

情報起業進化論

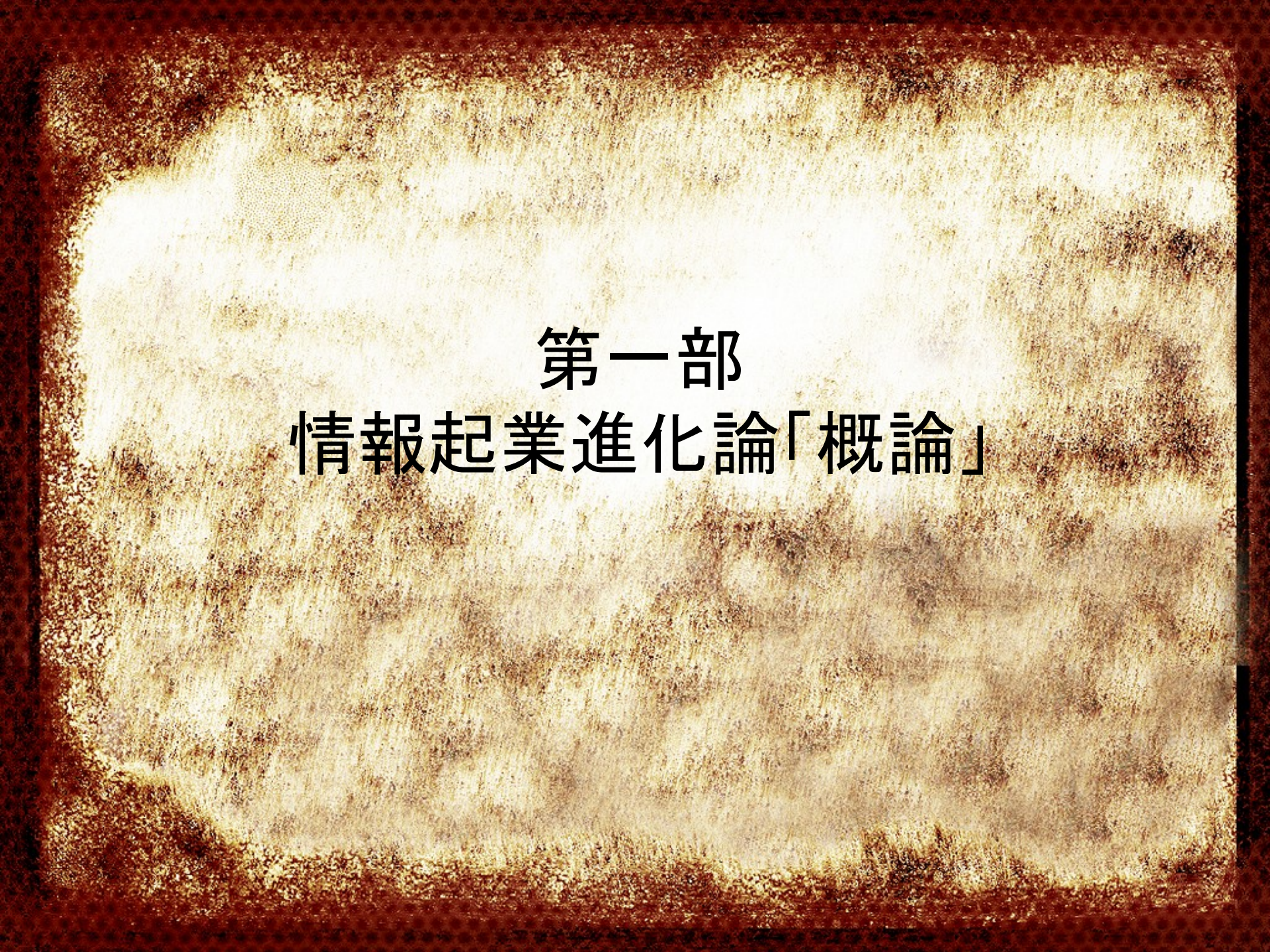
“いま”時代をどう読み、どう動くか？

和佐大輔



最強の勉強法

- どうすれば、膨大な情報を知恵に変換し、自由自在に使うことができるのか？
 - 断片的な情報を自分の頭の中で立体的な情報に再構築して行く
 - 具体的な方法: 勉強して得た内容をストーリーにして誰かに教える、説明する事
 - 他人と知識を共有する事で初めて記憶が知恵に昇華する。最強の勉強法はストーリーである



第一部
情報起業進化論「概論」

環境の変化と進化の必要性

- なぜ、いま進化する必要があるのか？

情報起業を取り巻く環境の変化

- 広告事情の変化
- アフィリエイト事情の変化
- ライバル事情の変化

既存のルール(戦略)ではもう環境の変化に耐えられない

進化の方向性と可能性

- どこに向かって進化すればいいのか？

→ 量販店への進化

複数の市場でビジネスを展開して、少ない利益を数多く積み重ねて行き、総合的に大きな利益を生み出して行く

→ 専門店への進化

1つの市場で深く掘り下げてビジネスを展開し、大きな利益を生み出して行く

両方可能だが、僕がオススメするのは専門店への進化

100×1の方向へ進化する方法

- 原点回帰

→ ただひたすらDRMの実践

1. 見込み客を集めて
2. ブランディングして
3. 商品を販売する

→ しかし、問題が・・・

広告、アフィリエイト事情の変化により、集客が困難になっている

なぜいつの時代も人は集客に悩むのか？

- パラダイムシフト（認識変化）
 - 集客がうまくいくから、ビジネスがうまくいくのか？
それとも、ビジネスがうまくいくから、
集客がうまくいくのか？
 - 利益構造があるから集客構造が作れる
 - 利益構造×集客構造＝ビジネスの規模

「概論」まとめ

- ・なぜ、いま進化する必要があるのか？
→ 環境の変化に適応するため(適者生存)
- ・進化の方向性
→ 量販店(10×10) or 専門店(100×1)
- ・どうやって進化すればいいのか？
→ いままで以上にDRMを実践する事
- ・パラダイムシフト
→ 利益構造があるから収益構造が作れる



第二部
利益構造構築

フロントエンドとバックエンドの発想

- あなたはなぜビジネスをやっているのですか？
 - ビジネスは自分が儲けるための手段ですか？
それとも、自分とお客さんの相互向上を目指すための手段ですか？
 - WIN-WINでないビジネスはビジネスとは呼ばない
 - 本気でビジネスをやるならフロントエンド
バックエンドの構造を作らない意味が分からない

利益の構造

1. 集客用商品(フロントエンド)で見込み客を集め
2. 見込み客が欲しがっている
商品・サービス(バックエンド)を売る

例えば・・・

19800円の商品を従来の戦略で販売すると
1クリック30円で300クリックで1本売れたとして、
粗利は10800円、決済手数料などを引くと9000円ほど
1ヶ月に60000クリックされたとして、約180万円の利益

例えば・・・

→ 19800円の商品を販売する入り口を
無料オファーにした場合

1クリック30円で5%の人が登録して、1ヶ月に
60000クリックあったとしたら、180万円の広告費で
3000件のリストが集まり、そこから4%の人が
商品を購入したら・・・約34万円の利益

→ 利益は5分の1以下になってしまうが、代わりに
3000件のリストが手元に残る

1ヶ月に3000件のリストが 手に入ることによって生まれる可能性

- 1年後、どのような違いが生まれてくるのか？
 - 1年後に手元にあるリスト数
見込み客リスト36000件、購入者リスト1440件
 - この状態でもしも、新しい会員制サイトを立ち上げたら？
 - この状態でもしも、新しい高額プログラムを販売したら？
 - 目先の利益を捨てる事で可能性は何倍にも広がる

究極のビジネスモデル

- フロントエンドでしっかりと集客ができている
(リストが着実に集まっている状態)
- フロントエンドで集めた見込み客に対して
しっかりと利益を生み出すことができている
(WIN-WINな関係が構築されている状態)
- この状態を構築できれば嫌でも利益が出てしまう

利益が出る → 利益が出るから集客に予算を割ける

→ 予算があるから集客が加速する → もっと利益が出る

→ もっと強いWIN-WIN関係が構築できる → 繰り返し

「利益構造構築」まとめ

- 嫌でも利益が生まれる仕組み
 - フロントとバックを意識する
 - 目先の利益を追わない
 - 常に好循環する最強のビジネスモデルを構築する
- 要するに、これからの時代はフロントとバックの区分けをより明確にして行く必要があるということ



第三部
集客構造構築

最強・最大の集客方法

- ・ インターネットにおける究極の広告方法とはなにか？
- ・ インターネットとはそもそも口コミ媒体である
- ・ 口コミとは誰にも止められないウィルスの様なもの
- ・ 口コミを制す者がインターネットを制す (Google)
- ・ 僕らにとっての口コミとは＝アフィリエイトである

日本と英語圏のアフィリエイト事情

日本の現状

- ・アフィリエイトはハードルが高い
 - ・アフィリエイトは儲からない
 - ・アフィリエイトは継続性がない
- 実は参入障壁が高く、儲かったとしても継続性は見込めない
- 実際に、アフィリエイトターの個人収入は減っている
- 95%のアフィリエイトターは諦めモードに入っている

日本と比べて英語圏はというと・・・

- ・英語圏でも主な広告方法はアフィリエイトかJV(ジョイントベンチャー)になっている
- ・トップのアフィリエイトが異常に強い
- ・だから、トップ(スター)が動けば爆発的に売れるし、末端のアフィリエイトが動く
- ・結果、2週間ぐらいのプロモーションで2000\$の商品が2500本売れたり、10\$の商品がトータルで5万本売れたりする

日本と英語圏の違い

- なぜ日本では衰退気味のアフィリエイトが英語圏ではうまく機能しているのか？

1. システムの違い

- 日本のアフィリエイトは要するに、自分たちで売れない商品をアフィリエイトターに押し付けているだけ
- アフィリエイトターが儲かる土壌がない

2. スターの存在

- 英語圏にはアフィリエイトで異常に稼いでいるスターがいっぱいいるが、日本にはいない

3. アフィリエイトに対する認識の違い

- ・日本の場合は、アフィリエイトは利用する存在
- ・英語圏の場合は、共に成長して行くべき存在

→ 大きく分けてシステムの違い、スターの存在、認識の違いの3つの違いがある。そしてこれらの違いはつまり、まだまだ日本の市場(ビジネスに関係する全ての人間)が未熟である証拠

究極の理想

- ビジネスにおける究極の理想とはなにか？
 - 「関係する全ての人間の幸福である」といえる
 1. 販売者の利益
 2. 購入者の利益
 3. アフィリエイトの利益
- 全てを最大限に満たし、好循環を起こす事
- 利益の独占はあり得ない、ビジネスは絶妙なバランスで成り立っている

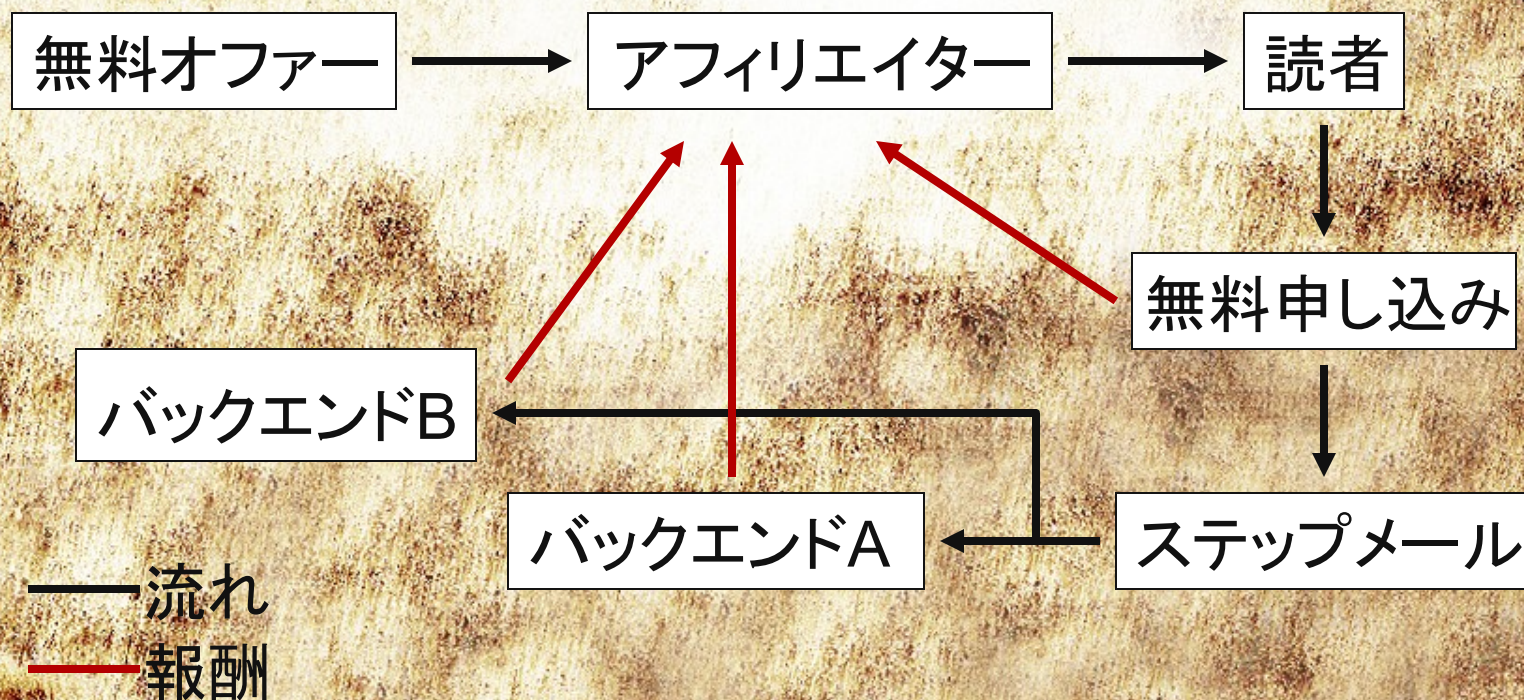
理想の体現

- どうすれば理想を体現することができるのか？

→ インフォハウスが1つの答え

- インフォハウスの仕組みでは、無料オファーを紹介して報酬が得られ、さらに追加での報酬も期待できる

・ インフォハウスの構造図



つまり...

- インフォハウスの仕組みを利用することによって
 - 販売者は見込み客リストを容易に、且つ、大量に、
且つ、短期間で集める事が可能になる
 - アフィリエイトは今までよりも容易に、且つ、多くの
報酬が得る事が可能になる
 - 読者(見込み客)は無料でサンプルを見ることができ、
正しい判断ので商品を購入することが可能になる
- まさに、WIN-WINな関係が築ける

僕ら(販売者)がやるべき事

- ・どう考えても、いま直ぐにWIN-WINなシステムを構築すべき
 - その為には、圧倒的な無料オファー、集客用の商品、ステップメールの3つを用意する必要がある
 - このシステムが構築できた時、集客という悩みから解放される
 - 「システム」という概念を持つ事

システムが構築できたら次は・・・？

- ・才能あるアフィリエイトー見だし、育てる
- ・どんなに素晴らしいシステムがあっても結局
8～9割の人は大きく稼げない
- ・僕らがやるべき事は、1～2割のトップアフィリエイトーと
仲間になり、残り8～9割のアフィリエイトーから才能を
見だし、トップアフィリエイトーに導く事である

存在する全アフィリエイター



最高の環境

8〜9割

極限に最高の環境

1〜2割

本当のトップは
10〜20人で十分
1人1人が自分の商品
だけで毎月100万円
ぐらいの報酬を稼ぐ
ことが理想

ここで売り上げの
8割が生み出される

「集客構造」まとめ

- 集客で悩まないための1つの答え
 - 究極の広告は口コミである
 - 口コミを制す者がビジネスを制す
 - 集客システムの構築が必須
 - インフォハウスを利用した無料オファーからの流れ
 - アフィリエイトとの付き合い方を根本から変える
 - 10～20人のトップアフィリエイト集団を作る



第四部
スーススタディ

僕が実際に作った集客システム

・Under25セミナー無料映像配信

→ 無料オファーはセミナーの前半90分(1件200円の報酬)

→ バックエンドには、セミナーの全編と
ネットビジネス大百科の2つ(報酬は約50%)

→ 3ヶ月間で6000ダウンロード

→ かかった費用は0円(実際は若干プラス)

無料オファー1つと商品2つとステップメール12通を
用意しただけで、実質0円で自動的に見込み客が
毎月2000人集まるシステムが構築できる

肝心の利益構造は？

1. Successlabという月額6000円の会員制ビジネスへの誘導

- ・集まった見込み客の3%が入会(2000人なら60人)
- ・しかも、5割が年間会員、2.5割が半年会員
- ・1人あたり約38000円の計算

2. 高額コンサルティングプログラムへの誘導

- ・集まった見込み客の0.5~1%が入会(する見込み)
- ・ただし、どれだけ申し込みがあっても取れる人数に限られる

3. その他の商品、企画への誘導

仮説：同じ様な集客構造が複数あれば？

- ・月2000～3000人の見込み客が集まる集客システムが3つあった場合・・・
- 年間、66000人～108000人が集まる
- これは不可能なのか？
- 可能である。しかも、バックエンド商品を新たに全て作る必要はない。入り口が違っても、ステップメールで売る商品は同じでいい
- こんな事はまだ誰もやっていないし気が付いていない

弱者が強者に勝つ方法

- ・このシステムはどんな市場であろうと実現可能
- ・資本力、媒体力のない弱者が短期間で強者に勝つ
唯一の方法と言える
- ・いま考え得る最強の戦略であり、時代の流れである

じゃあ、具体的にはどうすればいいのか？

- 最強の無料オファーの作り方

→ 最強の無料オファーって何？

- お金を出してでも「絶対に欲しい」と思えるもの
- お客様は何が1番知りたい、解決したいのか？
- 1番のウリを無料であげればいい

レターの書きやすさを考えると、そもそも有料であるものが無料で手に入るというパターンが書きやすい

- 最強のステップメールの作り方
- ・ステップメールの役割とはなにか？
 - 価値観の共有（全ての表現に当てはまる）
 - だから価値観を積極的にさらけ出す事
 - ※「自分の言いたいことを言う」とは違う。
 - 売り込むのではなく「決断」してもらうこと
 - 期限は積極的に区切る

・最強の商品の作り方

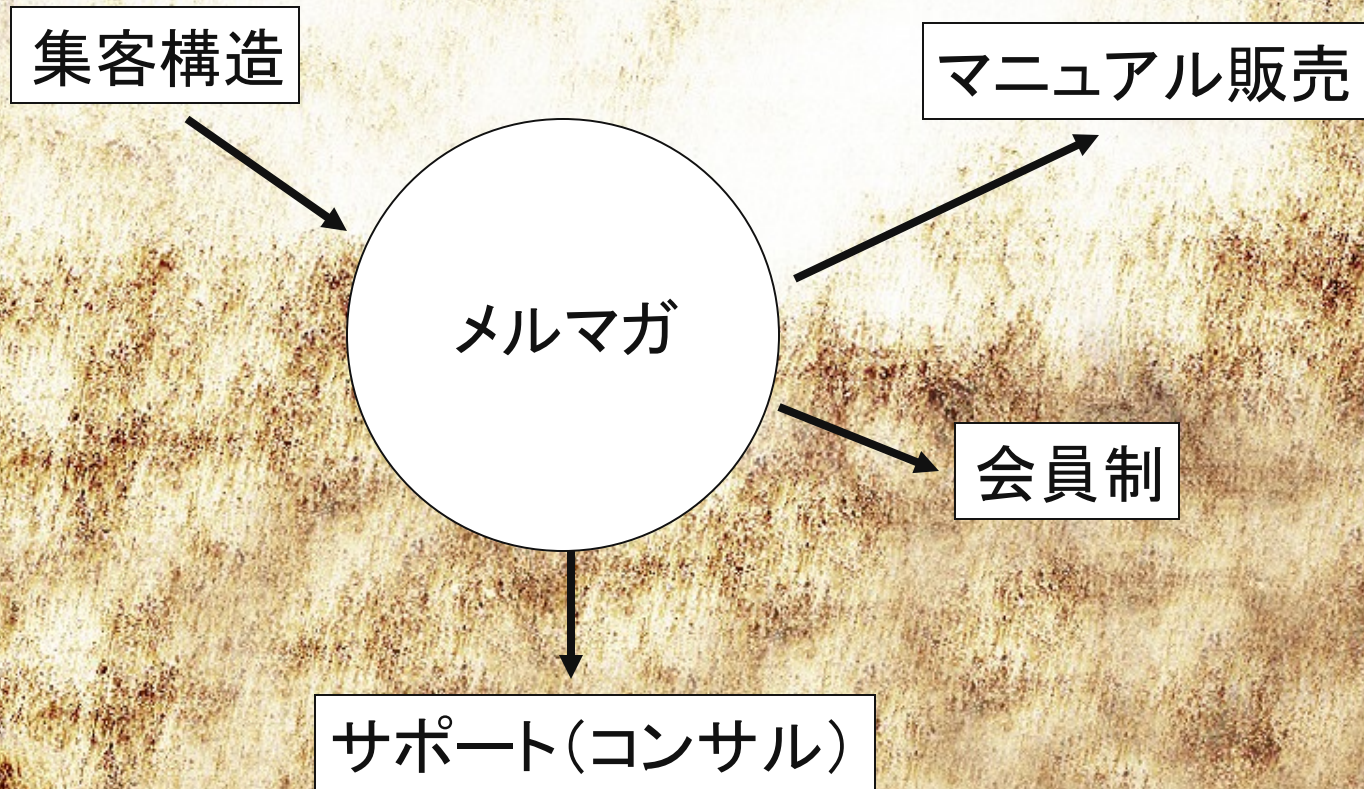
・コンセプトを見つける

→ 1つのコンセプトをストーリーにする

→ ストーリーをコンテンツ(商品)にする

ストーリーだから理解できる。理解できるから行動できる。
行動できるから結果が出る。結果が出るからまた買って
くれる。この繰り返し。

最強の利益構造



やれる事は全てやる時代

- 進化から逃げ、漫然と日々を繰り返す奴から脱落して行くサバイバルな時代へと突入する
 - だから強い情熱を持って100×1のビジネスを構築して行く事が重要
 - 単純にお金が欲しかったら別の道を探した方がいい
 - 楽とか、片手間とか、もうそーゆー次元じゃない

最強のビジネスモデルの全貌

利益構造が構築できている



利益構造があるから集客構造を構築できる



集客構造が好循環するから集客に困らなくなる




集客できるから利益が生まれる



利益があるからアフィリエイトやお客さんに還元できる

以上。

- 集客→利益のパラダイムはもう通用しなくなり、これからの時代は利益→集客の時代になる。
- そして、インフォハウスの登場によってアフィリエイトの常識は変わり、劇的な変化をもたらす。
- その変化にいち早く適応し、真にWIN-WINなビジネスを構築する事がいま時代に求められている事である



第五部
質疑応答

終わり