



# ビジネスの3ステップ

## はじめに

---

はじめまして ^^

やすひろと申します ^^

この度はネットビジネススタートアップ大図鑑その2 「ビジネスの3ステップ」をお読み頂き、誠にありがとうございます！

すべてのコンテンツを一括で見たい場合は、  
こちらにダウンロードページを用意しているので、  
そちらから見ていただければと思います ^^

[ネットビジネススタートアップ大図鑑 ダウンロードページ](#)

やすひろのプロフィールはこちらです ^^

[『漫画プロフィール』](#)

ビジネスの3ステップ はじめに

「ネットビジネスとは」では  
「全体像」のお話でしたが、ここから少しづつ細分化して行って、  
掘り下げていき、さらに理解を深めてもらおうと思います。

基本的にインターネットビジネスで成果をあげるための要素を  
シンプルに分けるとやるべきことは3ステップです。



これらの理解を深めてもらうために、それぞれ解説していきますが、  
難しいことはありませんので、ぜひ最後までお読みいただければと思います ^^

## 集客

---

ビジネスをする上で、集客というのは本当に大事な部分ということは、おそらくまだ始めたばかりの場合でも、なんとなく察しがつくのではないかと思います。どんなに最高の商品を出しても、お客さんが1人もいなかったら売れませんよね。

多くの企業が莫大なお金を払って広告費を払っていますが、これはイメージアップや認知度のアップを狙ってなどもありますが、基本的には「お客さんを集めるため」です。

大企業が大量のお金をかけてまで行う、それほど重要なものが集客。ではどうやってあなたのお客さんを集めていけばいいのか？ということをお伝えしていきます。

まず集客の方法をお伝えする前に、必ず覚えておいて欲しい大事なことがあります。

それが、「ただランダムに人を集めれば良いわけでは無い」ということ。です。

女性物の服を取り扱っているお店に子どもや男性を集めてきてもあまり意味がなさそうですね？

ついつい、やってしまいがちな失敗例の一つに、**とにかく人を集めまくるということだけにフォーカスしてしまう**ということがあります。

最終的な目標は「収益を発生させること」なのに、まず人を集めようという意識があまりにも強くなりすぎて、

いつの間にか目的がすり替わって、とにかく人を集めることだけに集中してしまう人が意外なほどにいっぱいいます。

本当に大事なことは、まず自分の紹介する商品や、自分の発信している情報に興味を持ってくれるような人を絞って、集めるという意識です。

「え？そんなのどうやってわかるの？」と思ったかもしれませんが、すでにその回答になる1つの指標は出していますよね ^^

忘れてしまった場合は、

「ネットビジネスとは」をもう一度読んでみてくださいね^^

ツイッターでの例で出したケースの他にも自分のジャンルの属性と同じ属性のお客さんを集める方法はたくさんあります。

その1つが例えば、**検索エンジン**です。

あなたはYahoo!やGoogleなどで、何か調べ物をしたことがあるでしょうか？  
もしあるなら、

最終的に自分が欲しかった答えは見つかったでしょうか。

もし見つかったなら、その一連の流れを思い出してみてください。

例を出して、

「あがり症 トレーニング」という言葉で検索したとします。

そうすると、あがり症を治すためのトレーニングなどが解説されているホームページがたくさん出てきます。

これは、それらのホームページが

「あがり症を治したくてそのためのトレーニング方法を知りたい人」  
に向けてそういった言葉を打ち込む人を集めているから、なんですね。

どういうことかというと、

**特定の言葉を打ち込んでやってくる人を狙ってホームページを作っている**ということです。

「あがり症 トレーニング」で検索した際に、

検索エンジンのより、1番上、2番手というように、一番人がやってきやすい場所に自分のホームページが来るように日々、対策をしているんです。

これを「SEO対策」と言うのですが、もしかしたら耳にしたことがあるかもしれません。

要は、はじめから「〇〇について知りたい人」を「狙って」  
ホームページを作っている。ということなんですね。

属性がぴったりの自分のホームページへのアクセスを  
上げれば上げるほど、それが売上につながるからです。

例えばケーキ屋さんなら「ケーキ 購入」という言葉を検索エンジンに  
打ち込んでやってくる人を集めたい、という感覚です。

この章は、SEO対策や、ホームページのテーマの作り方ではないので、  
それらの詳しいお話は別の場所で、ということになりますが、  
まず知っておいてほしいことは、

こういった方法で、すでに自分の持っている情報に  
興味のある人を集める方法があるということです。

そしてもちろん、方法は1つだけじゃありません。

先ほどSEO対策というような難しい言葉が出てきましたが、  
こういったテクニックのいるやり方でなくても、人を集めることは可能です。

次から、初心者さんが一番実践しやすい集客方法をお伝えします。

### (1) 初心者さんが一番やりやすい集客方法

当PDFで、自分の買った商品やサービス、経験すらも人のために役立つ  
というお話をしました。

その上で、自分がこれについて人に伝えていきたいというものが出たとします。  
今のインターネットは昔に比べて、インターネットの使い方、  
検索エンジンでの検索の仕方など、どんどん一般の人もうまくなっているため、

本当にこんな情報探している人いるの？

というようなものであっても、ちゃんとたどり着いてくれる人がいっぱいいます。

つまり、自分が何かのテーマについて、しっかり日々情報を提供し続けていれば  
それを探し求めてやってくる人が必ず出てくるということです。

ただ、これはいわゆる「待ち」の姿勢ですよ。



自分の情報にたどり着いてくる人が多くなるまで、記事を更新していくというせっかちな人には向かない方法です。

もちろん、そういった方法が好きな場合は、  
今も昔も変わらず効果的なやり方なので、  
取り入れていただければと思うのですが、

当然、集客には待ちではなく「自分から攻めていく」ものもあります。  
その方法は、こういったものなのか？というと、

「この情報を知りたい人はどこにいるかな？」ということを考えて、  
その場所に行く、というとてもシンプルな方法です。

例えばゲームが好きな人はオンラインゲームの中にいっぱいいますよね。  
恋人が欲しい男女は出会い系サイトにたくさんいるでしょう。

特定のアイドルが好きな人はアメブロのぐるっぽや  
フェイスブックのファンページにいっぱいいるでしょうし、  
その人のツイッターをフォローしているでしょう。

こういった場所でアプローチを取ることで、高確率で自分の  
お客さんになってくれる人を見つけやすいということです。

もちろん、いきなり売り込みや自分の押し売りなどは嫌われるだけなので、  
ツイッターの例でお話したように、まずは情報提供というスタンスが  
こういった場所でも大事になってきます。

この方法の有益なポイントは、

自分自身がそれについて詳しい、好き、かなり情熱を持っている  
ということであれば、

あなたの持っている情報を欲しいと思ってくれる人はどこにいるかな？  
という「場所」が、簡単に想像出来るということです。

好きじゃないこと、全く知らないことに関しては、  
「どこで見つければいいんだろう・・・」となってしまいますよね。

ただ、自分自身も興味があったり、ずっとやり続けていることだったり、これから詳しくなりたいとか、勉強したい！と思っていることだったらまず自分はどこで調べるだろう？ということが思いつきやすいんです。

それを踏まえた上で、自分の媒体（ブログやツイッター等）へ誘導する道を考えていくんですね。

今までは、ただ単に自分のブログやツイッターに記事やつぶやきを載せていって、人が来てくれるくらいになるまで媒体が育つのを待つ、という手法が一般的でした。

ですが、今ではもっと効率的に人を集めやすい方法がどんどん出てきて、昔よりも早いペースで集客が出来るようになっているんですね。

これについてはまた別の場所で詳しくお伝えしますので、まずはそういうものなんだな、と思っておいていただければと思います^^

集客の際、まず知っておいてほしいことは

- ・自分の発信している情報に興味を持ってくれる人を絞って集める
  - ・だれでもいいからとにかく集めるだけでは意味が無い
  - ・自分が詳しい、興味があるジャンルだと集客もしやすい
- ということです^^



## 交流

---

実店舗で言えば「接客」とも言えるし、  
コミュニケーションとも言えると思います。

ここでは、売上を左右する「交流」についてお話していきます。

「交流って何？人と話たりするってこと？なんか難しそう・・・」  
と思うかもしれませんが、言葉的に交流という言葉がぴったりなだけで、

実際に人と会ってどうこうするっていう意味じゃなく、  
単純にあなたのインターネット上での

- ・キャラの打ち出し方
- ・情報の提供の仕方
- ・商品の売り方

のようなものをより、効果的な形で行うために必要な情報だと思っただければと思います。

交流というのは

先ほど話した「画面の向こうには人がいる」という意識をより  
持って貰いたいためにこういう言葉を使っているんですね^^

(1) 初心者さんが一番最初に意識するといいいこと

いきなりですが、あなたがiPhoneについて調べていて、  
2つのブログを見つけたとします。下のうちの2つなら、

どっちに興味を持ちますか？

## 記事A

iPhoneは、今全世界で〇〇台の人が使っていると言われています。歴史としては、約何年前からさかのぼり、バージョンアップごとに利用者が増えていて、いろいろなキャリアの間で、iPhoneを扱わないのは愚行だとまで言われているようになっています

## 記事B

iPhone使ってみたけど、ガラケーの時よりだいぶ新しいケータイに慣れるのが早くなった気がします。今までのガラケーってなんか説明書とか分厚いし、こんなの使うん？と思うような謎な機能が多かったじゃないですか笑 ああ、早くこれにしとけばよかったなって思いましたね^^

単純に2個ともiPhoneの話をしているわけですが、より、続きを読みたくなるのはどっちかというところ、おそらくBだったのではと思います。

これらの形で実際にインターネット上に出した時にもどっちのほうがよく読まれるか？というところ、おそらくBになると思います。

で、具体的な違いの中でも大きなポイントは何かというと

A→だれでも調べればわかることを書いている

B→自分の意見が入っている

という部分です。

Aは、それこそ誰が書いてもほとんど同じような文章になってしまうし、ありふれているため、あまり価値がありません。

そして、書いている人自身にもあまり興味を持たれないでしょう。

その点、Bは、自分の意見という誰でもないその人にしか書けない文章になります。だからこそ、他の文章との差別化にもなりますし、書いている人自体に興味を持たれやすくなります。

インターネット上のアフィリエイト等で商品を紹介して買ってもらうために最強の方法の一つが

「あなたが紹介している商品だから、買う」と思ってもらうことです。

これが出来るようになると、売れないという悩みから開放されることになります。

これは、ブログでもツイッターでもメルマガでも、どんなジャンルの稼ぎ方でも確実に言えることなので覚えておいて欲しいのですが、

誰にも嫌われないように当たり障りのない感じで書く人と、  
5人に嫌われても、5人に強烈に支持してもらえる人だったら、  
間違いなく、後者が結果を出します。これは間違いなく、です。

誰にも嫌われず当たり障り無く情報を伝える人は、結局のところ、誰からも好かれなし、誰の記憶にも残りません。

また、誰にも嫌われずに当たり障りの無い文章を書き続けるのは実はとても大変です。

すでに出尽くしている情報を同じようになぞって書くことになるので、結局は、似た情報がどこもかしこもある、という状態になってしまいます。

その点、すでに出回っている情報でも、「これは好き、これは嫌い、自分はこう思う」という「意見」はあなたにしか書けないことです。

だからこそ、文章を書くことも誰かの真似になっちゃっているかな、とか似た情報がいっぱい出ちゃっているな・・・ということを考えずに自分が心から思ったことを書くだけでいいので、楽なんですよ。

よっぽどおかしい意見でない限り、自分の好き嫌いや意見を出すということは、

単純にそれに賛同してくる人が必ず出てきます。

自分は絶対猫派です！！という犬派の人には微妙な顔をされるかもしれませんが、猫派の人からは強力な支持をもらえますよね？

私は猫も犬も嫌いですが、虫が好きです！！  
というのですら、少なくともなるでしょうが虫好きの人に強烈に支持されるでしょう。

私は猫も好き、犬も好き、虫も好き、みんな好き一  
では、結局のところ、誰からも強烈な支持は得られません。

共通の敵がいることで、人は連帯感が強くなります。

これって、ちょっと人間心理の話になりますが、  
人は「私達」と「あいつら」というような派閥を無意識で作ります。  
帰属意識ってやつで、本能的に何かに属していたいという欲求があります。

これが、犬は嫌いだけど、猫は超好きという発言をすることで、  
「猫好きの私達」と「イヌ好きのあいつら」というような感覚から、  
この人は仲間、というように感じやすいのですね。

こういう心理をアップル社はすごくうまく使っています。  
例えばMACのCMですが、

貴方が仲間になりたいのは、あの微妙な人たち？それともイケてる人たち？

というような形で、イケてる人たちをマックユーザーとし、微妙な人たちを  
ウィンドウズユーザーというように分けています。

アップルが強力な信者を獲得している一つのヒントですね^^

他にも、  
新入社員が仲良くなるきっかけになるのもだいたい「上司の悪口」だそうです。  
上司という共通の敵がいることで、連帯感が強くなり  
仲良くなりやすくなるんです。

こういう心理を深く勉強する必要はありません。

単純に、「自分の意見」は当たり障りの無い文章よりも、誰かの心を動かしやすいということを知っておいて欲しいですね。

最初のうちは、細かいテクニックや法則なんかよりも、これをとにかく意識するだけでOKです。

ずっと実践していけば細かいテクニックなんかは勝手に身についてきますし、自然に体得できるようになります。

## セールス

---

セールスとはそのままの通り、集客して、コミュニケーションを取って、「商品売る」ことを指します。

利益が上がるのはセールスをするからで、セールスがなければ利益は上がりません。

「いやいや、セールスマンみたいに何か商品売れってこと？  
そんなの難しそうだし、できないよ」と思うかもしれませんが、

セールスと言っても、すぐに出来るものから  
ちょっと経験が必要になるものまで様々で、

ちゃんと始めたばかりの方でも売上を上げられる方法はたくさんあります。

ちなみに、セールスを一切しなくても利益を上げる方法は  
スタートアップ大図鑑のサイトの「トレンドアフィリエイトで稼ぐ」を  
見てもらえば詳しく載っています。

その前にここでは概念的な、セールスの仕組みについてお話していきますが、  
集客とコミュニケーションができていれば、単純に「差し出すだけ」で  
人は商品を買ってくれます。

わかりやすいイメージだと、

自分の知りたいことを載せてくれている人だ  
しかも（その量が多い）（詳しい）（キャラが面白い）（好みと一緒に）  
で嬉しい/楽しいな、この人がおすすめの商品なら、買おうかな。

という感じです。

集客とコミュニケーションで、売る前から勝負はすでに決めることが出来る  
ということです。そして、自然とそうなるのが結果を出す人の流れです。

上記の（）はその人の強みになる部分です。

（その量が多い）（詳しい）（キャラが面白い）（好みと一緒に）という部分



基本的には先程の章でお伝えしたように、まずは自分の意見をしっかり言うことで「好みが一緒」のお客さんを強くファンにしていきやすいですが、

すごく詳しいなら、（その量が多い）（詳しい）という強みも発揮出来ますし、自分の書いた文章を友人誰もが面白いと言ってくれるなら（キャラが面白い）といった強みも出せるでしょう。

ただ、だれでも出来るのが「自分の意見」を言うことなので、とにかく初めてやるという場合は自分の意見だけに集中していれば大丈夫です^^

### （1）初心者さんにうってつけなセールス方法

初心者さんがまず取り入れるべきセールス方法としては、すでに当PDFでお伝えしていることなのですが、

- ・最終的に売る商品、サービスを決める
- ・それに合わせた情報提供、交流をしておく
- ・最終的なセールスでは、「これらを全部解決できるのはこれです」という形で紹介する

という流れになります。

要は、発信しているジャンルで、こういう悩みがありますよね？  
こういうイライラがありますよね？ということをお伝えしつつ、

最終的なセールスでは、「それらを全部この商品なら解決できます。」  
というイメージです。

これが取り入れやすい理由は、**最初の段階で、最終的に紹介する商品も頭に入ってるから、**

「この商品で解決できる人の悩みってなんだろう？」ということがわかり、それをテーマとして、同じような悩みを持っている人にアプローチしやすいということです。

最終的にルンバを売りたいなら、

掃除機重いし、毎回持ち運ぶのだから、歩きまわらなきゃ行けないからめんどくさいですね。

というような共感メッセージと、従来の掃除機を使っている方向けの解決策をお伝えして、

でもこれがあると全部の悩み解決しますね。  
というようなイメージです。

最初から売的商品が決まっていれば、どの悩みに

フォーカスしてテーマにすればいいか？が簡単に見えてくるということです。

また、先程の例で、従来の掃除機を使っている方向けの解決策を伝えるということをお話しましたが、これも重要です。

この部分が抜けていると、**ただルンバを売りたいだけの人に見えてしまう**からです。

それでは、そこらにあふれている迷惑ツイッターアカウントや迷惑メールとあんまり変わりありません。

彼らは、こういう悩みがありますよね？でも、これがあれば解決！→セールスという風に、大事な部分が抜けてしまっているんです。

それは、**その情報を提供してる人の信頼性**です。  
信頼出来ない人から人は商品を買いません。

ランダムでやっているため、属性も合っていません。  
迷惑メールとかも、「そんなもん興味ねーよ」って情報ばかり来ますよね笑

家族や友人におすすめされたものと、通りすがりの謎の人におすすめされたものと**全く同じ商品だったとしても、後者からの紹介では商品自体もすごく怪しく見えてしまう**のが、人の心理です。

交流の章でお話した、

「自分の意見」や「共通の敵」こういった信頼関係の構築という部分が抜けていると、ただの売り込みにしかならず、ものは売れないんですね。

自分が使ったことのあるサービスや商品であれば、その商品に出会う前にどんなイライラや悩みがあって、どうやって解決したのか？

ということもわかりやすいですし、そういったものがお伝えする情報のネタになります。

それを自分の意見を織り交ぜながら、発信し、最終的にはこれで解決したという形で商品を紹介します。

この流れが一番、始めたばかりの方でも取り入れやすいですし、

こういったことを繰り返していくと、自然とあなたの情報を待ってくれるようになる人、あなた自身に興味を持ってくれる人が出てきます。

それが、次に紹介する商品を買ってくれる潜在顧客にもなります。

## ステップ3の形ができれば

---

ステップ3の流れを取り入れるにあたって、  
もしかしたらこう思う人もいるかもしれません。

「ツイッターでそれやったら、昔のつぶやきがどんどん埋もれていくから、  
同じような流れを何回もやらなきゃいけないよね？」と。

ツイッターの特性上、つぶやいた直後が一番人目に付きやすいので、  
反応が一番良く、時間が経つに連れてどんどん下に埋もれていきます。

なので、商品を紹介するまでの一連の流れをやったら、  
また次へ、次へ、という形になります。

一つ商品が売れる流れができれば、また新しく次の商品へ、という形だったり、  
商品は同じで、違う悩みやイライラを見つけていく、というイメージですね。

ただ、それを毎回繰り返すという方法を使う必要はありません。  
この際、それぞれの媒体のメリットとデメリットを抑えて、  
フォローし合うことで、売上を安定させることができます。

具体的な事を言うと、

リアルタイムでの集客やセールスに向いているのがツイッターなら、  
昔に書いた記事からも売れる特性を持っている「ブログ」を組み合わせることで、  
より労力を減らしながら売上を安定させることができます。

ブログは、ツイッターと違って、昔の記事でもすぐに見ることが出来ます。  
よく商品が売れた文章などを、ブログ記事の目立つところに  
配置することも出来ます。

一番見て欲しい記事を、日々更新する記事の一番上に持ってくることも出来ます。

(例えば無料ブログであれば、一番見て欲しい記事を未来の日付にして  
投稿し直すことで、その未来の日付が来るまで常に一番上に表示されます)

なので、ツイッターはリアルタイムでの集客、交流の場所とし、  
定期的にキャッシュポイントであるブログへ誘導するとか、

ツイッターの自己紹介欄の「ホームページ」に  
ブログのURLを載せておくことで、

自動でキャッシュポイントへ誘導することが出来るんですね。

それぞれの媒体の特性を意識して、デメリットをフォローしながら  
運営していく連動に関しては、ツイッターで稼ぐ章で  
詳しくお伝えしていますので、そちらを参考にしてください^^

## さいごに

---

ネットビジネスっていうのは一つの仕事みたいなものじゃなく、単純にビジネスを、インターネットを使って、行う。というだけのものです。

なぜこの部分を毎回強調しているのかというと、どうしても、インターネットがお金を運んでくるとか、ネットでお金を稼ぐ、みたいな印象を持ち続けてしまうと、

本当に大事な、「人」のことを忘れてしまうからです。僕は自分より先に始めた人、後から始めた人様々ですが、多くの稼げなくなって辞めていった人を見てきました。

あなたにはそういった道は歩んで欲しくないですし、ぜひ、自分が設定した目標を達成し続けてほしいと思っています。

ですので、このPDFも単純な解説だけでなくかなり具体的なことまでお話してきました。

他のPDFで、さらに詳しく突っ込んだノウハウ等をお伝えしていきますので、ぜひ、そちらも合わせて活用していただければと思います^^

最後までお読み頂き、誠にありがとうございます！

すべてのコンテンツを一括で見たい場合は、こちらにダウンロードページを用意しているので、そちらから見ていただければと思います^^

[ネットビジネススタートアップ大図鑑](#) [ダウンロードページ](#)

やすひろのプロフィールはこちらです^^

[『漫画プロフィール』](#)