

集客ページ 作成チャレンジ DAY1

成果をあげる3つの質問

参加の目的は？（中長期）

チャレンジのゴール？

現在の課題は？

チャレンジのルール 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（前提は邪魔になります）

「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2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→積極的応援へ

チャレンジのルール

短い時間なので

集中して参加してください

- ・ スマホは視界の外に
- ・ ブラウザの他タブは閉じる
- ・ 顔が見えなくて不安なので反応をください
 - ・ 疑問に思ったことはすぐにコメントへ
- ・ 重要なフレーズもコメントでアウトプット
- ・ 問いかけにコメントで反応

チャレンジスケジュール

1日1時間！たった5日間で集客ページが完成！
「時短集客ページ作成ワークショップ5日間講座」

12月7日（月）朝9時スタート

12月8日（火）朝9時スタート

12月9日（水）※朝7時スタート

12月10日（木）朝9時スタート

12月11日（金）朝9時スタート

（毎日1時間～1時間半※参加人数次第）

プロフィール



水野里美

心と利益を続かせる！
心のサポートも得意な
店舗型リピート集客経営の専門家

セラピストとしての経験と実店舗の経営経験とノウハウを生かして5年10年と続く心が折れないメンタルに優しい経営術で経営者をサポート。

クライアントに合わせた的確なアドバイスと実店舗経営経験に基づいた実現可能なアドバイス、目の前の売り上げや新規集客の課題にただただ追われる毎日の中、自信を無くしてしまいがちな経営者の心を支えるための豊富な知識を持っているため事業を長く続けていきたい経営者から絶大な信頼を得ている。

クライアントのビジネス状況、個性、ジャンルに合わせた無理なくシンプルに目標達成できるルートの提案・メンタルサポート・幅広いマーケティング知識が強み。

"100人いれば100通りの集客法やビジネスモデルがある"

単一ノウハウやに依存しない個人に合わせた無理なく続けられるリピートビジネスプランニングが人気！

- ・セラピストコンサルタント養成講座主宰
- ・店舗型YouTube動画集客アカデミー主宰
- ・セラピストのためのオンラインサロン「セラピストhome（ホーム）」主宰
- ・リピート集客株式会社パートナーコンサルタント
- ・ベライチ静岡県認定サポーター
- ・自然療法の癒しエステサロン ふいと オーナー

ミッション

起業家さん1人ひとりが

持っている価値を引き出し

中心力を高め

自由に稼ぐことができる力をつけることで

どんな状況であっても

自信を持ってゼロから何度でも稼ぐことが

できるしあわせな経営者を増やすこと

水野里美

資格・メディア実績



サンクチュアリ出版
トークイベント開催



雑誌「セラピスト」
マネー特集掲載



Google認定
デジタルワークショップ
修了



Google認定
Google検索広告
認定資格保有



プロフェッショナル
ライフコーチ



目標設定
ライフコーチ



ライフパーパス
ライフコーチ



マスターライフコーチ



ハピネス
ライフコーチ

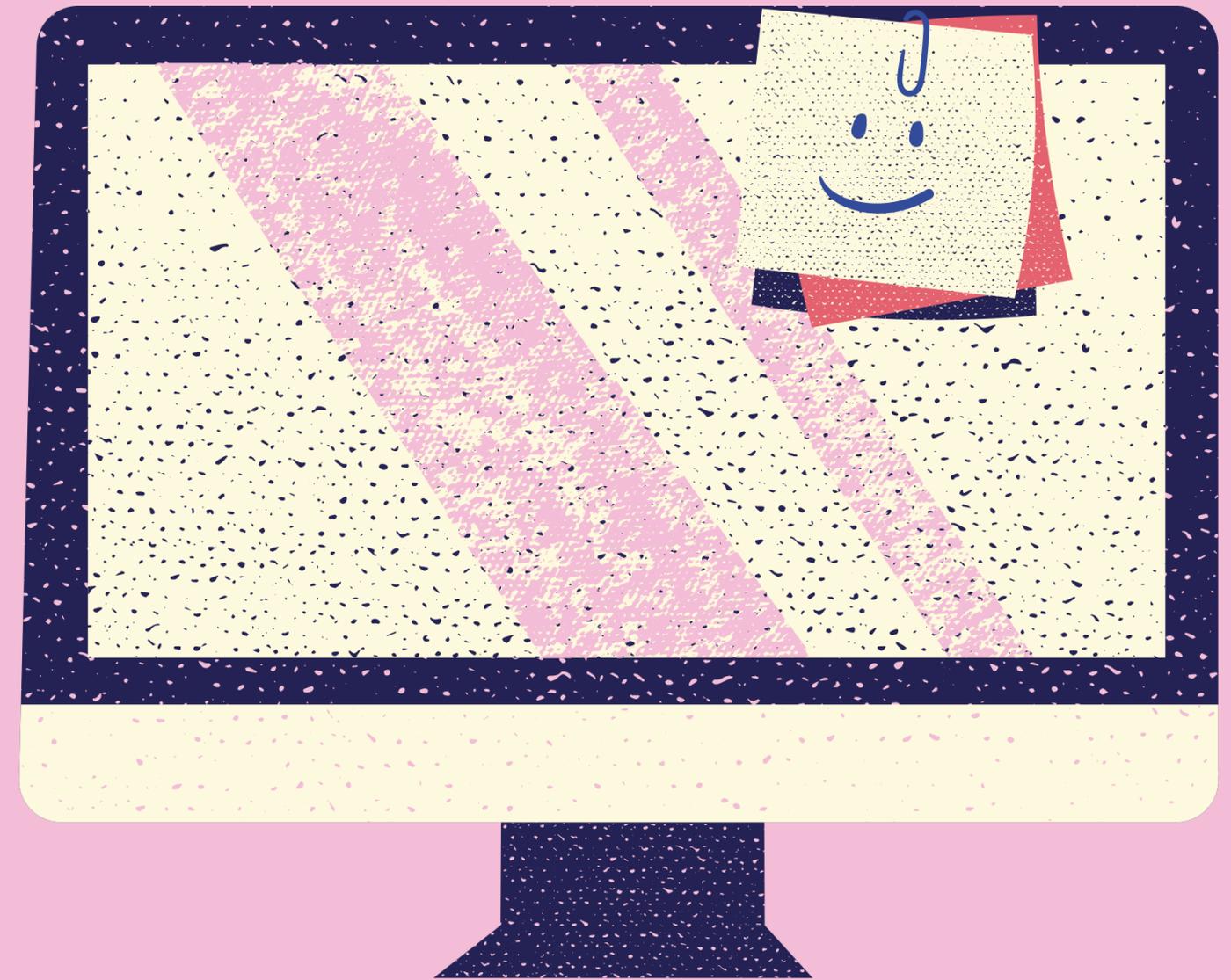


GLOBISオンラインコース
46コース修了

Day1

1日目テーマと課題

何を伝えるページを作るのか
コンセプトを決める



皆さんの ゴール

- ・ 選ばれる
- ・ ページ完成
- ・ 理想のお客様に出会える
- ・ 興味を持っていただく

目的は、現在HPに掲載している数秘術講座のページを見直す事です。ゴールは数ある数秘術講座の中から選ばれるページにする事です。文字を長々と書いている状態でして画像を使うという考えを持っていませんでした。そこも改善する点です（数ある数秘術講座の中から選ばれること）

まずは商品の内容を、一目で理解して頂けて、スムーズに購入に繋がるような集客ページを作ることが目標です。自分で作ったHPもありますが、メニューは分けていますが、やはり詰め込みすぎていたかな・・・と反省です。デザインや色でイメージが伝わりやすく、シンプルでわかりやすいページを作りたいです！（シンプルでわかりやすいページ）

遅くなりました📷💧

今ペライチでサロンのLP作っていますが、完成していないので、完成させたいです。更年期で悩んでいる方にわかりやすく、選んでいただけるページを作りたいです。（わかりやすく、選ばれる）

教育ジャンルで活動しています。

今までに集客ページを作ったことはありません。

自分の提供するものを心から求めて下さる方にたくさん来ていただきたいので、集客ページを作りたいと思っています。

来て下さった方が益々私の商品を欲しくなり、そのために行動を起こしたくなるページを作りたいです。（心から求めてくださる方にきていただく）（商品が欲しくなる）

集客ページって？

Webサイト

Webサイトとは、複数のWebページで構成されるサイトのこと

集客ページ（1ページ完結型のページ）

目的は、ターゲットを集客してコンバージョン（顧客から得たい反応）を獲得すること
「購入」「問い合わせ」「資料請求」「見積もり請求」など
顧客に売り上げアップにつながる行動をしてもらうページ

店舗型ビジネスだって今すぐオンラインで商品販売できる！
お店へ新規集客できなくて困っている治療院・サロン経営者さん必見！

難しい集客法を学ばなくても
テンプレートだけで集客できる！

ミニマム集客術

インターネットで集客したいけど、ITは苦手だし、集客法がたくさんありすぎて、結局どうしたらいいかわからなくて悩んでいませんか？多すぎるノウハウや情報に振り回されることなく「必要最低限」やることだけに徹底的に集中することで学んだその日から集客できる誰でも実践できる簡単な集客法のコツがあります…

無料体験セミナー開催

3時間ほど
(ZOOMで自宅から受講可)
集客の仕方をわかりやすく解説
※事業主限定

1分で完了！
無料体験セミナーに
今すぐ申し込みする
(100通りの集客法プレゼント)

参考①

参考②

LINEで相談する

メールマガジン

メンタルを病む経営者を無くしたい

「今わたしは何をしたら？」

「やっていることの先が見えなくて不安」

そんなセラピストさんたちに沢山お会いしてきました。

先が見えない経営をしていると、いつか心が病んでしまうものです。

心も利益もショートしてしまわないためには、

はじめから「続く」仕組みを作って
一步一步確実に進みながら経営していくことが何よりも大切です。

ゲームのように何度も集客でき、売り上げが上がっていったら嬉しくないですか？

自分自身が今もお現役サロン経営者でいてセラピストだからこそ伝えることのできる

「心が続く仕組み」と 「安定して売り上げがあがる仕組み」

の両輪を回すリピート集客経営プランニングは、多くのサロン経営者の方に喜ばれています。

常にトレンドマーケティングにも目を向け実践し、確実に結果を積み上げているからこそ目の前のお客様に合ったリピート集客経営プランニングが可能です。



PLAY VIDEO!

BUILD A BUSINESS YOU
LOVE
LIVE THE LIFE OF YOUR
DREAMS

世界で最も成功しているオンライン起業家が使用する舞台裏の戦略と秘密を入手してください。これらは私が自分のオンラインビジネスを立ち上げて成長させるために使用した強力な戦術です...そしてそれらはあなたのためにも働くことができます。

16 RULES OF INTERNET SUCCESS

ファーストネーム Eメール [今すぐ戦略を送ってください](#)

参考

2020年
このまま終わっても大丈夫?

オンラインで完全無料!各業界スペシャリストが集う
オンラインビューティーキャンプ2020

～自宅で手軽に自分史上最高の美を手に入れよう～

開催期間：11月19日（木）～11月22日（日）

[今すぐ無料で参加する！](#)

最近の傾向

よりシンプルに！！！！

ヘッドコピー
サブヘッドコピー

オプトインボックス（情報をいただくボタン）

だけのことも！



集客ページには
“文章力”は不要

そのかわりに必要なのが
“お客様の理解”

「最も求めているものは何か？」

問題を解決したい！
理想の状態に近づきたい！

登録したら受け取れる
モノで、、、

「問題が解決できそう」
「理想に近づきそう」

と思ってもらおう必要がある。

無料オファー

まずお客様に興味を持っていただくため、私たちのこと
サービスのことを知っていただくための小さなコンテンツ
や機会のこと（取引条件）

イメージは「化粧品、健康食品のお試し」

無料メール講座
ウェブセミナー
チェックリスト
音声講座
ガイドブック
電子書籍
診断テスト

～誰に？何を？どうやって？～

リサーチ！

**最も基本的なリサーチが“3C分析”
(Company, Customer, Competitor)**

**無料オファー作成には
“競合分析”だけでも良い**

1. 誰に？

お客様を集めるよりも
見込み客（興味のあるひと）を集める
という考え方

あなたの見込み客は誰なのか？

お客さんがいない、悩みが不明…

何を書いたらいいかわからない…

→ たった1人の理想のお客様を決めて
その人に向けて書く、作る

お客さんの悩みがだいたいわかっている、不特

定多数に向けた施策を打つ時

→ ターゲットを決めてそこに向けて
書く、作る

ターゲット設定の基礎

[クイズ1]あなたがポルシェを売るなら、
どっちをターゲットにするべき？

- ・ 車を持ってる金持ち vs 車を持ってない金持ち
- ・ ベンツ乗りの金持ち vs ポルシェ乗りの金持ち

ターゲット設定の基礎

[クイズ2]あなたはどっちに売るべき？

- ・ お金を払う人 vs お金を払わない人

お金を払う文化を持っている

経験者を狙うのがベター

つまり…競合の既存顧客

【ワーク】
あなたの見込み客を抱えている
競合を特定しよう

2. 何を？

- ・ 何を提供したら見込み客は反応するか？
 - ・ 競合を見れば良い
 - ・ 競合が提供している無料オファーは？
 - ・ 競合が売っている商品やサービスは？
 - ・ それを無料で提供する
 - ・ ノウハウや情報レベルで...

王道のリサーチ

1. 見込み客の理想と現実のギャップ
 - ・ 理想はどんな状態なのか？
 - ・ 問題や障害になっていることは？
2. お客さんからよく聞かれる質問
 - ・ 質問 = 顕在化した疑問
 - ・ 他の人も疑問に思っていること
3. 売りたい解決策から逆算する

お客さんからよく聞かれる質問

- ○○をする○○個の方法
- ○○をするためのチェックリスト
- xxをせずに○○になる方法
- [トレンド]で○○する方法
- 誰も教えてくれない本当の○○
- ○○したいならやっではいけない3つのこと

【ワーク】

1. 競合が提供しているものをチェックしよう
2. 過去にいただいた質問を洗い出そう
3. テーマをできるだけ多く書き出そう

コンテンツ制作のポイント

- ・ **提供コンテンツのコツ**
 - ・ **1テーマ、1問題解決**
- ・ **消化しやすいボリューム**

【ワーク】

今回の集客ページに使用する
無料オファーを
どれか1つだけに絞り込もう

【ワークについて】

今日の講義動画を最後まで全て視聴してください

ワークの提出は、「ライブ講義のコメント欄へ」

提出期限：明日朝7時まで

Q & A