
毎月10名集客したアンケートローンチ手順書

～1ヶ月で顧客ニーズに沿ったイベントを作り10名集客する～

魂震える高額セッション作成コンサルタント 林田寿徳



(1) 集客数を増加するキャンペーン戦略

コーチ・コンサル・カウンセラー・セラピストなどのサポート型ビジネスでは、顧客リストに情報発信しながら商品を販売していくダイレクトレスポンスマーケティング(DRM)が主流です。

この形態ではメルマガやダイレクトメッセージなどで価値提供を行っていき最終的に商品をオファーします。

ここで大事なのは「待っててもなかなか購入してくれない」ということです。

つまり、商品をオファー(提案)しないと「ただメルマガで役立つ情報をくれる良い人」で終わってしまいます。

これだと、読者の方はただ読んでいるだけでほとんど行動できないことが多いので問題解決できず人生が変わりません。

つまり、あなたがしっかりオファーすればその人は人生を変えることができたのかもしれないのです。

そう考えると損しているとも言えます。

このレポートでは、キャンペーン企画を用いてメルマガ等の読者リストを増やし集客につなげ売上を伸ばす方法についてお伝えしていきます。

キャンペーン企画では、期間限定企画としてメルマガ登録者に限定コンテンツをプレゼントし、さらにアンケートを活用してイベント参加申込みを促していきます。

これにより、コンセプトさえしっかりしていれば今すぐにでもリストを増やし個別セッション等に誘導することが可能になります。

(2) キャンペーン戦略が効果的な理由

なぜ、キャンペーン戦略が有効なのか？
その理由は「限定性」です。

心理学に「希少性の原理」という概念があります。

人は、限定品や希少なものに価値を感じて欲しくなってしまうという特性をもっています。

パン屋さんで10個限定の
"スペシャルメロンパン"があったら買いたくなりますよね(^^;)

なので、期間限定で特別なプレゼントをする
キャンペーン企画は読者からすると魅力的に見えるんです。



(3) キャンペーンの流れ

では、
具体的にキャンペーンはどんな手順で進めていけば良いのか
以下で述べていきます。

順番としては、

- 1) メルマガ登録キャンペーン
- 2) 登録者にアンケート実施
- 3) アンケート結果を踏まえ限定情報配信
- 4) イベント参加のオファー

という流れです。

3-1.メルマガ登録キャンペーン

まずは、
リストビルディング(リスト集め) として
メルマガ登録キャンペーンを実施します。

Facebookなどでメルマガ登録者を募っていくのですが
期間限定で登録者に電子書籍や特別動画をプレゼントします。

期間限定なので、限定プレゼントの内容が
興味を惹くものだとメルマガ登録の数が増えます。

この時、知り合いなどに紹介やシェアをしてもらうと
どんどん登録者が増えます。

また、登録されるかどうかは
とにかく興味を惹くかどうかにかかっています。

オファーが強いほど
登録者が増えるということですね。

なので、しっかりと
自分の見込みクライアントさんのお悩みや欲求をリサーチし
その方々が興味を抱くコンセプトを作ることが大切です。

3-2.登録者にアンケート実施

メルマガ登録キャンペーンが終わったら、
次に登録者に対してアンケートを実施していきます。

読者の方が興味あるテーマをリサーチしていきます。

これは、自由記述ではなく選択式で答えてもらいます。

あなたが提供できるテーマを複数考えて
それをできるだけ魅力的なコンセプトにし
選択式で投票してもらいます。

2,3択で良いと思いますが
これも試してみてもの反応で決めていくと良いと思います。

例えば

女性向け恋愛コーチングであれば

A) 30日で理想のパートナーを引き寄せる潜在意識書き換え日誌

B) 意中の人と5分で仲良くなる魔法のラポール形成術

などのテーマを決めて

読者の方に選択してもらいます。

そして、

投票数が多かったテーマに関し

メルマガ登録者限定の特別動画を作成し配信していきます。



3-3.動画で価値提供

アンケートで結果が出たら
票数が多かったテーマで動画を作成していきます。

この動画は読者の方が興味を持つ動画です。

なので、いきなり配信する動画よりも
反応が取れることが多いです。

喋る内容としては

- ・ターゲット
- ・ベネフィット
- ・既存のやり方の課題
- ・今回のやり方の特徴、メリット
- ・全体像
- ・具体的なやり方
- ・ミッション・ビジョン

などを盛り込んでいくと
価値が伝わりやすいと思います。

これらを3本ほどの動画に分けて
配信していきます。

1本目は全体像の概略

2本目は具体的な説明

そして3本目は、

全体のまとめとイベントのオファーを
配信していきます。

3-5. イベントのオファー

最後の3本目の動画で

アンケートのテーマに沿った

個別セッションや体験セミナーを

オファーしていきます。

上記の例で

B) 意中の人と5分で仲良くなる魔法のラポール形成術
の獲得数が多かった場合

そのテーマに関してイベントを作成し

募集ページも作って参加をオファーしていきます。

この流れで作っていくと

そもそも読者のニーズに沿ってイベントを作っている
ので興味を持っている人がほぼ必ず存在しています。

そのため、
イベントへの集客率も増加するし
バックエンドの商品もアンケートの結果に沿って作成していれば
高単価でも成約率が高くなります。

それだけ、
アンケートからの商品作成は
ニーズに沿ったものなので集客率・成約率ともに
改善が期待できます。

(4) まとめ

- 期間限定でメルマガ登録キャンペーンを実施する
- その後登録者に興味あるテーマを投票してもらう
- 獲得票が多かったテーマで特別動画を作成し配信する
- 最後に限定イベントをオファーする

この流れで進めていくと
顧客ニーズに沿ったイベントを
オファーできるので
集客率・成約率の向上が見込めます。

ぜひ、実践してみてくださいね！