



コピーライターノベリスト

眞山 健幸

「ストーリー」×「ビジネス」 究極のブランディング 徹底解説マニュアル

戦略的 web マーケティングによる集客×
ストーリーを使ったビジネスブランディングで
ライバルに差をつける！

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



【推奨環境】

この E-book 上に書かれている URL はクリックできます。できない場合は最新の AdobeReader をダウンロードしてください。(無料)

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

【著作権について】

この E-book は著作権法で保護されている著作物です。

下記の点にご注意戴きご利用下さい。

この E-book の著作権は作成者に属します。

著作権者の許可なく、この E-book の全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

この E-book の開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。

この E-book は秘匿性が高いものであるため、著作権者の許可なく、この商材の全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

この E-book に書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

この E-book の作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

この E-book を利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



もくじ

■はじめに■なぜストーリーが重要なのか？.....	11
先駆者と勝負するために必要なこと.....	11
ストーリーの重要性.....	14
マーケティング×ストーリーであなただけのビジネスモデルを	15
■Chapter.1■ストーリー×マーケティングとは？.....	18
1. マーケティングプロセス.....	18
(1) 無料オファー.....	19
(2) フロントエンド（集客商品）.....	20
(3) バックエンド（収益商品）.....	21
(4) メルマガ・セールスレター.....	22
2. 各コンテンツにストーリーを導入.....	22
(1) 共感を得やすくなる.....	23
(2) 信頼を得やすくなる.....	23
(3) イメージを共有できる.....	24
■Chapter.2■ストーリーの基礎知識.....	27
1. ターゲット設定.....	27
2. ストーリーのラスト（伝えたいこと）を決める.....	28

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



3. ストーリーに必要な不可欠な要素「対立と葛藤」	28
4. 出来事の組み立て	30
【応用】神話の法則に基づくストーリー構成	32
■Chapter.3■ストーリーの具体的作成方法	35
1. 経験の棚卸	35
2. 情報の取捨選択	37
3. ストーリーの組み立て	39
4. 文章化	41
■Chapter.4■開業する準備	43
1. オリジナルの肩書	43
肩書の考え方	44
2. ロゴ	47
(1) メリット	47
(2) 使い方	49
(3) 作り方	50
3. ヘッダー画像 (バナー)	50
(1) メリット	51
(2) 作り方	52

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



4. オフィスについて（住所の取得）	53
(1) バーチャルオフィスとは?	54
(2) バーチャルオフィスのメリット	55
(3) 料金.....	56
(4) 注意点.....	56
(5) レンタルオフィスとは?	57
5. 経理・確定申告.....	58
6. 開業から法人化まで.....	60
(1) 個人事業の開廃業等届出書（開業届）	60
(2) 個人事業税の事業開始申告書.....	61
(3) 青色申告承認申請書.....	61
■Chapter.5■ホームページ・ブログ記事作成方法	63
1. ワードプレスのホームページ立ち上げ.....	63
(1) 無料ブログとの違い.....	65
(2) 立ち上げ方.....	67
2. ワードプレスのデザイン「テーマ」をインストール	69
(1) 無料テーマのおすすめ「Giraffe」	69

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



(2) 有料テーマのおすすめ「STORK」	69
3. セキュリティ強化・アクセス解析などのテクニカル設定 ..	70
(1) ホームページのセキュリティを強化する	70
(2) メールアドレスの取得	72
(3) パーマリンクの設定	72
(4) グーグルアナリティクスを導入	72
(5) グーグルサーチコンソール	73
4. ホームページの目的を明確化する	74
5. ターゲットの明確化	74
6. コンテンツ	75
(1) トップページ	75
(2) リスト獲得ページ	76
(3) プロフィール	76
(4) 問い合わせフォーム	77
(5) プライバシーポリシー	77
(6) ブログ	77
(7) その他	78

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



7. ブログ記事のキーワード選定.....	78
STEP 1. 関連キーワード取得ツール.....	78
STEP 2. グーグルキーワードプランナー.....	79
8. ライバルサイトのチェック.....	79
9. 記事作成.....	80
10. アイキャッチ画像.....	81
■Chapter.6■プロフィール作成方法.....	83
1. 魅力あるプロフィールとは?.....	83
2. 魅力あるプロフィールの作り方.....	84
STEP 1: ペルソナ設定.....	84
STEP 2: 目的とキッカケ設定.....	85
STEP 3: 経験の棚卸.....	85
STEP 4: 情報の取捨選択と並び替え.....	85
STEP 5: 本文作成.....	86
■Chapter.7■ステップメール作成方法.....	89
1. ステップメールとは?.....	89
2. ステップメールの書き方.....	90
(1) 目的.....	90

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



(2) 配信スタート条件.....	90
(3) ターゲット設定.....	91
(4) 構成.....	91
3. ステップメールに組み入れるストーリー.....	92
4. 書き方のコツ.....	93
5. ステップメールのおすすめ配信スタンド.....	94
■Chapter.8■ランディングページ作成方法.....	97
1. ランディングページ (LP) とは?.....	97
2. ランディングページの作り方.....	98
(1) ファーストビュー.....	99
(2) 共感部⇒解決策の提示.....	100
(3) 商品説明⇒ベネフィット提示.....	101
(4) 購入者の声、会社概要、自己紹介⇒信頼獲得・権威付け	101
(5) 特典⇒ライバルとの差別化、商品のブランディング .	103
(6) よくある質問⇒不安の解消.....	103
(7) 具体的アクションの流れ⇒イメージ提供.....	104

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



(8) 限定・緊急・CTA⇒ゴール.....	105
3. デザイン.....	106
4. ランディングページに組み入れるストーリー.....	109
■Chapter.9■ネットラジオ番組作成方法.....	113
1. ネットラジオとは?.....	113
2. ネットラジオの作り方.....	113
(1) 簡単な企画書を作る.....	115
3. 編集.....	119
4. 配信.....	119
■最後に■.....	122

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>

■はじめに■

なぜストーリーが
重要なのか？



□はじめに□なぜストーリーが重要なのか？

先駆者と勝負するために必要なこと

突然ですが、あなたは何故起業したのでしょうか？

どんな想いを抱き、理想を掲げて起業されたのでしょうか？

様々な想いがあり、試行錯誤の上でビジネスを考案されたことと思います。大切なのは、その想いを発信されているかどうかです。

情報もビジネスも溢れる現代、あなたが展開するビジネスはすでに先駆者がいることでしょう。あなたが発信する情報もしかりで、すでに他の誰かが配信している場合が多いです。

これからビジネスを展開しようとしているあなたは、否応なく「後発組」に分類され、「先駆者」とは圧倒的に差が開いた状態でスタートすることになるのです。

では、後発組であるあなたが発信する情報は意味がないのか？

あなたが展開するビジネスは、もう発展できないのか？

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



答えは「NO」です。

あなたが提供するサービスの購入を検討している見込み客は、他の類似サービスとの比較対象もしているでしょう。

それとともに、こんな部分も見ているはずですよ。

- あなたはどんな人間なのか？
- どんな経緯があって、このビジネスを始めたのか？
- あなたはどんな経験を持っているのか？
- あなたには、どんな強味があるのか？
- あなたはどんな理想・目標を持っているのか？

このように、あなたという「人間」も見ているはずですよ。

あなたが他の先駆者に比べて後発組であっても、**あなたの人間としての魅力を伝えることができれば、十分に勝負することができます。**

見込み客は、「どんなサービスを購入するか」とともに「誰（企

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



業) から購入するか」も、情報をかき分けながら真剣に検討しています。

例えば同じサービスを提供しているAさんとBさんがいたとします。品質・価格ともに大差はありません。

しかし、Aさんについては、会社概要や業務実績などはホームページに記載されていますが、素性は調べてもよく分かりません。

Bさんは、自分と同じ大学出身であることが分かりました。また、社会のために役立ちたいという起業理念も伝わってきます。休日に没頭している趣味は、自分と同じでした。

さて、どちらを購入するでしょうか？多くの場合、Bさんから購入されると思います。

BさんはAさんよりも人間性がよく分かり、信頼できるからです。

もしBさんがビジネスの後発組で、あまり実績がなくても、変わらないでしょう。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



つまり、あなたはBさんになるべきということです。

先駆者・同業他社と差をつけるためには、あなただけの魅力を十分に伝えることが重要です。

ストーリーの重要性

そして、あなたの魅力を伝えるために重要な要素が、あなただけのストーリーなのです。

ストーリーは、人の心を動かします。これは、太古から変わることのない真実です。

例えば、好きな映画は何ですか？と聞かれて、咄嗟に何が思い浮かびますか？

同じように、好きな小説は？好きなゲームは？好きなドラマは？

それらが好きな理由は何でしょうか？物語に登場するキャラクターの行動や言動に、心を動かされたからではないでしょうか？

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



大切なのは、心が動いたストーリーは強烈に印象が残るということ
です。

マーケティング×ストーリーであなただけのビジネスモデルを

マーケティングに加えて、このストーリーをビジネスに応用すること
で、先駆者・同業他社・ライバルに、圧倒的に差をつけることが
できます。

僕が発信する web マーケティングも、すでに先駆者の方々が大勢います。ですから、僕は小説家としての経験を活かし、ストーリーをビジネスに組み込むことを考案しました。

あなたが今本誌に目を通してくださっているのも、単なる web マーケターとしての僕ではなく、コピーライターノベリストとしての僕に多少なりとも興味を持ってくださったからではないでしょうか？

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



コピーライターノベリスト

眞山 健幸

本誌が、あなただけのストーリーをビジネスに組み込み、あなたの魅力を最大限に発揮して、ビジネスをどんどん成長させていくための一助となれば幸いです。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>

■ Chapter. 1 ■

ストーリー

×

マーケティング

とは？



□ Chapter.1 □ ストーリー×マーケティングとは？

1. マーケティングプロセス

最初に、戦略的にマーケティングにストーリーを組み込んでいく全体像を掴んでおきましょう。

効果的に集客するためには、闇雲に情報発信しても意味がありません。それぞれのメディアや集客方法の特性を知り、見込み客の心情に合わせて、段階的に打ち出す必要があります。

目的は、あなたの主力商品である「バックエンド」、高額商品を販売することです。

以下にマーケティングプロセスを掲載しますので、これを元に説明します。

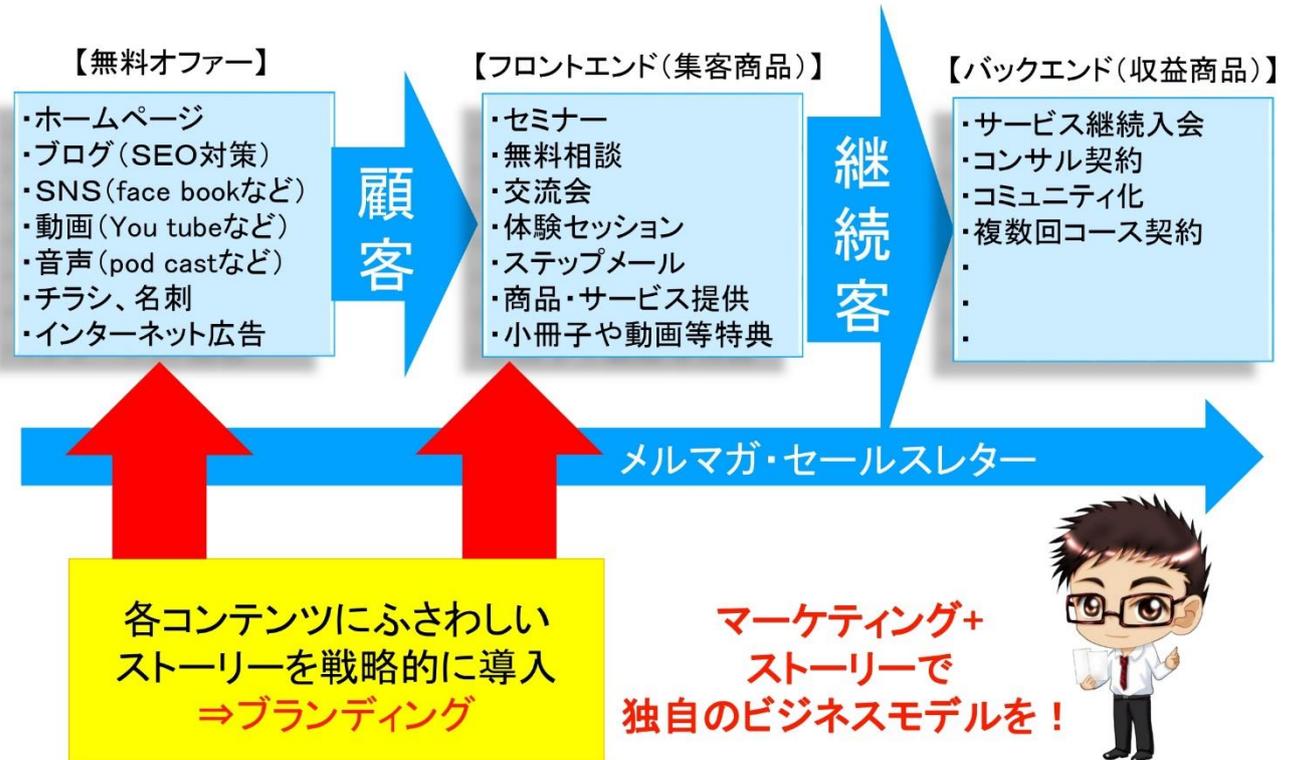
眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



マーケティングプロセス



(1) 無料オファー

その名の通り、無料で提供する商品やサービスのことです。

目的は、見込み客にあなたのファンになってもらうこと。

先に大きな価値を提供し、あなたに興味を持ってもらいます。

提供する価値が大きければ大きいほど、あなたへの信頼が増すとともに、「あなたに何かお返しをしなければ申し訳ない」という心理作用が働きます (返報性の法則)。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



表には記載していませんが、PDF資料を提供している方も多いです。人によっては、100P以上のPDF資料を無料オファーとして提供している方もいます。

「ギブ&ギブ」の精神で、どんどんあなたが持っている価値ある情報をお渡ししていきましょう！

(2) フロントエンド（集客商品）

気軽に購入できる、安価な商品です。

低い単価で見込み客が想像する以上の価値を提供し、集客します。

販売者であるあなたは、見込み客の情報を得るとともに関係を構築し、見込み客の興味をバックエンド商品へ誘導します。

居酒屋で言うと、ランチメニューがこのフロントエンドに当たります。安くておいしいランチを安価で提供することで、メインの収入源である夜の時間への来店を促しています。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



セミナーや交流会を開催するなら、情報や人脈という価値を提供するとともに、バックエンドの宣伝をします。

バックエンドのお試し体験などでも良いでしょう。

あなたのビジネスにふさわしいフロントエンドを考案して下さい。

(3) バックエンド (収益商品)

あなたが提供するメインの商品です。高額で非常に価値の深い商品にするようにします。

フロントエンドの購入者にセールスをかけます。これが販売できなければ、収益化することは難しく、ビジネスは軌道に乗りません。

人によっては、フロントエンドがなく、突然バックエンドを販売しているような方も見受けられます。保険や不動産投資がこれに当たるかもしれません。

しかし、販売できる確率は高くないはずです。

この確率を高めるために、フロントエンドを充実させておきましょう

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



う。

(4) メルマガ・セールスレター

見込み客の心理状態に関わらず、メルマガやセールスレター、LINE公式アカウントなどを通じて、常にあなたの情報を発信することも大切です。

これは、接触回数が多いほど相手に好印象を持ちやすくなるというザイオンス効果のためです。

メルマガは開封されなくても、タイトルや発信者を見ただけで、あなたを一瞬でも思い出してもらおうという効果もあり、見込み客と親しくなるだけではなく、休眠客の掘り起こしにも役立ちます。

ここまでの、戦略的なマーケティングモデルになります。

2 . 各コンテンツにストーリーを導入

上記のコンテンツそれぞれに、ふさわしいストーリーを盛り込みま

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



す。

ストーリーを盛り込むことによって、以下のような効果がありま

す。

(1) 共感を得やすくなる

あなたも色々なことで悩んだり葛藤していたことがあると思いま

す。それを赤裸々に告白することで、見込み客に親近感を持っても

らいます。

見込み客とあなたが同じような経験をしていたら、あなたにそれだ

け強く興味を持ちます。

(2) 信頼を得やすくなる

ただ単に「僕はコピーライターです」と自己紹介するより、「僕は

23歳、一浪した後〇〇大学を卒業し、あるweb広告代理店に入社し

ました。新規顧客を獲得するなど実績を上げましたが会社の方針が

時代に遅れていると感じ、独立してコピーライターになりました」

と言う方が、圧倒的に親近感が湧きますよね？

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



その人の背景にあるものが見えると、人はその人をより身近に感じ、信頼を深めやすくするのです。

(3) イメージを共有できる

時によってストーリーは、数字よりも強い説得力を発揮します。

例えば、あるフィットネスジムが「あなたの体重を5キロ落とします」と謳い文句で宣伝していたとします。

数字として具体的に打ち出していますが、見込み客は「どうやって？」と疑問が残ります。

この「どうやって」の部分、具体的にストーリーにして伝えると説得力が増します。

「あなたの仕事が終わった後の週に2回お越し下さい。基礎体力向上トレーニングを専属スタッフと1時間一緒に行い、その後…」と具体的なストーリーとともに伝えると、相手も自分の行動がイメージできます。さらに「5キロ痩せたら、街を歩いていると男性があなたの魅力に惹かれて振り向くようになりますよ。合コンでもモテ

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



「モテ間違いなし！お気に入りの相手とすぐに仲良くなれます」などと、具体的に得られる明るい未来も提示できれば、さらに強くサービスの魅力が増します。

このようにストーリーを駆使すると、あなたの魅力を伝が伝わり、信頼と親近感を見込み客に与えることができます。

これがライバルと差をつける秘訣になっていきます。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



コピーライターノベリスト

眞山 健幸

■ Chapter. 2 ■

ストーリーの 基礎知識



□Chapter.2□ストーリーの基礎知識

次に、ストーリーをビジネスに導入するために必要な基礎知識をお伝えします。

ここで必要になるのは、小説家に求められるような高度な知識ではありません。もっとざっくりとした、ビジネスに導入するためのストーリー作りです。

1. ターゲット設定

あなたが作るストーリーは、誰にどんな変化をもたらすためのものでしょうか？これがハッキリしていないと、せっかくストーリーに触れても、読者は何も感じません。ターゲットが興味のあるような題材を選んで、ストーリーを組み立てて下さい。

例えば起業家がターゲットなのに、占いの話などを盛り込んでも意味はないですね？

ターゲットは、できるだけ詳細にイメージしておきます。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



例：30代で、投資を教えるセミナー講師として独立起業した男性。都内近郊で一人暮らしをしている。Webで情報発信しているものの、反響が得られずに悩んでいる。

2. ストーリーのラスト（伝えたいこと）を決める

ストーリーのラストは、あなたが伝えたいこと。つまり、読了後に読者が感じることや得る変化です。

このラストに向かって、各できごとを展開させていくこととなります。

ラストは、一つに絞り、あっさりと終わるようにして下さい。後日談など色々加えると、結局何が言いたかったのかが分からなくなってしまう。

3. ストーリーに必要な不可欠な要素「対立と葛藤」

初めてストーリーを組み立てる方のあるあるとして、主人公の言うこと成すことが全て都合よく運び、平和にラストに向かうという構成にしてしまいがちです。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



実生活ではぜひそうありたいものですが、読み手がいるストーリーとしては物語に引き込まれません。

主人公から目が離せなくなる物語にするためには、必ず「対立と葛藤」という二つの要素が必要になります。

対立とは、主人公と敵対する人物のことです。ビジネスストーリーの場合、ハッキリとした敵でなくても構いません。主人公と意見が異なる人や、主人公の進む先を阻もうとする人（クレーマーやライバル）を意識的に登場させ、主人公に試練を与えるようにして下さい。

当然のことながら、そんな行く手を阻む敵と相対した主人公は、悩んだり怒ったり落ち込んだり、様々な葛藤を抱えます。その結果、ミッションに失敗したり、ライバルに負けたり、マイナスな出来事が起こるでしょう。

しかし、その試練を様々な葛藤の末に乗り越えて、ラストの主人公の姿があるということが大事です。傷つきながらも成長した主人公

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



の姿に、読者は魅力を感じます。

対立と葛藤は、物語を引き締め、主人公の魅力を引き立てる必要不可欠なスパイスと考えて下さい。

4 . 出来事の組み立て

ラストに向かって、ストーリーの最初から起こる「出来事」を組み立てていきます。

基本的な流れとしては、以下のようになります。

スタート⇒出来事①（マイナス要素）⇒出来事②（プラス要素）
⇒出来事③（最大のマイナス要素）⇒出来事④（難関突破）⇒
現在の状況（ラスト・伝えたいこと）

このようにストーリーとは、出来事のアップダウンの連続と考えて下さい。

スタートからラストまでの①～④は、多少増えても構いません。しかし小説ではありませんので、あまりに出来事が多くなってしまう

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



と読者も読むことに疲れてしまうので注意してください。

ポイントとしては、マイナス要素の出来事は、強ければ強いほどプラス要素の出来事が目立ちます。

例えば、多額の借金があった、家族と心がバラバラになってしまったなどです。そのような場合、あなたは非常に深く悩み、苦しみ、葛藤しているはず。しかしそんな辛い過去を乗り越えて、成功しているあなたがいる、今があるということを打ち出すと、それだけプラス要因が強く印象に残り、ブランディング効果が高くなり、権威も付き、同時に親近感も持ってもらうことができます。

とは言え、強いマイナス要因を公開するのは抵抗がある場合は、無理にということではありません。可能な範囲で、公開するようにしてください。

当然のことながら、ウソやフィクションは厳禁です (笑)

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



【応用】神話の法則に基づくストーリー構成

一般的に「面白い」と言われるストーリーには、ある決まった型があります。その一つが、「神話の法則」と呼ばれる12の構成から成り立つ法則です。

映画やマンガなどを注意深く読んでみると、この法則に当てはまっているものが非常に多いです。スターウォーズなどは典型ですね。

<神話の法則>

1. 日常の世界
2. 冒険への誘い
3. 冒険への拒絶
4. 賢者との出会い
5. 第一関門突破
6. 試験、仲間、敵対者最も危険な場所への接近
7. 最大の試練
8. 報酬

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



9. 帰路

10. 復活

11. 宝を持って帰還

このような流れになります。

ポイントは、最大の試練が終わってめでたしめでたしにはならない点です。最後のボスを倒した後に、そのアジトが崩れて主人公たちがピンチに陥る展開が多いのは、このためですね。

そして最も重要なのは、困難を乗り越えた主人公はラストで日常に戻るのですが、スタート時よりも良い状態に変化しているという点です。

この変化＝読み手に伝えたいこと、ということになります。

4の「賢者」とは、主人公を指導する師匠やメンターのことです。

あなたのビジネスの師匠や、学校の先生や家族など、あなたの人生に影響を与えた重要な人物を登場させると良いでしょう。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>

■ Chapter. 3 ■

ストーリーの 具体的作成方法



□Chapter.3□ストーリーの具体的作成方法

ここまでビジネスにストーリーを導入する方法をお伝えしてきましたが、次にストーリーの具体的な作成方法についてお伝えします。

ターゲットへ伝えたいことを決め、ストーリーの構成段階に入ったら、以下の手順で作成を進めてみてください。

コンテンツごとの詳細な作成方法は、後の chapter で紹介するので、ここでは概要だけ掴んで頂ければOKです。

ここでは、私のブログに掲載しているプロフィールを元に作成方法を紹介します。記事は[こちら](#)をご覧ください。

1 . 経験の棚卸

ストーリーのラストに向かうために必要な出来事を作成するために、あなたの経験を棚卸します。簡単で良いので、箇条書きにして書き溜めるようにして下さい。

必ず出来事とともに、そのとき自分の感じたことや考えたこと、決意したこともあれば、分かるように書き出して下さい。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



<眞山のプロフィール場合>

- 専門学校の卒業制作ドラマで脚本担当となり、講師にベタ褒めされる。
⇒ 人に感動を与える楽しさを知り、ストーリーに目覚めるキッカケとなった。
- 脚本家になりたいと家族に伝えると大反対される。
⇒ 夢を実現に近づけるには実績が必要と気づく。
- 脚本家養成所に通い、実績を作るも家族からは認められなかった。
- 師匠から「脚本だけで生活しようとするのは不遜なこと」と言われた。
⇒ 厳しい現実を突きつけられ、将来妻や子を養えるのか不安になる。
- 脚本をあきらめ、普通のサラリーマンに。
⇒ 恐ろしくつまらない毎日。これが普通なんだと自分に言い聞かせる。
- 劇団に関わり、脚本を担当。その後、ボイスドラマ制作サークルを設立。
⇒ ワクワクする毎日。成長を実感できる毎日。
- 転勤により、サークル活動の主催を後任へ。
⇒ 組織の中で生きることの弊害を実感。自分で稼ぐ力が必要と気づく。
- 現在。Web マーケティングとストーリーを組み合わせたビジネスを展開。
⇒ 自分の好きなことや得意なことで社会貢献でき、充実した毎日。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



2 . 情報の取捨選択

書き出した情報を、ラストに向かうために必要な情報、または効果的な情報に厳選してください。

必要な情報は以下の通りです。

- 読者に必要な事情の説明
- あなたの具体的な努力（行動・言動）
- あなたが感じたこと（マイナス・プラス）
- 協力者、メンターの存在。あなたにどんな影響を与えたのか

これらが分かるようにポイントを絞り、出来事の一つ一つを考えます。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



<眞山のプロフィール場合>

●読者に必要な事情の説明

1. 眞山は web マーケターと小説家、両方のスキルを持つ
2. 小説・脚本・コミュニティ運営でそれぞれ実績がある。

●具体的努力（行動・言動）

1. 脚本家要請所に通い、脚本を勉強した。
2. 生きる道を模索するために社会人になった。
3. 自分の脚本を作品化するためにサークルを起ち上げた。
4. 大好きなストーリーを活かしての起業を志し、社会に貢献できることを考え、コピーライティング×ストーリーを思いついた。

●感じたこと（プラス、マイナスも）

1. 物語だけで収入を得るのは難しく、家族の理解も得られない。
2. web マーケティングは、起業家全てに必要とされる。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



3 . ストーリーの組み立て

今まで抽出してきた情報を元に、ストーリーを組み立てます。

ここでは、プロットと呼びます。

プロットとは、ストーリーの要約という意味で、小説を書く際に重要な出来事だけを抜き出したストーリーのことを指します。

プロットは時系列に、プラス要因とマイナス要因が交互になるように組み立てます。

ラストは、あなたが伝えたいことにできるようにします。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



<眞山のプロフィール場合>

プラス要因①

生い立ちから専門学校卒業制作まで。ストーリーの楽しさを知る。

マイナス要因①

家族の反対と講師からの忠告。そしてサラリーマンへ。ストーリーで生計を立てる難しさを知る。

プラス要因②

サークル活動を始め、創作の楽しさを実感。

マイナス要因②

転勤により、サークル主催を後任へ。組織の中で生きる弊害と自分で稼ぐ力の必要性を知る。

現在

メンターとも出会い、コピーライターノベリストとして活動開始。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



4 . 文章化

プロットに肉付けをする形で、文章化していきます。

ここまで作成できていれば、もうあなたの頭の中では完成形が見えているはずです。

それを具現化していけば、完成です。

以下の点に注意しながら作成して下さい。

<チェックポイント>

1. 文字数は 2000～3000 文字になっているか？
2. 飾りすぎず自然体な文章になっているか？
3. 感情が込められているか？

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>

■ Chapter. 4 ■

開業する準備



□ Chapter.4 □ 開業する準備

この項では、副業でも起業でも共通して、ビジネスを始めるときに必要なものを紹介します。

1 . オリジナルの肩書

単にあなたの職業を肩書にしてビジネスを始めても構いませんが、できることなら他社との差別化を図るためにも、あなたの魅力や強味がギュッと凝縮された、あなただけの肩書が欲しいものです。

僕の場合では、単にコピーライターとは名乗らず「コピーライターノベリスト」と名乗っています。これによって、名刺交換した際、相手に『この人はコピーライターなのだ』と認識してもらうことができます。その後「ノベリスト」という字を見て、『この人は普通のコピーライターとは少し違うことをしている』と認識してもらうことができ、差別化を図りやすくしています。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



他にも私が名刺交換させて頂いた方の中では「アウトプットディレクター」「smile designer」「恋の笑顔叶え人」など、様々な肩書の方とお会いしました。それぞれ、短い言葉で自分を伝えられるよう試行錯誤して作られたと思います。

肩書の考え方

まずは、開業するビジネスに関して、ターゲット、あなたの特徴、強味、持っているスキル、魅力、差別化を図れるポイント、理想などを全て書き出しましょう。

<例：結婚相談所の場合>

- 結婚相談所のターゲット：20～50代までの男女、婚活中の方
- 想い：自分が会社勤めしている中で、出会いがないばかりに婚活をあきらめて年齢だけ重ねていく人を多く見てきた。そんな方々の悩みを聞いたり、さらに知人同士の仲人も経験し、実際の出会いもサポートできるのではないか、という想いから開設を決めた。
- 特徴：心理カウンセラー資格も持ち、内面・外面ともに手厚くお

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



お客様に寄り添ってサポートが可能。

結婚相談所の特徴：結婚相談所では成婚率、登録者数の多さをウリにしているところが多い。でも出会いがあれば結婚できるというわけではない。

顧客の魅力をさらに磨くことが最重要。顧客の輝き＝素晴らしい方との出会いにつながるという理念のもとに、1対1のカウンセリングに注力したビジネスを展開する。

特徴を全て書き出したら、それぞれの特徴が伝わるような肩書を考案していきます。一つだけに限らず、いくつも例を挙げていきましょう。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



<上記特徴を踏まえた例>

●Heartful Love Navigator (ハートフルラブナビゲーター)

※心温まる愛のナビゲーター。

●FINE LOVE COACH (ファインラブコーチ)

※健全な愛のコーチ。

●Dr. 縁結美 (ドクターエンムスビ)

※その人の美しさを引き出し縁を結ぶ良薬を与える人。

●縁の下の結び持ち (えんのしたのむすびもち)

※縁の下の力持ちとかけてます。

●diamond day director (ダイヤモンドデーディレクター)

※その人にとってダイヤモンドくらい輝く日 (出会いの日や結婚する日等) を演出する人。

考え方として、一般的にすでに権威のある肩書にあなたの特徴を組み合わせると考えやすいです。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



<例>

〇〇ディレクター、〇〇コーチ、〇〇アドバイザー、〇〇カウンセラー、〇〇リスト、〇〇士など

2 . ロゴ

パッと一目で、あなたのビジネスをイメージさせるようなロゴマークを作成します。



(1) メリット

ロゴはなくても開業できますが、最初に作っておくと様々なメリットがあります。

① イメージ戦略

デザインなどの見た目には、さまざまな心理効果があることが実証されています。

例えば色一つとってみても、挑戦的、落ち着きがある、癒しがあ

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



る、怖いなど、人はそれだけの情報で様々な印象を持っています。
お化け屋敷がピンクの装飾だったら、怖さも何もあったものではないですよ（笑）

色に加えて、あなたのビジネスをイメージさせるイラストや、あなたの屋号の文字などがあると、相手に一目で画像としてあなたのビジネスのイメージを与えることができます。

イメージがあると、より深く印象に残るものです。

② ブランディング

人はパッと見た第一印象で「キレイ」「迫力がある」などの印象を受けます。

そしてそれは、**本来の価値よりも高く見積もると言われています。**

自動販売機で売られているジュースを見れば分かると思います。

ジュース自体を工場で作る過程においては、どれも同じような機械で調合され、レーンの上を移動しながら生産されています。ジュースそのものには、きれいも何もあったものではありません。

しかし自動販売機に並んでいるジュースは、どれも「飲みたい」と

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



思わせるものばかりです。その理由は、缶やペットボトルのイメージイラストで高級感を出しているからです。

あなたも買うときは、容器のイラストから受ける印象で判断していないでしょうか？商品自体は安価であるからこそ、このイラストは重要になります。

逆に、どんなに優れた機能を備えた商品でも、パッケージやイメージ画像で劣ってしまったら、価値以下の印象を与えてしまうということです。

これらの意味でも、一目で相手にあなたのビジネスを印象づけ、高級感を演出することができるロゴを作成しておくことをお勧めします。

(2) 使い方

ロゴは、名刺、チラシ、ホームページ、LP、電子書籍、PDF資料、プレゼン用パワーポイントなどで使用します。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



新しいメディアを打ち出すときは、どれに使用しても価値を大きく見せることに役立ちます。

(3) 作り方

デザインの心得のある方でしたら、自分で作れると思いますが、僕のようにデザインはからきしの人間は、0から作ろうとすると困難です。

そこで、デザインに関しては外注することをお勧めします。

[ココナラ](#)を使うと、外注先を見つけることができます。

ここだけの話ですが、僕が使用している鉛筆型のロゴは、500円で入手しています（笑）

お勧めのデザイナーさんがいますので、知りたい方はメッセージ頂ければご紹介しますよ！

3 . ヘッダー画像 (バナー)

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



ホームページやSNSの一番上に表示する画像です。イラストや写真とキャッチコピーを組み合わせた画像です。

これもロゴと同じく、視覚で相手にPRします。

また、特に強調して伝えたいことや、相手にアクションを起こして欲しい場合、そのためだけに同じ要領でバナー画像を作り、専用ページへのアクセスを促すことも可能です。

(1) メリット

前述したロゴのメリットとほぼ同じですが、ヘッダー画像は文章が使われる分、視覚だけでなく理論的にも相手の考えを動かす力を備えます。

また、ロゴよりも目立つので、伝えたい情報を言葉で短く伝えるこ

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



とができます。

デザイン+キャッチコピーの波状攻撃と考えるもいいでしょう。

あなたも普段よく目にする、デザインの優れたヘッダー画像は、見た人がクリックしたくなる心理的プロセスまで研究されて作られています。

ただ単に「キレイ」「おしゃれ」だけではないのです。

(2) 作り方

ヘッダー画像も文字と画像さえあれば誰でも作ることができますが、プロが作るそれとは、どうしても見劣ってしまうでしょう。

ロゴと同じく外注すると良いでしょう。

それほど大量に作らないのであれば、ロゴの作り方でも紹介した[コナラ](#)でも作成できます。

しかし、例えばセミナーや交流会などのイベントごとにバナーを作りたいという場合、その都度外注に頼っていては費用も手間もかかります。

そのような場合、外注するよりもバナー作成専用のソフトを使っ

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



て、自分で作るのも手です。

一年ごとの更新が必要ですが、簡単にバナーを作れるツールがありますので、興味のある方はご覧ください。

4 . オフィスについて (住所の取得)

本格的に開業を考える場合「まずは事務所を構えるぞ!」と意気込む場合もあります。

しかし、扱う商品が無形のサービスなどの場合、起業直後は、無理に事務所を借りず、自宅で作業することもできます。

商談するときのみカフェや会議室を借りるという形態の方が、リーズナブルに済みます。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



とはいえ、ホームページや名刺に住所を記載する場合、自宅の住所を記載すると、何らかのトラブルに巻き込まれてしまう可能性もあります。

特に女性の場合は、リスクが高くなります。

住所を各メディアに記載しないで開業することもできますが、見込み客の信頼を得ることが難しくなります。

せっかく良いサービスを提供していても、「どこで仕事をしているんだろう？架空の業者なのではいか？」など、あらぬ疑いをかけられたら、たまったものではありません。

そこで登場するのが、バーチャルオフィスです。

(1) バーチャルオフィスとは？

文字通り、仮想のオフィスです。

実際のオフィスではないものの、自分のオフィスの住所として公開できるように、住所をレンタルできるというサービスです。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



(2) バーチャルオフィスのメリット

事業者やプランによっては、住所貸しだけでなく、郵便物や宅急便がその住所に届いたときの転送サービスなどもあります。

またバーチャルオフィスは、コワーキングスペースと兼ねている事業者が増えています。

その場合は実際にそこにオフィスがあるので、会議室を1室借りてクライアントと商談をしたりすることもできます。

入口に屋号の看板や表札を玄関に置くことができる業者もありますので、直接見込み客と会う場合のブランディングにも役立ちます。

その他、webサイト制作、専門家への相談、会計や登記代行も提供している業者もあります。

活動時間を、できるだけ収益を作る時間に充てるためには、このような代行サービスも積極的に利用していくと良いでしょう。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



また、ある程度事業が軌道に乗った場合、違う地域のコワーキングスペースを兼ねたバーチャルオフィスを借りて、他の地域に事業展開していることのPRもできます。

地方でビジネスを展開されている方でも、東京や大阪など大都市の住所を使うことができます。

(3) 料金

僕が探した中での料金の最安値は、月々480円～というところですよ。

その他にも、月1000円以下で利用できる業者もプランもあります。

コワーキングスペースも使用できるプランだと、都内でも一万円前後の料金で利用できるところもあります。

(4) 注意点

バーチャルオフィスでは、士業など特定の認可が必要な業種では開業できません。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



また、銀行の法人口座を作る場合も、バーチャルオフィスの住所ではできない場合もあります。

あくまで「名刺代わり」と考えるとちょうど良いかもしれません。

(5) レンタルオフィスとは？

少し事業が軌道に乗り、収益が安定するようになるようでしたら、レンタルオフィスの検討もお勧めします。

コワーキングスペースがオープンスペースなのに対し、レンタルオフィスは個室になっています。

コワーキングスペースだと、通話が禁止されていることが多いので、いちいち移動したりしなければなりません。

レンタルオフィスの場合、クライアントとの通話やwebカメラを使っているのやり取りが多い場合に重宝します。

人に知られたくない金額などのデリケートな話をするとき、いちいち移動していたら大変ですよ（笑）

料金は、コワーキングスペースと賃貸オフィスのちょうど中間くら

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



いの場合が多いです。

最安値は都内で月額 28,800 円～の業者がありました。その他も約三万円台から借りることができる場所もあります。

山手線沿線の駅から徒歩圏内に、個室でのオフィスを構えると考えれば、かなりリーズナブルですね。

何より、仕事に集中できる環境だと、作業効率のアップにつながります。

コワーキングスペースで人目を気にしながらの作業よりも、一目をシャットアウトして完全に自分のペースで仕事ができるようになるのが理想ですね！

(僕も早くレンタルオフィスを借りることができるようになりたいです笑)

5 . 経理・確定申告

年間の所得が 20 万円以内なら必要ありませんが、20 万円を超えたら確定申告をしなければなりません。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



この場合の所得の定義ですが、売上ではないので注意して下さい。

所得＝売上－経費－各種控除に当たります。

所得には給与所得や事業所得など様々なものがありますが、副業や週末起業としてのビジネスの場合、所得が20万円を超えたら「雑所得」として計上します。

本格的に独立開業し、継続収益の見通しがついたら「事業取得」として申告しましょう。

事業所得として申告すると、必要経費の範囲を広げられる、青色申告による節税ができるなど、様々なメリットがあります。

ちなみに必要経費も、どんなものが経費に当たるかを予め調べておくと、節税対策になります。

高額なセミナーやシステム導入も、必要経費と判断されれば節税になりますので、ビジネスに関する領収書は全て保管しておくようにして下さい。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



確定申告も、自分で1からやろうとすると非常に労力がかかり
ます。

クラウド会計システムを利用するか、会計事務所に相談して、極力
労力を軽減するようにしましょう。

クラウド会計でおすすめのツールを紹介します。

[弥生会計](#)

[freee](#)

6 . 開業から法人化まで

始めは個人事業主として開業される場合が多いと思います。

個人事業であれば、登記もいらず、開業に関する費用がかからない
ことがメリットです。

事業内容の変更も簡単です。

個人事業主として開業する場合、以下の手続きが必要です。

(1) 個人事業の開廃業等届出書（開業届）

税務署へ提出します。事業開始日から一ヶ月以内に提出します。こ

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



の届出を提出した後は、毎年「事業所得」としての確定申告が必要になります。

(2) 個人事業税の事業開始申告書

都道府県税事務所へ提出します。

(3) 青色申告承認申請書

税務署に、開業後2ヶ月以内に提出します。

青色申告しない場合は必要ありませんが、節税のためにも提出をおすすめします。

しかし、個人事業でできることには限界があります。

社会的信用に欠けるため、大企業との取引が難しい、融資が受けられない、無限に責任を負うなどのデメリットがあります。

ある程度事業が軌道にのったら、法人化も検討すると良いでしょう。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>

■ Chapter. 5 ■

ホームページと ブログ記事 作成方法



□ Chapter.5 □ ホームページ・ブログ記事作成方法

この項からは、具体的な web マーケティング×ストーリーの手法について、メディアごとに解説していきます。

これらを実行すれば、web 上での自動集客ツールを獲得できる・あなたのブランドを確立できる・ライバルとの差別化が可能になるなど、強力なビジネスの武器になります。

1 . ワードプレスのホームページ立ち上げ

web マーケティングを考える上で欠かせないのが、ホームページです。

ホームページは、あなたの情報発信基地であり、あなたの web 上の商店です。

あなたの商品の魅力が訪問者に正確に伝わるよう、計画的に作成して下さい。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



ホームページには、アメブロやペライチなど、無料でも作成できるサービスが色々あります。

しかし長期的に考えて、しっかりと集客効果があり、完全に自分の財産とするコンテンツを作るなら、ワードプレス一択と考えています。

ワードプレスには、様々なメリットがあります。

- ・ HTMLやCSSなどの専門的知識がなくても、更新を自分で行える
- ・ プラグイン機能により、カスタマイズができる
- ・ SEOに強く、情報を求める人へピンポイントにあなたの発信する情報を届けることができる
- ・ デザインも「テーマ」と呼ばれるテンプレートを入れ替えるだけで自由にカスタマイズできる
- ・ ユーザーが多いので、不明点があってもネットですぐに調べられる。また、個別コーチしてくれる専門家も多い。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



(1) 無料ブログとの違い

突然削除されるリスクがない

それぞれの運営会社には規約があります。知らずにブログを書いていると、あるとき規約に抵触し、何の通告もなしに突然削除されてしまうことがあります。

もしそうなれば、何百記事あったとしても、一瞬でペアです。

バックアップも取っていないければ目も当てられません。

無料ブログで運営している以上は、家で例えれば借家のようなものです。完全な自分の財産とはなっていきません。

カスタマイズが不自由

無料ブログでは、ある程度決まった型が存在し、自分の好きなようにカスタマイズできません。

あなたが読者に届けたい情報を、うまく届ける手段がないんです。

信頼度が低い

無料ブログは誰でも開設できるため、あなたが「本気でビジネスに

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



取り組んでいる」という印象を相手に与えることができません。

当然のことながら、ある程度の規模の企業であれば、自社のホームページを持っています。

SEOに弱い

無料ブログでは、検索エンジンであなたのビジネスに関連したキーワードで検索された際に、あなたのホームページが検索結果の上位に表示され辛くなります。

googleなどの検索エンジンからは、無料ブログは優良サイトとは評価しないことが多いので、結果的に下位に埋もれてしまうわけです。

多くの人に情報発信できないという悪循環になり、集客にも大きく影響してきます。

広告が多い

ブログ運営会社は、広告収入を得てビジネスを行っています。

あなたが開設したブログにも、あなたとは関係のない広告がベタベ

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



タと貼られてしまい、訪問者の欲しい情報がどこにあるのか分かり辛くなってしまいます。また、非常に見栄えが悪くなります。

有料で広告を表示させなくすることもできますが、上記リスクが消えるわけではありません。

費用をかけるなら他に使うべきです。

(2) 立ち上げ方

ワードプレスのホームページを始めるには、レンタルサーバー契約と独自ドメインの取得が必要になってきます。

それぞれ有料ですが、月額で計算すると 1000 円～2000 円程度で済みます。

web 上に自分のショップを出すと考えれば、高い投資ではないと思います。

おすすめレンタルサーバーは、[エックスサーバー](#)です。

サイトの表示速度が速い、ダウンし辛いなど非常に使いやすいサーバーです。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



また、ワードプレスの立ち上げやSSL化（セキュリティ強化）が簡単、独自のメールアドレスを取得できるなど様々なメリットがあります。

さらに、無料で一つドメインの取得ができ、エックスサーバーを使い続ける限りずっと使用できるというキャンペーンを多く打ち出しています。（僕もこのとき契約すれば良かった。。。）

エックスサーバーよりも安く契約できるレンタルサーバーもありますが、これらを考えると僕はここ一択です。

それぞれ、レンタルサーバーを契約し、ドメインを取得したら、それらを関連付けて、ワードプレスサイトを立ち上げます。

立ち上げ方については、契約したレンタルサーバーによって異なりますので、それぞれ検索して進めるようにしてください。

エックスサーバーで契約した方は、眞山の方で立ち上げ代行を行っていますので、お問合せください。

[ホームページ立ち上げ代行について相談する](#)

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



2. ワードプレスのデザイン「テーマ」をインストール

テーマとは、Web サイトのデザインのテンプレートのようなものです。

外観だけでなく、web サイトの構成、機能まで影響します。簡単な作りのテーマは無料でもダウンロードできますが、本格的に成果を出したいのであれば、有料テーマをお勧めします。

(1) 無料テーマのおすすめ「Giraffe」

デザインが良く、エラーも少なく、SEO対策にも適した作りになっています。

[Giraffe](#)

(2) 有料テーマのおすすめ「STORK」

web マーケティングのためのテーマで、ランディングページやCTAが簡単に作れるなど、あなたの発信したい情報を訪問者に届けやすい仕組みが出来上がっています。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



PC、タブレット、スマホのいずれで見ても見やすいレスポンスに対応なのも良いポイントです。

有料ではありますが、一度購入すればずっと使えますので、おすすめです。

[STORK](#)

3 . セキュリティ強化・アクセス解析などのテクニカル設定

ホームページを立ち上げたら、コンテンツを作成する前に以下のテクニカルな作業をしておきましょう。

これをしなくても開始はできますが、ホームページのセキュリティ強化、検索順位アップ、アクセス解析が可能になるといった様々なメリットがあります。

面倒な作業かもしれませんが、最初にやっておきましょう。

(1) ホームページのセキュリティを強化する

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



立ち上げたサイトのURLは「http://」から始まっています。これを「https://」から始まるURLに変えます。

この作業をしておくと、ホームページの安全性が高まり、検索エンジンからも高く評価されるようになります。

結果、アクセスアップにつながっていきます。

逆にこの作業をしないでおくと、現在（令和元年9月）iPhoneでホームページを閲覧した場合、「iOS12.2」以降のOSにアップロードすると、URL欄に「安全ではありません」と表示されることがあるそうです。

参考記事

自分が運営しているサイトに安全ではありませんなんて表示されたら、たまったものではありません。

コンテンツを充実させる前に、この作業をしておくようにしましょう。

この作業は、エックサーバーを使用していれば、簡単に済ませることが出来ます。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



(2) メールアドレスの取得

もしあなたが「〇〇@gmail.com」などのフリーアドレスを使用していたら、誰でも取得可能なため、顧客の信頼度が下がってしまいます。

これも、もしエックスサーバーを契約していたら、独自ドメインを使ったメールアドレスも無料で簡単に取得できます。

セルフブランディングのためにも取得するようにしましょう。

(3) パーマリンクの設定

パーマリンクとは、あなたのサイトのページのURLのことです。

これも設定しなくても更新はできますが、そのページに関する英単語に設定するようにしましょう。

その方が検索エンジンからの評価が高くなります。

ワードプレスの固定ページやブログ記事投稿画面で設定できます。

(4) グーグルアナリティクスの導入

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



いわゆるアクセス解析です。訪問した人数や閲覧したページ数、滞在時間などの詳細な情報が分かります。

無料で導入できます。

[グーグルアナリティクス](#)

(5) グーグルサーチコンソール

検索エンジンからのあなたのサイトの評価が分かります。

あなたのサイトの平均検索順位や、どんなキーワードで検索したときに検索エンジン上に表示され、そのうち何回クリックされたかなどの情報が分かります。

これも無料で導入できます。

[グーグルサーチコンソール](#)

グーグルアナリティクス・サーチコンソールから得た情報をもとに、ホームページの運営戦略を立てます。

あなたのブログに、ターゲットとなる人は訪れているのか？また、こちらが期待しているアクション（申し込みや登録など）はどのく

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



らいか？もし訪れていなかったら、どんな対策が有効なのか？これらを検証し、改善します。

4 . ホームページの目的を明確化する

ホームページの立ち上げと前後して、その目的を明確化します。

ホームページと言っても、その目的によって打ち出す内容が異なってきます。

例えば作成者のブランディングが目的であれば、作成者のパーソナルデータやスキルを打ち出す内容になるでしょう。

商品・サービスの販売であれば見込み客への情報提供とサービスのPR、セミナー申込者獲得であれば、セミナーの内容の紹介や講師のブランディングになるでしょう。

5 . ターゲットの明確化

訪問して欲しい人物像・ペルソナを明確にします。

ペルソナは、できるだけ明確にします。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



年齢・住所・職業・収入・家族構成・得手不得手・生活環境・目標・抱えている不安など細かに設定していくと、そのペルソナへ何を打ち出せば興味を示すか分かりやすくなります。

ペルソナの興味を引く内容を考えながら、ホームページを構成していきます。

6 . コンテンツ

目的を達成するために必要なコンテンツを考案します。ホームページの各ページに当たります。

プロフィール、ブログ、商品説明、Q&A、問い合わせフォームなど、ライバルサイトを参考に必要なコンテンツページを作成します。

コンテンツの例としては、以下の内容になります。

(1) トップページ

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



ホームページの概要を掲載し、あなたやあなたのビジネスの価値を端的に掲載し、訪問者の興味を引きます。

無料オファー配布ページをすぐに分かるところに設置し、早い段階でファンになって頂くよう仕向けることもできます。

(2) リスト獲得ページ

メルマガ登録ページなどを設置して、あなたの見込み客を増やします。あなたのホームページを訪れた訪問者が「一見様」にならないよう、無料オファーもつけて先に大きな価値を提供し、あなたとのつながりを作ります。

(3) プロフィール

あなたの想いや実績、経歴を打ち出します。各ブログ記事からリンクを貼ってこのページへ訪問者を誘導し、あなたの魅力を伝えると、あなたのファンになってくれる訪問者が現れます。

非常に重要な項目ですので、書き方を後の項で紹介します。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



(4) 問い合わせフォーム

訪問者があなたへメッセージをすぐに送信できるように、専用のフォームを作ります。無料相談や仕事の依頼、その他何でも気軽に問い合わせできるように、目立つように配置しましょう。

(5) プライバシーポリシー

あなたへ提供された個人情報等のルールを明文化します。簡単に言えば、リストで獲得した方の情報を第三者に渡さないなど、あなたのファンとの約束事になります。個人情報に関するトラブルを防ぎます。

他のライバルサイトの形式を見ながら、あなたのサイトにふさわしいプライバシーポリシーを作成するようにして下さい。

(6) ブログ

ブログ記事を投稿します。SEO対策を意識して戦略的に作成することで、アクセスアップにつなげます。見込み客への情報提供とファン獲得のため、非常に重要です。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



(7) その他

必要に応じて店舗へのアクセスやお客様の声、料金一覧、会社概要、特定商取引法に基づく記載（ホームページ上での売買がある場合）などのページを作成します。

7. ブログ記事のキーワード選定

ブログで作成する記事のキーワードを、予め選定します。

ペルソナが悩みを解決するために、どんなキーワードで検索しているか、様々なツールを使って割り出してまとめます。

ブログの記事は、ここで割り出したキーワードを元にタイトルと内容を決めます。使用するツールと順番は、以下の通りです

STEP 1. 関連キーワード取得ツール

狙いたいキーワードと、それに関するキーワードを可能な限りピックアップします。数百に及ぶことがほとんどです。

[関連キーワード取得ツール](#)

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



STEP 2. グーグルキーワードプランナー

STEP 1 で取得したキーワードを、キーワードプランナーへ入力し、検索ボリュームと競合を調べます。

キーワードプランナー

検索ボリュームとは、月間でそのキーワードが検索エンジンで何回調べられたかを表す数字です。この数字が大きいほど世の中のニーズは強いが、ライバルサイトが多いことがほとんどです。最初は10～100、もしくは100～1000程度を狙うと良いでしょう。

競合とは、そのキーワードに対して広告費用をかけている人がどの程度いるかを表す割合です。「高」は費用をかけて広告を出している人が多いことを示しているため、競合の少ない「低」を狙うと良いです。

8 . ライバルサイトのチェック

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



キーワードを絞ったら、そのキーワードで検索してヒットするサイト（競合）を調べます。現時点で、非常に情報量が多く有益なサイトが検索上位にあれば、攻略には時間がかかるでしょう。

反対に、アメブロなどの無料ブログが検索上位にヒットしているキーワードは、ライバルが弱いのでねらい目です。

ライバルサイトの記事も参考にしながら、世の中のニーズを見極め、自分の記事作成の参考にするようにしてください。

9 . 記事作成

ここまで来てからやっと記事作成に入ります。

ライバルサイトの情報と自分の持つ情報・経験をミックスさせ、新しい価値を生み出し、記事にしてください。

1記事の文字数は、多ければ多いほど良いですが、少なくとも1000文字以上を心がけて下さい。

それよりも少ないと、読者がすぐに読み終えてしまい、有益な情報が得られず、すぐにあなたのサイトを離れます。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



その結果、検索エンジンからの評価が上がり辛くなり、アクセスが増えにくいという負のスパイラルに陥ってしまいます。

10. アイキャッチ画像

記事を作成し終わったら、簡単にアイキャッチ画像を作ると良いでしょう。読者の目を引き、印象に残りやすくなります。

とはいえ、こだわって画像を作る必要はありません。

フリー素材をダウンロードし、記事タイトルを合成するだけでかまいません。慣れれば、5分とかからずに作成できます。

おすすめフリー素材配布サイト：[ぱくたそ](#)

画像合成ツール：[フォトスケープ](#)

フォトスケープで文字を合成する方法は、[こちらの動画](#)で解説しています。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>

■ Chapter. 6 ■

プロフィール 作成方法



□Chapter.6□プロファイル作成方法

1. 魅力あるプロフィールとは？

ブログの記事やランディングページはしっかり作りこむのに、あなたのプロフィールは適当に書いていたりしませんか？

ブログやホームページにおけるプロフィールは、読者とあなたをつなぐ最初のページになるかもしれません。

検索エンジンなどからあなたの記事にたどり着いた読者さんは、必要な情報を得ます。その次にプロフィールを読んでもくれるかどうかで、その読者さんとの関係が築けるかどうかが決まります。

もし情報を得て満足してページを離れてしまった場合、その読者さんがあなたのブログを再訪してくれる可能性は、ほぼありません。

あなたという人間の魅力を伝えることが、次のビジネスチャンスにつながります。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



そうかと言っても、実績だけPRしていたら履歴書のように堅苦しくなりますし、何をPRしているのかよく分からないプロフィールもよく見受けられます。

読者の心を掴むことができるプロフィールとは、あなたの抱えた悩み・苦しみ・葛藤、そしてそれを乗り越えて今のあなたがある。これが伝わる文章でなければ意味がありません。

2 . 魅力あるプロフィールの作り方

STEP 1 : ペルソナ設定

「誰に」、「何を」伝えるプロフィールなのか？できるだけ詳細に書き出します。

例：30代で、投資を教えるセミナー講師として独立起業した男性。都内近郊で一人暮らしをしている。Webで情報発信しているものの、反響が得られずに悩んでいる。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



STEP 2 : 目的とキッカケ設定

ペルソナに対して、どんな影響を与えるプロフィールにするか？あなたの理想や目標は？（ゴール地点）そして、その理想を持つようになったキッカケは？（スタート地点）これらを明確にします。

例：失敗挫折を繰り返すことになろうとも、起業な怖くない。正しく努力すれば道は開ける。将来はこんなことをしてみたいと思い、今努力している。

STEP 3 : 経験の棚卸

プロフィールの目的を示すために必要なあなたの経験を棚卸します。必ず、失敗談・成功談の両方を2～3つほど揃え、時系列に並べて下さい。

STEP 4 : 情報の取捨選択と並び替え

STEP 2～3で抽出した情報を、時系列にしたがって並び替えま

す。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



- ① あなたが、理想に向かうキッカケとなったできごとは？（現在・スタート地点）
- ② 失敗・挫折した経験（マイナスの過去1）
- ③ 失敗を乗り越え、成功した経験（プラスの過去1）
- ④ 成功したにも関わらず、次の試練での失敗・挫折（マイナスの過去2）
- ⑤ さらに乗り越え、成功・成長（プラスの過去2）
- ⑥ 現在の境遇・実績・利用者さんの声など（現在）
- ⑦ あなたの理想、読者への呼びかけ（未来）
- ⑧ ざっくりプロフィール（趣味・特技・好き嫌いなど）

※ここまでの構成で、ペルソナへ親近感を持ってもらえるか？実績をPRできているか？仲間を募るような内容となっているか確認します。

STEP 5 : 本文作成

STEP 4 で作成した流れに沿って文章化します。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



文字数は 2000～3000 文字になっているか、飾りすぎず自然体な文章になっているか、感情が込められているかを再度確認します。

文章に美しさよりも、分かりやすさを意識しなら作成するようにして下さい。

参考までに、[眞山のプロフィール文章](#)をリンクしておきます。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>

■ Chapter. 7 ■

ステップメール 作成方法



□Chapter.7 □ステップメール作成方法

1. ステップメールとは？

ステップメールとは、自動で送信される連続したメールのことです。ステップメールを使うと、あらかじめ決めた時点から一定間隔でメールを送ることができます。

例えば、 資料請求時・ 1 通目 1 日後・・・ 2 通目 2 日後・・・
3 通目・・・ のようなタイミングで、自動的にメール送信することができます。

用途としては、資料請求後のフォロー、フロントエンド商品購入者へのアップセル、見込客との関係性の構築、見込客の教育など様々なことに使うことができます。

ステップメールの良い点は、自動でメール送信できるので、手間がかからないところです。

そして、こちらから何度もアプローチできるということです。

一度構築してしまえば、あなたの代わりに同じことを何度でもやってくれます。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



言ってみれば、優秀な営業マンを雇うようなものです。

登録した人にしか送信されませんので、Web サイトのように競合にまねされることはありません。さらに、メールですので、配信内容を変えたい時には柔軟に変更することが可能です。

まだまだ、ステップメールを活用している人はまだまだ少ないので、競合と差別化するチャンスです。

2 . ステップメールの書き方

(1) 目的

ステップメールの目的（オファー）を明確にします。

例：フロントエンド購入、コンサル申込など

(2) 配信スタート条件

そのメールが、どのようにして読者に配信開始されるのかを決めます。

例：メルマガ登録時、LINE@登録時など

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



(3) ターゲット設定

このステップメールは、どんな人に向けて、どんな悩みを解決するためのものか、どんな変化を与えたいのかをできるだけ詳細に決めます。

例：ストーリーをビジネスに導入することの大切さを、集客で困っている起業家に伝えたい。

(4) 構成

配信タイミングと読者の感情の変化を考えながら、構成を作ります。基本的に5～10回に分けての配信が多いですが、決まった回数はありません。

<基本的な構成>

- 登録時：登録の感謝、自己紹介と権威づけ
- 1～2回：読者の抱える問題の明確化と価値ある情報の提供

⇒読者との信頼獲得・関係性構築のため

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



- 3～4回：解決策提示、解決後の明るい未来の提示
⇒行動意欲の向上のため
- 5～6回：オファーの提示（読者の行動喚起）、オファーの具体的流れ
⇒読者が行動後のイメージを掴むため
- 7～8回：リスクヘッジ（返金制度など）、特典紹介、利用者の声、Q&A
⇒読者の不安・迷いの排除、行動喚起
- 最終回：読了の感謝、最後の一押し、メルマガへの登録要請

ちなみに僕は「人の心を動かす！戦略的マーケティング講座」というステップメールを配信しています。これは、本書でもお伝えしているストーリーとwebマーケティングを組み合わせる重要性とテクニックを紹介している内容です。[こちら](#)から登録できますので、よろしければ参考にしてください。

3 . ステップメールに組み入れるストーリー

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



読者を主人公として、問題提示してみましょう。

あなたが「こんなことで困っていないですか？」と問いかけた内容が、読者の悩みと一致していたら、読者は興味を持ちます。さらに読者の興味を深く引き付け、続きが気になって仕方がないと思って頂けるほどにするために、ストーリーを使用します。

「具体的に、こんな状況で、こんな不便がある、こんな思いをしていますよね？」と文章で読者にイメージを与えます。

その状況と読者の状況が酷似していれば、悩みを解決するまでの道のりと、解決後の明るい未来も気になって仕方がないはずです。

主に2通目か3通目で使用します。

4 . 書き方のコツ

スマホで見ている場合が多いので、行間はできるだけ多くとり、読みやすいようにして下さい。

絵文字などは受信できない場合があるので、控えましょう。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



また、メールの最後には、あなたの名前（会社名）、連絡先、ホームページURLなどを明記し、発信者の情報が伝わるようにしておきましょう。問い合わせにつながりやすくなります。

5 . ステップメールのおすすめ配信スタンド

オレンジメール

無料で使用できる期間があり、お試しで始めるにはうってつけです。

- 月額：0円～9800円
- 初期費用：12800円

オートビズ

有料ですが、リーズナブル。

こちらも、ステップメールとメルマガ両方の機能を使うことができます。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



決済サービスの付加ができるなど、あると便利な機能がついています。

本格的に始めたい場合は、こちらがおすすめです。

- 月額：1940 円～5400 円
- 初期費用：7560 円

希望される方へは、眞山が配信しているステップメールの文章をプレゼントします。[コチラ](#)からダウンロードしてください。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>

■ Chapter. 8 ■

ランディングページ 作成方法



□ Chapter.8 □ ランディングページ作成方法

1. ランディングページ (LP) とは？

人の心を動かす！
戦略的マーケティング
メール講座

小説家兼コピーライターが、
あなたの魅力を3倍引き出し、
あなたの戦略的マーケティングツールを見出し、
あなたのビジネスを加速させます！

無料で
今すぐ
申し込む！

こんなことで困っていませんか？

あなたが商品・サービスをプロモーションする時にまず考えるのが
Web サイトではないでしょうか？

しかし、この時代 Web サイトを作成するだけでは、思ったような効果を出すことはできません。インターネット上に無数の Web サイトの中から、あなたの Web サイトに目をとめてもらい、さらになんらかの行動を起こしてもらう必要があるのです。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



行動というのは、例えば、資料請求、見積依頼、レポート請求のことです。そのためには、商品やサービスを単に説明しただけの Web サイトでは役不足です。

Web 上であっても、あなたが対面でセールスしているかのように、訪問者の感情を考え、説得する必要があります。

そのためには、通常の Web サイトではなく、訪問者の感情を動かし、説得力のあるランディングページが必要になるのです。

2 . ランディングページの作り方

目的やターゲット設定は、ステップメールに準じた考え方で明確にします。

ランディングページは、前述したとおり、読者の行動を促すための、言わば攻撃力の高いメディアでなくてはなりません。

結果が思うように出ない場合は、繰り返し内容を変えたりデザインを変えたり配置を変えたりして、成果が上がるよう調整するもので

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



す。

1度作ればずっと使えますが、それで終わりではないという認識で
いてください。

ランディングページの構成は、以下の8ステップになります。これ
に従って内容を構築し、執筆に入ります。

私のLPは[こちら](#)ですので、これを見ながら読み進めて頂くと、分
かりやすいと思います。

(1) ファーストビュー

訪問者があなたのランディングページにアクセスしたときに、最初
に目にするページです。このページに魅力がなければ、訪問者は
「このサイトは、自分の求めているものは教えてくれないな」と、
さっさと離れてしまいます。

このファーストビューで、訪問者の心をしつかり掴みましょう！

ファーストビューは、キャッチコピーとメインビジュアルの二つで

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



主に構成されます。一般的に、一番最初に目に入る左側にキャッチコピーと、その隣の右側にメインビジュアルを配置します。

キャッチコピーで、大切なのはとにかくインパクトの強さ。訪問者の悩みを突く一言を入れ、興味を惹きつけましょう。

キャッチコピーは目を引くためのものですので、短文で、大きい文字で、大切なことだけを短くまとめて作りましょう。

(2) 共感部⇒解決策の提示

「こんな悩みはありませんか？」と、訪問者の悩みを言い当てます。そして、その悩みについてあなたが深く理解していることを示します。

箇条書きでいくつか提示し、「一つでも当てはまる方にお知らせです！」という流れにし、次に解決策であるあなたの商品やサービスを紹介します。

訪問者は「このランディングページの制作者は、自分の悩みを理解してくれている」ということと「これは、自分に向けて伝えてくれている情報だ」と感じるので、興味を持ちながら読み進めてくれま

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



す。

(3) 商品説明⇒ベネフィット提示

あなたの商品やサービスを説明します。

大切なのは、商品の特徴ではなく、訪問者のベネフィットを伝えるということです。

「この商品はこんな点が優れていて・・・」という書き方ではなく、「この商品を買うと、こんな変化があなたに生まれ、こんな明るい未来が得られます」という書き方にすること。

分かりやすく言うと、主語が「商品」ではなく「訪問者」であることです。

そうすると、訪問者は具体的な明るい未来を想像することができ、さらに興味を持ちます。

(4) 購入者の声、会社概要、自己紹介⇒信頼獲得・権威付け

すでにあなたの商品やサービスを購入してくれた方にインタビュー

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



し、感想を頂きます。それを掲載すると、「あ、もうこの商品を買った人があるのか、成果が出ているんだな」と訪問者さんの不安が薄れ、あなたやあなたの商品への信頼度が増します。

お客様の声は、可能なら写真・名前付きで投稿させてもらいましょう。その方がより信用が増します。もし難しければ、イニシャル表記にしたり、住んでいる場所や職業だけにするなど、可能な範囲でお客様の情報を掲載しましょう。

あなたの会社もしくはあなた自身の紹介、実績を伝えると、より信頼度が高まります。

さらにあなたの過去や夢や会社の目標を伝えると、親近感を持ち共感してくれます。ぐっとあなたと訪問者の距離を縮めることができます。しかしここは主ではないので、短くまとめて掲載すると良いでしょう。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



(5) 特典⇒ライバルとの差別化、商品のブランディング

あなたの考えた商品やサービスは、すでに類似品が出ていることも多いでしょう。

そこで、他の人のビジネスと差をつけるのが、あなたが訪問者のために考えたオリジナルの特典です。

特典は多ければ多いほど有利です。訪問者にとっては宝となり得るような、悩みをズバッと解決できるような特典を考え、惜しみなく提供しましょう。

3～7程度あると望ましいです。

特典の作り方については、以下の記事で詳しく紹介しています。

[ライバルと圧倒的な差別化！セミナー集客の奥義「特典」の作り方とは？](#)

(6) よくある質問⇒不安の解消

ここまで読み進めてくれた訪問者は、よほどあなたのランディングページの内容に興味を示しています。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



しかし、まだ具体的アクションを起こすまでには至っていないかもしれません。それは、何らかの不安があるからです。

もし購入しても、成果が出なかったら？

サービスに入会しても、うまく活用できなかったら？

こんな悩みを解決できるように、あらかじめ解決手段を明示しておきましょう。

(7) 具体的アクションの流れ⇒イメージ提供

購入、入会などをするまでの具体的な動きを、細かに説明します。

そうすることによって、アクションを起こそうとしている訪問者は、自分の動きを頭の中でイメージすることができ、実際に行動を起こしやすくなります。

未知の領域に足を踏み入れるときは、何らかのトラブルが起きるかもしれないという不安はあるもの。それを払しょくすれば、「訪問者の意識を変え、具体的アクションに結びつける」というランディングページのゴールは目前です。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



(8) 限定・緊急・CTA⇒ゴール

CTAとは、Call To Action(コール トウ アクション)。つまり行動喚起です。

「今すぐクリック!」「申し込みはコチラ!」など、訪問者が実際に行動を起こすための仕掛けです。

CTAは最後の一か所だけに設置するだけではなく、間に何か所かにちりばめておくと、訪問者の気持ちが大きく動いた時点でアクションを起こしてくれます。

一番最後に配置するCTAには、「限定的」「緊急性」を意識して設置しましょう。

興味を持って最後まで読み進めてくれた訪問者でも、「じゃあ考えておこうかな」と思ってページを離れてしまったら、その時点で試合終了です。

「後で考えよう」と思った訪問者がまたそのページに戻ってくる確

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



率は、限りなく低いと思ってください。

それではランディングページを作った意味がありません。

最後のCTAで必要なのは、最後の一押しです。

「今すぐ動こう！」と思ってもらう必要があります。そのために

「限定的」「緊急性」という要素が必要になってきます。

- 先着〇様に、特別に無料コンサルを提供します！
- このサービスは申し込み多数につき、〇日までで締め切りとさせていただきます。

など、今すぐ申し込む必要があるということを盛り込みます。そう

すると「後で考えよう」と悠長なことは言ってられません。

アクションを起こすかどうか、極めて短期間で判断してくれるよう

になります。

3 . デザイン

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



ランディングページは前述したように、繰り返し変更が必要なメディアです。

外注すればデザインが優れているページを作ることは可能ですが、それでは変更のたびに業者との打ち合わせや費用が必要になり、非効率的です。

ではどうすればいいのかと言うと、やはり自分で作るのが一番効率的です。

今は時間もそれほどかからず、カッコいいデザインのランディングページを無料で作れてしまうサービスがあります。それが、ペライチです。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



講座内容

Step.1

圧倒的集客力！「点」ではなく「面」で見る集客方法とは？

マーケティングの全体像を解説し、効果の上がる面での対策を紹介します。

Step.2

他人の心を動かせる人がビジネスを制す

人の心を動かす要素はズバリ〇〇〇〇〇。
このキーワードを意識するだけで、顧客との信頼関係が深まります。

Step.3

コピー×〇〇〇〇〇！ 人の心を動かす手法を組み合わせ、見込み客を振り向かせるシステムをあなたに！

人の心を動かし、成果を上げるあなただけの理想的集客システム。
それを構築する方法をお伝えします。

その名の通り、1 ページだけのホームページを無料で開設できるサービスです。

1 ページだけとは言っても、詰め込める情報はもりだくさんです。

さらにペライチの嬉しいところは、デザインのスキルがなくてもきれいなページを作れる点です。

「ブロック」というコンテンツを組み合わせるだけで、きれいなホームページを作ることができます。

ブロックの一つ一つは、すでにきれいなデザインに仕上がっているので、後は文字や画像を入れ替えるだけで OK です。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



ブロックにも色々な種類があり、ファーストビュー（キャッチコピーとメインビジュアル）がきれいに作れるデザイン、画像と説明文、タイムテーブル、チェックリスト、地図、動画、ボタン（申し込みなどに）などなど、様々な種類があります。

組み合わせは無限大です。

さらに嬉しいのは、無料なのにスマホ最適化機能がついていること。スマホから見てもきれいなデザインになるように、自動的にデザインを調整してくれます。

ランディングページを作るためにはピッタリのツールです。

[ペライチ](#)

4 . ランディングページに組み入れるストーリー

ランディングページは物語と考えると分かりやすく、また作りやすくなります。

ランディングページを制作する目標とは、その縦長1ページだけで

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



訪問者に劇的変化を与えることです。

そのためには、訪問者の感情を動かす必要があります。

そしてそのためには、やはりストーリーを導入することが効果的な
んです。

悩みの解決策を模索しながらページを読み進める訪問者を「主人公」です。一方、ランディングページを制作したあなたは、主人公い解決策を提示できる「メンター」です。こう考えると、ストーリーがある程度イメージとして捉えられるのではないのでしょうか？

メンターとは、面白いストーリーの型とされる「神話の法則」にも登場します。

神話の法則で「賢者との出会い」という項目がありますが、これがメンターになります。

主人公に課題とその解決策を示し、行動を促す役割を負うキャラクターのことです。

一言で言えば、あなたはLPを通じて、このような役目を担うメン

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



ターになりましょう！ということなんです。

具体的にメンターの役割を挙げていくと、こんな感じになります。

- 問題を認識させ、解決しないままだとどんなくらい未来が待つのか示す。
- 解決策を具体的に提示する。
- 行動を促す。
- 回避すべき失敗例を紹介し、主人公を助ける
- 共闘する。(一緒に取り組む)
- 明るい未来へ到達！

ランディングページも、この流れを意識して制作すると、非常に作りやすくなります。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>

■Chapter. 9■

ネットラジオ番組 作成方法



□Chapter.9 □ ネットラジオ番組作成方法

1 . ネットラジオとは？

参入者が少ない今がチャンスなのが、ネットラジオ配信です。 ・
配信者としては、録音も編集も動画より簡単、少ない容量で保存できる、生のあなたの声を見込み客に届けることで、見込み客との距離を縮め、あなたの地位を確立させることができるなど様々なメリットがあります。

リスナーとしても、移動中や運転中などに有益な情報を受け取ることができる、動画よりもデータ容量が軽い等メリットがあります。

2 . ネットラジオの作り方

ラジオ番組をイメージしていただければ、だいたいどんな感じになるのか雰囲気は掴めると思いますが、普通のラジオ番組と web ラジオでは、決定的に違う点があります。

ラジオ番組を聞く目的は、主に「暇つぶし」。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



テレビを見るような感覚です。よくカーラジオを聞く方は多いと思いますが、なぜ聞くかというと運転中に静かなのがいやだ、音楽が聞きたい、と言った理由です。

一方で、web ラジオを聞く方というのは、目的がハッキリしています。

リスナーは自分の聞きたい番組を自由に選べるため、「移動中に英会話を覚えたいから」「スキマ時間にマーケティングを勉強したいから」と言ったスキルアップだったり、「好きな番組が更新されたから」など、すでに聞きたい番組が決まっていたりします。

あなたがこれから番組を作るとしたら、あなたのビジネスのPRだったり、あなたの情報の価値が明確に分かるテーマにしましょう。基本的には、あなたのブログやサイトへの誘導を目的とすると思いますので、それと同じ内容にすると良いと思います。

なおかつ、ネタが尽きない内容で、自分が楽しく話せるテーマであることが大事です。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



そして一度決めたテーマは、途中で変えない方が無難です。リスナーが求める情報の配信が終われば、いとも簡単にあなたの番組から去って、他の番組に流れてしまいます。

(1) 簡単な企画書を作る

どんな内容を話す番組にするか決めたら、次は簡単に企画書を作りましょう。カッコリとしたものはいりません。

企画書で決めるものは、主にこんな内容です。

●番組名 (チャンネルタイトル)

テーマを元に、リスナーが興味をひくようなタイトルを考えます。

一目で、どんな内容の番組なのか、何を得られるのかが分かるような名前にして下さい。

●トーク人数

一人で話すのか、複数で話すのかを検討します。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



個人事業で集客・サイトへのアクセスアップ狙いなら、最初は一人でいいでしょう。その方が自分のペースで無理なく作ることができます。

複数で収録する場合は、それぞれの役割を決めておきましょう。

ボケとツッコミではないですが、話し役と聞き役、問題提示と解決策提示など、役割が明確化していると聞きやすい番組になります。

できるならですが、男性と女性など、声質が違う人で組むとリスナーが聞きやすいです。

たまに男性3人とか4人のトーク番組も聞きますが、正直音声だけでと誰が誰やらわかりません（笑）

●内容構成

簡単に、1回の放送はどんな話の流れでどれくらいの時間配分で話していくかを決めておきます。

原稿でカッチリ固めてしまってもいいのですが、あまりおもしろくありません。話す内容だけをざっくり箇条書きにして書いておく

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



と、自然な形で話すことができるでしょう。

1つのエピソードの時間ですが、一人で話す場合、集中して聞くことができるのは10～15分程度です。それ以上になると、途中で意識がボーッとどこかへ飛んでしまうこともあります。

ラジオ番組のように、途中でジングル（短いBGM）や歌、効果音を入れて、リスナーの集中力を保つこともできます。しかし一つの長時間で高品質な番組を作ると編集に時間を取られるため、短い時間で充実した内容の番組を数多く配信するという手段もあります。

番組数が増えた方が、音声配信メディアの運営サイドが「優良チャンネル」とみなしてくれて、おすすめ欄で番組を紹介してくれたりします。その方が、新規リスナーを獲得しやすいです。

●タイムスケジュール

10分程度の番組を作る場合、おすすめの流れをご紹介します。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



①オープニング 0:00~1:00

テーマ曲から入り、自己紹介、簡単な近況など、このエピソードのテーマなど。

②メインテーマ 1:00~9:00

今回伝えたいテーマの詳細な紹介。ブログで言えば、1記事の内容に当たる。

③CM 9:00~9:30

あなたのCTAで紹介している内容や、セミナー・イベント情報・商品の宣伝などです。あなたが話すのではなく、違う人の声で伝えるとCM感が強くなり、よりリスナーの印象に残りやすくなります。

④エンディング 9:30~10:00

今回のまとめ、次回予告、サイトへのアクセスを促すなど。長々話すよりサクッと終えた方が良いでしょう。

オープニングとエンディングは、あらかじめ定型文を作っておき、

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



声優さんに読んでもらった音声を使いまわしてもいいかもしれませんね。

時間配分は、多少前後してもかまいませんし、全体の時間は多少長くても短くてもOKです。あえて3分等の短い時間にして、毎日配信している方もいます。

3 . 編集

「audacity」というフリーソフトを使えば、簡単に音声編集できます。

こちらの記事に使い方をまとめていますので、ご覧ください。

[意外に簡単？あなたの価値を発信する音声番組の作り方！](#)

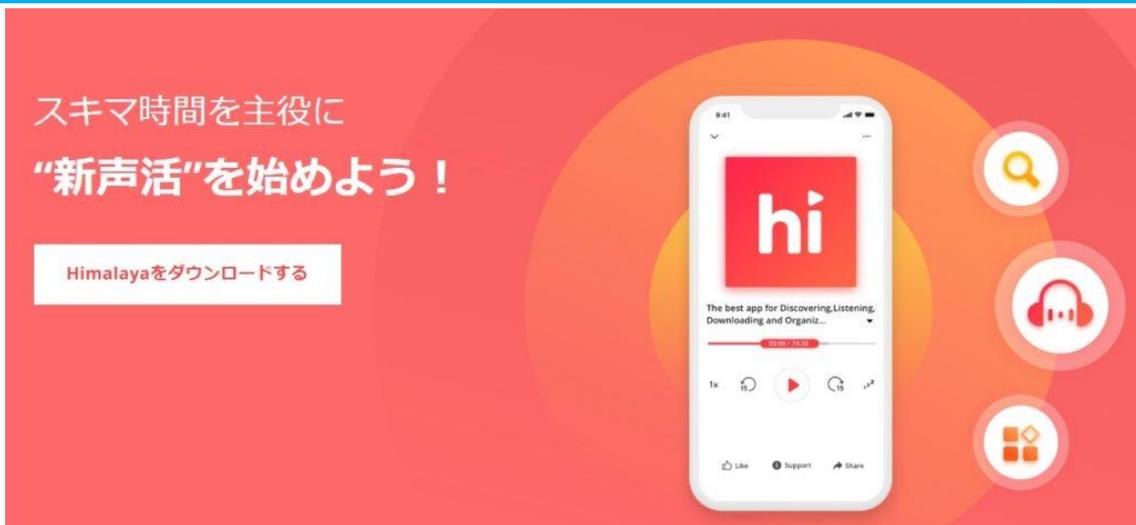
4 . 配信

配信するメディアとしては、色々ありますが、[Himalaya](#)をお勧めします。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



聞くのも番組を作るのも全て無料で、お手軽にできます。

音声配信はPCからでないとできませんが、こ難しい専門知識も必要なく、誰でも配信することができます。

音声メディアとしては新しい媒体、つまりは後発なので、まだ利用者が少ないのがデメリットですが、配信した番組をSNSで拡散しやすい機能が備わっています。SNSを通じて、今後認知度は上がっていくでしょう。

今のところ僕の中では理想的な音声配信メディアです。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>

■最後に■



□最後に□

本誌を最後までお読みいただき、ありがとうございました。

Web マーケティングを自分で1から展開してこうとすると、調べなければ分からない未知の部分が、少なからずあります。

答えはネット上にありますが、その情報は玉石混交。さらに勉強する時間や、実際に構築する手間暇を考えると、膨大な労力が必要になってしまいます。

本来のあなたのビジネスがおろそかになってしまったら、本末転倒です。そうならないよう、web マーケティングの後方支援は僕にお任せ下さい。

本誌で紹介したマーケティングプラン構築は、全て僕がコンサル・代行しています。

本誌をご覧になってくださった方へは、有料で行っているコンサルティングを、1回無料で承ります。

あなたに最適な web マーケティングプランを提案します。

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>



コンサル後に発注いただかなくても、もちろんかまいません。お気軽にお問い合わせください。

無料コンサルティングに申し込む！

ただ、すでにお取引をさせて頂いている方もいらっしゃる、あまりにも多くの方にお申込み頂くと、対応させて頂きかねることもあります。その際は、すみませんがご理解ください。

今後も、あなたにとって有益な情報があれば、LINEなどを通じて、どんどん情報発信していきます。まだ登録されていない方は、よろしければご登録下さい。

[LINE公式アカウント](#)

今後ともよろしくお願ひします。



<https://www.facebook.com/mayamatakeyuki>



<https://twitter.com/mayama0816>

【お問合せ】 <http://takeyuki-job.com/contact>

眞山健幸を応援してください



<https://takeyuki-job.com/>