



# 無料集客 5 DAYSチャレンジ

5 days challenge day 2

# 成果をあげる**3**つのクエスション

- 参加の目的は？（中長期）
- チャレンジのゴール？
- 現在の課題は？

# チャレンジルール

ライブで参加してください

積極的にコメントやいいね！をください（1日の目標200！）

頭の中にある知識を一旦空っぽにして聞いてください

「それ、もう知ってる、わかってる」は学びや成長をストップさせます

課題をコンプリートしてください（翌ライブ講義の1時間前まで）

録音、録画はご遠慮ください

他社の批判はしないでください→応援へ

あなたが今回の**5**日間のチャレンジするテーマは・・・

“無料集客”についての勘違いを払拭して  
確実に無料集客をできるステージに立つこと

チャレンジの全ての課題をコンプリートすると・・・

- 無料で集客できるようになる
- 集客で悩む時間がなくなる
- 集客のアイデアがわくようになる
- 気の合うお客様来てくれる
- 発信する内容に迷わなくなる

Day1振り返りとフィードバック

私たちが起業家の成功は「無料集客」が鍵

DAY1

ミニクイズ

集客の成否を決めるたった1つのこととは？

「  
」

# Day1 振り返りとフィードバック

## ①気づき・学び

- \*集客が楽になるためには、お客さんの望みとマッチする商品を作る
- \*集客ツールから入るのでなく、お客様の理解力が集客力につながる
- \*どのように行動していくかは無限、と自分をだます
- \*無料集客をしなければ事業は大きくなる
- \*学びにはエンターテインメント要素必要
- \*自分目線ではなくお客さんの価値を見つける
- \*色々なことに対応できる→自分自身の価値を上げていくしかない。
- \*世の中の負を見つけ、市場の理解が出来る
- \*インプットと同じだけアウトプットする
- \*自分にない能力は手放し、人の手を借りる
- \*自分自身への思い込みを手放す

## ②どのように実践していきたいか

- \*まだまだ、自分の価値を上げることが出来ない。自分はこの程度と思い込んでしまっている、そのブロックを外していきたいです。
- \*変化することを恐れずに行動できるようになりたい（どこかまだ人の目を気にしている）
- \*つい目の前のことに囚われて、自分でやらなければとってしまうので、人の手を借りる勇気を身に着ける。（これが本当にできないです）
- \*無料ツール（SNS）をもっと効率よく使いこなせるようにしていきたい。

- ・無料集客が鍵になる
- ・インプットしたらアウトプットする
- ・うまくいかない今がチャンスである
- ・お客さまの理解力を深めること
- ・自分の独りよがりの考えは捨てる
- ・テクニックの影響力は10%
- ・時代は変わっている

見込み客が欲しいものを無料でリサーチ、試すことも出来るSNSは有難いですね！

今までは常に仲間がいる環境で、何かあれば一緒に考え知恵を出し合ってきましたが、今1人で限界を感じているので抱え込まずに、協力し合える仲間や場所に頼ることが必要だと思います😊

参加される皆さんと応援し合いながら学べるこの場所を作っていただき、ありがとうございます！

## 質問2

今までのように「だろう、思う」ではなくお客さまの悩みや求めていることを徹底的にリサーチしたサロンメニュー、オンラインメニューを作り、たった1人のお悩みの方に訴求できる質の高いメニューを作り、助けたいです。

今は、SNSに振り回されているので、自分でコントロール出来るツールとして活用出来るよう頭を切り替え実践します。

## 問1：気づき学び

無料集客が鍵：私の中で無料集客は嫌で嫌でしょうがないものです。ですが、ピンチはチャンスという言葉聞いて、自分で状況を変えていける事を思い出しました。

何の集客法か分からないと言ったのは私です。今まで集客法を「宣伝」と読んでいて、集客とは別物という考えでいました。宣伝=集客なのですね。←ここがグレイゾーンだったことに気付きました。宣伝は嫌いなのです。これははっきりと言えます。興味があっても受ける側視点で見た時、誰から受けたいか？に選択の権利が欲しい所です。

集客をする側からの視点では、お客様は来てくれるかな？というクエスチョンについて確証が無いというあやふやさ。ここをクリアにしていきたいです。

私のやり方があやふやすすぎて集客が嫌いなのだという気持ちに気が付きました。

そして自分の立場の自由さにも気付きました。  
\*自由すぎて困っているかもしれません。枠にハマろうとして自分を縛っているかもしれません。

## 問2：

嫌いな物の中にも気づきがあると感じました。好き嫌いで決めないで、なぜ好きなのか？なぜ嫌いなのか自分で分析・理解をしておく方が良いと思いました。

いきあたりばったりでなく、戦略的に考えて行動したいです。

**DAY2**  
**SNSって？**



あなたの「集客」の定義って何ですか？

私たちは、それぞれの言葉に対する  
独自定義を元に行動している

「集客」 = 「集めること」  
と知っているから集客できない！

水野の「集客」の定義

「集客」はプロセス

水野の「集客」の定義

「集客」は関係構築

水野の「集客」の定義

「集客」は価値提供

水野の「集客」の定義

「集客」は価値観の種まき

水野の「集客」の定義

「集客」はワクワク導線をはること



水野の「集客」の定義

「集客」は実績づくり

水野の「集客」の定義

「集客」は安心の種まき  
(自己開示・実績・お客様の声)

水野の「集客」の定義

「集客」は変化のイメージづくり

つまり、**1日**にして成らず

プロセス

---

**“SIPS”**

集客はお客様の気持ちの理解なしに成功しない

**SIPS =**

お客様の気持ちと行動から  
作る集客の流れ



**S = SYMPATHIZE (共感)**

**I = IDENTIFY (確認)**

**P = PARTICIPATE (参加)**

**S = SHARE & SPREAD**  
(共有と拡散)

共感：「なんかいいなあ」



確認：「場所・営業時間を調べてみよう」



参加：「体験・参加してみよう」



共有と拡散：  
「お友達に教えてあげよう！」  
「インスタに投稿しよう」

ホームページがあるだけでは・・・  
ただブログを書いているだけでは・・・  
ただ**SNS**を発信しているだけでは・・・

集客できない理由、理解できましたか？

# 「お客様があなたの元へ来るまでのプロセス」 (例)

紙媒体  
雑誌  
**WEB**  
**SNS**

**共感**

**Facebook**ページ  
店舗ブログ  
ホームページ

**確認**

**1 Day**勉強会  
イベント  
ワークショップ  
ライブ配信

**参加**

**SNS**投稿  
イベントシェア  
お友達紹介

**共有・拡散**

# 実際に取り組んでいくこと（集客活動）

紙媒体  
雑誌  
**WEB**  
**SNS**  
↓  
何をやりますか？

**共感**

**Facebook**ページ  
店舗ブログ  
ホームページ  
↓  
何をやりますか？

**確認**

**1 Day**勉強会  
イベント  
ワークショップ  
ライブ配信  
↓  
何をやりますか？

**参加**

**SNS**投稿  
イベントシェア  
お友達紹介  
↓  
何をやりますか？

**共有・拡散**



“入り口”は「**SNS**」で作る

“SNS”って？

**SNS**（ソーシャルネットワークサービス）は

“人と人とのつながり”を中心に設計されたコミュニケーションプラットフォーム

既存の企業ホームページやブログよりも、顧客や見込み客であるユーザーとの距離が近く、“拡散力が高い”のが特徴

従来の掲示板やブログと比較すると、気軽に双方向コミュニケーションを取ることが容易で、ネット版のクチコミにあたる「シェア」や、投稿に共感や良い評価を示す「いいね！」等のアクションを1クリックで行うことができる。

**SNS**は、成約（集客）を底上げするアシスト効果が非常に高いメディア

**FACEBOOK**  
**INSTAGRAM**  
**TWITTER**

**YOUTUBE**  
**LINE**

影響力は絶大！

	どんなメディア？	メインユーザー層	特徴
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「つぶやき」「ツイート」と呼ばれる短文投稿が時系列通りに表示される、リアルタイム性が非常に高いメディア。</li> <li>・国内では、月間1200万人がアクティブユーザーとして利用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・40代以下</li> <li>→若年層へ対するリーチや、流行のリサーチに適している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・140字という文字制限があるため気軽な情報発信ができる</li> <li>・爆発的な拡散力</li> <li>・炎上しやすい（拡散力があることのデメリット）</li> </ul>
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> <li>・写真に特化したスマートフォン用SNS</li> <li>・国内のアクティブユーザーは月810万人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・10～30代</li> <li>・女性ユーザー</li> </ul> ※ただし最近では40代～50代、男性の使用も増加している	<ul style="list-style-type: none"> <li>・魅力的な写真やイラストを投稿することで、商品のイメージアップや、購買欲の刺激が可能</li> <li>・拡散性はそれほど高くないため、炎上の可能性は低め</li> </ul>
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> <li>・世界最大のSNSであり、ビジネス活用には必要不可欠なメディア</li> <li>・国内におけるアクティブユーザーは月間2500万人を超える</li> <li>・毎日1600万人のユーザーがFacebookを開いている</li> </ul>	他のSNSと比較して30代～40代の割合が大きく、若年層向けの発信には不向き	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実名制であるため、信頼性が高い</li> <li>・炎上しにくい</li> <li>・自社ページを作り、商品やイベント等について、定期的な告知を行うことができる</li> </ul>
LINE	1日3600万人が使用されると言われる、国内シェア40%の最強メッセージングアプリ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若年層の割合が高め</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・企業が旧来作成していたメルマガの代替のように利用可能</li> <li>・拡散性は低い</li> </ul>

“**無料**で”全世界の人と繋がれる  
=**SNS**を使った**無料集客**

どれくらい活用できていますか？

# 本日の課題

今日の講義動画を最後まで全て視聴してください

課題：あなたは何（**SNS**）を入り口にしますか？

+ 受講風景を写真にとって投稿してください



課題の提出期限は  
翌日講義の1時間前まで  
(朝8時)

明日の予告