

今すぐ実践できる LINE で結果を出す 3 つの法則

LINE 集客 実践マニュアル

物販

コンサル

マーケティング

飲食店

個人起業家

教育ビジネス

集客、情報発信、マネタイズ
まで LINE で結果を出すための
成功法則を公開します！

【著作権について】

当電子書籍は著作権法で保護されている著作物です。
使用に関しましては以下の点にご注意ください。

- ・ 本電子書籍の著作権は作者である株式会社トラストエフオートにあります。
著作権者の書面による事前許可なく、本レポートの一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。
- ・ 本電子書籍の一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段(印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど)により複製、流用および転載することを禁じます。

【使用許諾契約書】

本契約は、本教材をダウンロードした法人・個人(以下、甲とする)と作者(以下、乙とする)との間で合意した契約です。本教材を甲が受け取ることにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第1条 本契約の目的

乙が著作権を有する本教材に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第2条 禁止事項(第三者への公開の禁止)

本教材に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本教材から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により、いかなる第三者にも公開することを禁じます。

第3条 契約の解除

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約を解除することができるものとします。

第4条 損害賠償

甲が本契約の第2条に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違約件数と販売価格を乗じた金額を支払うものとします。

**LINE@はLINE公式アカウントに名称が変更されました。
本PDFでは旧LINE@のことも含め、LINE公式アカウント
という表現で統一させていただきます。**

株式会社トラストエフォート

代表取締役 布施優雅（ふせゆうが）

2014年にインターネット物販に本格的に参入。

Amazon、楽天、ヤフーなどのプラットフォームで商品販売を得意とし、

これまでに5000を超える商品をネット上で販売してきている。

2017年には本格的にインターネット販売のコンサルティングを開始し、1700人を超える個人、法人のインターネット販売を支援する活動をしている。

さらにAmazonセラー向けにリリースした商品分析アプリAmacodeはユーザー数12万人を超える大ヒットアプリとなりAmazon公式ページで紹介され、Appストアで無料ビジネス部門10位を獲得する。



17:08

カテゴリ **ビジネス**

有料 無料 **トップセールス**

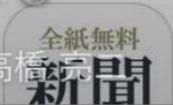
8  **ディクタフォン- 音声レコーダー**
ビジネス
★★★★★ (3,130)

9  **ボイスレコーダー - 無料ボイスメモ&録音アプリ**
ビジネス **+ 開く**
★★★★★ (50)

10  **Amacode - せどり転売支援ツール**
ビジネス **開く**
★★★★★ (16)

11  **転職ならリクナビNEXT 仕事が見つかる求人情報アプリ**
ビジネス **入手**
★★★★★ (35)

12  **データクリップアプリをダウンロードして動画をクリ...**
ビジネス **+ 入手**
App 内課金あり
★★★★★ (1,837)
見代 祐太郎

2月3日  **全紙無料 新聞*全紙無料!**
ビジネス **+ 入手**
高橋 亮

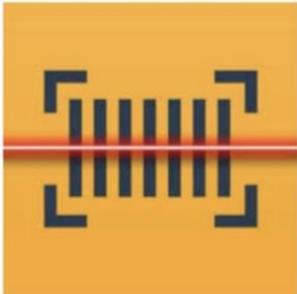
おすすめ いいね! カテゴリ コメントする ランキング 検索 シェアする アップデート

10:21

Amazon出品(出店)サービス | Amacode services.amazon.co.jp

amazon 出品サービス

販売会社の情報



[Amacodeのウェブページを見る](#)
※このリンクをクリックするとAmazon.co.jp外のサイトに飛びます

- Amacodeへ問い合わせる
- AmazonへAmacodeに対するフィードバックを送る

販売会社からのメッセージ

商品検索アプリAmacodeは完全無料で利用できる店舗仕入れに特化したアプリです。

スマホのカメラ機能でバーコード (JAN,ISBN,) を読み取り、過去の販売データ

← →   

その後は、SNSやウェブ広告を使って集客し自社のサービスや商品を販売するWEBマーケティングを研究し、

多くの企業や個人に対してネットを活用したマーケティングを使った集客方法を伝える活動をしている。

メルマガやLINE@などを活用したリストマーケティングでの集客戦略を得意とし、

自身のメルマガ読者は全国に10万人以上おり、LINE@の読者も2,5万人を超えている。

WEB集客からWEBでの販売までの一連の流れを仕組み化して人件費や労力を徹底的に削減する効率に特化したマーケティングの仕組み作りも得意としている。

LINE@の実績

- SNSやLINEを活用して自社アプリのダウンロード数12万件を達成。
- LINE@を活用したマーケティングで累計4億円を売り上げる。
- SNSなどを利用して毎日リストが無料で200件以上取得できる仕組みを構築。
- 自社のコンテンツをLINE@で販売して3日のセールスで2100万円の売上を上げる。
- LINE@からセミナー集客をして180名を動員し2400万円の売上を立てる。
- LINEでステップを組んで完全自動で毎月1000万円を売り上げる。



まえがき

こんにちは、布施優雅です。
この度はLINE集客実践マニュアルを手にして
頂きありがとうございます。

このマニュアルを制作するにあたって、
手にしていただいたあなたに、何を伝えたいかを
最初に決めました。

それは、このマニュアルで

**「LINE集客の全てを理解して、
LINEで売上アップしてもらおう」**

ということです。

この教科書は、巷に売られているLINEの
ビジネス本とは全く違います。

LINEの重要な初期設定から、LINEの友だちを
SNSで増やす具体的な方法を解説しています。

さらに、売上を上げるためのLINEマーケティングに必要な
考え方などを成功事例含めてお伝えしています。

世の中にはノウハウや知識は、本やインターネットでも
調べられますし、たくさんの教材や講座もあります。

ただ、残念ながら教材や講座の数よりも結果が
出ている人の方が少ないのが現実です。

そして多くの方にこれまでにビジネスをお伝え
してきた中で結果が出る人には共通点があることがわかりました。

それは、**「行動をする」**ということです。

どんなにいい情報やノウハウを知っていても
行動しなければ結果は出ないということです。

努力をすればその分だけ自分に返ってきますので
このマニュアルを読むだけではなく、アウトプットする
ということを必ず意識してください。

このマニュアルでは私が実際に実践している
マーケティング手法をどんな考え方でどんな手法で
やっているのかをお伝えしています。

ぜひ、このマニュアルを活用してLINEマーケティングで
ご自身のビジネスの売り上げアップに繋げてください。

LINE公式アカウントとは？

まずは国内で多くの方が使っているSNSの比較をしてみたいと思います。

	国内月間アクティブユーザー	ユーザー層	特徴
	8,000 万人	全世代が利用 幅広い	<ul style="list-style-type: none">・メッセージとタイムラインの二つをもつ・スタンプが豊富・トークや通話などモバイル中心
	4,500 万人	20代が多い 平均年齢は35歳	<ul style="list-style-type: none">・リアルタイム性・拡散性の期待・ハッシュタグ
	3,300 万人	10代と20代で半数以上を占める	<ul style="list-style-type: none">・写真メイン ・世界観の重要性・アクティブユーザーが多い・ハッシュタグフォロー可能
	2,800 万人	登録者数は20代と30代が多い	<ul style="list-style-type: none">・多彩なコンテンツ・フォーマルな場・ターゲットの精度高い
	950 万人	10代と20代で半数以上を占める	<ul style="list-style-type: none">・動画メイン(15秒) ・ハッシュタグ・豊富な動画編集機能・音楽性
	400 万人	20代と30代女性が多い	<ul style="list-style-type: none">・写真/画像メイン・コレクション性・画像のアイディア/デザインが豊富

ざっとLINEが8000万人、Facebookが2800万人、インスタグラムが3300万人、Twitterが4500万人、というところです。

なので日本国内の方が主に使ってるSNSの中で、大体ですが日本国内で使ってる人の人数っていうのこれぐらいなのですがこの中でもダントツでユーザーが多いのがLINEです。

8000万人が利用するLINEは日本人の70%位が使っているSNSとして完全に生活に必要なインフラとして根付いています。

あなたもLINEがなくなったら困ってしまうかと思います。もちろん僕自身もプライベート、仕事面などあらゆる場面でLINEがなくなると困ります。

ちょっと前までメールでやりとりをするというのが主流でしたが今はメールを使うということはほとんどなくなってきたかと思います。

LINEとLINE公式アカウントの違い

LINEと公式アカウントの違いがよく分からないという方も意外と多いかもしれません。ここではLINEとLINE公式アカウントの違いについて解説をします。

機能	LINE	公式アカウント
1:1 トーク	●	●
一斉配信	×	●
ホーム(タイムライン)	●	●
リッチメニュー	×	●
自動返答機能	×	●

上記の表を見て頂ければLINEと公式アカウントで使える機能が一目で分かるかと思います。

簡単にいうとLINEは個人が1:1トークでやり取りすることを目的としたものになり、公式アカウントはビジネス利用を目的とした機能が沢山備わっています。

大きな違いでいうと通常のLINEでは一斉配信ができないけど公式アカウントの場合は一斉配信ができます。

これはどういうことかということ、仮にあなたのLINEの友達が1000人いたとします。通常のLINEでは1000回メッセージを配信しないと全員にメッセージを送ることができません。

しかし、公式アカウントの場合は一斉配信機能で1000人にボタン一つでメッセージを配信することができます。この一斉配信という機能が大きな違いになります。

メルマガとLINEの違いについて

「LINEとメルマガって何が違うのですか？」とよく質問をされます。

読者を集めて教育して商品を販売するリストマーケティングという手法ではこれまではメルマガを使った配信が主流でした。

しかし、ここ数年で情報を配信する媒体はメルマガからLINEに移り変わってきています。

その理由として**到達率が圧倒的にLINEの方が優秀**だからです。

最近ではGoogleなどのシステムが発達してきているので一斉配信をしているメルマガはシステムにブロックされてしまったりして届きずらくなっています。

メールが迷惑ボックスに入ってしまうというケースも多く
メール内に設置したリンクのクリック率なども3%あればいい方だと言われています。

要するに100人にメールを送ったとしても反応してくれる人は
3人いればいい方だということです。

なので基本的にメルマガを配信しても大半がシステムに
ブロックされているか迷惑メールボックスに入ってしまったら
ほとんど読まれていません。

さらに時代的にもメールからチャットでのコミュニケーションが
メインになってきているのでメールを確認するという文化が崩壊
しつつあります。

しかし、メルマガに対してLINEはほぼ100%届きます。

なぜ、届くのかというとLINEの場合はLINE社が提供しているプラットフォームでメッセージを配信しているからです。

LINEを使ったことがある方なら分かると思いますが、これまでにLINEを送って届かなかったことはないですよ？

インターネットが使えない環境だったりブロックされていたら別ですが基本的にLINEは届きます。

なのでメールとLINEの徹底的な違いは到達率が全く違うという点です。

そしてメルマガとLINEの違いは他にもあります。

メルマガでの配信は基本的に一方通行ですが、LINEの場合は1to1トークでメッセージのやり取りが気軽にできます。

LINEは基本的にチャットをやり取りしてコミュニケーションをとるためのツールなので一方通行ということが基本的にありません。

なのでLINEはメールとは違って2方向からコミュニケーションが取れる便利なツールになります。

手紙は受け取って読むだけですが、会話は会話のキャッチボールをその場でしますよね？なので情報を読むだけじゃなくて、コミュニケーションを取るツールってというのがLINEになります。

しかもメールに比べて圧倒的に情報が到達するということは覚えておいてください。

LINE公式アカウントが使える業種とは？

LINE公式アカウントって呼ばれるビジネスで使えるLINEがどんな業種に使えるのかっていうことを解説したいと思います。

結論から言うとBtoCのビジネスであれば、ほとんどの業種に使うことができます。使い方によってはBtoBのビジネスでもかなり恩恵を受けることができます。

例えば、BtoCビジネスで言うと飲食店や小売店、エステサロン、美容室、整体師、弁護士、税理士、コンサル、アプリ販売、歯医者教育ビジネス、ネット販売など

こちらには書ききれないほどあるのですが、お客さんを集客すれば売上が上がる業種ならなんでも使えるのがLINE公式アカウントです。

※一部、アダルト系やギャンブル系など使えない業種もあります。

LINEがビジネスに活用できる理由

先ほどもお伝えしましたが、LINEは日本人の大半が利用しており既に生活に欠かせないインフラツールとなっています。

このインフラツールをビジネスに活用するのがLINE公式アカウントです。要するにビジネスを伸ばすためのマーケティングツールです。

私自身、このLINE公式アカウントを使ったビジネスは3年位やっていますが、まだまだLINE公式アカウントを使ってない企業や個人起業家は少ないです。

一部、大手企業などがLINEでのマーケティングを実践してはいますがまだ使い始めて間もないという印象です。

なんとなく流行りでLINE@を使っているという方や企業は増えてきましたが、ちゃんと使いこなせている人は本当に少ないです。

なので、まだまだチャンスがあるということです。

これだけメールが届かなくなっている時流に合わせてLINE公式アカウントを使って、あなたのビジネスをまだライバルが少ない今のうちに

時流に乗ったこのLINEを使ってあなたのビジネスを伸ばしてもらおうってことをぜひ本気でやっていただきたい思います。

LINE公式アカウントの新料金プランについて

LINE公式アカウントの料金プランについて解説させていただきます。

LINE公式アカウントでは3つのプランをご用意、0円からはじめることができます

	フリープラン	ライトプラン	スタンダードプラン
月額固定	無料	5,000円	15,000円
無料メッセージ通数	1,000通	15,000通	45,000通
追加メッセージ料金	不可	5円	~3円 ※ 詳細はお問い合わせください

プランは、フリープランいわゆる無料の0円フリープランです。
あと月額5000円のライトプラン、そしてスタンダード月額15000円のスタンダードっていうこの3つのプランになります。

使える機能の差がなくなった

プラン		フリープラン	ライト	スタンダード
月額利用料		0円	5,000円	15,000円
メッセージ配信数（無料分）		1,000通	15,000通	45,000通
追加メッセージ料金		追加購入不可	5円/1通	～3円/1通
タイムライン投稿		すべてのプランで無制限		
機能 (抜粋)	友達属性表示	すべてのプランで使用可能		
	ターゲティングメッセージ			
	リッチメッセージ			
	リッチメニュー			
	リッチビデオメッセージ			
	動画メッセージ			
	音声メッセージ			
	クーポン機能			
	1:1トーク			
	アカウントページ			
LINEショップカード				

決定的に前のプランとまず変わることってというのは、全てのプランで機能が全部一緒になったってことです。

前のプランは無料のプランは、プランによって使える機能に違いがありました。

今回の新料金プランに関しては、全てのプランで同じ全ての機能が使えるようになりました。

プランによる配信数について

	フリープラン	ライトプラン	スタンダードプラン
月額固定費	無料	5,000円	15,000円
無料メッセージ通数	1,000通	15,000通	45,000通
追加メッセージ従量料金	不可	5円/通	~3円/通 (従量課金テーブル後述)

0円の無料プランはこれはこれまで通り月1000通まで配信できます。
これは前のプランと変わりません。

有料のプランに関しては、従量課金制度が適用されました。

例えば5000円のライトプランであれば、月15000通までは無料で送れます。

無料というのは月額5000円で15000通までは無料で送れるということです。

月に15000通を超えると1通につき5円の従量課金がされます。

要するに1000人にメッセージを送った場合は

1通5円×1000人=5000円のコストが掛かります。

スタンダードプランの場合は月額15000円で月に45000通まで無料で配信することができます。

無料で配信できるメッセージを超えると1通につき3円のコストが掛かります。

ライトプランに比べると従量課金の単価が安くなります。

新しい料金プランに関しては、従来のプランと違って機能の差がなくなるというメリットもありますが、従量課金制度が適用されるので読者が多いと配信コストがかかるというデメリットもあります。

なので無料プランでもAPI機能が使えるようになったので
LINEステップの配信システムも無料プランから使えるようになりました。

なのでLINEマーケティング初心者の方で読者が少ない方は
少ないコストで色々な機能を使うことができるようになりました。

読者がたくさんいる人にとってはちょっとコストが掛かる仕組み
になってしまいましたがこれが新料金プランの内容になります。



LINE
公式アカウント

従量課金になるメッセージの対象

新料金プランに変わって気になるのが従量課金かと思います。
一斉配信以外の個別トークや友達追加時あいさつなどのメッセージでも
従量課金が適用されてしまうのかなどについて解説をします。

課金対象メッセージ

- 一斉配信メッセージ

非課金対象メッセージ

- 個別トーク
- 自動応答
- キーワード応答
- 友達追加時あいさつ

基本的に従量課金の対象となるメッセージは、一斉配信のみになります。
ライトプランでは15000通を超えると1通につき5円の課金、スタンダード
プランだと45000通を超えたら一通につき3円が課金されます。

メッセージを送れば送るほど課金されるという仕組みになります。

メッセージ1通の概念ですが基本的に3つの吹き出しまで一回の配信で送れるのですが、この場合は3つの吹き出しで1通とカウントされます。

例えば、1テキスト、2画像、3テキストで配信した場合でも1通としてカウントされます。

従量課金の対象になるメッセージは全体に一斉配信をする時だということ覚えておいてください。

それに対して非課金対象のメッセージは大きく分けると4つあります。

1,個別トーク

いわゆる1:1トークのことです、個別のチャットは従量課金の対象外です。

2,キーワード応答

読者が指定したキーワードを入れた時に自動で応答する機能です。

3,自動応答

トークをオフにしている時に「個別トークはできません」という感じで自動返答する機能も課金対象ではありません

4,友達追加時あいさつ

新しく友達追加された読者に配信する自動メッセージです。

LINE公式アカウントの初期設定について

LINEでのマーケティングで重要な初期設定について解説します。

1.プロフィール写真

プロフィールに載せる写真ですが、人柄が伝わるものが効果的です。ふざけた写真や自分のビジネスに関係のない写真はNGです。

店舗などであれば店舗の写真やロゴでもいいかと思いますが、コンサルやコーチなど教育系のビジネスの方は人柄が伝わる写真が効果的です。

わかりやすく言うと真顔よりも笑顔の方が印象がいいです。プロフィール用にプロに写真を撮ってもらうのも一つですし、あまりビジネス感を出さない写真もいいと思います。

2.印象を伝えるカバー画像

LINE公式アカウントにはカバー画像というものがあります。

このカバー画像はLINEのホーム（タイムライン）を見た時に見ることができる画像です。

FacebookやYouTube、TwitterなどのSNSでもカバー画像を設定することができるのですが、LINE公式アカウントも同じようにカバー画像を設定することができます。

**このカバー画像は印象を伝える重要な情報になるので
しっかりと設定してください。**

ポイントとしてビジネスの内容が一目でわかるものが理想です。
写真にキャッチコピー的なものを組み合わせると効果的です。

3. 応答モード

応答モードは基本的にチャットモードに設定しないと
お客さんと個別にメッセージのやり取りをすることができません。

デフォルトではBotモードに設定されてる可能性があるので、
必ずアカウントを開設したら確認してください。

応答設定

基本設定

応答モード

Bot

応答メッセージとWebhookが利用できます。

チャット

チャットや応答メッセージ、スマートチャットが利用できます。

あいさつメッセージ

オン

オフ

[あいさつメッセージ設定](#)

4.友達追加時あいさつ

「友達追加時あいさつ」というのは新しくLINE公式アカウントに登録してくれた読者に自動で送信するメッセージのことです。

この友達追加時あいさつは5吹き出しまで設定することができます。

メッセージはテキスト、画像、クーポンなどを組み合わせて5吹き出しまで設定することができます。

しかし、注意して欲しいのがあまり情報量が多すぎると読まれない可能性もあるので簡単な挨拶や登録特典を渡すくらいがちょうどいいかと思います。

あとはご自身のブログやYouTubeチャンネルに誘導する流れを作ったりすることもできます。

あと、大事なのが登録してきた方が誰なのかをわかるようにする
ということです。

どういうことかというとLINE公式アカウントに登録してもらった
だけではこちら側では誰が登録したのかわかりません。

そこで登録してもらったと同時にスタンプを送ってもらったり、
特典申請をしてもらうなど何かアクションを起こしてもらうことで
読者の情報が把握できます。

そうすることでこちら側から1:1トークでメッセージが
送れるようになるので色々と細かいやり取りができるようになります。

なので、必ずスタンプやメッセージなどを送るように促す
ということをしていきましょう。

5.ホーム（タイムライン）の設定

LINE公式アカウントにはFacebookやInstagramのようにタイムラインという概念があります。

このタイムラインを使う上で必ず設定して頂きたい項目があります。

それは「**いいね**」が**できる設定**にするということです。

デフォルトでは基本的に「いいね」が出来ない設定になっているので必ず設定をしておいてください。

タイムラインの記事に「いいね」をしてもらうということはFacebookでいうシェアと同じ効果があります。

読者がタイムラインの記事に「いいね」をするとその友達に〇〇さんがこの投稿を気に入ってますと表示されるので集客にも繋がります。

ただし、LINEはコメントしても拡散しないのであくまで「いいね」をもらうことが大事だということは覚えておいてください。

こちらも「いいね」と「コメント」を許可する設定があるので忘れずに許可するようにしましょう。

タイムライン設定

ユーザーインタラクション

いいね・コメント

- 「いいね」とコメントを受け付ける
- 「いいね」のみ受け付ける
- 「いいね」とコメントを受け付けない

6.アカウント管理者の追加

LINE公式アカウントではスタッフなど複数の管理者でアカウントを管理することができます。

この機能を使えばLINEの運用を外注化することもできますしスタッフに任せすることもできます。ここでは管理者の追加の仕方について解説しようと思います。



LINE Official Account Manager 布施優雅 @019hxmfp (スタンダード) 3206 応答モード: チャット

ホーム 通知 分析 プロフィール チャット **設定**

メッセージ配信
タイムライン
あいさつメッセージ
自動応答メッセージ
クーポン
リッチメッセージ

そのアカウントは **設定をクリック**
人気アカウントの運用テクニックを見てください
詳細を見る

権限管理をクリック

アカウント設定

権限管理

応答設定

Messaging API

登録情報

利用と請求

権限管理

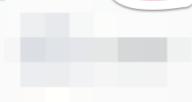
アカウントへのメンバーの追加や権限の管理を行います。

[権限リスト](#)

メンバ

こちらから追加できます

メンバーを追加

	運用担当者	変更
	運用担当者	変更
	運用担当者	変更
	管理者	

権限の種類	管理者	運用担当者	運用担当者 (配信権限なし)	運用担当者 (分析の閲覧権 限なし)
メッセージ・タイム ライン投稿の作成	✓	✓	✓	✓
メッセージ配信・タ イムライン投稿	✓	✓		✓
分析の閲覧	✓	✓	✓	
アカウント設定の変 更	✓	✓	✓	✓
メンバー管理	✓			

URLを発行およびシェアして、追加するメンバーに権限を付与します。

権限の種類

管理者

権限の種類を選択

<https://manager.line.biz/invitation/WiuSxpBzj0VOobD70AOFg!>

URLを発行

リンクをコピーして送る

閉じる

LINE公式アカウントを運用する

ここまで初期設定について解説をしてきましたが、ここからは実際に運用する方法について解説をしたいと思います。

LINE公式アカウントを運用する上で読者がいないと何も始まりません。

LINEの読者は多ければ多いほどレバレッジが効くので売上は大きくなりますが、それよりも大事なのは読者との関係性です。

もちろん量も大事ですが質の方が大事だということです。

LINEの読者が**67人で750万円の売上**を上げた事例もあります。

なので読者が少ないから売上が上がらないというわけではないのでまずは少ない読者と関係性を構築していくことを意識してください。

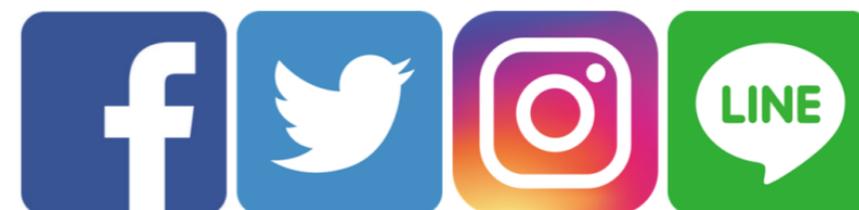
無料でLINEの読者を増やす方法

LINEの読者は広告などを使わなくても無料で増やすことができます。どのように読者を増やしていくのかについて解説をしていきます。

一般的にはSNSから集客するという手法が効率的です。

FacebookやLINE、インスタグラムなどそれぞれ集客方法があるのですが、ご自身のビジネスにあったSNSを活用すると効果的に集客をすることが可能です。

それぞれのSNSでの集客について解説をしたいと思います。





今、最も集客がしやすいのがインスタグラムだと個人的に思います。

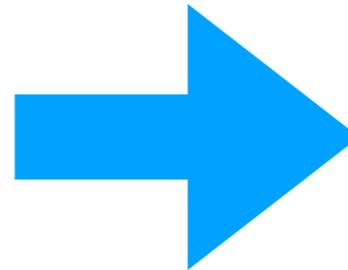
Instagramのユーザーは最近増えてきており何と言っても他の媒体と比べるとアクティブユーザーが多い傾向にあります。

月間アクティブ率は84.7%とほとんどのユーザーがアクティブにInstagramを利用しています。

Instagramは「インスタ映え」をしないと集客できないというイメージを持っている人も多いですが、映えないインスタでも集客はできます。

プロフィールの作り方

プロフィールはどんなビジネスを
やっていてどんな価値を提供できるの
かを明確にする。



LINE@への誘導ページのリンクも
必ずセットしてください。

LINE@に登録すると受け取れる
特典なども明記すると反応されやすく
なります！



映えないインスタとは？

こちらの画像にあるInstagramのアカウントはテスト的に作ったアカウントですが、画像は全然、映えていません。

ただ、正方形の画像に文字を打ち込んだかなりシンプルなものになります。

まだ6投稿しかしてないのにフォロワーが既に383人います。

このようにInstagramはすぐにフォロワーを集めることができるのでSNS集客としては非常に難易度が低い傾向にあります。



投稿する画像なども
全然かっこよくないですよ？

この画像に入れる文字はスマホの無料で
使えるアプリで作成できます。

私が使っているアプリはPhontという
無料アプリです。

[iPhoneの方はこちら](#)

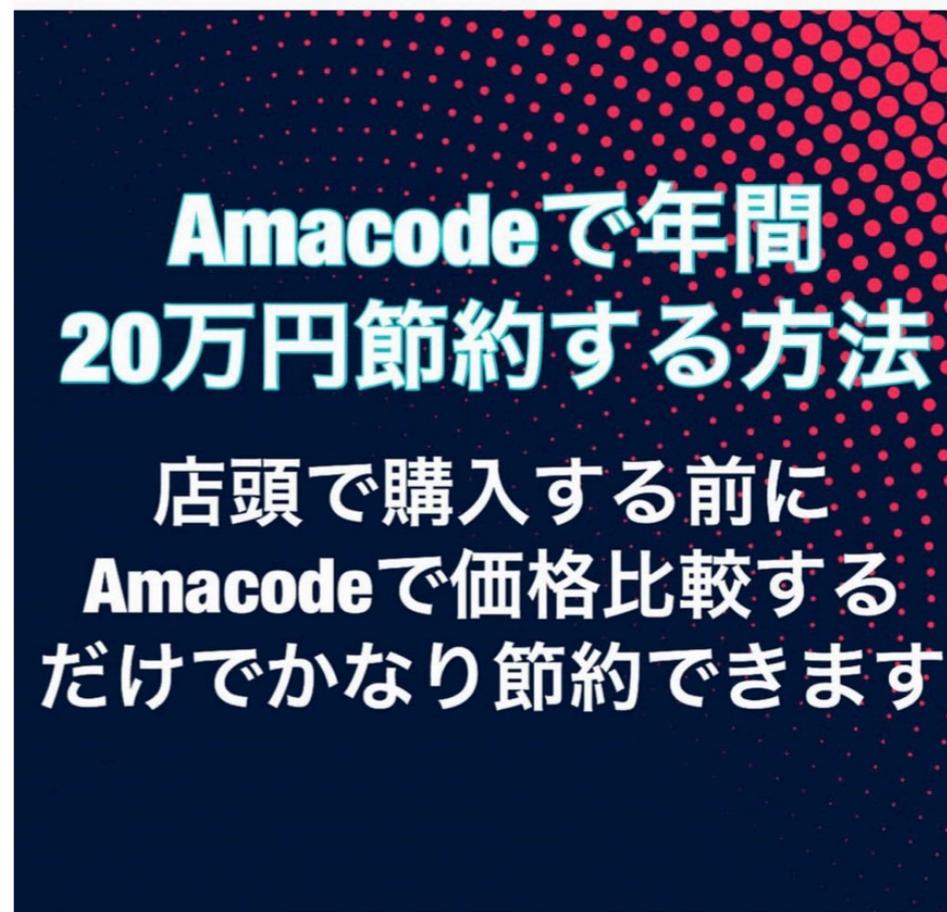
[Androidの方はこちら](#)

画像自体も1分くらいで作れるので
非常に簡単です。

18:37



投稿



[インサイトを見る](#)

宣伝



naruto0824さん他が「いいね！」しました

amacode_official

↑フォローミー↑

... 続きを読む

コメント4件すべてを表示

misato.fukai.414 投稿をまた見に来ますね！



amacode_official @charles_kingcc ありがとうございます！



6月7日

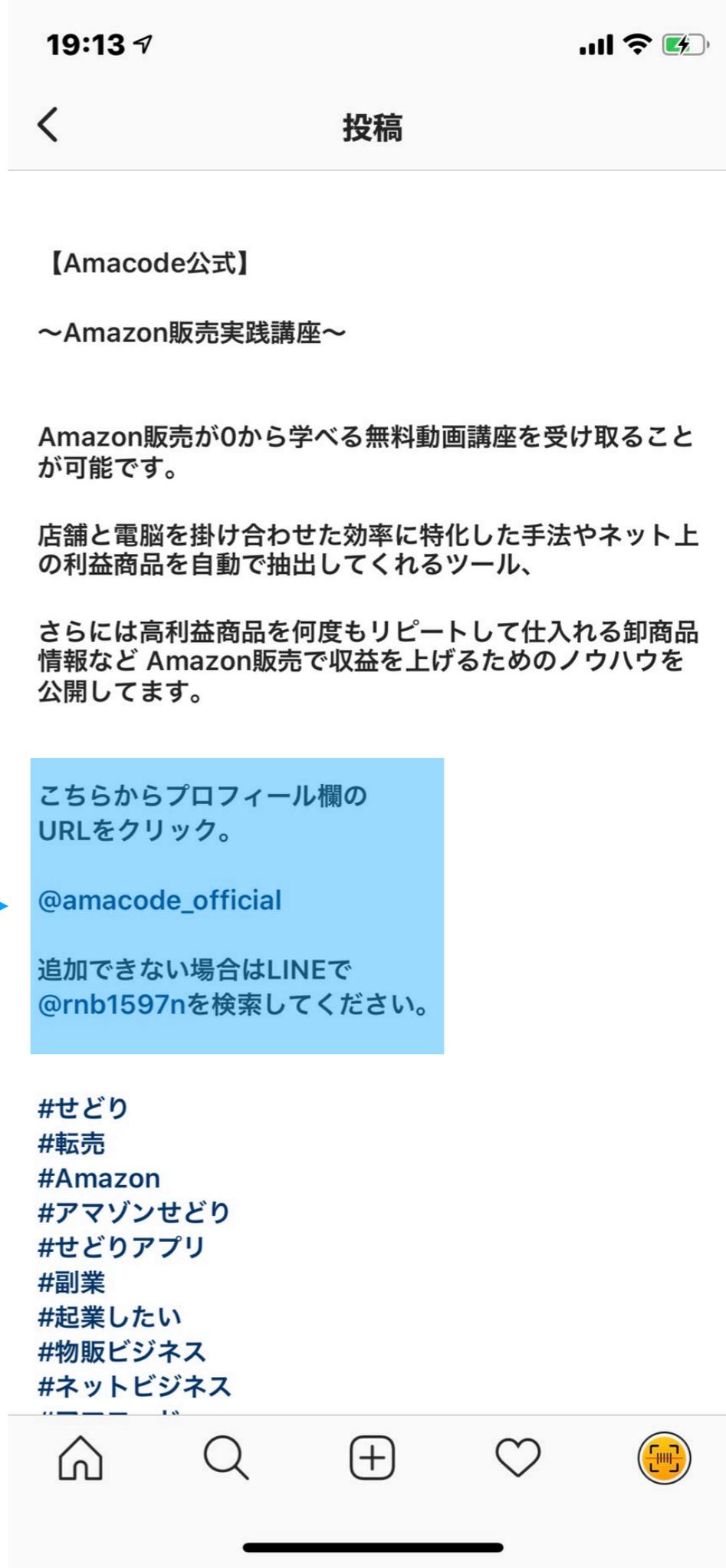


投稿からLINEに 誘導するポイント

Instagramで記事を投稿する際にLINE@へ誘導するということが非常に重要になります。

必ずプロフィールのIDを記載してプロフィールに誘導する。

プロフィールのリンクからLINE@に登録してもらおう流れになります。



facebook

Facebookは最近ではInstagramなどに比べると今が旬という感じではありませんが無料で集客できるかなり優秀な媒体であることは間違いありません。

ユーザー数も2800万人を超えるかなり大きなSNSですが特徴としてフォーマルな投稿が多いです。

ライブ配信やグループ作成など多彩なコンテンツを利用できるので必ず押さえておきましょう。

プロフィールの作り方

写真とカバー写真を必ず入れる。
プロフィールに肩書きなどを入力する。

プロフィールのページに出る
写真は自分のビジネスと関係のあるもの
にしておくと認知されるので良い。

SNSのプロフィールの共通点として
自分がどんなビジネスをしていてどんな
人間なのかを一目でわかるように意識する

布施 優雅

作成

株式会社 トラストエフォート 代表取締役

ひたちなか市在住

既婚

2011年6月に参加しました

1,152人がフォロー中

投稿に誘導リンクを貼る

Facebookはマメな情報配信が非常に大切になってきます。

投稿にLINE公式アカウントへの誘導リンクを貼って集客をしていく。

本文に誘導リンク毎回貼るとアカウントが停止される可能性があるので、コメント欄に貼った方がいいという説もある。

毎回誘導するのではなく、3回に1回くらい誘導するのが理想です。





YouTubeは非常に集客がしやすい媒体の一つです。
さらに動画を量産することでその動画が資産となり集客を
し続けてくれるようになります。

なのでYouTubeの集客は非常にオススメしています。
YouTubeですが広告収入を目的としているわけではないので
再生数やチャンネル登録者数にこだわる必要はないです。

チャンネルの設定

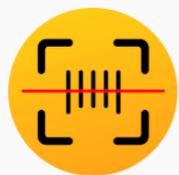
カバー画像とアイコン画像をそれぞれ設定する。

一目でどんなチャンネルなのかがわかるようにすることが重要です！

Amacode 公式チャンネル

令和時代に個人で稼ぐための情報を配信中！

ブログ



Amacode公式チャンネル

チャンネル登録者数 3670人

チャンネルをカスタマイズ

YOUTUBE STUDIO (ベータ版)

カバー写真とアイコンを設定する

ホーム

動画

再生リスト

コミュニティ

チャンネル

概要



人気のアップロード ▶ すべて再生



【アマコードプロ版】店舗での活用術

4.4万 回視聴・5 か月前



商品知識がなくてもアプリで仕入れ判断! 失敗しない...

2.5万 回視聴・5 か月前



アマコード公式Amacode高速化設定方法

5710 回視聴・2 年前



【せどり・転売】資産構築型オンライン仕入れノウハウ

4504 回視聴・1 年前



せどりのリスクについて。

3121 回視聴・1 年前

サムネイルが重要

サムネイルとは動画の画像のことです。この動画どんな動画なのかが一目でわかると再生されやすくなる。



【アマコードプロ版】店舗での活用術
4.4万 回視聴・5 か月前



商品知識がなくてもアプリで仕入れ判断！？
失敗しない ネット販売とは？
2.5万 回視聴・5 か月前



アマコード公式Amacode高速検索
3710 回視聴・2 年前



【せどり・転売】資産構築型
完全在宅で完結する効率に特化した手法
4504 回視聴・1 年前



せどりのリスクについて。
172 回視聴・1 年前

どんな動画なのかが一目でわかるようにする

最近のアップデート ▶ すべて再生



せどり・転売で確実に結果を出す方法!?
Amacode公式チャンネル
783 回視聴・2 か月前



アマコード粗利合計ウィジェット
Amacode公式チャンネル
245 回視聴・3 か月前



アマコードPro版ハイブリットサーチ機能
Amacode公式チャンネル
153 回視聴・3 か月前



アマコードPro版カスタムオプション機能
Amacode公式チャンネル
184 回視聴・3 か月前



アマコードPro版OCR機能について
Amacode公式チャンネル
281 回視聴・3 か月前

動画を作るポイント

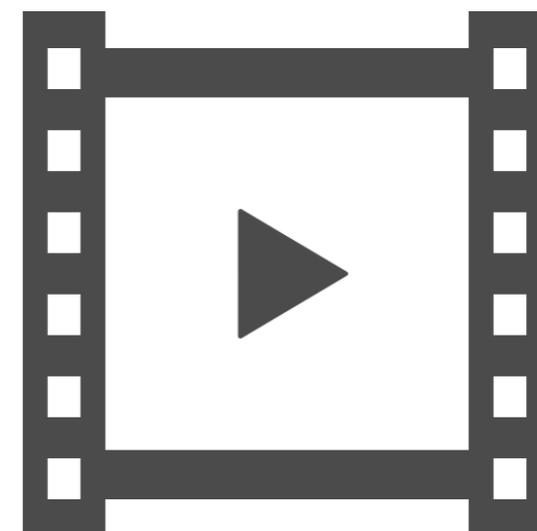
動画の長さは**5分~15分**くらいが好評価を得やすい。

あまり長すぎると動画を全部見てもらえないので**維持視聴率**が下がり
上位表示されずらくなるので注意が必要です。

タイトルを見て見るか見ないか決める場合が多いのでタイトルをリサーチすることは非常に重要です。**自分のビジネスと同じジャンルの上位表示されている動画のタイトル**をリサーチする。

動画の最初にこの動画を見ることで得られるベネフィットを伝えることで離脱をされないようにする。

動画の最後に「**いいね**」と「**コメント**」の告知と
LINE公式アカウントへの告知をする。



#タグで強調表示

#タグでキーワードを入力しておくとSEOが強くなり
上位表示されやすくなります。ただ、入れすぎると良くないので
3個くらいを目安に考えてください。



すぐに実践可能な
WEBコンテンツ制作方法

#WEBコンテンツ #ネットビジネス #ウェブ集客

【今すぐできる】WEBコンテンツの作成方法
⇒ 限定公開

49 回視聴 • 2019/10/01

高評価 低評価 共有 保存 ...

#タグを追加することで強調表示される

広告を使った集客

SNSを使って無料で集客することはできますがやはり広告費をかけて宣伝した方が圧倒的に効率的に集客することができます。

資金に余裕のある方や無料集客に慣れてきた方は
広告を活用して一気に集客をすることをオススメします。

特に広告初心者におすすめなのが**Facebook広告**になります。

ターゲティングの精度が高くCPA（リスト取得単価）が
他の広告と比べると安く済むことが多いです。

さらにAIによる最適化が優れているので非常に集客が
しやすい特徴があります。

広告の考え方

仮に1日10,000円の広告費をかけて10人を集客することができたらCPA（リスト取得単価）は1000円になります。

これを30日間続けることで30万円の広告費で300人を集客することができます。

この集めた読者に3万円の商品をセールスして10%の30人が購入した場合は90万円の売上が立つので60万円の利益になります。

コンバージョンが悪く利益が出ない場合は、コンセプトなどを見直してテストして修正していく必要があります。

広告費と売上がとんとんの場合は無料でリストが増えるということを考えると続けるべきです。

店舗での集客

飲食店やエステサロンなど実店舗がある場合は店舗で読者を集めることができます。例えば、メニュー表にQRコードを載せておくとか会計の時にLINE@に誘導するなどが一般的です。

重要なのはただLINE@に登録を促してもお客さんにメリットがないので**コーヒーをサービとかクーポンなど特典**をつけることでLINE@に登録するメリットを提示すると効果的です。

LINEに登録してもらった事でこちらからアプローチができるので再度、店舗に来店してもらえらる可能性が高くなります。



集客数の目標の基準

集客数の目標値ですがリアル店舗であれば月に100人の読者を集めるということを一つの目標にしてみてください。

SNSなどオンラインで集客する場合は月に50人を目標に集客するということを一つの目標にしてみてください。

最初は読者が集まるスピードは遅いですがYouTubeなど自社のメディアが育ってくると毎日100人登録してくれる状態などは普通に作れます。

弊社の場合はメルマガとLINEを合わせると毎日300人から400人の新規登録者を獲得することができています。

適切な配信頻度について

情報を配信する便利なツールとしてLINE公式アカウントを導入するのはいいのですが配信頻度には気をつける必要があります。

登録したLINEから毎日、何通もスパムのようにメッセージが来たらブロック率が高まります。

なので適切な配信頻度としては店舗の場合は月に1～4回程度が理想です。オンライン型のビジネスモデルの場合は月に4～8回くらいがいいかともいいます。

何かオファーをする時などはイレギュラーで配信数が多くなることもあるかと思いますが、基本的にはこのくらいのペースがいいかと思います。

まとめ

LINE公式アカウントとSNSで集客をして売上を上げるために重要なのが集客、関係性の構築、セールスになります。

まずは、SNSなどに見込み客となる人にとって有益なコンテンツを作って特典などをトリガーにして読者を集めます。

読者が集まったら1:1トークなどでコミュニケーションをとり、有益な情報を伝えることで信頼残高が溜まっていきます。

関係性が構築できたら商品の販売をするということで成約率を大きくアップさせることができます。

LINEとSNS集客を組み合わせることで67リストで750万円の売上を立てることができたり、

セミナーに200人を集客して3000万円の売上を作ることも可能になります。

もし、あなたのビジネスにもっと集客をしたいと考えているのであればLINEとSNSでの集客を本気で実践するべきです。

しっかりと使いこなすことができれば集客からセールスまでを仕組み化してビジネスを構築することができます。

ぜひ、こちらのマニュアルを参考にしてLINEとSNS集客でご自身のビジネスを大きくして頂きたいと思います。