

【超】 SNSオンライン事業構築 ロードマップセミナー



ALLアプローチ協会 山口拓也

自己紹介

- 名前
- どこから参加したのか？
- 職業
- 趣味、特技
- なぜ、このセミナーに来たのか？
- 今後の夢、ビジョン

共通点を探す!!



プロフィール

ALLアプローチ協会 代表 山口拓也

日本1自由なセラピストとして年間70回セミナー開催。
過去受講者数2000人突破。

日本全国を飛び回りながら整体・セミナーコンサルティング
を軸に仕事を実施してる。

筋膜リリース・内臓治療・頭蓋仙骨療法・経絡・エネルギー
療法・操体法・心理学などすべての施術を伝えている。



山口拓也の歴史



0歳

長崎で生まれる

18歳

作業療法士の学校へ

22歳

作業療法士として働くが楽しさを感じず

23歳

週末開業スタート（120万達成）自己投資で500万

23歳

職場にバテて退職する。

24歳

セミナー事業をスタート（東京・大阪・博多）

26歳

日本1自由なセラピストを目指す

現在

日本1面白い会社を目指し中



優秀な仲間達

①田中正道

- ・セラピストライフ代表
- ・サラリーマン勤務（訪問看護週5）
- ・2店舗事業しながらSNSオンライン事業だけで月1300万達成（50万を26人に販売）
- ・SNS総フォロワー：20万人以上

②kayoさん

- ・仲間の一人
- ・6ヶ月でSNSフォロワー5万人突破



← かつや先生 | 美容セルフケア塾長 🔔 ↗



@kogao_katsud0n

19 フォロー中 | 8,049 フォロワー | 35.2万 いいね

フォロー メッセージ ▼

kayo/小顔ダイエット専門家 🔔



@kayo_kogao_diet

0 フォロー中 | 2.1万 フォロワー | 25.1万 いいね

フォロー メッセージ ▼

◆SNS初めて6ヶ月でSNS総フォロワー3万人突破

事務連絡

□休憩は、約1時間30分に1回ほどあります。

□トイレ

□いつでも質問OK

□楽しく真剣にセミナーしていきましょう

□ルール(セミナー中は静かに、楽しく・敬意を持って)

ビジネス初心者が1番最初に取り組むべきビジネスは・・・

『コンテンツビジネス』

自分の好きなことや得意なことなど
あなたの知識で解決できる問題を抱えている人たちの悩みを解決して、
その代価としてお金をいただくといったビジネスモデル

ホリエモンの提唱している成功するビジネスの4原則

- 01** 小資本で始められる
- 02** 在庫がない
- 03** 利益率が高い
- 04** 毎月の定期収入が確保できる

ビジネス初心者が知っておくべきビジネスの基本

ビジネスは・・・

『お客様の悩みを解決すること』



お客さまの現状



ここの「ギャップ」を埋める



なりたい未来

**皆さんはお客様のどんな
悩みを解消させてあげたいのか？**

プロダクトローンチ

商品・サービスを発売する前から見込み顧客を獲得し、
発売に合わせて情報を小出しで発信していくことで、
徐々に見込み顧客の購買への熱量を高めていくマーケティング手法

プロダクト=製品 ローンチ=売り出す
という意味がある！

プロダクトローンチ

- **セールスファネル**

自社のビジネスに初めて触れる人が、製品・サービスを認知し、
購入・契約を経て、継続的な顧客となるまでのプロセスを段階分けしたもの

集客 ▶ 教育・ファン化 ▶ クロージング・商談 ▶ サービス

プロダクトローンチ

具体的な流れは・・・

Facebook・Instagram
Twitter・TikTok・HP
ブログ・PPC広告
アフィリエイト

▶ オプトインページ
(リスト取りのページ)

▶ 教育・コンテンツ提供
集めたリスト
→メール・動画を
何日かに分けて提供

▶ ティーザーステップ
(じらし・予告)

▶ メール→販売ページに
流して販売

▶ アフターフォロー
感謝を伝える
集めたリスト→メールで!

プロダクトローンチ

・マインドの重要性

売る行為になるため・・・

お金を受け取るお金のマインドブロックがある方は難しい！

本当に良い商品を用意して本当に良い商品だから広めたい！

世の人の為になると確信してるから助けになりたい！

こんなマインドが大切！

プロダクトローンチ

プロダクトローンチと商品販売の違いは？

メリット

爆発的に売上がたつ
リストがあるので何度でもオファー可能

デメリット

チャンスは1度きり！
大量のメールアドレス・LINEのリストが必要
売上が不安定、多大な労力が必要
改善機会が少ない、途中で離脱するリスクあり

プロダクトローンチ

▶ ローンチまでのステップ

- ① プレローンチ「見込み客を集める」
- ② リレーションシップ
- ③ ローンチ「商品をリリース」
- ④ ポストローンチ「商品リリース後」

プロダクトローンチ

① プレローンチ「見込み客を集める」

LINE・メルマガで集める

→無料特典などでリスト取りをしてリストをためておく

② リレーションシップ

「情報を継続的に発信してユーザーを教育」

ずっと情報を出していると見込み客は、情報に飽きてしまう。

だから3~5回の中に売る!

オンラインビジネスの王道モデル

4STEP

- 01 -
集客 (無料・有料)

無料 → SNSなど
有料 → 広告

- 02 -
リスト獲得

LINE公式アカウント
メルマガなど

- 03 -
販売・セールス

個別相談
webセミナー
直接販売など

- 04 -
成約・提供

会員サイトやサポート
コーチング
コンサルなど

月100万円目指すためのステップ

STEP01 ゴール設定

目標設定をする

例えば・・・

6カ月後までに、コーチングを50人実施し、各SNS10,000人フォロワーを目指し、SNS活動を行う事で認知をとり、集客に繋げて、広告をかけずリスクなく月商100万円の売り上げを達成している。

その後の未来には、時間の自由と自分のプライベートでも自由に使えるお金が増え、ストレスなく生きる！

月100万円目指すためのステップ

STEP01 ゴール設定

使命を明確にする

例えば・・・

私は、雇われ身の社会人からストレスを無くすために、
お客様よりお客様の事を考えて、理想の未来に導く！

※『目標』『使命』は、自分自身がつまづいたときに立ち返る場所、奮い立たせるもの！

月100万円目指すためのステップ

STEP02 コンセプト設計

副業をして、お金を稼ぐにあたって、『**商品やサービス**』を持つ必要があります。

商品やサービスには2つ種類があって

- ・自分の商品
- ・他者の商品（アフィリエイト）



どちらを販売するかを決めます！

他者の商品では、
売上の何%か支払う必要があるため、
オススメは自分の商品を作る！

月100万円目指すためのステップ

STEP02 コンセプト設計

それを届けるために必要な作業

- 誰をお客様(ターゲット)にするのか?
- どんな商品を提供するのか?
- その商品を使う事でお客様はどんな未来が待っているのか?

※この3つを意識してコンセプトを決める!

月100万円目指すためのステップ

STEP02 コンセプト設計

■ 市場調査の仕方

フレームワークの利用！

3C分析を使ってCustomer（市場・顧客）、Competitor（競合）、Company（自社）にわけて考える。

例えば・・・

- ・顧客の悩みは何ですか？
- ・競合は、どんな商品を提供していますか？
- ・あなたが競合に勝って、お客様の悩みを解決できる商品は何ですか？

これらを意識しながらコンセプトをしっかりと作り込んでいきましょう！

あなたに教えて欲しいと言ってもらえるように

■ 他の選択肢がない状態を作る

→自分しかそのサービスを提供していきみたいな状況を作ることが最強

■ ターゲティング×競合分析＝ポジショニング

→このポジショニングが重要

月100万円目指すためのステップ

STEP03 SNS発信

コンセプトが決まれ、SNSを使って発信！

\なぜSNSなの？ /



1番大きな理由はコスト面！

無料でできて、100万円を生む可能性があるから！

広告をかけると、1人集めるのに10,000円近くコストがかかったり、

リピートを取れないと破産するリスクが発生する！

月100万円目指すためのステップ

STEP04 リスト集め

リストとは、顧客になりうる人のこと！見込み客と言ったりします。

■ リストを集めるテクニック

他では出していない有益な情報・魅力的なプレゼントを無料でプレゼント！

ただプレゼントの代わりに『メルマガ』or『LINE公式』に登録してね！

→この流れでリストを集める

月100万円目指すためのステップ

STEP05 フロントエンド

集めたリストから数日間のステップメール やLステップで教育



無料セミナー・無料相談会・初回料金（個別相談）などに誘導

※無料は変な顧客（批判・クレーム等）が来る可能性はあり！3千円とかオススメ！

月100万円目指すためのステップ

STEP07 バックエンド

高額商品(本命商品)のこと。

例えば・・・

コーチング・副業コンサルを半年～1年間のサポート！

**大切にサポートする事で、口コミに繋がり
色々な方を紹介していただける！**

逆算するための数値目標

目標売り上げ 100万円
商品単価 20万円 (成約5人)

成約率が33%必要

個別実施 15人

申込み率が7%必要

LINE登録 200人

逆算をすることで
どこに問題があるのかを明確にする!

個別相談のポイント

自己紹介の4つのポイント

① 夢ではなく「ビジョン」を語る

- 夢 ▶ 欠乏感から作られるため個人的な願望になりがち
- ビジョン ▶ 満たされた自分から作られる。やりたいことで社会貢献したいと思う目的のこと

例えば・・・

- 夢 ▶ 副業を成功させて自由な生活を送りたい。
- ビジョン ▶ 副業を成功させて自由な生活を送る人を増やしたい。
そして豊かな国になるように社会に貢献していきたい。

自己紹介ではここを話しする！

自己紹介の4つのポイント

② 話し方を意識する

声のトーンや表情、仕草など細かいところまで意識する



誰かモデルを作ってモノマネするようなイメージでもいい!
自分の尊敬する人や講演家になりきって話をする

自己紹介の4つのポイント

③ 自分の「弱み」を出す

- **自分の辛い過去や失敗談を踏まえて話す**

人は弱みを話したがない。弱みの部分を話しすることで信頼感を感じるようになる

自己開示と言う!!

こちらから弱みを言ったので向こうも返さなければという気持ちになる

→ **返報性の法則**と言う。それで相手との信頼関係を結ぶ

自己紹介の4つのポイント

④ 自己紹介の時間

話が長すぎると飽きてしまう

初回個人面談などの場所では**7分以内程度におさえる**ことを意識しましょう

自己紹介の流れ

① ビジョン → 簡潔に伝える

② アイスブレイク

→ 共通点を探れるような内容（家族構成・趣味・特技など）共通点があると距離が近くなる

③ 学生時代

→ どんな子供だったか？どんな経験をして何を感じたか？

辛かった経験（マイナス）と乗り越えた経験（プラス）を話す（マイナス部分だけ話してもダメ）

④ 社会人時代

→ 基本は③と同じ。ただ今の仕事に繋がる経験と実績を伝えておく

⑤ 今の仕事

→ 始めたきっかけや今の仕事に至るまでの思い、仕事が素晴らしいと思えた経験談を熱く語る

⑥ ビジョン

→ 今の仕事を通じての実現させたいビジョンを伝える

全体を通して価値観・思考・感情など仕事の内容ではなく、**自分のことを知ってもらえるように意識しておく**

ヒアリングのポイント

① 願望トーク(お客様の夢・目標を明確にする)

- 数字を使って具体的に(稼げるようになる→月何万円稼げるように??)
- 期限を切る(目標に期限を設けることで集中力、やる気を高めれる『締め切り効果』)
- 弱みの部分(悩みなど)は人に話しにくいから!
- 悩みを聞く理由を作るため
- 相手の願望を想像させやすくするため

まずは願望から聞くことが重要

ヒアリングのポイント

② 悩みトーク

【ヒアリングでのニーズ(悩み)喚起のコツ】

現状を肯定してあげる → 「今のままで十分じゃないですか？」



心理的リアクタンス(反発)が働く !!

「いや、そんな事ないですよ～」と反射的に謙遜をしてしまう。

※肯定を連発するのは NG(不信感、嫌悪に繋がる)

ヒアリングのポイント

③ 解決トーク

- (1) 興味付け(質問)： 隙間理論 (人間の好奇心は知識に隙間が生じた時に起こる)
- (2) ちょい出し:ボランティアのセールスをしない (イメージとしては腹 3 分目)
- (3) プレゼン移行

YouTube攻略

YouTubeの仕組み

YouTube側が<視聴履歴>に基づいて、
この人はこのような動画を好むユーザーであると判断している振り分ける

▶ 属性という!

自分のチャンネルが

本来届けてもらいたユーザーにしっかりと届けてもらうことが重要!

YouTube側にこの属性を認識してもらう!

YouTubeの仕組み

伸びるための要素

- **クリック率** ▶ サムネとタイトルで決まる
- **視聴維持率** ▶ 動画をどれだけ見られるか
- **ユーザーの反応** ▶ いいねやコメント、チャンネル登録、共有

**YouTubeがもっと多くの人に表示(インプレッション)してみようと動いてくれて
ガンガン再生数が伸びていく流れ**

チャンネル設計

弱者なりの戦い方

- ランチェスター戦略での弱者の戦法
接近戦や局所戦や一騎討ち戦を前提とした法則

ビジネスシーンでは
市場をしっかりと区切り、資源を一点集中させて強者と差別化をする



チャンネル設計

ジャンルを細分化する！

重要があることがわかっているレッドオーシャンで尖らせるためには・・・

ジャンルを細分化することが重要！

例えば・・・ダイエット市場なら！

- ・ 食事 → レシピ、外食、栄養知識
 - ・ 筋トレ → 自宅ケア、テレビを見ながら、寝たまま筋トレ、ガッツリ筋トレ
 - ・ サプリなど → プロテインの種類、味のレビュー
- みたいな感じで細分化していく！

この時にしっかりと自分が「何ついて発信しているのか」を明確にして、それをユーザーに伝える

リサーチ方法

ネタの選定のための検索

YouTube検索のサジェストを確認する

サジェスト ▶ 検索した時に一緒に検索されやすい単語を表記してくれる機能
メインのワードを入れてスペースを空けると候補を出してくれる!

▶ YouTubeの検索での流入を狙える



リサーチ方法

YouTubeのフィルターを使って需要のあるコンテンツを探す

検索する時にフィルターをかける

視聴回数やアップロード日をフィルターにかけて、
最近の動画はどのようなものが
再生されているのかを確認することができる

チャンネル登録者数が少ないのに
再生回数が回っていると
特に需要があることが分かる!

スマホならここからフィルタを出せる



視聴回数順に並べ替えたり
アップロード日を今月に絞ったりできる

サムネイルについて

基本的に動画を作る際には動画作成の前にサムネイルから作るという！

サムネイルで動画の良さの表現できないことや

いいサムネを思いついても動画の内容とズレてしまうことを防ぐことができる

サムネイルは動画投稿してが1番クリック率が高い！

(興味のあるコアファンに1番最初に届くから)

サムネイルについて

サムネイルのデザインしよう

まずは大前提に**スマホサイズでも確認できる大きさにする!**

その他にも見やすくするために工夫できることは・・・

- フォントは太いのを使う

細い文字 **太い文字**

- 装飾をつける

太い縁をつたり **2重に縁をつけたり** **細い枠線とシャドウ** **シャドウのみ**

サムネイルについて

クリック率を上げる工夫

- **視認性を重視する**
文字数の多さや細文字フォントは避ける
- **チャンネルで統一感を出す**
あなたの動画が気に入ってもらえても、サムネイルを見てあなたの動画ということに気づかなければ、また見てもらうことができない
- **情報量を抑える**
一瞬の間に動画の魅力を伝えるために1番伝えたいことに絞る
- **短期的快樂**
「たった3分で」「これやるだけで」とか！すぐに結果が出る様なワード
- **逆説を使う**
「痩せたいなら運動するな！」みたいな常識を覆すワード（動画内容で納得させる！）

バズる企画

逆にやってはダメな例

- **1本で完結させない**
 - 前編後編にすると、前編見てない人は後編も見ない！
 - でもYouTubeはインプレッションするからクリック低下につながる
- **オリジナル** → 基本的にはパクるのがいい！
- **検索をあまり意識しない**
 - 基本的にはブラウジングで動画を見る人がほとんど！
 - このような人は暇つぶしにYouTube内でうろうろしてる時にタップする！
 - 検索は目的を持ってワードを選び、検索する！全然目的が違う！

TikTok攻略

TikTokの仕組み

動画視聴維持率が重要

バズらせるために重要なのが**視聴維持率**

■ 視聴維持率とフル視聴率の違い

視聴維持率 → 動画全体の何%くらい見られているのか？

(10秒動画が平均5秒見られているなら50%)

フル視聴率 → 動画をフルで見てくれた人は何%なのか？

(100人中70人が最後まで動画見てくれたら70%)

この2つを伸ばすことが大事!!

TikTokの仕組み

動画視聴維持率が重要

視聴維持率を上げるための施策としては・・・

- **タイトルが超重要** → 興味をひかせることが大事!
- **この動画を見るとどうなる?** → メリット・ベネフィットの提示
- **この動画見ないと損する** → 注意喚起をする。ネガティブ訴求
- **後半への興味づけ** → ランキング形式にするなど (1位が気になるような内容)
- **ジェットカット編集** → 無言の時間をカットする編集
- **感情を動かす**

プロフィール設計

基本的にはプロフィールは
3行に収める

名前の設定

- **何者かが分かる名前にする**
【ダイエット食堂】〇〇とか腸活専門家〇〇とか！

TikTok動画構成

- ①興味づけ → タイトルとなる部分で超重要!
- ②ベネフィット → 動画を見ることで得られる未来 (タイトルに入れてもOK)
- ③内容 → タイトルにあった内容
- ④結論 (オチ) → ここでコメ欄に誘導するのもあり! (1位はコメント欄で!みたいな感じのやつ)
- ⑤CTA → プロフィール誘導やLINE登録誘導

TikTokでやってはいけないこと

動画投稿の内容

**下ネタ、反社的なもの、他人の動画は投稿しない！
シャドウバンされる可能性がある**

シャドウバン：運営側が対象のユーザーに対しておこなう利用制限のこと

**TikTokでシャドウバンが起きると
投稿の再生数やいいね、コメントが増えづらくなり、
おすすめにも掲載されなくなる。**