテンツの出来上がりです。

1. ブログのメインテーマの中から特定のテーマを選ぶ。
2. テーマに合致する 5~10 の記事へリンクを貼ったページを作成する。
3. 登録フォームを設置する。

## 12. ハイコンバージョンページへの導線を増やす

サイトの中でコンバージョン率が高いページを特定して、そのページに訪問者を誘導するようなサイトデザインにすることで、平均コンバージョン率を向上させることができます。

70 万人以上の登録者を抱える [Noah Kagan 氏](#) のブログのトップメニューには、コンバージョン率が高いページへのリンクがあります。



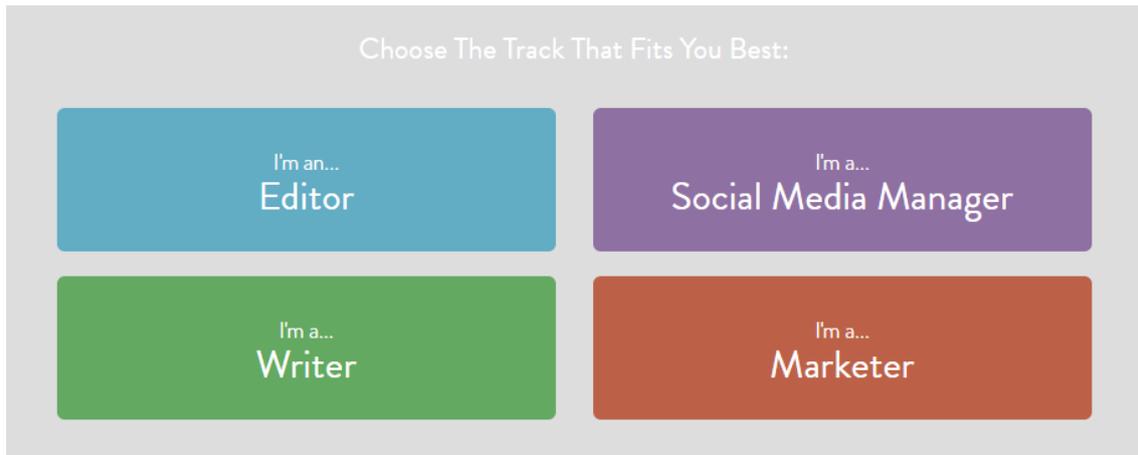
登録フォームとソーシャルプルーフとなる推薦コメントを掲載しているだけのページですが、かなりのハイコンバージョンページであるとみられています。無料オファーの内容は、彼がたくさんの登録者やユーザーを獲得するために使用しているツールのリストです。



このテクニックは、ブログのメニュー、サイドバー、コンテンツ内からコンバージョン率が高いページへのリンクを増やすだけの簡単な施策です。なお、スクイーズページがない場合は、コンバージョン率が高いブログ記事に誘導するのも効果的です。

### 13. メールトレーニングコースを作る

訪問者の問題を解決するメール講座やトレーニングコースは、会員登録する大きなインセンティブになります。[CoSchedule](#) のメールトレーニングコースは、4つのコースを提供しています。登録すると、1週間に1度の頻度でコンテンツが配信されます。



このコースは、短期間で大幅なリストビルディングに成功しています。

LIST	WORKFLOWS	CREATED	SUBSCRIBERS
<b>Results of our 4 old courses</b>			
<a href="#">CoS-AS Tips, Blue (Editors)</a>	1 (view)	September 13, 2013	444
<a href="#">CoS-AS Tips, Green (Writers)</a>	1 (view)	September 13, 2013	947
<a href="#">CoS-AS Tips, Orange (Marketers)</a>	1 (view)	September 13, 2013	1,039
<a href="#">CoS-AS Tips, Purple (SMM)</a>	1 (view)	September 13, 2013	1,078

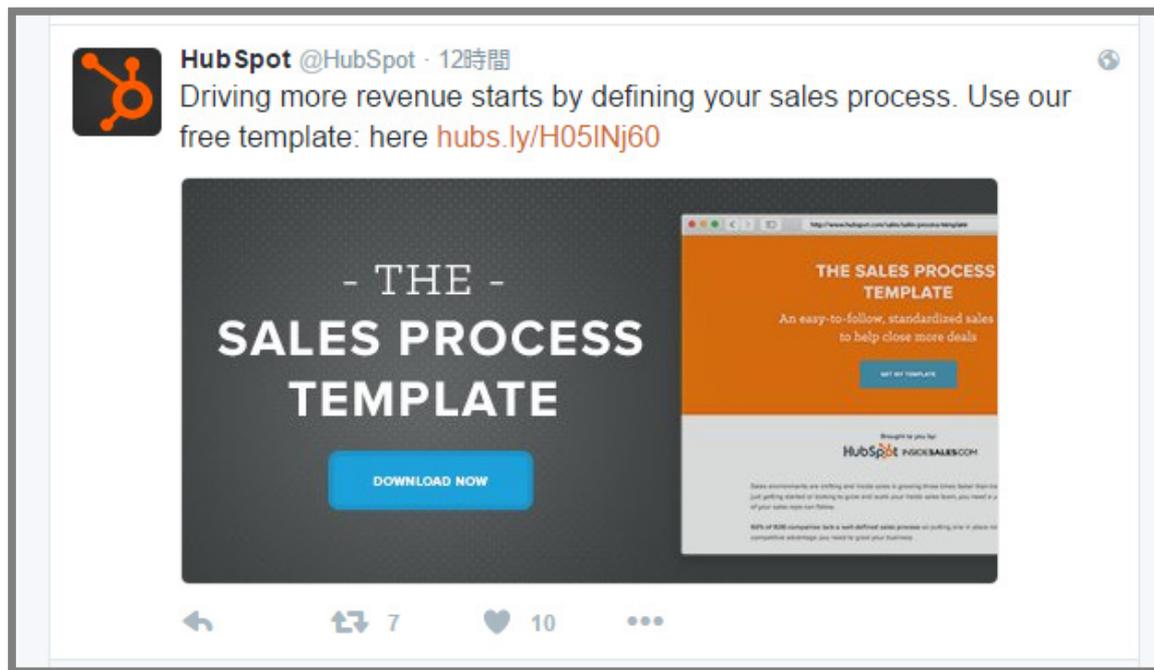
トレーニングコースは、1つのコンテンツを分割して配信すればいいので、たったの3ステップでリリースすることができます。

1. 読者の共通する問題を特定する。
2. その問題を解決するコンテンツを作る。
3. コンテンツを5~10に分割して、メールで配信する。

## 14. SNS で無料オファーを提供する

あなたの Twitter や Facebook のフォロワーにも関わらず、あなたのニュースレターに登録していない人は格好のターゲットです。なぜなら、あなたの SNS をフォローしているという事は、少なからずあなたに好印象を持っているからです。

[HubSpot](#) は、Twitter でテンプレートなどの無料オファーの投稿を定期的に行っています。



この方法の素晴らしいポイントは、投稿を [Buffer](#) などのツールでスケジュール化してしまえば無料・半自動で行えることです。また、こうした無料オファーの定期投稿は、フォロワーのエンゲージメントを高めることにも役立ちます。必要なものは3つだけです。

- 無料オファーの魅力を感じさせる文章。
- 無料オファーを提供するランディングページの短縮 URL。
- 目を引くアイキャッチ画像。

## 15. 登録フォームの設置数を増やす

物量作戦は、メールコンバージョンでも効果的です。サイトのいたるところに登録フォームを設置すれば、コンバージョン数は増加します。

たとえば、多くのブログでは、記事の最後に関連記事のリストを表示しています。しかし、記事末のポジションは、記事を気に入って最後まで読んだ読者に登録を打診する最適なタイミングともいえます。

We are in a moment. Feel it. Grieve it. Own it. Cry it out. Scream it out. Run it out. Hug it out. Make your voice known. Lead. Then, let that be a beginning, not an end. Use the spotlight and the emotion as fuel. Not to divide and conquer, but to unite and rise. Before the light fades and takes with it that rarest of invitations for us to rediscover a more unified state of grace.

+++

*Note: Be sure to read the comments to this essay below. They are a powerful adjunct to the conversation, and offer a range of different perspectives that add greatly to the conversation.*

## You Don't Need a Bribe To Join This Tribe

Plain and simple. Did you enjoy what you just read? Cool, then get more in your inbox every week. And join this amazing tribe of makers and doers. You know you wanna...

次は、オプトインフォームの設置場所候補です。様々なポジションでテストして、あなたのブログにとって最適な場所を探し出してください

- サイドバー
- 記事の中
- 記事の後
- ヘッダー
- フッター
- Hello Bar
- タイトルの下
- 著者情報内
- Feature Box

## 16. Facebook 広告で無料オファーを提供する

Facebook 広告の最大のメリットは、アドワーズ広告よりもターゲットを絞ることができることです。そのため、低コストで大きなキャンペーンを行うことができます。

[Mary Fernandez 氏](#)が行った Facebook 広告を使用したキャンペーンでは、1 か月間、1 日 500 円以下、合計 227 ドルで、532 人の新規登録者を獲得しました。

彼女が実践したことはとてもシンプルです。Facebook 広告を出稿して、クリックしたユーザーをスクイーズページに誘導しただけです。

**Mary E. Fernandez** Sponsored · 

**3** Did you know that exercising during pregnancy has been scientifically shown to shorten your labor, reduce complications, hasten recovery and even prevent premature birth?

I put together this free BumpStart where you and I are going to do some super short workouts every day for a week that feel like pampering, NOT like work!

Sign up here 😊 [www.maryefern.com/bumpstart](http://www.maryefern.com/bumpstart)

**2** **BUMPSTART YOUR PREGNANCY**



**1** **FREE FITNESS CHALLENGE to Shorten Your Labor**

If you can spare just 5 mins, you can do this BumpStart with me!

MARYEFERN.COM

👍 221 💬 61 📩 205

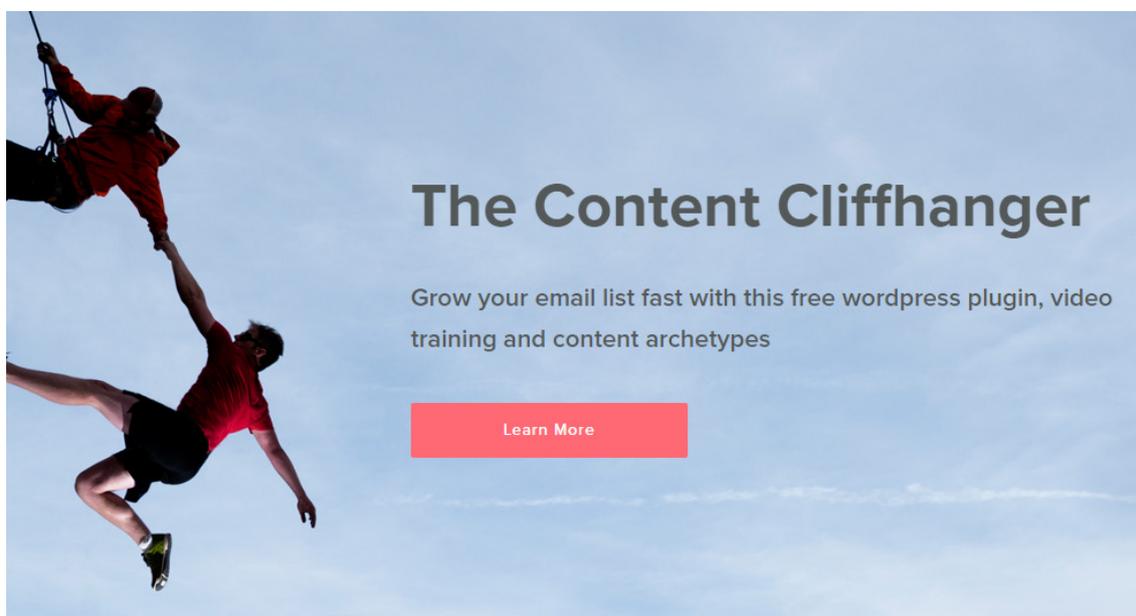
広告をクリックさせるだけの魅力的な無料オファーと、広告文、アイキャッチ画像があればすぐに実行できます。広告を表示するターゲットを細かく設定することで、低予算でも高い効果を期待できます。

## 17. クリフハンガーテクニクを使う

クリフハンガーとは、最後の結末がはっきりとわからない状態で最終回を終える手法です。

劇中の感極まる盛上がる場面、物語の「クライマックス」(climax in narrative)、例えば主人公の絶体絶命のシーン、又は、新展開をみせる場面などで物語を「宙吊りのまま」中断して「つづく」としてしまいうエンディングである。

このクリフハンガーを活用したのが、リストタイプのコンテンツの半分を登録者限定コンテンツにするテクニックです。たとえば、20項目あるリスト記事の10項目を公開して、登録すると残りの10項目をダウンロードできるというものです。



この[クリフハンガー](#)は、リスト形式の記事で使用するのが一般的です。完全なコンテンツとして公開できないので、頻繁に使用することはおすすめできませんが、はじめに公開する情報がどれだけ魅力的かが重要なポイントです。

## 18. エベレストメソッドを使う

メールコンバージョンの基本は、アクセス数×コンバージョン率です。そのため、たくさんのトラフィックやシェアを得ている素晴らしいコンテンツは、それだけでハイコンバージョンページになる可能性が高くなります。

そこで出番となるのが[エベレストメソッド](#)です。エベレストメソッドは、被リンク獲得のためのコンテンツマーケティング戦略です。

1. **コンテンツのテーマを探す。**：Ahrefsなどで、あなたの分野でたくさんのリンクを集めているコンテンツをリストアップする。
2. **適切なキーワードを探す。**：上位表示を目指すべきターゲットキーワードを [GKPハックテクニック](#) で選ぶ。
3. **コンテンツをアップグレードする。**：既存の競合コンテンツを全ての面で上回るコンテンツを作成する。
4. **ダイレクトメール。**：競合コンテンツにリンクをしている人に、メールでコンタクトをとる。

このエベレストメソッドに、コンテンツアップグレードとポップアップを組み合わせで作成したのが [Google の検索アルゴリズムのコンテンツ](#) です。このリスト記事は高いコンバージョン率を維持しています。

**205. モバイルファーストインデックス:** Googleは2016年11月に、検索順位を決定するためにPC向けページではなくモバイル向けページを評価対象にする[モバイルファーストインデックス](#)の実施を公式発表しました。正式な実施時期はまだ未定ですが、今後数か月以内にリリースされる見込みです。Google検索の根幹に関わる大幅なアップデートといえますが、レスポンシブデザインを導入しているサイトは基本的に特別な対策の必要性はありません。

〰 Google 検索のインデックスは、サイトやアプリについての単一のインデックスとして継続しますが、将来的に Google のアルゴリズムはモバイル版のコンテンツを主に使用するようになります。つまり、ページのランキングを決定したり、構造化データを理解したり、検索結果にスニペットを表示する際も、モバイル版のコンテンツが使用されるようになります。

つまり、[SEO](#) でお馴染みの”質の高いコンテンツ”は、メールマーケティングにも重要ということ。ちなみに、[Web Profits](#) の Alex Cleanthous 氏は、際立って素晴らしいコンテンツを作るためには 15 時間以上は必要だと述べています。

## はじめにあなたが実践すべきテクニックは？

ここで解説したメルマガ登録者を増やす戦略の中で最初に実践すべきなのは、ポップアップで無料オファーを提供する方法です。なぜなら、アプローチ対象の広さと安定したコンバージョンという点において最も優れているからです。

ちなみに、70 万人以上の登録者を抱える [Noah Kagan 氏](#) が出演した有料セミナーでも、Exit Popup の導入を最優先事項にあげています。