

即収益化！

メルマガ・ブログ

ライティング講座

【ネットの収益化とは？】

インターネットで収益を上げることとは、
つまり、ネットで「自分のサービス」が売れることを意味します。

この「自分のサービス」というのはなんでも構いません。
あなたが、カウンセラーならそのカウンセリングだし、
何かのノウハウを教える人なら、
そのノウハウが自分のサービスになります。

自分の知っていることを教えてあげること、
それがあなたのサービスになるのです。

もちろん、
自分で何か提供できるものやサービス、
講座なんかを持っている人は、それでいいですし、
自分では何も持っていないという人も、収益化は可能です。

例えば、商品を紹介するページでもいいのです。

あなたが紹介した商品が売れば、

あなたに報酬が入る。

そういう仕組みをアフィリエイトと言いますよね。

自分で商品を作らなくても、

自分のページから何かが売れていく、

そういうことがすべて、

ネットを収益化するということになります。

ただ、いきなり自分のホームページを作って

「私はカウンセラーです。

カウンセリング料金は、1 時間 3 万円です」

と書いて、お客様が来ればいいですが、

これだけ多くの方がネットで情報を発信している現在、

それだけでは大多数の中に埋もれてしまうでしょう。

また、

自分のブログに

「この商品はとてもいいですよ。お勧め！」

みたいに書いたとしても、

なかなか売り上げには結びついていかないでしょう。

その原因は、

単にあなたのページを見ている人が少ないとか、

記事の書き方が下手だとか、

そういうところにあるわけではありません。

この講座は、メルマガ・ブログライティング講座なのに、

記事が下手でもいいみたいに言うのは、

ちょっとおかしい気がするかもしれませんが、

実際、文章力はほとんど関係がありません。

人を動かすのは、うまい文章ではない。

そこだけは、最低限、

おさえておいていただきたいと思います。

ですから、この講座は、
うまい日本語を書くための講座ではありません。
あくまでも、メルマガやブログで収益化できる
文章を書くことを教える講座ですから、
大丈夫。文章なんて、そんなにうまくなくてもいいんですよ。

実はここに、一番大きいと言ってもいいくらいの、
誰もが勘違いしやすいマインドの落とし穴があります。

それは、「人は何にお金を払うのか？」
ということを知っていなければ、
誰もが勘違いしてしまう点です。

あなたは、人は何にお金を払うと思いますか？

ちょっとここで、
一瞬でも構いませんから、考えてみましょう。

あなたが何かサービスを売ろうしているときに、
お客様は、あなたの何に対してお金を払うと思いますか？

答えがまとまりましたか？

はい。ではここで解答をお伝えしましょう。

それは、ずばり、「あなたへの信頼」です。

これは、お金というものの本質を考えればよく理解できます。

お金とは何か？

それは、例えば1万円札ならば、

1万円分の何かと交換可能な印刷された紙ですね。

単なる紙ですから、

そのもの自体に1万円の価値はありません。

しかし、日本という国がその価値を保証している
その信用で、私たちはその紙切れを
1万円の価値ある者として認識しているわけです。

長々と書きましたが、要するに、

お金＝信頼 です。

つまり、お客様は、あなたへの信頼に対してお金を払うのです。

ということは、あなたはどうか行動すればいいのでしょうか？

勘のいい人は、もうピンと来ているかもしれませんね。

そうです。

あなたは、お客様の信頼を得る。

そこを考えていけばいいのです。

では、お客様の信頼を得るにはどうしたらいいか？

それをこれからお伝えしていきたいと思います。

でも、ちょっとその前に、まず

なぜ、ネットでの収益化にメルマガやブログが必要なのか？

メルマガやブログのメリットを考えてみましょう。

メルマガ、ブログのメリットといえば、

一番に挙げられるのは、やはりこれですよ。

- ・売上アップ。
- ・安定してお客様がつくようになる

メルマガやブログは、

ほとんどコストのかからない媒体と言えます。

ホームページを自分で作る場合、

ホスティング料金やドメイン管理に

多少のお金がかかりますが、

年間数千円というレベルなので、

広告費というよりビジネスを立ち上げる
最低限のコストということが出来ます。

ブログに関しては、
アメブロなどのサイトを使用する場合、
無料でおこなうことが出来ますから、
まずコストのかからない媒体であることが、大きな魅力です。

そのうえで、
ブログやメルマガを上手に使いこなせば、
お客様との間に目に見えない「絆」が生まれてきます。

この「絆」が生まれればOK。
これこそが、売り上げを作るための
「信頼関係」につながります。

さらに、メルマガ、ブログを続けていると、
お客様に自分のことを

よく知ってもらうことができるようになります。

そして、日々の発信から

あなたの専門性をアピールすることができます。

また、メルマガやブログを読んでくれる人たちというのは、

あなたの書いたものがいいなと思う人が

集まってきてくれますから、

あなたのやり方に合った人の

リストを集めることができるのです。

ここで、忘れないでほしいのは、

メルマガやブログの読者になってくれる人は、

最初からあなたのファンだということです。

ブログがいくら全世界に開かれている

インターネット上にあるとはいっても、

誰だって興味のないブログなんて読まないし、

読者登録もしないですよね。

つまり、ブログの読者になった時点で、

メルマガ登録してくれた時点で、

その人はあなたのファンになってくれているわけです。

そう考えると、ブログの読者、

メルマガの登録者には、

自分に合わない人は最初からいない

と考えることができますよね。

合わない人は最初から来ないんです。

ですから、

あなたがカウンセラーで、

ブログ読者の人と初めて

対面のカウンセリングをすとしても、

そんなに緊張する必要はありません。

これはほかの集客でも同様ですね。

例えば、商品を買っているとしたら、

基本的にあなたの商品が好きな人が集まるわけで、

最初からあなたの商品が嫌いもしくは

興味のない人は読者にはならないのです。

そうすると、読者が増えれば増えるほど、

それは売り上げに結び付くことができますね。

であれば、手っ取り早くやらない手はありません。

効果がはっきり見えない広告にお金を使うよりも、

自分でできるメルマガやブログのほうが、

確実にあなたのお客様に声を届けることができるのです。

【それでもメルマガやブログが書けない！】

こんな風にメルマガやブログの効用を説かれると、
何日かはやってみようかと思い立つけれど
続かないという声が本当に多く聞かれます。

続かなくなると、

そのことに理由をつけようとして

「メルマガなんて既にオワコンだ！」とか、

負け惜しみを言ってみたりして

自分をごまかしていませんか？

メルマガやブログが続かない理由として、

ネタがないとか

時間がない

ということがよくあげられます。

でも本当にそうでしょうか？

実は、上手くいっている人というのは、
これからいう4つのことをしていません。

失敗してしまう人は、
おそらくこの3つのマインドのどれか、
あるいは全部が邪魔をしているはずです。

それは、

メルマガやブログというのは
こういうものだという思い込みです。

つまり、

- ・人の役に立つ内容でなければならない
- ・何の実績もない人が書いてはいけない
- ・セールスレターになっていなければならない

どうでしょうか？

あなたに当てはまることがありますか？

この3つに思い当たることがある人は、

どうしてもブログやメルマガに挫折しやすくなります。

なぜなら、

この3つをクリアしようと思ったら、

一つの記事を書くだけで疲れ切ってしまうからです。

まず、この3つのマインドを捨てましょう。

なぜ捨てていいのか、

ひとつずつ説明していきますね。

・人の役に立つ内容でなければならない

これが本当に一番大きな勘違いなのですが、
何か役に立つことを書こうとすれば、本やネットなどで、
いろいろと情報を調べなければならないですから、
メチャクチャ時間がかかります。

でも、誰かにとっての当たり前が、
他の誰かにとってはとても大切な情報である
そういうことは、よくあることなのです。

例えば、私は餃子が大好きなのでよく自分で作りますが、
その作り方は、私にとっては当たり前のことで、
生活の動作の一部みたいになっています。

でも、自分の手で餃子を作ったことがない人は、
「餃子の作り方」を調べると思います。

つまり、その人にとっては、

「餃子の作り方」は、とても役に立つ情報になりますね。

私にとっての当たり前が、誰かの役に立つことがある

それが、情報の基本です。

ですから、

あなた自身が「日常的」に、

「当たり前」にやっていることが、

他の誰かが必要としている情報である

可能性がじゅうぶんにあるのです。

・何の実績もない人が書いてはいけない

これも大きな間違いです。

権威がある人が書いているものだけが

求められているなら、

今のようにブログがこんなに多くの人に
利用されるようにはならなかったでしょう。

私は癌患者ですが、
必ずしも医者を書いているものが
参考になるとは限りません。

私と同じような患者さんが
書いている情報が役に立つことがとても多いのです。

癌に関する医学的な知見よりも、
患者さんの日々の思いに共感して
慰められることもあります。

例えば、何かの分野で起業しようとして、
駆け出したから偉そうに書いてはいけない
と思い悩む必要はありません。
なぜなら、

今のあなたなりの目線が、
共感を呼ぶかもしれないからです。

今の自分だからこそ書けることがある
そのことは、よく覚えておいてほしいなあと思います。

・セールスレターになっていなければならない

実は、
ブログやメルマガで、
しょっちゅう自分のセールスをしていると、
はっきりいって
「面倒くさいな」とか「うるさいな」
と思われてしまいます。

ですから、基本的に普通のブログやメルマガは
セールスレターになっていないほうがいいのです。

テレビを見ていて、番組の途中でCMが流れますが、
あんな感じがいいのです。

メルマガやブログの合間に、ときどきセールスが入る。
セールスレターは、そのくらいのほうが印象に残るし、
あなたのサービスを買ってもらいやすくなります。

そのためにも、メルマガやブログに必要なことがあります。
それを次にお話ししましょう。

【メルマガやブログは、読者さんの信頼を得るためのツール】

このテキストの最初のほうに、
「人は信頼に対してお金をはらう」とお伝えしました。

そうです。

メルマガやブログは、
信頼を築くためのツールなのです。

では、なぜメルマガやブログで
信頼が築けるのでしょうか。

さきほど、
「役に立つ内容にしようとしなくていい」
というお話をしましたが、
これは、このこととも通じています。

ずばり、

メルマガやブログは、
あなたの日常を
楽しく綴ったものであるほうがいいのです。

あなたの日常を読んでいるうちに、

直に会ったことがないのに、

まるで知り合いみたいな感覚になっていく

それが、メルマガやブログを通じての信頼関係になります。

ですから、メルマガやブログで大切な2つのことは、

- ・あなたらしさを出す
- ・失敗談を話す

ということです。

- ・あなたらしさを出す

これは、例えば自分の好きなジャンルの話をしたり、

自分が「これだけは許せない」

というような価値観の話をするのがよいのです。

「こんなこと書いたら、読者が引いちゃうかな」
と怖くなることがあると思うのですが、
心配はいりません。

逆に、自分の信じていること、
自分が心惹かれることを書いているほうが、
自分に合ったお客様だけが
読者になってくれるようになります。

誰にでも好かれようとする事、
これが一番やってはいけないことです。

こんなことをしてしまうと、
言いたいことが言えなくなって、
記事の焦点がぼやけてしまいます。

そうすると、

本来、あなたのコアな部分を
気に入ってくれそうな人には
「物足りなく」思われてしまいます。

ですから、安心して自分らしさを押し出してください。
そうすると、あなたに合ったお客様だけが
集まってきますよ。

・失敗談を話す

失敗したことや、自分の欠点を話すことは、
記事としてとても有効です。

誰でも、他人がうまくいった話や成功談って、
あまり興味がありません。

羨望や嫉妬の的になるか、無視されるかのどちらかです。

反対に、失敗談を語れば語るほど、
「あ、この人面白いな」と、
あなたの人間味が増すのです。

自分の欠点を笑い飛ばすような記事もいいですね。
人間の大きさが伝わります。

ですから、積極的に失敗談を記事にしましょう。
そういうことなら、
日々、何かしら起こっているはずですよ。

それと、これも結構大事なのですが、
メルマガやブログって、
いつ読者になるかは、みんなバラバラです。

ですから、一度書いた話でも、
時間を置いてまた書いていいんです。

どうしても、自分の記事だと

「これって前にも書いたな」とわかるので、

気になってしまうのですが、

初めて読む人もいるのですから、

大切なことは何度書いてもいいのです。

繰り返し読んでくれる読者さんには、

「ああ、このことを大切にしているんだな」

とわかってもらえます。

さて、こんな風に、

あなたの人間らしさを伝えることができるわけですが、

このメルマガやブログは、

あくまでのビジネスにつなげるための記事ですから、

それで終わりにしてはいけません。

では、次に記事の構成について
お伝えしていくことにしましょう。

【メルマガやブログの基本構成】

メルマガやブログの構成は
次のようにするのが基本です。
これを守っていれば、
そんなに長く書く必要もなくなりますよ。

【基本構成】

- ・オープニング
- ・ストーリー
- ・ブリッジ
- ・コンテンツ
- ・クローズ

では、ひとつひとつ、

どんなふうを書けばいいのか見ていきましょう。

・オープニング

挨拶とか近況などを書きます。

・ストーリー

実際にあったこと(人から聞いた話でもOK)を書きます。

・ブリッジ

ストーリーの内容とコンテンツをつなぐ言葉を入れます。

どうしてもつながらないときは、「さて」でもOK

・コンテンツ

あなたのビジネスに関連すること、

専門家としての発言をここに書きます。

・クローズ

締め言葉を書きます。

つまり、

日常の些細なことをストーリーに書きながら、
その話題から自分の専門性につなげていく
ということをして書いてみてください。

例えば、こんな記事を書いたことがあります。

とても短い記事ですが、

この構成にあてはめてみますね。

(オープニング) こんにちは。

(ストーリー)

セラピストとして、お話をうかがっていると、

「なぜこんないい人が、こんな目にあってしまうのか？」

と、感じるようなこともあります。

過酷な運命に翻弄されても、

それに立ち向かっておられる姿に感動します。

(ブリッジ)

そして、

人というのは、

どんなことも乗り越える力を

その身に宿しているのだなと思うのです。

(コンテンツ)

弱い自分と思っているけど、

本当は、きっと驚くほどの強さがあるのだらうと思います。

あなたの中にある強さを信じてみよう。

きっと乗り越えていけるから。

(クローズ)

私はそう信じています。

その日の出来事や感じたことから、
自分の専門性につなげて終わる。

このことを頭に入れておくだけで、
どんどん記事が書けるようになりますよ。

そして、笑いと涙のエッセンスも忘れずにいてくださいね。

おわりに

人は何にお金をはらうのか。

それは「信頼」でした。

そして、

その信頼を集めるためにメルマガやブログが

とても役に立つのです。

記事を書けなくなる3つのマインドを捨てて、
基本構成さえ覚えておけば、

今日から記事を書くのが面倒でなくなる
そんな風に思います。

ぜひ、あなたのビジネスに役立ててくださいね！

常森さつき