

情報起業進化論

概論

- なぜ進化が必要なのか？
 - 情報起業の市場は現在過渡期にある
 - ライバルは増え
 - 広告の規制・費用対効果は悪くなる一方
 - アフィリエイトはなかなか動いてくれない
 - 単純に中途半端なものが売れなくなった
 - 環境は確実に変化している
 - 変化とは＝進化である
 - 進化しない者に生き残るすべし無い
 - これはどの業界を見ても明らかだし
 - 英語圏の市場を見ても明らかである
- 情報起業における進化とはなにか？
 - 量販店or専門店
 - 複数の市場でビジネスを展開し、利益を総合的に大きくするか
 - 1つの市場でビジネスを展開し、集中的に利益を生み出していか
 - どっちが理想的か？
 - 間違いない専門店
 - 量販店形式で成功している会社は片手で数えられるほどしかない
 - 目立っているから、目指しがちだが実際は・・・？
 - タイアップの問題
 - セールスレターの問題
 - マーケティングの問題
 - 顧客フォローの問題
 - 組織化しなければ絶対に無理
 - 人間＝リスク&ストレス
 - だから目指すべき方向性は100x1の進化
- どうやって進化すればいいのか？
 - DRMの原点
 - 見込み客を集めて、ブランディングして、商品売る
 - これを構造的にやっていくだけ
 - しかし、問題もある
 - 集客の問題
 - 集客できない、出来たとしても少ない、単価が高い
 - 見込み客が集まらないから売れない・・・どうすれば？
- 具体的にどうやって？
 - パラダイムシフト1: 集客できないから利益が出ないのではなく、利益構造の構築が出来ていないから集客が出来ないのである
 - 集客→利益という考え方ではもう生き残っていけない
 - だからまずは利益構造を構築する
 - 利益が出るのとわかつた状態から集客構造を作る
 - 利益構造x集客構造＝ビジネス規模

ケーススタディ

- Under25セミナー
 - Under25セミナーの前半 無料オファー 200円の報酬
 - 成約率3~4% 1万円の報酬 Under25セミナーパッケージ
 - バックエンド(集客用)
 - 成約率2~3% 5000円の報酬 ネットビジネス大百科
 - バックエンド(利益用)
 - 成約率2~3% Successlab
 - バックエンド(利益用)
 - 5万円ぐらいプラス リスト獲得コストは0円 2ヶ月間で5000リスト
 - アフィリエイト報酬90% VIPアフィリエイトプラン 裏側
 - 半月で2000リスト

集客構造構築

- 主な集客方法
 - PPC広告
 - アフィリエイト
 - SEO
 - メルマガ
 - SNS
 - ブログ
 - その他広告
- 興味、コンプレックス、健康系はPPC広告での売り上げが7割
- ビジネス、投資、ギャンブル系はアフィリエイトでの売り上げが7割
- しかし、PPCはスラップされ、アフィリエイトは活発でない
- お金があっても集客できないというのが現状
- 袋小路状態
- 進化した集客の形
- インフォハウスのアフィリエイトシステム
- 無料オファーからバックエンドまでが紐付けされて報酬が発生するアフィリエイトの仕組み
- 商品の使用感などを伝える
- 本当に良い商品を友達にオススメする
- ロコミとは？ インターネットとはロコミである
- ロコミは唯一規制できない広告手段である
- ロコミは唯一ブームを起こすことができる広告手段である
- ロコミを制すものがこれからの時代を制す
- 1クリック数百円 広告が規制、もしくは単価が高すぎる
- だから紹介でしか集客できなくなっている
- 売れている情報起業家がグループを作ってお互いのプロモーションを紹介し合い、利益を出している
- 売れるアフィリエイト＝売れる情報起業家になっている
- それぞれが10万リストぐらい持っていて、10人集まれば100万リストになる
- さらにプラスして一般のアフィリエイトも動く
- だから売れる
- 日本も英語圏の状態に近くなるはず
- アフィリエイトとの付き合い方を考える
- 自分の商品だけで毎月100万円ぐらい稼いでくれるアフィリエイトが10人いたら？
- アフィリエイト報酬で月1000万円＝こっちの利益は月2000万円
- アフィリエイトと共に成長していく必要がある
- 情報起業家がアフィリエイトを育て、アフィリエイトが情報起業家を強くする
- Win-Winな関係を構築していく
- 集客用商品を2つ以上
- 何を無料オファーにするのか？ 無料オファー
- 具体的な用意するもの
- どんな構成にするのか？ ステップメール
- 価値観の提示 ステップメールの役割

利益構造構築

- フロントエンド・バックエンドの構造
- 単純な話、情報起業で赤字はありえない
- 最初からどこまで想定しておけるかが鍵
- コンテンツ(商品)を複数作れないような市場では勝負しない
- 安いコンテンツも高額なコンテンツも両方持つべき
- 利益構造さえ作れば後は何をやっても成功する
- 例えば、19800円の商品が1個しかない場合
 - 広告費が1クリック30円で300クリックに1本売れたとして
 - 10800円の利益
 - 純利は9000円ほど
 - 1ヶ月に60000アクセス集客したら180万円の利益
- 19800円の商品があって、無料オファーを入り口にした場合
 - 広告費が1クリック30円で20アクセスに1件リストが集まったとして
 - 1ヶ月に60000アクセスで3000リスト獲得
 - 広告費は180万円
 - それぞれの商品が4%の成約率で売れたとすると
 - 120x19800円＝237万6千円
 - 純利で34万ほど
- 利益の差は40万円、しかし後に残ったものの差は数百万円
- 毎月140万円の利益を出しつつ、3000リスト集まったとしたら？
- 年間1680万円の利益と36000件のリストが手に入る
- 36000件のリストがあれば何が出来るか？
 - 会員制ビジネスを立ち上げられる 3~6%が反応 月額5000円なら500万円 月額3000円でも300万円
 - 3%でも1000人
 - 高額プログラムの販売 1%ぐらいが反応
- リストベースでビジネスが出来れば何も困らない
- 嫌でも利益が出るから集客にお金をかけられる
- 集客にお金をかけられるからライバルに負けけない
- 利益が出る→集客予算が出る→集客が加速する→もっと利益が出る・・・繰り返し