

戦略項目	チェック
<b>メルマガ戦略</b>	
① 一番読まれる「登録直後の返信メールの内容」	
1. メールの冒頭（挨拶やダイジェストの後くらい）にフロント商品の動線を入れているか？	
2. 読者に共感してもらえる自分自身の感動の自己紹介はあるか？	
3. 相手に信頼してもらえるような動画を入れているか？	
4. 1メルマガ1メッセージに絞れているか？	
5. 特典の動線はメールの一番下か、次のメールの一番下に入っているか？	
② 2番目に見られる「ステップメール1通目」	
1. メールの冒頭（挨拶やダイジェストの後くらい）にフロント商品の動線を入れているか？	
2. 相手に信頼してもらえる動画を入れているか？	
3. 読者から感想をもらえるようお願いしているか？	
③ 初めに送る7-10のステップメールの内容	
1. 信頼性：読者から信頼を得られるような、役に立つノウハウが入っているか？	
2. 緊急性：フロント商品を今すぐ購入する理由は述べられているか？	
3. 自社の優位性：自社でしか得られないメリット、理由は述べられているか？	
5. お客様の実績は伝えられているか？（匿名ではなく、性別、職業、年齢、できたら名前や顔写真）	
6. フロント商品の魅力は伝えられているか？	
④ メルマガの件名	
1. 思わず開封したくなる件名にできているか？	
2. 相手が検索しやすいキーワードが入っているか？	
3. ステップメールには番号がついているか？（例：○○○の3つの理由【スマート動画】Vol.10）	
⑤ メルマガの本文内容	
1. 最初に結論が述べられているか？	
2. 最後の結論は最初の結論と一致しているか？ぶれていないか？	
3. 伝えたい内容に、具体的な例が述べられているか？	
4. 写真、図、グラフ、箇条書きなどを活用し、読みやすさを追求しているか？	
5. 色の種類が多すぎて、読みにくくなっていないか？単調すぎてつまらないか？	
6. 強調は、太文字・大文字になっているか？	
7. リンクはクリック率測定リンクになっているか？	
8. リンクは新しいウィンドウ作成になっているか？（同じ画面で変わってしまわないか？）	
9. 押して欲しいリンクはわかりやすく目立っているか？無駄なリンクがないか？	
⑥ メルマガのフッター（定型文）	
1. フロント商品を案内するためのリンクは入っているか？きちんと目立っているか？	
2. メルマガの紹介依頼はあるか？（例：ぜひ○○○さんと同じように、このメルマガが役立つ方がいたら教えてください【登録リンク】）	
3. メルマガの感想を募集しているか？（例：今日のメルマガはいかがでしたか？）	
4. 文末に無駄なリンクがないか？多すぎていないか？（迷惑メールに入りやすくなります）	
5. 自社メディア（Facebookページへのいいね！や、YouTubeのチャンネル登録の動線）があるか？	
⑦ 10通目以降のステップメールの内容	
1. 新鮮さ：1～2週間で定期的に新しい話題に変えているか？	
2. 記念日：100通目や200通目など、節目のメルマガにキャンペーン企画やフロント商品への動線が入っているか？	
（フロント商品の案内や特別個別相談）	

3.	動画付きメルマガなら、節目でYouTubeチャンネル・おすすめ再生リストのリンクをシェアしているか？	
⑧	フロント商品を案内するための号外メルマガの内容	
1.	スムーズにフロント商品（またはその技術）の話題を開始しているか？	
2.	なぜこのフロント商品（またはその技術）が今、必要なか？問題点の発掘ができていますか？	
3.	その改善策が良いか述べられているか？	
4.	フロント商品（またはその技術）で得られるものが"最低3つ"明確に述べられているか？	
5.	お客様の事例・感想があるか？	
6.	告知できちんと、フロント商品の魅力や特典が伝えてあるか？	
7.	お申し込み可能期間は十分にとっているか？（勉強会や講座の場合は3週間前以上に、申し込みが開始されているか？）	
8.	告知の後に、きちんと粘りのメールを3日間以上は配信しているか？（参加者の感想、中身の一部公開、特典の紹介、明日締め切ります）	
	<b>オウンドメディア（Wordpressやブログ）</b>	
①	最低でも月に10記事以上投稿しているか？（メルマガからのコピペでOK）	
②	タイトル	
1.	徹底的にターゲットが検索しているキーワードを分析しているか？コラムタイトルに盛り込んでいるか？	
2.	ターゲットの検索する様々なキーワードを、過不足なく入れているか？	
3.	コラムのタイトルが、ターゲットが開きたくなる内容になっているか？	
③	内容	
1.	Googleが好む、論文のような構造になっているか？	
2.	画像にきちんとAlt（代替テキスト）を入れているか？	
3.	魅力的なアイキャッチ画像を使用しているか？	
4.	正しいカテゴリー・タグを選んでいるか？	
5.	グラフや動画を使い、読者にとってわかりやすい内容を追求しているか？	
④	検索キーワード	
1.	季節性・トレンドのあるキーワード（ドラマ・映画・季節のイベント）が取り入れられているか？	
2.	Googleで検索したときに、サジェストワードに表示されるか？	
3.	Googleトレンドでの検索キーワードでの検索ボリュームは300-1500に入っているか？ <a href="https://www.google.com/trends/explore">https://www.google.com/trends/explore</a>	
4.	お客様が現場で使うキーワードを使っているか？	
⑤	ターゲットが読みたく目次が追加されているか？	
⑥	ターゲットが喜ぶカテゴリーがあるか？	
⑦	人気記事にはホワイトペーパーダウンロードやメルマガ登録などの動線があるか？	
⑧	ランディングページは訴求する内容になっているか？	
⑨	アクセスの少ないページは削除、または書き直しを行なっているか？	
⑩	メルマガやホワイトペーパーダウンロードのサンクスページにフロント商品の動線があるか？	
	<b>Facebook</b>	
①	リンクと写真の違いを理解し、効果的に使用しているか？	
②	コメントをしっかりといて、相手に上がりやすくしているか？	
③	リストを取る投稿はタイトルをつくり、5行以内の動線があるか？	
④	相手に見られている自分らしいキャラを意識できているか？	
⑤	相手が飽きてしまう、同じような投稿になってしまっていないか？	
⑥	ブログへの動線を貼る投稿しているか？タグを有効に使っているか？	
⑦	Facebookページと個人ページの違が理解できているか？	
1.	個人ページは威力が強い	

2. Facebookページは発信力が弱いので広告に使う	
⑧ Facebookページにも同じものを登録しているか？	
⑨ Facebook広告で登録リストと集客を安定しているか？	
<b>YouTube</b>	
① チャンネルのトップページを紹介用につくっているか？	
② トップページの紹介動画にメルマガのリンクはあるか？	
③ 紹介動画と説明文を充実させているか？	
④ タグは他の動画と同じタグを使っているか？	
⑤ ヒット動画を意識してタイトルを決めているか？	
⑥ ヒットしている動画のキーワードを理解しているか？	
⑦ つくった動画をビジネスにつなげるために、様々な場所に拡散しているか？ (動画、Facebook、メルマガ、フロント商品、エンド商品、コミュニティ)	
⑧ 動画の最後にアノテーションやスマホのカードのように、メルマガの動線が貼られているか？	
⑨ 再生リストを有効活用しているか？	
<b>顧客獲得型セミナー</b>	
① ターゲットが欲しがらる、1日で完結できそうなタイトルになっているか？	
② 参加者に対して、セミナーの無料招待券の動線があるか？	
③ 申し込み経路を測っているか？	
④ 参加者に事前準備を用意しているか？	
⑤ ドタキャンを減らす戦略はあるか？	
⑥ 入金はPayPalで即決済もさせているか？	
⑦ 顧客獲得型セミナーの構造になっているか？	
1. 参加者の緊張を解くアイスブレイクがあるか？	
2. 共感を得て、顧客が前のめりにする自己紹介があるか？	
3. 参加者を前半で満足させる、即実践できるノウハウがあるか？	
4. バックエンド商品の布石になる、全体像の話があるか？	
5. バックエンドを購入した人の実績があるか？	
6. 個別相談のときに、しっかりと申し込む理由ができていないか？	
7. ホワイトボードに、個別相談の日程があるか？	
8. 口コミを起こさせるほど満足させるワークがあるか？	
⑧ 集合写真やセミナー中の写真を撮影しているか？	
⑨ 集合写真をタグ付けして、Facebookに動線付きでアップしているか？	
⑩ 感想をしっかりともらえる戦略があるか？	
⑪ 感想をシェアしてもらえる戦略があるか？	
<b>個別相談</b>	
① 事前に相手の悩みや欲を把握できる事前資料があるか？	
② 面談の最初できちんと相手との信頼関係を築けているか？	
③ 質問をしながら相手の深い悩みや欲を把握できているか？	
④ 相手にバックエンド商品が必要と理解させられる3つの青信号が用意されているか？	
⑤ 3つの青信号を気づかせる、質問ができていないか？	
⑥ プレクロージングに導く、資料が用意できているか？	
⑦ 相手が購入した時のメリットだけでなく、購入しなかった時のデメリットが提示されているか？	
⑧ 相手が断れない提案が用意されているか？	

<b>インターネット広告</b>	
①	顧客獲得単価 (CPA) が計算できているか？
②	コンバージョンを測れる設定ができているか？
③	広告の写真に以下の要素が含まれているか？
1.	思わず目が止まる驚きポイント
2.	リンククリック後のページと統一感のあるテキストとデザイン
3.	プレゼントやお得感が伝わるキャッチコピー
④	反応の良い曜日や時間に絞って広告出稿しているか？
⑤	お客様の属性を絞って出稿しているか？ (年齢、性別、地域、職業など)
<b>ビジネスモデル・商品・サービスの改善</b>	
①	時給換算して正しい価格設定ができているか？
②	商品やサービスでお客様が得られる成果が明確か？
③	ターゲットが1人に明確に絞れているか？
④	ターゲットが他社では得られない内容になっているか？
⑤	ファンのお客様が紹介できる制度があるか？
⑥	アップセル、クロスセルが用意されているか？
⑦	お客様が迷ってしまう商品メニューになっていないか？
⑧	きちんと実績やお客様の声をアピールできているか？
⑨	お客様が自己学習できるテンプレートや動画が揃っているか？
⑩	お客様が満足できて、スタッフのサービス時間が適正になる仕組みになっているか？
⑪	今のサービスを補完できる商品があるか？顧客単価を上げる工夫がなされているか？
⑫	新人に引き継ぎできるマニュアルがあるか？
⑬	1年後、3年後、10年後にの事業計画があるか？
⑭	トレンドのビジネスモデルを応用できているか？