

# マーケティング① 戦略

- 「フォロワーを増やす」より  
「ファンを増やす」を目指す
  - 「いい商品だから買う」より  
「この人だから買う」を目指す
- ファンになっていればどんな商品でも売れる

## マーケティング② 投稿

- 「**商品**」よりも  
「**商品で得られる未来**」を見せる
- 「**何**」の特徴よりも  
「**なぜ**」の想いを伝える

→想いや考えに共感してファンが増える

## マーケティング③ セールスファネル

- ・ 「**全て**伝える」よりも  
「**誰に、何を**伝えるか」を明確にする
- ・ 「**みんなに**売る」よりも  
「**距離感を縮めて**売る」ようにする

→ファネルを通して信頼関係を作り、販売する

# コミュニティ濃度ワーク:埋めてみましょう

薄い

濃い

一般・SNS投稿

誰に:

何を:

場所:

誰に:

何を:

何が得?:

場所:

誰に:

何を:

何が得?:

何と言って誘導する?



何と言って誘導する?



# コミュニティ濃度ワーク:ポイント

薄い

濃い

一般・SNS投稿

誰に:

何を:

ポイント

各コミュニティに  
「何と言えば入りたくなるか？」  
を考えてみましょう

何と言って誘導する?

場所:

誰に:

何を:

何が得? :

ポイント

各コミュニティで、  
「誰に」「何を」伝えるのか、  
そこに入ると「何がお得なのか」  
を明確にしてみましょう

何と言って誘導する?

何が得? :

ポイント

コミュニティが“濃く”なるほど  
得するものが増えていくように、  
お客様が「お得意様」になっ  
ていく仕組みを考えてみましょう

# コミュニティ濃度ワーク：講師「渡辺拓」の例

薄い

濃い

一般・SNS投稿

誰に：初めての人

何を：ビジネス  
スキル一般

場所：メルマガ

誰に：興味のある人

何を：より詳しい  
仕事術の方法

何が得？：実際の  
手法・思考を見られる

場所：チャット

誰に：セミナー受講者

何を：仕事術に限らない  
働き方・生き方の提案

何が得？：渡辺に直接  
個人的に相談できる

何と言って誘導する？

仕事術セミナー  
2時間を無料でどうぞ

何と言って誘導する？

直接質問であなただけ  
のアドバイスをします