

60日で情報起業

「ド素人を60日で成功させるには・・・」

ストーリー構成／執筆　：　和佐大輔

はじめに：このレポートは、もはや伝説と化している「スパ強時代」の木坂健宣こと、Mr.Kが執筆した「30日で情報起業」をパロったものです。

といっても、内容的には特に関係ありません。

また、このレポートに関して木坂健宣の許可などは一切取っていません（苦笑）

完全に僕の思いつき、独断です。

「60日で情報起業」この、ジョー・クマー的なテーマに真剣に挑もうかと思っています。

具体性と、現実性と、再現性を重視して、実現不可能な事は一切書きませんから、あなたがビジネスをする上でかなり役に立つはずです。

知識と経験以外の全てを失い60日後、最低でも月100万円の収入を手に入れ、120日後には最低でも月500万円～1000万円の収入を手に入れるための、“超具体的”な方法です。

期待は裏切りませんから、相当期待して読んでください（とかいって自分でハードルを上げてみる　笑）。

ちなみに、この物語は完全なフィクションです。

プロローグ：私は Mr.W。

ここで名を明かすことはできないが、17歳のころからビジネスに精通し、今までに数億円、クライアントの実績も合わせれば数十億円を生み出してきた。

特に、インターネットのマーケティングに関しては天才的だ（と思う）。

日本でもトップクラスの実力を持っている（と思っている）。

そんな私が今回受けたミッションは、私が今まで関わった事のない市場で60日以内に情報ビジネスを立ち上げ、最低でも100万円の利益を出し、さらに120日以内に1000万円以上の利益を“マーケティングを知らない素人”に出させる事だ。

私が自分でやるならこのミッションは余裕で達成されるだろう。

しかし、マーケティングを知らない素人にやらせるとなると、難易度は一気に1000倍ぐらいになる。

さらに極めつけは、私が今まで関わった事のない未知の市場だと言う事だ。

しかし、そんな事は言い訳に過ぎない。

私は Mr.W なのだ。

言い訳は許されない。

それに私は逆境であればあるほど燃える男だ。

いつものようにミッションを楽しむ事にしよう。

それが私だ・・・

1日目（残り59日）：今日は私が“稼がせなければいけない”人物と初対面だ。

ある意味このミッションの肝だ。

頭のイカれた奴が来ればその瞬間このミッションは失敗に終わる。

だがその心配はないだろう。

なぜなら、今回のミッションを依頼してきたのは私が最も信頼する Mr.K だからだ。

彼の紹介なら心配はないだろう・・・

Mr.K：やあ、久しぶり。相変わらず噂は聞いているよ。

私：そんなことはないよ。Mr.K こそまた新しいビジネスを立ち上げたらしいじゃないか。

ー省略ー

Mr.K：そんなことより、今日はお前に依頼したミッションのキーマンをつれてきてるんだ。紹介するよ。

私：ああ、そうだったね。

佐藤君：はじめまして、佐藤です。これからお世話になります。

Mr.K：彼は私が今育てている人材なんだ。彼には色々と期待しているから、

厳しく指導してやってくれ。

私：君がそうか。よろしく。

こうして、Mr.K の紹介で佐藤君のビジネスを手伝うことになった。

といっても私は、あくまでアドバイザーだ。

余計な手出しはしない。

考え、行動するのは全て佐藤君自身だ。

そのことは彼にもしっかりと伝えた。

ビジネスにおいて絶対はない。

全ては自己責任だ。

このマインドセットを忘れて誰かに依存すると本当の意味での成功はあり得ないだろう。

私ももう1度肝に銘じておくことにしよう・・・

さっき佐藤君からやろうとしているビジネスの概要を教えてもらった。

なるほど。

面白いアイデアだ。

しかし問題は、そのアイデアをどうやって具体化し、どうやって世に広めるかだ。

当たり前のことだが、どんなに優れたアイデアでも世の中に受け入れられ、広められなければ価値はない。

また、ビジネスである以上、利益を出す事も重要だ。

売れるものを売らなければビジネスとは言えないのだ。

このことを佐藤君には肝に銘じておくようにと伝えた。

今日は1日目。

今日しなければいけない事は「マインドセット」だ。

何事もマインドセットができていなければ成功しない。

ビジネスにおける根本的なマインドセットとして、

1. 全ては自己責任だ、他人に依存してはいけない（有名人の言う事や俗説を鵜呑みにしてはいけない）
2. 売れるものを売らなければいけない（自分の思い込みだけで商品を作ってはいけない）
3. 失敗やミスを恐れてはいけない（人間誰だって失敗やミスをするものだ、そんなときは自分を許してやろう）
4. 時間は有限だ、無駄にはできない
5. まずはリラックスする事だ、余裕がなければ何事もうまくいかない
6. やれる事は全てやるだけやろう（中途半端な事だけはしてはいけない）

この6つだけは絶対に忘れてはいけない。

あたりまえのことの様に聞こえるが、最も重要なことだ。

必ず紙に書いて目の前に貼っておく事。

よし、佐藤君は私の言うことを理解しているようだ。

次にやるべき事は「戦略を構築する事」だ。

何事も無計画では効率的に進まない。

まずは情報ビジネスの流れを確認しておこう。

これから60日間でやるべき事は、

1. 参入する市場を選び、その市場で確実に売れる（と思える）商品を作る
2. 商品の魅力を最大限伝えるためのセールスレターを書く
3. 1人でも多くの見込み客（リスト）を集める
4. 集めた見込み客に最高のセールスレターで最高の商品を売る
5. 広告やアフィリエイトを使いさらに販売網を広げる

大きく分けてこの5つだ。

時間は60日しかない。

余計な事は何もしない。

よく考えるとたった5つの事に集中すればいいのだから、これほど楽なビジネスはないだろう。

とにかくやるべきことをあたりまえにやるだけだ。

これでマインドセットと戦略が立った。

私としては今日1日でもっと進めたいところだが、佐藤君を見るともういっぱいっぽいようだ。

あまりいっぺんに情報を詰め込みすぎると良くない。

今日は十分だ、このぐらいにしておこう。

佐藤君には今日の夜寝る前にもう1度、今私が話したことを復習するように言っておこう。

1度聞いただけでは絶対に身にならない。

勉強と同じで復習が重要だ。

1度だけ話を聞いて、

「へー、いい話を聞いたなー」

なんて思っている奴は一生成功できないだろう・・・

【1日目終了】

2日目（残り58日）：今日も良い朝だ。

普段は早起きなんてしないが、何事もスタートが肝心だ。

スタートで失敗するともう何もうまくいかない。

しかし、時間は有限だ。

できるだけスピーディに、できるだけ正確に、全てにおいて全力で物事を進めていく必要がある。

そのためには1秒でも多く時間があつた方がいい。

テレビを見たり、ネットサーフィンをしている時間があるなら、そのすべてをビジネスに注ぎ込む。

あたりまえのことだが佐藤君にはよく言い聞かせておこう。

あたりまえのことをあたりまえにできる奴が成功する。

できない奴にビジネスをする資格はない。

昨日はマインドセットと戦略を組んだ。

目の前に昨日書いた紙が貼ってある。

これで方向性を見失うことはないだろう。

今日はまず、今自分の置かれている立場を確認する事にしよう。

今自分がどこにいるのか？どこに向かっているのか？どこへ向かえばいいの

か？現状を把握する事は死ぬほど重要だ。

現状把握ができていないと必ずと言っていいほど失敗する。

これも重要だ。

忘れないようにしよう。

では、現状を把握するために、情報起業で成功するまでの道のりをフェーズ分けしておこう。

情報起業で成功するためには、

1. アイディアを出すフェーズ
2. 下地を作るフェーズ
3. 商品を作るフェーズ
4. 販売するフェーズ
5. メンテナンスするフェーズ
6. 販売を拡大するフェーズ

大きく分けてこの6つのフェーズがある。

これも紙に書き目の前に貼っておこう。

これからは自分の置かれている現状を常に把握し、すべきこととそうでないことを明確に区別できるようにしておこう。

今、佐藤君が立っているのは第一フェーズだ。

佐藤君の場合、参入する市場はもう決まっている。

しかし、確認の意味で、今から言うことをやってもらおう。

アイデアを出すにはまずブレインダンプだ。

脳内にある情報を全て書き出す。

そのためには効果的な質問を自分に投げかけていく必要がある。

質問 1. あなたが世の中に対して伝えられることがあるとしたら、それは何か？

あなたが夢中になっていつまでも話せる事は何か？

あなたにしか伝えられない事は何か？

あなたが世の中に伝えたい事は何か？

主役は「あなた」だ。

他人の役に立つとか、幸せとか、そーゆーことは一切考えずにひたすら書き出そう。

※佐藤君の場合は既に市場が決まっている。そんなときは、「あなたがその市場に対して伝えられることがあるとしたら、それは何か？」と、質問を置き換えると良い。これであなたがその市場に伝えられる知的資源が浮き彫りになる。

質問 2. 世の中の人々はいったい何に苦しみ、悩み、悲しみ、困っているのだろう？

人は何に悩むのか？

その解決法はあるのか？

誰がどれだけ悩んでいるのか？

その悩みはどれだけ深いのか？

その悩みは友達に気軽に相談できるものなのか？

今度の主役は「他人」だ。

自分は一切関係ない。

とにかく他人が悩み苦しんでいる事を書き出す。

※この質問も既に参入する市場が決まっている場合は、「その市場にいる人たちはいったい何に苦しみ、悩み、悲しみ、困っているのか？」と、質問を置き換えると良い。これであなたがその市場に求められているものが浮き彫りになる。

この質問の答を両方最低でも50個ずつ書き出す。

考えるな、とにかく書き出せ。

「他人の悩みなんて何も思いつかない」という場合は、

- ・ 教えて goo
- ・ Mixi
- ・ ヤフー知恵袋
- ・ アドワーズ (グーグル)
- ・ オーバーチュア (ヤフー)

等を参考にする。

そして、近くの本屋へ行き雑誌コーナーを眺める。

自分の得意な分野の雑誌を10冊、全く知らない分野のものを10冊、これだけは最低でも目を通す。

気になるものがあれば全部買う。

目を通せるならできるだけ多く目を通し、気になるものは全て買う。

もちろん、闇雲にこれらのソースを見ても何の収穫もない。

常に、

「誰が、どんな理由で、悩み、苦しんでいるのか？そしてその悩みはどれだけ大きいのか？どれだけ多くの人が悩んでいるのか？」

を、考えながら読んでいく。

気になった事はどんどんメモっていく。

そうこうしているうちにもう夜だ。

今日の作業はここまでにしておこう。

佐藤君も疲れたようだ。

まだ少し時間がある。

最後に、第一フェーズでやるべき事を確認しておこう。

第一フェーズでやるべき事は、

1. 参入する市場を選ぶ（自分の得意分野、他人の悩みを書き出す）
2. 参入する市場をリサーチする
3. 参入する市場で売れる商品のアイデアを出す
4. 参入する市場でそのアイデアが受け入れられるかどうかテストする
5. 売れると確信できたら商品を作る（第二フェーズへ・・・）

この5つだ。

今日やった事は、参入する市場を選ぶ（吟味する）ことだ。

明日は参入する市場を決定し、本格的に市場をリサーチしていく。

今日やった事を思い返しながら寝よう。

【2日目終了】

3日目（残り57日）：今日も良い朝だ。

たまには早起きしてみるのもいいものだ。

清々しい。

今日は昨日いったように、参入する市場を決めて、具体的にリサーチをしていく。

既に佐藤君のノートには昨日書いたアイデアが数十ページある。

ここから探そう。

佐藤君は改めて最初から決めていた市場に参入することに決めたようだ。

昨日のブレインダンプで、今までぼやけていたイメージが、具体的になり、新たな発見があったようだ。

やはり基本は重要だ。

何かに困ったら基本に立ち返ろう。

さて、佐藤君の参入する市場は決まったようだが、今後、新しいビジネスを立ち上げるときのために、一通りの流れを体験してもらおうことにした。

私も暇ではない。

いつまでも佐藤君に付きつきりというわけにはいかない。

私の全てを叩き込まなければ。

では、昨日出したアイデアを煮詰めていこう。

質問1. あなたが世の中に対して伝えられることがあるとしたら、それは何か？

質問2. 世の中の人々はいったい何に苦しみ、悩み、悲しみ、困っているのだろう？

この質問の答を書きまくったノートが1冊ある。

どんな商材を作るのか？

理想的なことを言えば、質問1つ質問2が交差するポイント、つまり共通部分が1番商材にしやすい。

例えば、質問1に対して、

「私は昔、体臭に悩んでいて、それを克服するために書籍や医学書を読みあさり、あらゆる製品をテストしてきた。その結果、今では見事に克服できている。体臭のことに関してならいくらでも話せるし、私が鬱状態になった原因でもある。もし、同じように悩み苦しんでいる人がいるのならぜひ助けてあげたい。」

このような答えが出ていて、質問2に対しても、

「教えて goo で調べてみたが、体臭で悩んでいる人の数は半端ではない。しかも、そのほとんどが昔の私と同じような悩みを抱えている。この悩みは海よりも深く、もしも克服できるならどんな努力だって惜しまないだろう。体臭を消すスプレーやクリームも数多く出ていて、かなり売れているようだ。この市場は熱いかもしれない。」

このような答えが出ているなら、「体臭」をキーワードに商材を作り出せばい

いという事だ。

もし、質問1に対して、

「私が得意な事も、人に自慢できる事もこれといってない」

と、残念な答えが出たとしたら、この質問に答えるといい。

質問3. あなたが今まで悩み、苦しんできた事は何ですか？また、悩み苦しんでいる人たちに心底共感できる事は何ですか？

得意だったり他人より秀でていなくても、「市場のニーズが手に取るようにわかる」というのは大変な強みだ。

今まで生きてきて経験した失敗を生かそう。

このように、参入する市場を選ぶときは、

A. 「質問1と質問2の共通点」

B. 「質問2と質問3の共通点」

このどちらかで選ぶのが最もやりやすい。

もちろん、自分は得意だけど需要がない、需要はあるけど市場のニーズが全く理解できない、ではビジネスとして成り立たない。

そして、「売れるものを売る」というマインドセットを忘れてはいけない。

佐藤君の場合、全部の質問に50個以上答えたにも関わらず、共通点は1つしか見つけられなかった。

そんなものだ。

市場選びは1日で終わらせる。

ここで時間をかけていると切りがない。

どうせ失敗はするものだ。

それなら早い方がいいに決まっている。

どんどん失敗して、そこから学べばいい。

失敗を恐れてはいけない。

このマインドセットも目の前に貼ってあるはずだ。

こうやってまずは参入する市場を決定する。

佐藤君の場合は最初から市場は決まっていたので、さっき出た市場は次のビジネスとしよう。

次にやる事は、市場のリサーチだ。

売れるものを売るには、その市場をできるだけ深く理解する必要がある。

何が求められているのか？何が嫌われるのか？何が好かれるのか？どんなライバルがいるのか？どんな商品が売れているのか？売れていないのか？どんな人たちが集まっているのか？年齢は？性別は？職業は？どうして悩んでいるの？

などなど、全てを把握する必要がある。

リサーチは主に、

- ・ Q&A サイト (教えて goo、はてな、OKweb、ヤフー知恵袋など)
- ・ SNS、コミュニティーサイト (Mixi など)
- ・ まぐまぐ
- ・ オーバーチュア (ヤフー)
- ・ アドワーズ (グーグル)

これらを使ってリサーチをする。

さらに、可能であればその市場にいる人たちと直接会ってみる (化粧品を売りたいならデパートの化粧品売り場で実際にメイクしてもらう)。

最も効果的なのは言うまでもないが、直接会ってみる事だ。

これを「めんどくさい」などと、サボっていてはロクなものではない。

リサーチはできる限り徹底的にやるのだ。

ネット上のリサーチ媒体は今あげたものが主だ。

特に、Q&A サイトと SNS は直接的に市場へアクセスできる。

※ここでいう「市場」とは、そこに集まっている人たちの事

既にある書き込みを読んでいると、その市場の悩み、欲求など、求めているものが見えてくる。

さらに、まぐまぐ・オーバーチュア・アドワーズなどを駆使して、ライバルの動向も探っていける。

ネット上でビジネスをしている限り、隠せない事はほとんどない。

では、リサーチの目的を先に明確にしておこう。

1. ターゲットを見つける（選んだ市場にいる誰に対してビジネスをするのか？その人はどんなことに悩み苦しんでいるのか？その人の思い描いている理想は何か？現実はどうなのか？なぜ理想と現実ギャップがあるのか？その原因は？）
2. ライバルを視察する（誰に、どんな商品を、どんな形で、どうやって売っているのか？値段は？内容は？切り口は（最大の売りは）？お金があるなら実際に商品を買ってみる）
3. 自分の商材の切り口を決める（ライバルが打ち出している切り口と決定的に違う切り口は生み出せないか？）
4. 商材の形態を決める（冊子か？E-BOOK か？DVD か？CD か？MP3 か？どんな形態が最も買ってくれた人に利益をもたらすのか？）
5. 潜在的に味方になりそうな人を探す（ライバルの中に将来的にJV、アフィリエイトなどで協力してくれそうな人はいないか？いるなら仲良くなっておく）
6. ターゲットが反応するキーワードを探す（どんな言葉を使えばターゲットは反応するのか？どんな言葉には反応しないのか？）

リサーチの目的は以上だ。

これを常に意識しながら、各媒体を駆使してリサーチをしていく。

時間は有限だ。

目的をしっかりと頭に叩き込んで、余計な事はしないようにしよう。

間違っても YOUTUBE にはアクセスしないように。

今日は1日リサーチに徹する。

これで、市場も決まった、商材の形態も決まった、ターゲットも見えてきた、ライバルも把握できた、将来味方になってくれそうな人も何人か見つかった、ターゲットが反応しそうなキーワードもいくつか見つかった、そして何より、ターゲットが見えてきたことによって商材のイメージもできてきた。

大きな収穫だ。

自分を褒めてやろう。

3日目になると佐藤君もだいぶ慣れてきたようだ。

今日はこれで終わりにしておこう。

あとはまた明日だ。

最後に復習だが、売れる商品を作るための黄金の3ステップがある。

それは、

1. 売れる市場を見つける
2. 何が欲しいか市場に聞く
3. 欲しがってる商品を作って売る

たったこれだけだ。

自分の思い込みだけで市場を選んだり、商品を作る事は絶対にしてはいけない。

それは素人のやる事だ。

このことをじっくり考えながら今日は寝るといい。

【3日目終了】

4日目（残り56日）：今日は少し寝坊した。

3日坊主とはまさにこのことだ。

気を引き締めなければ。

何事も継続しなければ成し得る事はできない。

この失敗から学ぼう。

さて、今日は昨日したことの続きだ。

さすがに1日で全てをリサーチする事なんてできない。

昨日リサーチした事をベースにもっと掘り下げていく。

「これぐらいでいいか」

なんて言葉は絶対に口にしない。

リサーチに終わりは無いのだ。

佐藤君はそのことを既に理解しているようだ。

私より早く起きて既に作業をしている。

今日やる事は基本的に昨日と同じだが、1つ目的を追加しよう。

DRM（ダイレクト・レスポンス・マーケティング）の基本は常に、

1. リスト（見込み客）を集め

2. リストを教育（ブランディング）し
3. リストに最高の商品を売る

この3つだ。

これが黄金の3ステップだ。

つまり、まずはリストを集めなければいけない。

そこで必要になるのが、

「無料オファー」

だ。

何か無料のものや情報を提供する代わりに、メールアドレスと名前を登録してもらい、そこにメールマガジンを配信してブランディングをはかる。

そして、ブランディングされた状態のリストに対して最高の商品を提供していくのだ。

そこで今日は、

1. どんな無料オファーを出せばターゲットは飛びつくか？

どんな内容が1番幅広く飛びつかれるのか？

どんな形態が最も魅力的か？

どんなコンセプトでセールスレターを書けば話題を呼ぶか？

一般的に言われている事や、ライバルたちが主張している事の逆の主張はでき

ないか？

他のライバルたちはどんな無料オファーを出しているか？

それらを超えられるものは作れないか？

2. 無料オファーをどうやって宣伝すれば効果的か？

出せる広告はあるのか？

アフィリエイトは利用できないか？

口コミを起こすことはできないか？

この2つの質問に答えるべくリサーチをする。

無料オファーといっても手は抜けない。

手を抜いた瞬間、誰も肝心の商品を買わなくなる。

逆に満足させ、感動させることができればそれだけで商品を買ってくれる。

入り口となる無料オファーは死んでも手を抜けない。

今日も1日リサーチに徹する。

明日はリサーチ結果をもとに無料オファーを作っていく。

とにかく今日は余計なことを考えずリサーチだ。

【4日目終了】

5日目（残り55日）：今日は祝日だ。

人が休んでいるときにこそ働く。

人と同じことをしては、同じような結果しかえられない。

私たち起業家は常に“変人”であるべきだ。

「普通」とか、「常識」なんて関係ない。

そんなものは平凡に生きたい奴だけ持っていればいい。

私たち起業家の向かう場所は平凡とは真逆のところにあるのだから。

さて、今日やる事は無料オファーの作成だ。

昨日、一昨日と2日間ひたすらリサーチをした。

その結果、

1. ビジネスの対象とすべきターゲット像
2. ライバルたちの動向
3. 市場が求めているもの、いないもの
4. 将来的に味方になってくれそうな人（会社）
5. ターゲットが反応しそうなキーワード
6. 売れそうな切り口
7. 無料オファーのアイデア
8. プロモーションに使えるような媒体

など、明確に見えてきた。

これだけ情報が揃えば、無料オファーを考えるのも簡単だ。

いくつかウケそうなアイデアはある。

あとはそれらをどう具体化するかだ。

ちなみに、無料オファーは多ければ多いほどいい。

種類が多ければそれだけ幅広くリストを取れるし、同時多発的に集められるので効率的だ。

今回は佐藤君が出したアイデアが3つある。

どうせやるなら全部作ろう。

数を作るとなると、マニュアルを書いている暇はない。

1つが20〜50ページだとしても、3つ作れば100ページを超える。

それだけの量を書くとなると、早くて1週間、最悪2週間はかかってしまう。

時間はあと55日しかない。

そんな時間はかけてられない。

今回は3つとも、

音声+簡単なレジュメ+音声の内容をまとめたマインドマップ

この3つの組み合わせで作る事にしよう。

これならただマニュアルを配るよりもインパクトがあるし、満足度も高いだろ

う。

音声は1つ30分〜1時間ぐらいとして、合計で2〜3時間録音すればいい。

これなら2〜3度撮り直したとしても1日で完成する。

レジュメもマインドマップも1日あれば作れるだろう。

しかし、今すぐいきなり音声を録音してもロクなものではないだろう。

巷に溢れるクソ起業家の音声は何の計画性もなく録音されているようだが、そんなアホな事はしない。

マインドマップを使い、まずは音声で話す内容を整理し、理論的に話す必要がある。

「結局何が言いたいのかわからない」

こんな音声は腐るほどある。

これでは何の意味も無い。

しっかりとこちらの主張を理解してもらい、かつ、役に立つものを作らなければいけない。

つまり、わかりやすくてすごく役に立つものを目指す。

そのために、マインドマップを使って頭の中の情報を整理するのだが、マインドマップを知らない場合は、トニーブザンの本をアマゾンで買って、読めばわかるはずだ。

これはマニュアルを書くときも同じだが、

1. マインドマップに頭の中の情報を整理する
2. 整理された情報をもとに目次を作る
3. 目次をもとにマニュアル（もしくは音声）を作る

この順番で作業を進める。

音声でもマニュアルでも、それが良いものになるかは目次で決まる。

目次が最も重要なのだ。

目次の書き方としては、

-
- ・第一章 ○○○○○について
 - ・第一項 ○○○○○とは？
 - ・第二項 ○○○○○の歴史
 - ・第三項
 - ・第二章
-

このように、大きな項目（章）を作り、その中に小さな項目（項）を作って、細かく項目分けしていく形が理想だ。

これはあまり知られてないかもしれないが、1つの文章が100ページとか、長文になってしまうと、100ページ目を読む頃には1ページ目の内容を忘れていている。

その為、結論が読み手側に伝わらない事が多い。

だから細かく項目をわけて、忘れないうちに結論やまとめを入れていくのだ。

最も理解されやすい構成は、

1. 概要（これから話す内容）
2. 説明
3. 結論

このように、結論で説明をサンドイッチする形だ。

つまり、

「今から話す事は「3日で10万円稼ぐ方法」です。この方法は現在最も再現性が高く、誰もが実践可能な方法です。なぜなら・・・

（ここに説明が入る）

つまり、この方法を使えば、誰でも簡単に3日以内に10万円を手に入れることができるのです。やる事はたったの3つ。〇〇と、〇〇と、〇〇だけです。」

このような形です。

今から話す内容の概要を話し、次に具体的な説明をして、最後にまとめる。

これが最も理解されやすい構成だ。

常にこの構成を意識しよう。

では、実際にマインドマップを書いていこう。

と、その前に、この無料オファーは絶対に手を抜けない。

しっかりと関連書籍などを読み、情報を補強しておこう。

今日は本を10冊読む。

10冊も読めば、その業界のトップ1%に必ず入ることができる（知識的には）。

10冊読むと言っても、全ての文字を読んでいると時間が足りない。

目次をまず読み、必要な部分だけを読む事にしよう。

著者の自己紹介や無駄話を読む必要はない。

あくまで情報の補強なのだから、必要な部分だけ読めばいい。

1冊の本で本当に読むべきところは、せいぜい20〜30ページだろう。

10冊なら200〜300ページだ。

つまり、本1冊読むのと同じぐらいの時間で10冊読むことができる。

3時間もあれば読み切れるだろう。

これで情報の補強は十分だ。

もちろん、ノートとペンも用意して気になる事は全てメモを取る。

それが終わったら、1時間休憩だ。

情報を少しでも寝かせておく。

2時間はなるべくリラックスして過ごそう。

シャワーを浴びたり、仮眠をとったり、音楽を聴いたり、なんでもいい。

・・・

2時間休んで気分もリフレッシュした。

さっき勉強した情報も整理されてきた。

10冊も本を読めば色々なアイデアが浮かぶものだ。

佐藤君のノートも数十ページびっしり埋まっている。

いよいよマインドマップを書く。

今回作るレポートは3つだ。

つまり、3種類のマインドマップを書く必要がある。

マインドマップはとりあえず気軽に書こう。

何度でも書き直せる。

何枚か書いていくうちにどんどん整理されていく。

とにかく手を動かし、書く事が重要だ。

音声を録音するときはこのマインドマップを見ながらしゃべる。

音声で伝えるべき事は全てマップ上にまとめよう。

マインドマップが書けたら今日はもう休もう。

今日は昨日、一昨日と違って、脳みそをかなり使った。

明日に疲れを残してはいけない。

「明日はどんな風にしゃべろうか？」

と、頭の中でシュミレーションしつつ寝る。

ただ寝るなんて時間の無駄だ。

【5日目終了】

6日目（残り54日）：今日は雨だ。

どうも雨は苦手だ。

じめじめしてちょっと憂鬱だ。

しかし、今日は大事な無料オファーを作る日だ。

少し目を閉じてこれから作る無料オファーが大量にダウンロードされて、感謝のメールが大量に来ることを想像してみよう。

佐藤君がこれから作るものは最高のものだ。

世の中の人々が待ち望んでいる。

そう妄想しながらテンションを上げる。

昨日書いたマインドマップを見る。

なるほど。

改めて見ると少し気になるところがある。

さっそく修正だ。

しかし、このとき大幅に修正はしない。

あくまで微調整だ。

完璧を目指す必要は無い。

客観的な完璧を目指すと泥沼にはまる。

100人が100人絶賛するものなんてこの世に存在しないのだ。

存在しないものを目指すより、昨日の自分を信用してやろう。

自分の行動・決断が信用できなくなってはもう終わりだ。

自分すら信じられない人間の言う事なんて誰も聞かない。

他人に信用してもらいたいならまずは自分で自分を信用する事だ。

マインドマップの微調整は10分で終わった。

これからマインドマップを見ながら音声を録る。

録音する為の機材は、ICレコーダーを用意すればいい。

ちなみに私の愛用しているICレコーダーは、RolandのR-09シリーズだ。

変に安いレコーダーはノイズが酷い。

音声なのに聴き辛いなんて、愚の骨頂だ。

何度でも聴けるよう、リラックスして聴けるよう、音質も配慮しよう。

録音する場所は当然、静かな場所がいい。

録音する前に、1度練習でしゃべってみる。

今は部屋に1人だ。

恥ずかしがることはない。

音声を聞いている人に話しかけるようにしゃべる。

今日中に3種類の音声を録らなければいけない。

少しの修正（音声の一部を切り取る）ぐらいならフリーソフトで行える。

少しのミスぐらいは気にしなくてもいい。

とにかく録音だ。

話す内容はマップ上にまとめてある。

準備はこれで万全だ。

今日は音声の録音に神経を使った。

それに、思ったよりも時間がかかってしまった。

録音した音声のタイトルとどうやって配るかを考えつつ寝よう。

明日は録音した音声を聞いてみて、修正が必要なら修正し、それから実際にどうやって配布していくか考えよう。

【6日目終了】

7日目（残り53日）：今日は無料オファーを配る方法を考え、準備する。

既に使えるような媒体はリサーチ済みだ。

無料オファーを配る流れとしては、

1. 無料オファーを配るページを用意する（無料オファーをセールスするレターを書く。※これをオプトインページという）
2. メールアドレスと名前を登録すると自動的に無料音声メールが送られるシステムを用意する
3. オプトインページへアクセスを流す

これだけだ。

つまり、音声を配布するページとシステムを用意して、そこにアクセスを流せばいいのだ。

ここで必要となるのが、

1. オプトインページをインターネットに公開する為のサーバーとドメイン
2. メールアドレスと名前を登録させ、そこに一括でメールを配信する為の配信システム

この2つだ。

サーバーはとりあえず、専用サーバーなど維持コストの高いサーバーを借りる必要は無い。

月額3000円～5000円も出せば十分なスペックのサーバーが借りられる。

月額数百円のサーバーは止めておこう。

万が一サーバーがシステムダウンしたり、アクセスが集中して回線がパンクしたら大損害だ。

目先の出費よりもリスクの方が大きい。

ちゃんと考えれば誰でもわかる事だが、人間はついつい目先のことを考えてしまう。

それは愚かなことだと知ろう。

ドメインはサーバーを借りるときに一緒に頼もう。

ドメインはこれから色々なことに使う。

変なドメインは取らないように気をつけよう。

サーバーとドメインにかかる費用は初期設定費用などを合わせても1万円程度だろう。

幸いそのぐらいの資金は佐藤君でも用意できる。

というか、今回のビジネスのために30万円ほどは前もって用意していたようだ。

そのぐらいあれば、色々なことができる。

次に、メール配信システムだが、これはCGIを買えばいい。

ちょっと検索すればすぐに出てくるはずだ。

大体、CGI 買い取りで25000円〜35000円程度だ。

配信システムは重要だ。

これぐらいの投資は惜しまない。

ついでに、サーバーやインターネットの基本的な仕組みを理解する為に、本屋へ行って入門書を数冊買っておこう。

何事も基本的な仕組みが理解できていれば話が早い。

「インターネットはなぜ世界中どこからでもあらゆるページにアクセスできるのか？」

「メールはどうやって送られているのか？」

「サーバーとドメインの役割とは？」

これぐらいの質問には答えられるだけの知識は身につけておく。

そうしないと今後、色々な面で不自由するだろう。

インターネットでビジネスをしたいのに、インターネットの仕組みを知らないなんて、怠慢でしかない。

キリスト教徒ではないが、怠慢は罪だ。

最低限「仕組み」は理解しておこう。

別に、プログラミングができる、WEB デザインができるなど、専門的な知識や技術は必要ない。

これで準備は整った。

サーバーや CGI についてわからないことがあればすぐに問い合わせればよい。

丁寧にサポートしてくれるはずだ。

次に考えなければいけない事は、

1. どうやってオプトインページへアクセスを流すか？
2. オプトインページのレターをどうするか？

この2つだ。

アクセスを流す方法としては3種類ある。

1. 無料でアクセスを集める (SEO 対策や、その他無料で使える媒体を駆使する)
2. 広告を出してアクセスを買う
3. アクセスを借りる (アフィリエイトや JV)

これだ。

逆に考えると、3種類しかないのだ。

順番にそれぞれ考えていけばいい。

1. 無料でアクセスを集める方法は？
 - ・全ての無料レポートスタンドへ登録する
 - ・ブログを複数作ってみる
 - ・Mixi など、SNS をやってみる
 - ・まぐまぐでメルマガを発行してみる
2. アクセスを買う方法は？
 - ・PPC 広告を出す (とりあえずアドワーズとオーバーチュア)
 - ・メルマガ広告を出す

- ・関連サイトに広告を出す

3. アクセスを借りる方法は？

- ・協力してくれそうなアフィリエイトに連絡してみる
- ・協力してくれそうなライバルに連絡してみる

結局いろいろ考えても、これぐらいしか方法は無いことがわかった。

インターネットで集客する事はそれほど楽ではない。

今の段階で無料オファーの告知に使える方法としては、無料でやれる事は全てやるとして、あとは広告だけだ。

アクセスを借りることに關しては、いきなり「これを紹介してくれ」といっても誰も話を聞いてくれないだろう。

相手にメリットのある提案をしなければ。

これはとりあえず時間のあるときに考えておこう。

メールを送って仲良くなっておく程度であれば今すぐにできる。

それはやっておこう。

下手に下心は見せない。

というか持たない。

ライバルやアフィリエイトの出しているメルマガなどに登録して、感想や意見などを積極的に出していこう。

頻繁にメールを送ってくる人なんてそうはいない。

それだけで相当印象深いはずだ。

広告については、既にリサーチ済みだ。

そこにも前もってコンタクトを取っておこう。

PPC 広告はさっさとアカウントを解説して、管理画面の操作に慣れておく。

そして、ヘルプを熟読し、ノウハウを盗んでおこう。

特に、アドワーズはヘルプに全てが書かれている。

無料でやれる事としては、無料レポートスタンドへの登録が最も速攻で効果が出るだろう。

探せば10サイトぐらいあるはずだ。

全てに今すぐ登録する。

無料レポートスタンドで配る場合はオプトインページが必要ない。

レポートのタイトルとちょっとした説明だけでいいはずだ。

これならすぐできる。

ブログや SNS は時間のあるときに更新する。

なるべく積極的に手を抜かずにやって行こう。

こーゆー努力があとで実を結ぶことがある。

今すぐやれることは今やる。

これが基本だ。

さて、やれる事とやれない事が何となく見えてきた。

目標は1ヶ月で500〜1000人にダウンロードしてもらおう事だ。

これはいまあげた事を続けてやれば難しいことではない。

次に、最も肝心なセールスレターだ。

無料オファーとなる音声は最高のものが出来上がった（現時点で最高と言えるものが）。

あとはこの魅力、価値をどうやって100%伝えるかだ。

100%伝われば、確実にダウンロードされる自信がある。

ここでコピーライティングの重要性に改めて気が付く。

レターがクソだと誰もダウンロードしてくれない。

ライバルの出している無料オファーのレターを読んだがどれもパツとしない。

配っているレポート自体も平凡だ。

ということは、最高のレターが書ければ絶対に勝てる。

- ・どんな切り口で書こう？
- ・何を伝えよう？
- ・どんな理念を掲げよう？
- ・わかりやすいメリットは何だろう？
- ・お客さんが最も反応する言葉は何だろう？

- ・お客さんが共感できるストーリーは書けないか？
- ・お客さんの求めている「理想」と「現実」にはどんなギャップがあるんだろう？
- ・限定性は出せないだろうか？
- ・もし、このオファーを断るならそれはどんな理由だろうか？また、それはどうやったら潰せるだろうか？
- ・もし目の前にお客さんがいたとしたら何と言ってこのオファーを出すか？（制限時間は3分）

これらのことをノートに書き出し、今日は寝る。

とにかく思いつく限り書く。

既にリサーチ済みの情報や資料も読み返して、あらゆる角度から書いてみる。

これがレターの元となる。

お客さんの顔を想像しながら寝よう。

【7日目終了】

8～10日目（残り50日）：今日からはレターを書く事に没頭する。

余計な事はしない。

何を犠牲にしても優先すべきはレターの完成だ。

オプトインページのレターだ。

3日もあれば十分にかける。

スケジュールはこうだ。

1日目：アウトラインを書く

2日目：アウトラインをもとにレターを書き上げる

3日目：書き上げたレターを推敲する

いきなりレターを書き始めてもうまくいかない。

昨日ノートに取ったメモを見ながら（これまでのものも全て）、アウトラインを書く。

QUEST フォーマチュラを意識して書こう。

オプトインページのレターのポイントは1つ。

「絶対に断れないように書く」

これだけだ。

コピーライティングについての勉強は、私の教材やお勧めの本であればいい。

それだけで日本のトップ1%に入ることができる（知識的には）。

しかし、知識ばかり付けても意味はない。

大事なのは書く事だ。

何度書き直してもいい。

とにかく手を休めず書く。

これが重要だ。

最初から完璧なものを作るのは無理だし、そもそも完璧なんてものはこの世に存在しない。

アウトラインは、

1. ヘッドコピー
2. サブヘッドコピー
3. ボディコピーの概略

これだけでいい。

レター全体の流れを考えるのだ。

1 日目はこれに徹する。

時間が余ったり、途中で煮詰まったら、リサーチの続きをしたり、将来的に協力してくれそうなライバルにメールを送ってみたり、細々とした事をすませしておく。

そうすればあとが楽だ。

2 日目はいよいよレターを書いていく。

先に行っておくが、レターは何度も書き直すものだし、完璧なんてない。

とにかく書ききる事が重要だ。

昨日自分が書いたアウトラインを信じ、ひたすら書いていく。

長さ的にはそこまで長くないので、数時間で書き上がるだろう。

余計なことは考えない。

考えることと言えば、

「どうすれば絶対に断ることができなくなるか？」

これだけだ。

また時間が余ったり、煮詰まったら他の作業をやっておく。

3日目はレターの推敲だ。

最低でも20回は書いたレターを読む。

この時、1文字も漏らさず声に出して読み、それを録音して聞いてみる。

そうすればすぐに問題点が見つかる。

違和感があればそこを修正する。

この時、

1. 絶対に断れないオファーになっているか？
2. ヘッドコピーでがっちり心をつかめているか？

3. 全ての主張に根拠や証拠を出しているか？
4. 小学5年生でも理解できるようになっているか？
5. QUEST の流れにそって書かれているか？
6. おかしな表現、不快な表現、くどすぎる表現は含まれていないか？（狙っているなら含まれていてもOK）

これらのことを必ずチェックする。

これを1日書けてやる。

1度チェックしたら1〜2時間空けて、もう1度チェックする。

これを時間の許す限り繰り返す。

これで現時点でかける最高のレターが出来上がるはずだ。

出来上がったレターは、友達に WEB デザイナーがいるからそいつに頼むとしよう。

安く頼めるはずだ。

友達がない場合は、Mixiなどで探すといい。

基本的に WEB デザイナーは仕事を探している。

【8〜10日目終了】

1 1 ~ 1 3 日目（残り 4 7 日）：昨日友達にレターのデザインは頼んだ。

3 日もあれば出来上がってくるだろう。

しかし、今回作った無料オファーは 3 つだ。

3 種類のレターを書く必要がある。

とりあえず 1 つは完成した。

残り 2 種類は時間のあるときに書いていこう。

目標は 1 枚につき 3 日だ。

既に 1 枚書いた経験もある。

次からはもっと早く書けるはずだ。

書き上がったらまた友達にデザインを頼む。

これからやる事は大きく分けて 3 つだ。

1. 残り 2 種類のレターを書く
2. オプトインページにアクセスを流す為の準備をする
3. 商材販売に必要な準備をする

レターを書く以外に具体的にやる事は、

1. ブログを作る
2. Mixi に入る
3. まぐまぐでメルマガを発行する
4. Q&A サイトに書き込みをする

5. ASPに登録する

6. ライバルやアフィリエイトのメルマガに登録する

この6つだ。

まず、目的を明確にしておこう。

これらの作業の目的は、

1. オプトインページへアクセスを流すため（1～4）
2. 販売までに必要な準備をするため（5～6）

この2つだ。

アクセスを流す為に窓口を増やすのだ。

ブログはとりあえず有名どころは全部開設して、とりあえず記事を投稿しておく。

それほどアクセスに期待はしない。

無料だからやってみるだけだ。

Mixiはプロフィールに力を入れる。

「友達になりたい」「面白そうな奴だ」

と思ってもらえるようなプロフィールを書く。

そして、ターゲット属性に近い人たちにマイミク申請をひたすら出していく。

まぐまぐもとりあえず発行申請を出しておく。

手元にはかなりの量のメモがある。

記事を書く事に不自由はしない。

これらは全て時間のあるときに更新し、準備をしておく。

オプトインページが出来上がったら、それぞれの媒体で紹介する。

Q&A サイトへの書き込みは、悩んでいる人の相談にブログで答えて、参考サイトとして自分のブログを紹介する。

これでブログへの窓口が増える。

これもやれるだけやる。

ASP はとりあえず、大手のインフォトップとインフォカートだけでいいだろう。

余力があれば他の小さなところへも登録だけしておく。

ライバルやアフィリエイトのメルマガへは登録して、感想を送り続け、仲良くなっておく。

売り込みはしない。

感想を送る。

それも何度もだ。

これらのことを全てやる。

大量のアクセスは期待しない。

窓口を増やしたという事実が重要だ。

そしてレターをひたすら書く。

あとは1枚目のオプトインページの完成を待つばかりだ。

ここまで来るとコピーライティングがどれだけ重要か思い知らされる。

全ての基本はコピーライティングだ。

毎日寝る前に、コピーライティングの基本を再確認しておこう。

【11～13日目終了】

14日目（残り46日）：佐藤君が朝メールをチェックしたら、出来上がったオプトインページが送られてきていたようだ。

これで今まで仕掛けていたブログや Mixi でオプトインページを告知できる。

仕掛けはもうしてある。

リサーチも、準備もやれる事は全てやった。

今日はまず、オプトインページの動作チェックと、レターの最終チェックをしよう。

それが終わったら実際に告知を開始する。

オプトインページから実際にメールアドレスと名前を登録してみる。

あ、そうだ、メール配信システムで自動返信メールの設定をしておこう。

このメールで音声とマニュアルとマインドマップをダウンロードできる URL を登録した人に教えるのだ。

よし配信システムの設定は OK だ。

動作チェックもした。

レターも少しだけ修正したが、概ね問題ないようだ。

あとはブログと Mixi で告知する。

教えて goo などの Q&A サイトにある悩みへ、ブログで答えて、参考サイトとしてブログの URL を登録して、アクセスを誘導したかいもあって、ブログのアクセスは1日100〜200ぐらいはある。

もっとがんばれば2倍ぐらいにはできるかもしれない。

Mixi のほうもマイミクが100人ほどになった。

紹介文を考えよう。

無料オファーのセールスはオプトインページがやってくれる。

つまり紹介文の役割は、できるだけ多くのアクセスを誘導することだ。

1アクセスでも多く誘導しなくてはならない。

そのために重要なのは、

興味性 + 限定性

この2つだ。

両方を意識してシンプルな紹介文にしよう。

あとはブログと Mixi にそれを貼付けるだけだ。

とりあえず様子を見る。

これが終わったら、数日前にアカウントを開設したアドワーズとオーバーチュアだ。

これもまだやった事がないので様子見だ。

とりあえずビックワードを登録してみる。

広告文は5種類考えて、それぞれテストする。

幸い、アドワーズにもオーバーチュアにもテストツールはある。

ヘルプを熟読してそれらを活用しよう。

クリック単価は低めで設定してみよう。

まだ手探りだ。

これで様子を見る。

まぐまぐは審査を出したがまだ通らないようだ。

通ったら何通かメルマガを書いて、オプトインページへ誘導しよう。

もちろんこの時、くだらないメルマガは書けない。

くだらないメルマガの発行者が作った音声やレポートなんて誰も欲しがらないからだ。

欲しがらせるというのは非常に重要な視点だ。

覚えておこう。

【14日目終了】

15日目（残り45日）：これまで2週間もぶっ通しで作業をしてきた。

さすがに佐藤君も私も疲れがたまっている。

もう既に仕掛けは終わっている。

今日は1日休むとしよう。

時には休む事も重要だ。

【15日目終了】

16日目（残り44日）：昨日は1日ゆっくり休んだ。

佐藤君は近くのスーパー銭湯で疲れを取ったようだ。

あそこは風呂もスパもある。

しかも安い。

はしゃがなければ疲れを取るにはもってこいだ。

さて、疲れもとれたところで今日はいよいよ、商材を作り始める。

今までやってきた事は、

1. アイディアを出すフェーズ
2. 下地を作るフェーズ
3. 商品を作るフェーズ
4. 販売するフェーズ
5. メンテナンスするフェーズ
6. 販売を拡大するフェーズ

この基本フェーズの1と2だ。

既に無料オファーも作り、配布も始めた。

残り2枚セールスレターを書く必要があるが、1枚は9割ほど完成しているし、もう1枚もそれほど手間はかからないだろう。

余った時間でこれらはこなして行こう。

あと今日を合わせて45日後には売り上げを出さなければ行けない。

商材を作るのに15日かけたとして、セールスレターを書くのにも15日。

そして、残り15日間で、

- ・集めたリストへの先行販売
- ・一般販売の準備（広告やアフィリエイトの勧誘など）
- ・一般販売

これらのことをやる必要がある。

そしてさらに、今日から少しずつ集まったリストに対してメルマガを送り、ブランディングしていく必要がある。

ここで1度予定を確認しておこう。

<p>今日から15日目まで：商材作成</p> <p>16日目～30日目：セールスレター作成</p> <p>31日目～37日目：集めたリストへ先行販売（期間は1週間限定）</p> <p>38日目～：一般販売（開始と同時に期間限定でキャンペーンを行う）</p>	<p>【左のスケジュールとは別に 継続してやるべき事】</p> <ol style="list-style-type: none">1. 無料レポートの配布（オプトインページへアクセスを流す為にブログ、Mixiなどの更新、アドワーズ、オーバーチュアの調整）2. 集まったリストへのブランディング
--	---

簡単にまとめるところだ。

こう考えると時間は充分にある。

全て手を抜くことはできない。

手を抜くぐらいならやらない方がいい。

どうしても集中力が続かないときは迷わず休もう。

休む事も大事な仕事だ。

さて、スケジュールの確認ができたところで、オプトインページのアクセスと登録数を確認しておこう。

アドワーズとオーバーチュアもだ。

...

なるほど。

やはりまだアクセスは少ない。

2日で50人しか登録がない。

しかし、それで十分だ。

勝手に動いてくれているのだから、今は商材作成に集中すればいい。

もし、登録率があまりにも悪かったり、問題箇所が見つかったら空いた時間に微調整しておこう。

しかし、今集中すべきは商材作成だ。

余計な事はしない。

しょっちゅう登録数を見たり、メールをチェックしたり、アクセス解析を見たりしない。

どんなに頻繁にチェックしようが結果は変わらない。

時間は有限だ。

無駄に使う余裕はない。

とにかく今は商材を作る。

既に無料オファーを作ったときにニーズは調査済みだ。

何となく形も見えている。

あとはそれを具体化して、形にするだけだ。

無料オファーを作ったときと要領は変わらない。

同じようにマインドマップを書き、それを目次にして、あとは書くだけだ。

今回作る商材は、しっかりマニュアルも作ろう。

音声だけでは説明しきれない部分がある。

商材の構成としてはこうだ。

1. マニュアル (予定では70～100ページ)
2. 音声 (重要なポイントをそれぞれ詳しく解説する補強教材だ)
3. ボーナス

サポートをつけるかどうか迷ったが、サポートは先行販売のときの期間限定オファーとして付けることにした。

これでもし、サポートの負担が少ないようならあとで付け加えてもいい。

マニュアルと音声は既にイメージが出来ている。

問題はボーナスだ。

「購入者向け裏メルマガ」

「無期限アップデート権」

など、ありきたりで意味のないボーナスは付けない。

ボーナス単体でも「欲しい！」と思ってもらえるようなものをつけたい。

数が多ければいいというものではない。

重要なのは、興味深さだ。

これは今考えても思いつかないだろう。

商材を作りながら考えるとしよう。

作るべきものは決まった。

今日はマインドマップ（マニュアルと音声）を書く。

これが全ての元だ。

様はマインドマップを書くことに集中する。

時間があれば、その他の雑務やらなければいけない事をこなしておく。

【16日目終了】

17～26日目（残り34日）：今日から14日間、商材作成に集中する。

昨日マインドマップは書いた。

設計図が手元にあるようなものだ。

早く終わるものから作っていきこう。

今回作るものは、

1. マニュアル（予定では70～100ページ）
2. 音声（重要なポイントをそれぞれ詳しく解説する補強教材だ）
3. ボーナス

この3つだ。

音声は30分程度のものを4つ予定している。

ボーナスはまだ考え中だ。

まずは音声を作ろう。

無料オファーのときに録音したので要領はわかっている。

数時間で取り終えるだろう。

できるものからさっさと作っていく。

こーゆーのはスピードと思い切りが重要だ。

修正ならあとでもできる。

悩んでいる時間があるならさっさと作ってしまった方がいい。

繰り返しになるが、失敗を恐れてはいけないし、どうせ失敗はするものだ。

それなら早く失敗した方がいいに決まっている。

どんどん失敗すればいい。

次はマニュアルだ。

10日で書き上げて4日は推敲とボーナス作成に費やしたい。

予定では70〜100ページ書くつもりだ。

という事は1日10ページ書けばいい。

私なら30分あれば十分かける。

しかし、佐藤君はマニュアルを書くのになれていない。

2〜3時間はかかるだろう。

マニュアルを書くときのコツは、とにかく書ききる事だ。

書きながら修正はしない。

推敲のために4日間とってある。

今する必要はない。

時間の無駄だ。

一気に書ききる。

10日間はこれで終わり。

あと余った時間でやるべき事は、

1. ブログ・Mixi の更新&アクセスアップ (Q&A サイトへの書き込みなど)
2. 集まったリストへメルマガを送る
3. アドワーズとオーバーチュアの調整
4. ライバルやアフィリエイトとの交流
5. 残りの2枚のオプトインページの作成
6. 稼働中のオプトインページの登録率のチェック (問題があれば修正する)
7. 自分の商材に関連する本を読む
8. コピーライティングの勉強

これだけだ。

【26日目終了】

27日目（残り33日）：今日からは今まで作ったものの推敲をする（それと、残っていた2枚のオプトインページのレターも書き上がった。デザインを依頼しておこう）。

この10日間で作ったものは、100ページのマニュアルと音声で4本だ。

マニュアルは声に出して読んでみる。

可能なら他人にも見せる。

自分で推敲できる範囲でおこなう。

音声ももう1度全部聞いてみる。

特に問題はないようだ。

しかし、これはあくまで「販売者側から見て問題ない」というだけだ。

1番重要なのはお客さんがどう見るかだ。

14日目から集めているリストに対してモニターの募集をしよう。

1日20〜30人ペースで集まっているから、もう300人以上が登録している。

メルマガへの感想やお礼も10通ほど届いている。

反響はあるようだ。

まずはメールを送ってくれた人に直接モニターをお願いしよう。

最低でも50人は欲しい。

メールをくれた人が10人いるので、残り40人だ。

モニター募集のフォームと募集要項をまとめて、300人にメールを送る（商材への感想・意見はもちろん、それとは別に推薦文をもらうのが条件である旨をしっかりと書いておく）。

特に人数は決めない。

多くても100人ぐらいだろう。

モニターを募集するときに、「あんまり大人数に無料で配ったら売れないんじゃないか？」と、せこい考え方をする奴がいるが、後々得られる利益を考えれば目先の利益なんて微々たるものだ。

モニターを募集し、感想や意見をもらう事で商材はレベルアップし、セールスレターも書きやすくなる。

お客様の声やモニターの声として、客観的な視点もレターに入れることができる。

いい事尽くめだ。

目先の利益という邪念に囚われ、99.9%の人間は小銭しか稼げない。

そうならないように注意しよう。

モニター募集のメールを送ったら、販売用のセールスレターを考え始める。

ボーナスはセールスレターを考えながら案を出すと面白いものが生まれることがある。

ボーナスの役割は、ダメ押しだ。

「この値段でこんなにもらっちゃっていいの？」

と思ってもらうためだ。

つまり、ジャパネットたかた的なテンポの良さが必要だ。

「あなたの悩みを全て解決する魔法があります。これさえ手に入ればもう大丈夫です。今まで999人がこの魔法で幸せになりました。ここだけの話、あのハリウッドスターの〇〇も、あの大富豪の〇〇も、あの世界的ミュージシャンの〇〇もこの魔法を使っています。しかし、この魔法は魔法界の法律によってあと1人にしか譲ることができません。しかも、チャンスは今日だけです・・・もし、あと5分以内に決断してくれたら、その勇気を買って、私からあなたに特別なボーナスも付けます。これであなたは自分の悩みを解決できるだけでなく、あなたの大切な人、1人だけですが、どんな悩みも消し去ることができます。あと3分です。このチャンスを掴み、人生を変えるか、棒に振るかはあなた次第です。」

これは極端な例だが、これぐらいテンポ良くセールスできれば理想だ。

ちなみに、この文章には色々なコピーライティングのテクニックが入っている。

何度も読んでみる事だ。

とりあえず今日はコピーライティングの基本にのっとり、

1. 切り口はどうするか？
2. ターゲットは厳密に誰か？
3. 私からのメッセージは何だ？
4. なぜこの商材を買わなくてはいけないのか？

5. 他の商材とどこが違うのか？

などを考える。

今は厳密には考えない。

思いつくままにメモを取る。

今日はこれで寝る。

もちろん、余った時間にはやれることをやっておく。

【27日目終了】

28～30日目（残り30日）：今日から3日間は、モニターとのやり取りとセールスレターの準備をする。

この3日間はリラックスしよう。

そうしないとアイデアは出てこない。

モニターの意見を汲み取り、商材に反映させたり、セールスレターに反映させよう。

やる事はこれだけだ。

セールスレター用にメモを量産する。

ボーナスの案もこの3日間で、最低でも10つは出す。

実際に付けるのは3つか4つだが、案は多い方がいい。

モニターとのやり取りで新しいアイデアが生まれるかもしれない。

あとは余った時間で普段通りやれることをやっておこう。

【28～30日目終了】

31〜32日目（残り28日）：今日からいよいよセールスレターを書いていく。

既にセールスレター用にとったメモが大量にある。

あとはこれを文章として書いていくだけだ。

改めていっておくが、ハッキリ言ってセールスレターは商材よりも重要だ。

もちろん、商材が最高である事は当然がだ、どんなに最高の商材でも、セールスレターがクソだと1本も売れない。

レターを書くときのマインドは、

「いい商品は売らなければ罪である」

だ。

売らなければいけないのだ。

だからレターは1番力を入れるべきだ。

ハッキリ言って、佐藤君が作り上げた商材は最高だ。

どんなライバルにも負けない。

これだけリサーチを繰り返し、モニターも50人以上動員して作り上げたのだから当然だ。

であれば、売らない方が罪であり、社会的損害だ。

何としても売らなければならない。

それがビジネスをする側の使命だ。

これぐらいの気持ちがないのであれば売らない方がまだ。

「誰か買って欲しくないかなー・・・安いし買ってほしいなー・・・お金欲しいなー・・・」

こんな気持ちが少しでもあれば、それはレターに表れる。

そして、当然それは見抜かれる。

見抜かれれば売れない。

自分と自分の商材を信じられないなら、今のうちに止めておいた方がいい。

さて、今日からレターを書くのだが、時間は15日間しかない。

この15日間でやる事を明確にしておこう。

レターを書くためにやるべき事はこうだ。

1. レターに組み込む要素を書き出していく（1～2日目）
2. 書き出した要素を並べてみる（3～4日目）
3. レターの流れが決まったらいったん書き上げる（5～9日目）
4. 書き上がったレターを1日寝かせる（10日目）
5. 書き上がったレターを推敲する（11～12日目）
6. 完成させる（13～15日目）

今日と明日はまず、レターに必要な要素を書き出していく。

レターに必要な要素は、

1. ヘッドコピー
2. サブヘッド
3. 主張とそれを証明する証拠（「3日で10キロやせる」と主張するならそれを証明する写真や体験談など）
4. 理念（なぜこの商品を買っているのか？）
5. 価格の説明（なぜこの価格なのか？）
6. 保証
7. 体験談・推薦文（モニターにもらったものをレターに使えるように修正したり、切り抜いたりしておく ※捏造はすぐにバレる）
8. ボーナス
9. 限定性・希少性（なぜ今すぐ買わなければいけないのか？）
10. 共通性（相手（お客さん）が共感できる体験、悩む、苦痛）

この10つだ。

これらをひたすら書き出していく。

ポイントとしては、

「なぜこの商品があなたにとって必要なのか？どんな未来をもたらすのか？」

を、明確に書いていく事だ。

重要なのは、“あなたにとって”と言う事だ。

常に、あなたに向かって語りかけるように書く。

無料オファーと同じく、断れないように書くのは基本だが、無料オファーと違って、「なぜ今すぐ買わなければいけないのか？」を明確にしていかないと、人間はすぐに先延ばしにしようとする。

だから、こちらで期限を縛ってやらないといけない。

注意しておこう。

2日間、この作業に没頭する。

それぞれ1個ずつとか、そんな低レベルな話ではない。

それぞれ10個も20個も書く。

頭痛がするまで考え抜く。

この作業がへぼければ、これから書くレターもへぼくなる。

妥協や逃げは一切しない。

そう心に決めてから作業する。

【31～32日目終了】

33～34日目（残り26日）：今日から2日間で、昨日までに書き出した要素をレターとして並べてみる。

昨日までに書き出したものだけでも、ノートに50ページはある。

さすがに多すぎて全部はレターに書けない。

まずはどれを使うかチェックを入れながらノートを読み返してみよう。

レターの流れは、QUEST フォーマーミュラに忠実に書いていく。

念のために復習するが、

Qualify（自分ならあなたの問題を解決できると信じさせる）

Understand（読み手の苦痛、悩みに共感する）

Educate（いかに自分の提供するものが優れているか示す）

Stimulate（どうしても欲しくさせる）

Transition（行動をうながす）

それぞれの頭文字を取って QUEST だ。

この流れに当てはめて、レターの流れを考えていく。

例えばこんな感じだ。

「(Q) 今からあなたの抱えている悩みを3日で解決する方法をお教えします。(U) 実は私もあなたと同じことで悩み苦しんでいたのです。あんな事やこんなこともありました。とても辛かったです。だからあなたの気持ちは良くわかります。(E) しかし、私はもうその悩みは全て克服しました。どうやって克服したのか？それは、ある男との出会いが始まりでした。その人にあんな事やこんなことを教えてもらい、色々な出来事があって、私は気が付いたのです。この悩みを3日で解決する方法に。

(S) この方法はとてもシンプルですが、私が教えない事には実践できないものです。例えるなら自転車の乗り方と同じです。見ているだけなら簡単そうだけど、いざやってみると難しく、指導が必要ですが、慣れればなんて事はないことです。そこで、昔の私と同じように悩んでいる人たちを1人でも多く助けるために、少しでも役に立てればと思って、私が悩みの解決方法を直接指導する事にしました。私の指導を受ければあなたは3日以内にその悩みを解決できます。私はこれまで241人の悩みを3日以内に解決してきました。3日間の指導料は5万円です。もちろん、効果が出なければ頂いたお金は全てお返しします。たった5万円であの苦痛が消えるのなら、安いものですよ？ (T) しかし、残念なお知らせですが、今月この指導を受けられるのは私のスケジュールの都合もあって、あと5人だけです。このオファーは同時に150人に送っていますので、今すぐに申し込まないと来月まで待つことになるかもしれません。150人中5人しか受けられませんので、今すぐ申し込んでください。申し込みが殺到した場合は先着順になります。」

色々省略したが、イメージとしてはこんな流れだ。

ノートに書いた事を当てはめていけばいいだけだ。

難しい事ではない。

2日間は流れを考えるのに徹する。

【33～34日目終了】

35～39日目(残り21日)：結局、20回は書いては消しを繰り返して、3パターンの流れが出来上がった。

この中から1つ選んでいったん書き切ってみよう。

選ぶ基準は特にない。

「これが1番いい」

と思えるものを採用することにした。

流れも書く事も全て決まっている。

「文章が苦手で・・・」

とか言っている奴は99%下準備不足が原因だ。

漠然とレターを書こうなんて無理な話だ。

伝える内容を考え、それをどういう流れで伝えればいいのか考え、実際にアウトラインを書いてみて、それから本格的に書き始める。

これで書けないわけがない。

何も考えない、準備しないから書けないだけだ。

漫才師が何の計画性もなく漫談をしたって面白いわけがない。

台本があるから面白いのだ。

5日間を使って、とにかく書き切る。

途中で推敲などはしない。

書き切る事を最優先する。

推敲はそのあとだ。

5日間は書き切ることに集中する。

【35～39日目終了】

40日目（残り20日）：今日は休みだ。

書き上がったレターを寝かせる。

寝かせる意味はわかると思うが、いったん脳をリフレッシュさせてから読み直す事で、その時には気が付かなかった事や、思いつかなかったアイデアが思いつく。

これは非常に重要な作業だ。

今日1日は思う存分リフレッシュする。

それが仕事だ。

これまでかなりがんばってきた、自分の体を労ってやろう。

【40日目終了】

41～42日目（残り18日）：さて、1日ゆっくり休んだ。

昨日はレターを一切読み返していない。

書いたときは最高だと思ったが、読み返してみると色々気が付くことがある。

しかし、大幅に修正はしない。

泥沼にはまるだけだ。

あくまで最小限の修正にとどめる。

この時チェックするのはオプトインページの時と同様、

1. 絶対に断れないオファーになっているか？
2. ヘッドコピーでがっちり心をつかめているか？
3. 全ての主張に根拠や証拠を出しているか？
4. 小学5年生でも理解できるようになっているか？
5. QUESTの流れにそって書かれているか？
6. おかしな表現、不快な表現、くどすぎる表現は含まれていないか？（狙っているなら含まれていてもOK）

などだ。

また、

1. ヘッドコピー
2. サブヘッド
3. 主張とそれを証明する証拠（「3日で10キロやせる」と主張するならそれを証明する写真や体験談など）
4. 理念（なぜこの商品売っているのか？）
5. 価格の説明（なぜこの価格なのか？）

6. 保証
7. 体験談・推薦文（モニターにもらったものをレターに使えるように修正したり、切り抜いたりしておく ※捏造はすぐにバレる）
8. ボーナス
9. 限定性・希少性（なぜ今すぐ買わなければいけないのか？）
10. 共通性（相手（お客さん）が共感できる体験、悩む、苦痛）

これらの要素が全て含まれているかどうかチェックする。

そして、もう1つ。

レターを読み返しながら、

「だから何？」

と、問いかけて行く。

この方法を使えば100万円稼げます → だから何？

この値段で変えるのはあと1日だけです → だから何？

この、「だから何？」と言う問いかけに対して答えられているレターは優秀だ。

これがコピーライティングの極意といってもいいだろう。

魔法の言葉「だから何？」だ。

2日間かけて推敲して行く。

【41〜42日目終了】

43〜45日目（残り15日）：この3日間でやる事は、デザインへ回し、完成させる事だ。

これも友人に頼めば2日で作ってくれる。

デザインは無駄に凝らない。

あくまでシンプルに、背景やヘッド、サブヘッドぐらいにデザインを入れればいい。

ASPには事前に商品登録をしておいた。

決済リンクも入れて、いつでも公開できる状態にしておこう。

サイトができあがったら、もう1度細部をチェックし、決済できるかどうか確認しておこう。

何事も事前テストは重要だ。

テストを怠れば思いもよらないトラブルが起こる。

サイトのデザインを依頼している間、時間が余った。

この時間を利用して、商材ももう1度チェックしておこう。

モニターの意見も続々と集まっている。

修正できる事は今のうちにやっておこう。

これもいつでも公開できるようにしておく。

それが終わったら、事前にチェックしていたメルマガやサイト、広告を出せそ

うなところへ広告依頼を出しておこう。

事前に予約を入れなければ、出せない場合もある。

あとは普段通り、メルマガを出したり、やれる事を全てやる。

もうあと少しで集めたリストに対して先行販売を開始できる。

レターが出来上がったら次は先行販売だ。

14日目からいままで、ずっとリストを集め続けてきたし、定期的にメルマガも送り、ブランディングをしてきた。

目標通り、約1000人がメルマガを読んでいる。

中には昨日登録した人もいれば、20日前に登録した人もいる。

「ブランディング度合い」を考えると、どうしてもばらつきがあるが、それはこの際仕方がない。

最高の無料オファーを出して集めたリストだ。

その段階で既にある程度のブランディングはできているはずだ。

メルマガの反応も上々だ。

そうだ、この3日間で販売開始までに必要な準備は全て終わらせる。

46日目には先行販売開始だ。

メルマガで前もって予告しておこう。

「大事なメールを送るから絶対に見逃すな」

と。

【43～45日目終了】

46日目（残り14日）：今日はいよいよ先行販売開始だ。

今日の夜7時にメールを送ると事前に予告もしてある。

これまでやれる事は全てやってきた。

最高の無料オファーに、最高の商材、最高のセールスレター、そしてブランディング。

どれも手を抜いた覚えはない。

今の佐藤君ができる最高のことをやった。

今はそれを信じるしかない。

信じるものは救われる、とは言わないが、自分を信じれない奴に明日はない。

結果がどうであれ、ここまでやり切った自分を褒めてやろう。

おっと、まだ結果は出ていない。

まずは告知のメールを考えることに集中しよう。

先行販売の告知にはちょっとしたコツがある。

素人はすぐに売り込もうとする。

例えば典型的にこんな調子だ。

「ついに完成しました！

あなたの悩みを一挙に解決する商材が。

私が必死の思いで書き上げた、日本のどこにもない情報が満載です。

無料レポートでは書ききれなかったこともたくさん書いています！

出し惜しみ一切なし！

いったい何日徹夜したか、わかりません。

「こんなすごいノウハウをこんな値段で出されたら困ります！」

というクレームがくるほどのものです。

これを読めば、あんなことやそんなことに悩んでいたのが嘘のように解決するでしょう！

→URL

今ならキャンペーン中です（大幅割引があるかも・・・？）！

この機会をお見逃しなく！」

そして、クリックさせた後にさらにセールスレターが来る。

一見、このようなメールも悪くないように思う。

確かに、「悪い」わけでは決してない。

ある程度人間は、クリックするだろう。

しかしあくまでもある程度でしかない。

というか、商材を待っていた人だけだ。

そもそも買う気がなかった人は、クリックしない（し、そういう人がほとんどだ）。

しかも、クリックする人間の多くも、「売り込まれないぞ」という準備をしてからクリックすることになる。

実際に商品を注文できないところで売り込めば、警戒されるだけだ。

重要なのでもう一度言い聞かせておこう。

実際に商品を注文できないところで売り込めば、警戒されるだけだ。

メールからは、注文できない。

売り込みメールをクリックしてセールスレターを読み、さらにクリックして個人情報を入力しなくてはならない。

直接注文が取れないメールでの売り込みを読んで、さらにセールスレターでの売り込みを読んだらどう思うだろうか？

うんざりだ。

読み手は、そう何度も宣伝文句を聞きたくはない（私ならムカッとくる）。

つまり、こちらのエゴで、くだらない自己満足のために無駄に警戒心を上げていただけなのだ。

これじゃあ少しほしかったものでも、嫌になって買わなくなる。

そうやって、ほとんどの人は「小銭」しか稼げずにこの世界から消えていく。

そんな愚かなことはしない。

目的をはっきりさせよう。

メールは何のために流すのか？

もちろん、商材完成のお知らせだ。

じゃあ、知らせればそれでいいか？

もちろん、買ってもらわなければダメだ。

読み手が買うようにするためにはどうすればいいのか？

もちろん、全力で書いたセールスレターを読ませることだ（つまりサイトに飛んでもらうことだ）。

このレターさえ読めば、数%の人は注文する。

つまり、一人でも多くの人にサイトに飛んでもらうことが、メールの果たすべき役割だ。

と、いうことは、突き詰めればメールの目的は、

セールスレターサイトの URL をクリックしてもらうこと

につきる。

誰だって商材の紹介をしたい気持ちになるし、頑張った分だけたくさん語りたい気持ちにもなる。

しかし、自分の欲求を満たすためにメールを出すんじゃない。

そこは自制だ。

読み手に、なんとしても URL をクリックしてもらうようなメールを出さなければいけない。

私なら、商材のテーマにもよるが、一般的には例えばこんな感じのメールを出す。

「今日は既にお知らせした通り、重要な発表があります。

どうしても〇〇さんに伝えなければいけない事です。

今から1週間後まで、以下のサイトで〇〇さんの人生が「確実に」変わるであろう企画をしています。

→URL

もちろん、今の人生が幸せなら、時間の無駄ですからクリックしなくて構いません。

ですが、もし人生を少しでもよりよいものにしたらければ、今すぐに上の URL をクリックしてその全貌を確認してください。

それでは、以上取り急ぎご連絡まで。

追伸：この企画は、日本で初めての試みで、非常に匿秘性が高いものになっています。

そのため、時間も人数も極めて限られています（し、そうすべきなのです）。

今すぐにクリックしても、もう企画自体が終了しているかもしれません。

その場合は、申し訳ないのですがキャンセルが出るまでお待ちいただけますよう、ご了承願います。」

これは、要するに「クリックさせる」ということしか考えていない。

しかも、まあ勘の鋭い人なら「売込みが待っているかも」と思うかも知れないが、普通は「興味」と「定員オーバーになることへの恐れ」が先立ち、無防備な状態でクリックする。

この形でいこう。

・・・今さりげなく通り過ぎたが、これは超重要だ。

メールでセールスレターへの URL をクリックさせたい時。

最強の方法は

興味 + 緊急性

だ。

これだけで十分だし、これ以外は邪魔だ。

もちろん発展的なテクニックはいくつもあるが、初めのうちはこれでゴリ押しすることにしよう。

短い時間でごちゃごちゃ色んなことやるより、確実にトラフィックが流れる（素人がやるならなおさらだ）。

これで告知メールは書けた。

100回ぐらい読み返して、予告通り夜7時にメールを送ろう。

あとは注文を待つばかりだ。

今日は注文を確認しない。

やれる事は全てやった。

注文数の目標は、集まったリストに対して10%だ。

最低でも5%は欲しい。

期待しつつ今日は寝る。

興奮して眠れなくても今日は注文件数を見ない。

明日のお楽しみだ。

あ、あと、今まで無料オファー用に出していたアドワーズとオーバーチュアのリンクをレターに変更しておこう。

それと、ブログとMixiでも一応告知しておく。

【46日目終了】

47日目（残り13日）：1週間先行販売をした。

結果はほぼ狙い通りだ。

集まったリストに対して、9.2%が買ってくれた。

この売り上げから今までに使ったサーバー代や広告費、その他諸々の費用をさっ引くと・・・

おいしい！あと少しのところまで100万円の利益には届かなかった（売り上げとしては100万円以上出ている）。

目標は60日以内に最低でも利益を100万円出す事だ。

残り13日間で目標を達成させよう。

先行販売の結果だが、結局、告知をした次の日に全体の売り上げの7割ぐらいが上がった。

朝起きて注文件数を確認したときの感動は忘れられない。

佐藤君は泣きそうになっていた。

しかし、まだまだ喜ぶのは早い。

今日から一般販売だ。

一般販売用に修正したレターをアップし、ASPの商品登録情報も変更しておく。

アドワーズとオーバーチュアの広告文もだ。

今日のために既にめぼしい広告媒体には予約を入れてある（各 ASP のアフィリエイト通信も予約はしているが、込み合っているようで、今日に間に合わなかったが、明日出ることになっている）。

今日の午後から夜にかけて広告が出るはずだ。

一般販売は最初が肝心だ。

特に、アフィリエイトに協力してもらうなら、最初から売れていそうな雰囲気醸し出す必要がある。

アフィリエイトが扱う商品は、報酬が高く、売れていそうな商品だけだ。

売れていなさそうな商品には目もくれない。

そのために、最初から派手に広告を出して行く。

また、緊急性を演出する事も非常に重要だ。

緊急性はお客さんにとって、

「今すぐ買わなければいけない理由」

になるが、アフィリエイトにとっては、

「今すぐ紹介しなければいけない理由」

になる。

だから、一般販売に伴って、期間限定オファーをつけることにした。

アフィリエイトに売ってもらう準備は万端だ。

今日は、アフィリエイトの勧誘に励む。

事前に仲良くなっていたアフィリエイトやライバルには、既にお願いをしている。

他にもお願いできそうなアフィリエイトにはひたすら声を掛けて行こう。

アフィリエイトのお願いをするときのポイントは、

1. 報酬が高額であることを伝える
2. 売れやすい事、売れていることを伝える
3. 満足度が高く、効果が出ていることを伝える
4. 期間限定オファーがあり、緊急性が高いことを伝える

これだけだ。

あとは人間として最低限のマナーがあれば十分だ。

今日はこれをひたすらやる。

どうせ断られる。

そんな事は気にせずメールを出して行こう。

【47日目終了】

48～59日目（残り1日）：効果のありそうな広告には予算の許す限り出せるだけ広告を出した。

アフィリエイトの勧誘も毎日行っている。

ASPのアフィリエイト通信も出した。

購入者のフォローもマメに行なっている。

あらゆるできる事、思いつく事は全てやった。

その結果、なんと目標だった「60日以内に利益で100万円稼ぐ」を大きく上回り、253万4200円の利益が出た。

素晴らしい。

これも全て、下準備を怠らなかつたからだ。

商材を作って、レターを書いて、いきなり販売、これではこんな素晴らしい結果は出なかつたらう。

全て全力で、1つ1つがんばってきたからこそその結果だ。

目標は達成した。

やるべきこともやった。

いよいよ明日は60日目、最も重要な日だ。

【59日目終了】

60日目（残り0日）：今日は盛大にお祝いをしよう。

まだまだ終わったわけではない。

これからが重要だ。

しかし、今日は全てを忘れてお祝いだ。

今後のためにも。きっちり祝っておこう。

よくやった佐藤君。

乾杯。

追伸：本当に重要なのはこれからだ。

1ヶ月、2ヶ月儲かって消えて行く・・・

そんな事があたりまえの世界だ。

明日からはまた身を引き締めて、取り組んで行こう。

【60日で情報起業 完】

いったん休憩：ふう・・・

やっと60日で情報起業を書き終えました。

ちなみに今は、Mr.Wではなく和佐大輔です。

いかがでしたか？

1つ1つ説明しているとどうしても長くなってしまう事柄に関しては、箇条書きでまとめてしまったりしています。

結構早足に感じられたかもしれませんが、僕が1番最初に情報起業したときは約60日で全部やりました。

17歳の頃です。

だから、このレポートに書いてある事はフィクションですが、嘘でも誇張した話でもありません。

実現可能話です。

もちろん、人によっては仕事が忙しくてあまり時間が取れないかもしれませんが、そんな場合はもう少し長い目で見の方がいいかもしれませんが、時間は作るものです。

どんなに忙しくても、それを言い訳にしている限り一生前へは進めないでしょう。

ぜひ、そんな言い訳はせず、雨にも負けず、風にも負けずがんばってください。

60日分は書き終えましたが、Mr.Wと佐藤君の物語はまだ続きます。

ここから先は、さらに60日以内に1000万円以上の利益を出すためにはどうすればいいのか？そして、継続的に稼ぐにはどうすればいいのか？について、1日1日事細かにではないですが、全体の流れを解説して行きたいと思います。

60日から先の話は、展開の仕方が無限にあるので、少し抽象的なものになっていると思います。

でもまあ、実際にそのステージに立ったときには死ぬほど役に立つ物語なので、読んで損は無いはずです。

では、続きをどうぞ。

あれから60日後：Mr.Kから、佐藤君に0から情報起業で稼ぐまでを全部教えてやってくれ、しかも、60日以内に最低でも利益を100万円出させてくれ、と頼まれてから120日が経った。

結局、最初の60日で目標だった利益で100万円以上稼ぐと言う事はあっさり達成された。

目標を達成し、祝杯をあげたときの佐藤君の喜びようは忘れられない。

これが人に教える1番の醍醐味だ。

私にとってはすごいことでなくても、佐藤君のようなクライアントと一緒にやる事で、感動を疑似体験できる。

それが好きだ。

祝杯をあげたあの日から60日が経った。

その後、佐藤君がどうなったのか？

少しだけ話すとしよう。

あれから全てが順調にうまくいったわけではない。

ビジネスをやっているのだからトラブルはつきものだ。

佐藤君はそれらを見事に乗り越えてきた。

最初に佐藤君が体験したトラブルは、

お客さんからのクレームだ。

世の中には色々な人間がいる。

そして、基本的にお客はわがままだ。

中には当然クレーマーも存在する。

どんなに良いものを出そうが、クレームは絶対にある。

そしてそれは、売れば売れるほど増える。

キムタクが「好きな男ランキング」で15年間1位を取り続けているほど国民から愛されているにもかかわらず、「嫌いな男ランキング」でも毎年上位にランクされているのと同じだ。

好かれれば好かれるほど同じぐらい嫌われる。

しかし、どうやら佐藤君はそう思っていなかったらしく、相当ショックを受けてしまったあげく、そのクレーマーと喧嘩してしまったのだ。

本来なら、クレーマーはクレーム対策班に任せるか、それが無理なら軽くあしらって、基本的には取り合わないのが1番だ。

もちろん、クレームが大量にきているのであれば、佐藤君が悪い。

謝罪して改善すべきだ。

しかし、クレームを言ってきたのはたった2人だけだった。

クレームの内容も支離滅裂だ。

そんな事でいちいちショックを受け、取り合っているのは切りがない。

それに、そーゆー奴らは取り合えば調子に乗る。

軽くあしらい、しつこい様ならお金を返してやる代わりに、2度と関わって来るなど言えばいい。

これは非常に重要なことだ。

いちいち感情を揺さぶられない。

平常心を保ち、冷静に対応するのだ。

それが精神衛生上1番だ。

間違っても2チャンネルとかは見てはいけない。

と、こんな風に、佐藤君はクレームという壁にぶつかった。

次にぶつかった壁は、

売上げが安定しないと言う事だ。

特に、佐藤君のようにリストベースでビジネスをしていると、売上げが安定することはない。

まあ、この世に安定なんて存在しないわけだが。

DRMの基本は、

1. リスト（見込み客）を集め
2. リストを教育（ブランディング）し
3. リストに最高の商品を売る

この3つだ。

つまり、リストを集めなければ売り上げは発生しないし、ブランディングが失敗すれば売り上げは激減する。

さらに、DRMの特性上、一気に売上げがあがってそれは決して安定しまい。

つまり、「毎月100万円を稼ぐ」この考えがそもそも間違っているのだ。

毎月100万円という事は、年間で換算すると1200万円だ。

ということは、毎月100万円稼ぐのと、年に1ヶ月だけ1200万円稼ぐのでは、結果に違いはない。

同じ1200万円だ。

しかも、「毎月100万」よりも遥かに楽だ。

なぜなら、やる事はたった2つ。

リストを集める事と、ブランディングする事だけだからだ。

毎月売り上げを出すとなると、広告の管理やアフィリエイトへのアプローチ、その他様々な面倒ごとが存在する。

「販売」に大きな労力をつぎ込まなければいけない。

まあ、これは極端な例だが、イメージとしては、じっくり準備して一気に稼ぐ。

これがDRMだ。

安定はしないが、最も合理的だ。

本来なら「販売」につぎ込む労力を、他の部分に使うことができる。

企画、顧客フォロー、無料オファーの量産、ブランディング・・・

これらに力を注げると言う事は、当然、何か商品を買ったときの反応は凄まじくなる。

メール1通で1000万円というのが普通になる。

これが私は最も好きだし、合理的だと思っている。

だから佐藤君にもそれを教えた。

安定なんてこの世に存在しないのだ。

だから考え方を変える。

毎月100万円とか、そんなバカなことは考えない。

年間1200万円稼ぐには具体的にどれぐらいリストが必要で、どんなブランディングをして、どんな商品が売れば良いのか？

目的から逆算して考え、それを実践する。

ただそれだけだ。

と、こんな風に佐藤君にも教えた。

心配するな、と。

佐藤君が最初の頃に悩んでいたのは大きく分けてこの2つだ。

今は無事、乗り越えたようだ。

ところで、佐藤君のビジネスは今どうなっているのか？

これに関しても話そう。

結論から言えば、利益はこの60日間で2000万円ほど出ている。

具体的に何をやったのか？

単純なことだ。

1. 最初に稼いだお金を使ってリストを大量に集めた
2. 過去の経験をもとに、色々と改良したメルマガでブランディングした
3. 商材のグレードをさらにアップさせ、魅力的な期間限定オファーを付け、集めたリストに告知をした
4. 広告とアフィリエイトを活用して、販売本数を延ばしていった（毎月期間限定オファーを付け、限定性を演出した）
5. さらに、商品を買ってくれた人にプレゼントをあげたり、徹底的にフォローして、満足度を限界まで上げた
6. 最高のバックエンド商品を作り、それを購入者に告知した

この5つだけだ。

やる事は何も変わらない。

販売経路は3つ。

1. 集めたリスト
2. 広告
3. アフィリエイト

たったこれだけだ。

基本的な事しかしていない。

というか、それ以外にする事などない。

先行販売の時点で、しっかりとブランディングして準備をしておけば、集めたリストのうち、9.2%前後が買ってくれるのはデータとして出ている。

じゃあ、1万人集めれば単純に10倍になるわけだ。

もちろん、色々な要素が絡まって、先行販売と全く同じ結果は出ないだろうが、それでも利益が出る事に変わりはない。

さらに、購入者向けにバックエンドを販売すればなおさらだ。

仮に購入者が1000人いたとして、徹底的にフォローしていけば、バックエンドの購入率は3〜5割出る。

もちろん、商品の種類、市場、商品のないようにもよるが、少なくとも1割は買ってくれる（くどいようだが、商品が最高でフォローが徹底していれば）。

2万円のバックエンドを出したとして、1000人中100人が買ってくればそれだけで200万円だ。

しかも、この200万円はほぼ全て利益。

200人が買えば400万、300人が買えば600万、400人が買えば800万だ。

購入者が、2000人、3000人と増えればまた大きくなる。

ここが出る利益が1番重要だ。

そのために佐藤君がやった事は、徹底的なフォローだ。

これは正解だ。

その証拠に、佐藤君が出したバックエンドの購入率は37%だった。

まさに、フォローが命。

みんなめんどくさがってやらないが、それは利益を放棄していると言う事だ。

顧客満足度も上がり、利益も増える。

ああ、なんと素晴らしきフォロー。

やる事は単純なのだ。

難しく考える必要はない。

佐藤君がやった、ちょっと面白い事例としては、リスト集めに関してだ。

彼がやった事は、

その業界の誰もが共感できるアンチテーゼ+アフィリエイトの活用

だ。

これは私もやったことがあるが強力だ。

つまり、誰もが思っている不満・不振、例えば、

「日本の法人税と所得税は高すぎる！」

などだ（これは経営者なら誰でも思っているだろう）。

これに対してアンチテーゼとして、公の場で具体的な代案を主張するのだ。

そうすれば、大衆の支持を得られる。

これは政治家のマニフェストと同じだ。

誰もが共感でき、かつ、誰もが理解できる、アンチテーゼと具体的な代案だ。

佐藤君はこれを主張した無料オファーを作り、オプトインページでその想いをぶつけた。

さらに、同時にそれをアフィリエイトできるようにした。

アフィリエイトと言っても、佐藤君がやったのは変形型だ。

具体的に言うと、1番多くその無料オファーを配ってくれた人に賞金を出した。

金額は50万円。

さらに抽選で、アフィリエイト協力してくれた人全員の中から10名に5万円の賞金を出した。

合計で賞金金額100万円。

大衆に支持される理念 + それを紹介したくなるような仕組み

これで一気にリストが集まった。

これが佐藤君がこの60日間でやってきた事だ。

難しい事は何もしていない。

その結果は利益で2000万円以上。

シンプルな事ほど強力だ。

新しいテクニックを探す前に、基本に立ち返り、何かを怠っていないか考えてみる事だ。

テクニックを探している時点で絶対に基本を忘れている。

基本、基本、基本。

基本が1番重要なのだ。

【あれから60日後 完】

最後に：さあ、これで本当に最後です。

いかがでしたか？

当初書き始めたときの予定を大幅にオーバーして、100ページ以上のレポートになってしまいました（といっても5日で書き終えましたが）。

でも、大事なことは（今思いつく事）は全部伝えられたと思います。

ぜひ、何度も読み返してください。

1度読んだだけではたぶん、1%ぐらいしか理解できていないと思うので。

理解 = いつでもやれるってことですからね。

まあ、無理して佐藤君と同じスケジュールで起業する必要はないですが、マイペースで、かつ、妥協していないスピードで前へ進んでください。

妥協とマイペースは全然違いますからね。

最後に、このレポートを作るきっかけになった木坂さんにお礼を言いたいです。

このレポートは木坂さんに無断で作ったあげく、一部、文章を使わせてもらっていますから、ここでお礼でも言っておかないとあとが恐いです（笑 ※もちろんあとで見せて許可をとります）。

木坂さん、ありがとうございました。

そして、このレポートを最後まで読んでくれたあなたにも、ありがとう。

和佐大輔