

メルマガを1000日間
書き続けた起業家の

超・メルマガ 活用術



細井 淳一

メルマガを1000日書き続けた起業家の 超・メルマガ活用術！【改訂版】

目次

第1章 はじめに・・・

第2章 「超・メルマガ活用術」の全体像

第3章 メルマガを配信し続ける唯一のコツ

第4章 なぜ、メルマガは書いた方がいいのか？

第5章 顧客リストはタダじゃない！

第6章 ぶっちゃけメルマガとLINEってどっちがいいの？

第7章 メルマガって何を書いたらいいの？

第8章 ネタ切れしても毎日書き続けられるテクニック

第9章 「型」を知れば、メルマガは書ける！

第10章 「やっぱり書けない！」と思ったときのウラ技！？

第11章 配信解除は気にするな！

第12章 コピペはダメ！絶対！

第13章 「開封率」についての考え方(改訂版にて追記)

第14章 メルマガでの「販売」について(改訂版にて追記)

第15章 まとめ

第1章 はじめに・・・

こんにちは。
初めましての方は初めまして！

お絵かきムービークリエイターの細井です。

このたびは
メルマガを1000日間書き続けた起業家の
「超・メルマガ活用術！」に
ご興味を持っていただき
本当にありがとうございます。

私の詳しい自己紹介は
こちらの動画(お絵かきムービー)に
おまかせしましょう。
<https://youtu.be/XH4JpNwjwUo>

もし、まだ見ていないのでしたら
ぜひ見てくださいね！

さて、
さっそく本題の
「メルマガ活用術」について
お話ししていきたいと思うのですが・・・

ちょっとだけ私の話を聞いてください。

私は
お絵かきムービークリエイターとして
起業してから3年間、
ほぼ毎日メルマガを配信し続けてきました。

「毎日書いています！」

というお話をすると、

「すごいですね！よく毎日ネタが続きますね！」

と、言われます。

クライアントからも

「本当に毎日書かれているんですね！
すごくタメになるので、
欠かさず読んでいます！」

とか、

「先日のメルマガ、
すごく心に響きました！」

なんていうお声も
いただきますし、

起業家仲間からも

「細井さんのメルマガって
本当に面白いですね。
なんで毎日あんなに
面白くて内容のある文章を書けるんでしょうか？」

みたいなことをよく言われます。

.....。
.....。
.....。

正直、メルマガに関して言えば

文章書くのが好きで
面白い！って言ってくれる人がいるから
毎日書いているだけなんですけど・・・

でも、
実際のところ
1000日メルマガを続けている
起業家ってそんなにいないと思います。

メルマガとかLINE公式を始めて
1000日更新し続けている
っていう起業家さん、
あなたの周りにはどれくらいいますか？

.....。
.....。
.....。

正直、
ほとんどいないんじゃないでしょうか？
一説によれば
100人に1人くらいだとか・・・

ただ、
私は好きで続けているだけ
なんですけど

それでも、
それだけ続けてきたという自負はありますし
読者の方からも
「面白い！」「タメになる！」「この間のメルマガ良かった！」
というお声を非常によくいただきますので

この分野に関しては
私がやってきたこと
そして、今やっていることって
実は結構たくさんの方の
お役に立てる情報なんじゃないかな？

とを感じるようになりました。

「メルマガの書き方とか、活用法について
ちょっとまとめてみようと思うんだけど
興味ある？？？」

と何人かに聞いてみると
「メチャクチャ知りたいです！」
「ぜひ、お願いします！」
というお声をいただきましたので、

メルマガをビジネスでどう活用していくのか？
ノウハウからマインドセットまで
一度まとめてみよう！
と思い至りました。

この資料では

- ・メルマガを書く意外なメリットとは！？
- ・メルマガって何を書いたらいいの？
- ・メルマガを配信し続けるたった1つのコツ
- ・日刊メルマガって何のために書くの？
- ・ネタ切れしても毎日書き続けられるテクニックとは！？
- ・ぶっちゃけLINEとメルマガってどっちがいいの！？

などなど、

私が実際に

1000日間メルマガを書き続けてきて

感じたこと、気づいたこと、

経験したことをお伝えしていきます。

あなたのビジネスや人生に
ちょっとでもプラスになれば幸いです。

第2章 超・メルマガ活用術の全体像

まず、はじめに
この「超・メルマガ活用術」で
お話しすることの全体像を
お伝えしておきましょう。

「超・メルマガ活用術」
の全体の流れとしては

最初に
「なぜメルマガは重要なのか？」
というお話をします。

ここを理解していないと、
お伝えしている内容が
無意味になってしまうからです。

あなたは
なぜメルマガは重要なのだ
と思いますか？
答えを自分なりに考えながら
読み進めてみてください。

次に
「メルマガって何を書いたらいいの？」

というテーマを掘り下げていきます。

「メルマガが大事なのはわかってるけど
何書いたらいいかわからない。
だから、なかなか続かない……」

メルマガについて
受ける質問、相談で
一番多いのはコレです。

これについては
この資料を読み進めていくうちに
解決策が見えてくると思いますので、
ぜひ楽しみにしておいてください。

それから、
実際にメルマガを書いていくときに
どう書くか？
というテクニックについて

最後に
メルマガを書いていく上での注意点や
裏ワザについて
これは役立つそうだな……
と思ったことなどをご紹介します。

ここでお伝えすることは
私が実際にやってきたことばかりです。

なので、非常に実践的！

なるほど！
と思うことが
たくさんあると思いますが、

実際に活用してこそ
意味があることです。

ぜひ、
あなたのビジネスの中で
実践してみてください。

全部でなくとも良いです。
1つでも2つでも
やってみて・・・

コレはすごく良かった！

なんてことがあれば、

フィードバックしてもらえると
とても嬉しいです。

逆に
コレはやってみただけど
あんまり上手くいかなかった。
どうすれば上手くいくんだろう？
とか、

コレはこんな風にアレンジしてみたら
すごく成果が出ましたよ！
なんてことがあれば
それもフィードバックしてもらえると
ありがたいです。

それを元に
より良いモノを作り
より成果が出る方法を
実践していきたいと思っています。

そんな中で
あなたにとって役立ちそうだな・・・
と思うことがあれば共有させていただきますので、

ぜひぜひ、
実践とフィードバックを
お願いしますね！

第3章 メルマガを配信し続ける唯一のコツ

「メルマガが大事なのはわかってるけど
何を書いたらいいかわからない。
だから、なかなか続かない……」

ホント、これ
多くの起業家さんから聞くんですよ。

真剣にビジネスに取り組んでいる
起業家さんはやっぱり

「私が持っている知識、経験、スキルなど……
伝えられる価値があれば
とにかくお客さんに伝えたい！
そして、役立ててほしい！」

という思いを持っておられます。

だからこそ、
書きたいけどなかなか書けない……
って悩むんですよ。

テキストにやっている人だったら
「まあ、いいか」
で済ませていると思います。

そんな熱い思いを持っているけど、
なかなか行動に移せない。
三日ボウズで続かない。
というあなたに
1000日間メルマガを書き続けてきた私が、

「秘策」を伝授しましょう！

メルマガを配信し続けるには
コツがあります。

それもたった1つだけ！！！！

この唯一のコツを
頭先从から足のかつま先まで
完ペキに理解すれば……

メルマガを毎日配信し続ける。

少なくとも
定期的に配信し続けるなんてことは
実に、たやすくなってしまうでしょう。

では、その

「メルマガを配信し続ける唯一のコツ」

とは一体何なのでしょう？

.....。
.....。
.....。

もう、これは最初に結論を言ってしまうですね。

「メルマガを配信し続ける唯一のコツ」

それは……

”優先度を上げる”

以上。
それだけです。

.....。
.....。
.....。

あまりにもあっさりした
そして、
当たり前すぎる答えに

「おいおい……」

って
ツッコみたくなかったかもしれませんね。

でも、
本当にそれだけなのです。

コレをしっかりと理解していれば
絶対にメルマガ毎日配信なんて楽勝です。

書いて、
配信するだけですからね。

いや、
そうは言っても
なかなか書けないんですよ…
なんだかんだ言って
手間もかかるし、面倒くさいし…

細井さんだからできるんでしょう？

そんな声も聞こえてきそうですが、
ぶっちゃけ
優先度さえ上げれば
誰でもできることです。

たとえば…

- ・歯磨きをする
- ・お風呂に入る
- ・人前に出るときにおめかしをする

こういうことって
正直言って面倒くさいですよ。

でも、面倒くさいからって
やらないかといえば、
結局やるじゃないですか。

なんでかっていうと
優先度が高いからですよ。

私はメルマガ配信を
「もっとも重要な仕事」に位置づけています。

だから、
毎日配信するんですね。

歯磨きをすることや
お風呂に入ることと
一緒の感覚なのです。

さあ、
メルマガを配信し続ける唯一のコツは
優先度を上げることだと
わかったところで

次はなぜ、
メルマガの優先度を上げた方がいいのか？
というお話をしていきましょう。

第4章 なぜ、メルマガは書いた方がいいのか？

第3章では
メルマガを毎日(あるいは定期的に)配信する
唯一のコツは「優先度」を上げることだ。
というお話をしました。

では、
なぜメルマガは優先度が
高い仕事なのでしょう？

本当にメルマガって
そんなに重要な仕事なのでしょう？

そもそもメルマガって
何のために書くのでしょうか？

そこがわかっていないと、
優先度なんて上がりませんよね。

ぶっちゃけ、
メルマガって
何となく大事なような気はするけど、
まあ別に書かなくてもいいか。

そう思っているから
書いていないんですよね。

では、今からワークをしてみましょう。

メルマガを書く優先度を上げるために・・・

「メルマガを書くメリット」を
あなたが思いつく限り挙げてみましょう。

紙とペン、あるいは
パソコンやiPad、スマホのメモ帳を用意して、
書き出してみましょう。

あなた自身にとっては
どんなメリットがありますか？

あなたのお客様にとっては
どんなメリットがありますか？

.....。
.....。
.....。

書けたでしょうか？

どんなメリットがありましたか？
正解、不正解はありません。
書き出したメリットを
見返してみてください。

きっとそれだけでも
「あ、今日はメルマガ書こうかな」
って思うはずです。

正解はないんですけど、
私が考えている
メルマガを書くメリットも
ご紹介させていただきますね。

これは私が1000日間
実際にメルマガを書き続けてきたからこそ
お伝えできるメリットです。

きっと思いもよらないメリットが
出てくると思います。

私は普通に
100個とか思いついてしまいましたが
全部あげるとキリがないので

そのうちの
7つだけをご紹介します。

①見込み客との信頼関係が築けること。

これは真っ先に思いついた方も
多いのではないのでしょうか？

あなたのことをよく知らない状態から
価値提供することによって
見込み客との信頼関係を築いていくことができる。

すると、
販売につながりやすくなる。

それがメルマガのメリットです。

②接触頻度を増やせる

「信頼関係」を築くために
もっとも重要なことは
接触頻度です。

「ザイオンス効果」
って聞いたことありますか？

繰り返し接すると
印象や好感度が高まり
関心の度合いが高まる
という心理効果のことですね。

「単純接触効果」とも言います。

メルマガって接触頻度を増やすには
非常に効果的なツールなんですよね^^

「毎日届いてるな～」
って見てもらう。
これだけでも非常に意味があるのです。

1通1通はそんなに効果がなくても
積み積み積もれば・・・
ということですね^^

しかも、メルマガなら
いっぺんにたくさんの人との

接触頻度を増やせるのです。

こんなの配信しない理由がないですよ！

③読者の「マインドシェア」を上げることができる

「マインドシェア」
という言葉聞いたことがない人も
いるかもしれませんね。

お客様の心の中で
その企業やブランドが占める割合のことを
「マインドシェア」
と言います。

もっとカンタンに言い換えれば、
お客様にどれくらい気にかけてもらっているか？
それが「マインドシェア」です。

当然、
気にかけてもらっている
割合が高いほど

あなたの商品・サービスは売れやすくなるし、
リピートや単価アップにも
つながりやすくなりますよね。

いつも通る道にある飲食店と
裏通りにある飲食店。

当然行く可能性が高いのは
いつもの道にある方です。

毎日チラシが入るスーパーと
何もやっていないスーパー。

当然行く可能性が高いのは
毎日チラシが入る方です。

お客様にとって
「買うタイミング」は
いつ訪れるかわかりません。

たまたま
「欲しい！」
「買いたい！」
と思ったときに

あなたのマインドシェアが高ければ、
それだけあなたから買う可能性は高くなります。

メルマガを定期的を送ることで
あなたのことを思い出してもらえますので
それだけお客様の中での
「マインドシェア」が上がるというわけです。

④自分が扱っている商品・サービスのことをより詳しく伝えられる。

不特定多数の人に向けて情報を発信するSNSに対して、
メルマガやLINEというのは
登録したユーザーに
個別でクローズドな情報を届けることができます。

SNS上では伝えきれないような
あなたの商品・サービスの良さを
お客様に直接アピールできますよね。

しかも、たくさんの人の情報に
埋もれてしまうSNSに比べて
個別にピンポイントで送れるので
見てもらえる確率が圧倒的に高いのです。

たぶん、
あなたも
自分が扱っている商品・サービスのことを

「もっと伝えたいな！」
「こんなものじゃないんだよ！実は……」

なんて思っているはず！！！！

それを思う存分
伝えられる場所がメルマガなのです。

もう、こんなの
今すぐ書くしかないですね！

⑤コミュニケーションコストが減らせる

コミュニケーションコストとは
「情報伝達や意思疎通にかかる時間や労力」のことです。

このコストが大きいと
仕事がすごく負担になったり、

仕事が遅くなったり、
トラブルが起こりやすくなったりします。

メルマガでは
あなたが思っていることや
お客様にとって役に立つ情報を
ちよつとずつちよつとずつ
伝えていくことができます。

すると、
コミュニケーションコストを
グンと減らすことができますね！

たとえば
お客様と直接対面したときや
お仕事のやり取りをしているときに

「これってこういうことですよね！」

と、
お客様の方が理解してくれる
なんてことが起こります。

メルマガを読んでいなければ
イチから
全部説明しなければならないことが
以心伝心のように
何も言わずとも伝わってしまう！

(メルマガで話しているんですけどね^^)

これはですね、
意外と結構大きいメリットなんです。

私は毎日メルマガを
配信し続けているので
このメリットをものすごく実感しています。

ほら、どうですか？
そろそろメルマガが
書きたくなってきたんじゃないですか？(笑)

⑥販売、売上に直結する

私のようにクライアントワークを生業としている人なら
個別相談やzoom説明会の案内を
メルマガでお送りすることができますし、

物販をされている方なら
直接メルマガでリンクを送って
販売することも可能です。

SNS上でいきなり
案内するよりも
メルマガで信頼関係を築いたあとなら
申し込んでもらえる可能性が高くなりますよね。

メルマガは起業家にとって
もっとも重要な
「売上をつくる仕事」
です。

だからこそ、
優先度が高い仕事
重要な仕事なのです。

⑦既存のお客様との信頼関係を築ける

最後にメルマガを書く意外なメリット。

そして、
私としては
もしかしたらもっとも重要かもしれない！
と思っているメリットをご紹介します。

それが、
「既存のお客様との信頼関係を築けること」
です。

メルマガやLINEって
見込み客との信頼関係を築くツールでしょ？
と思っていたあなた！

これは意外と
盲点だったのではないのでしょうか？

でも、
すごく重要なポイントだと
私は思っています。

他のどの仕事よりも
優先順位を上げてやっている理由は
ここにある！
と言ってもいいかもしれません。

実際、
クライアントと打ち合わせをするときに

「この間のメルマガ読みました！」
「先日の記事、すごく良かったです！」
「昨日のメルマガ、本当に響きました。思わず涙が……」

なんて言われたことは
一度や二度ではありません。

私の方でも、
メルマガを書くときには
何となく書くというよりは
具体的な一人のお客様に向けて
書くことが多いです。

お客様のことを思い浮かべながら
書いたり

この方にはこれ伝えたいな！
と思いながら書いたりしています。

メルマガを書く時間というのは
「お客様のことを考える時間」
でもあるのです。

毎日メルマガを書けば、
毎日お客様のことを
真剣に考える時間を作れる上に

実際にお客様にとって
価値ある情報を届けることができるので

二重の意味で
既存のお客様との信頼関係を深めることができる！

それがメルマガなのだ。
私はそう、解釈しています。

- ①見込み客との信頼関係が築ける
- ②接触頻度を増やせる
- ③読者の「マインドシェア」を上げることができる
- ④自分が扱っている商品・サービスのことをより詳しく伝えられる
- ⑤コミュニケーションコストが減らせる
- ⑥販売、売上に直結する
- ⑦既存のお客様との信頼関係を築ける

以上、メルマガを書く7つのメリットを
あげてみましたが、
新しい発見、気づきはあったでしょうか？

感想や気づき、
他にもこんなメリットがあるよ！
というご意見があれば
ぜひ聞かせてくださいね。

第5章 顧客リストはタダじゃない！

この「超・メルマガ活用術」を
執筆しながら
思ったことがあるので
シェアします。

それは……

「顧客リストはタダじゃない！」

ってことです。

昔、営業マンは
1件1件「顧客リスト」を
足で稼いでいました。

私は昔、
中学生向け教材の訪問販売を
していたことがありますが、

1件1件、
丁寧に聞き込みをしながら

「顧客リスト」を集めていました。

手当たり次第にピンポンを押して、

「こちらに、中学生のお子さんっていらっしゃいますか？」

「この辺りで、中学生のお子さんがいらっしゃるお宅ってありますか？」

とまあ、こんな感じで。

時には、

「個人情報なんで教えられません！」

とかキツイこと言われながら

やっていました。

.....。

.....。

.....。

SNSが普及して

「顧客リスト」は

メチャクチャ簡単に

手に入るようになりました。

リンクを貼って
投稿するだけですからね^^

それはすごく
良かったことなんですけど、
そのせいか……

「顧客リストはタダで手に入るものだ」

と、カン違いする
起業家・ビジネスマンが
増えてきたな……

と感じています。

だからこそ、
せっかくメルマガ登録をしてもらったのに
何通かセールスのための
ステップメールを送って
あとは放置……

なんて人が増えてきたんでしょうね。

本来、
「顧客リスト」というものは
先述のように
必死に汗をかいて
足で稼いだり・・・

身銭をけずって
広告費をかけて・・・

ようやく、
手に入れられるモノなんですよ。

ちなみに私は広告も使っています。
実際に広告を出してみると
実感できますが、

顧客リストを入手するには
お金がかかるのです。

あなたが
お客様に登録していただいた
そのメールアドレス。
(LINEでも一緒ですよ)

それは本来
数千円というお金をかけて

登録してもらうものなのです。

タダじゃないんですよ。

私がメルマガを大事にして
毎日配信するのは
その苦心を知っているからです。
その価値を知っているからです。

ましてや…

私やお絵かきムービーに
興味を持ってくれて
メルマガに登録してくれた方なのです。

そこに対しては
本当に感謝しかありません！！

だからこそ、
絶対に何か少しでも
お役に立てること
価値があることを伝えよう…

SNSとか、
交流会とか、
オープンな場よりも
絶対に濃い内容を配信しよう…

と思っています。

「顧客リスト」「リスト」っていうのも
あんまりいい表現じゃないんですけど、

ここは本当、申し訳ない！

便宜上そう呼んでいますので
悪しからず。

というわけで、

顧客リストはタダじゃない！

本来は、
苦心してようやく
手に入れられるモノであり
非常に価値があるモノなのです。

このことを
どうしても伝えなかったので、
資料の中に追記しました。

さあ、あなたは
何通かの
ステップメールやステップLINEで
セールスをして、

終わったらあとは放置・・・

できますか？

私にはそんなことはできません。
せっかく興味を持って
登録していただいた方に失礼ですから！

第6章 ぶっちゃけメルマガとLINEってどっちがいいの？

はい、これはですね。
たまにこういうことを聞かれるので
ぶっちゃけ正直なところを
お話ししたいと思います。

最初に
結論を言ってしまうと…

「どっちでもいい」

です。

ビジネスによって
相性もありますし、
それぞれに特徴がありますので
好きな方を使えばいいです。

起業家として
ご自身で判断なさってください。

ただ…

「メルマガなんてオワコンだよ。
今はLINEの方がいい！」

なんて言う人もいますよね。

これに関しては
確かに一理ある！とは思いますが、
たいていは「ポジショントーク」なので
注意が必要です。

あなたがメルマガよりも
LINEを使ってくれた方が
メリットがあるから
そう言っているだけです。

私はメルマガを使っているので
メルマガ推しですが
究極、どっちでもいいです。

大事なのは
お客様との信頼関係を築くこと。

どんなツールを使うか？
なんていうのは本質ではありません。

この資料は
「超・メルマガ活用術」と言っていますが、
LINEでも使える内容をお話しています。

正直どっちでもいい。
という前提を共有した上で、
LINEのメリット
メルマガのメリット

そして、
私があえてメルマガにしている理由を
お伝えしていきますね。

まずは、LINEのメリットです。

- ・開封率、到達率が高い
- ・様々な機能がある

機能に関しては
メルマガも使いこなせば
いろいろありますので

最大のLINEのメリットは
何と言っても
開封率、到達率が高い！ということでしょう。

開封率、到達率が高い！
ということは・・・

**LINEの方がメルマガよりも
読んでもらえる可能性が高い！**
ということです。

これは圧倒的メリットですよ。

じゃあ、やっぱり
LINEの方がいいんじゃない？
と思うかもしれませんが、

それでもあえて
私はメルマガにしている理由があります。

それは、
メールアドレスの方が
「リスト」としての
「資産価値」が高いからです。

「リスト」「顧客リスト」とは
氏名、電話番号、メールアドレス、住所などの
個人情報のことですが、

ここでは
「こちらからアプローチできる連絡先」
というような意味で使っています。

SNSのフォロワーは
「顧客リスト」としての価値は低いです。

SNSは不特定多数の人に向けて
情報を発信する場。
あなたの情報だけではなくて、
いろんな人の情報が雑多に混じっていますからね。

でも、電話やメルマガ、LINE
あるいは住所はどうですか？

こちらから
特定の相手に連絡をすること、
情報を届けることができます。

これが「顧客リスト」です。

メルマガもLINEも登録してもらえば
こちらからいつでもメッセージを送り、
情報やご案内を届けることができますね。

では、
LINEよりもメールアドレスの方が
「顧客リスト」としての価値が高いとは
どういうことでしょうか？

**LINE公式の登録者の情報は
LINEというプラットフォーム上でしか使えない！
というデメリットがあります。**

LINEのアカウントを
止められてしまったり、
何らかの理由でLINEが
突然サービスを終了してしまったりしたら
使えなくなってしまいます。

これに関しては
どうしようもありません。

もっともLINEが
突然サービスを停止するなんて
まずないとは思いますが、
アカウント停止は普通に考えられます。

真っ当に使っていれば、
アカウント停止なんてそうそう食らわないでしょ？
と思うかもしれませんが、
そうでもありません。

詐欺商材とかはともかく、
ちゃんとした商品を扱っていても
アカウントを停止される・・・
なんてことはよくあることです。

こればかりは”運”としか言いようがない。

アカウント停止を食らって
1万リストが消えた・・・

そんな恐ろしい話もよく聞きます。

じゃあ、メルマガは？
メルマガも配信スタンドがサービス終了したり、
アカウント止められたらダメじゃない？？？

いえいえ、
そうでもないですよ。

仮にメルマガ配信スタンドが停止したとしても
メールアドレス自体は
他でも利用できますよね。

これが「顧客リスト」として
資産価値が高いということです。

ちなみに
賢い人は
両方使っています。

LINEをメインで配信して、
メールアドレスでバックアップを取っておくのです。

すると、
もしLINEのアカウントが止められても
メールを送れますよね。

万が一のときも

「LINEアカウント変更しました！」

と、メールを送れば済む話になります。

というわけで
ぶっちゃけメルマガとLINEってどっちがいいの？

結論はどっちでもいいです。

別に両方使ってもいいです。

配信内容を一緒にすれば、
手間は増えませんか。

大事なのは
どのツールを使うかではなく、
お客様との信頼関係を築くことです。

こちらが
情報発信をすることで
お客様との信頼関係を築けるツール。

その代表がメルマガとLINEですが、
これらをいかにもっと活用していくか？
ということが
この「超・メルマガ活用術」で
お話しする内容になります。

あと、あえてメルマガを
使っている理由がもう1つあります。

私は日刊メルマガ・・・
つまり毎日1つの記事を配信していますが、

これをLINEでやると
正直ちょっと鬱陶しいんですよね^^

LINEは個人間のやり取りなど
生活に密着したツールなので
開封率は確かに高くなるんですが

それがデメリットになってしまうのです。

日刊メルマガみたいな
ペースで配信していると
ブロックされる可能性が高くなります。

あと、LINEって
未読が溜まっていくと
結構プレッシャーになりますよね。

「ああ、未読溜まっちゃった・・・」

そう思って

わざわざ前の方までさかのぼって
読むことってほとんどないかな
と思います。

その点、メルマガだと
読みたい記事だけ読む
時間があるときだけ読む
みたいなことがされやすいです。

生活に密着しすぎていないからこそ
適度な距離感で
ちょっとずつちょっとずつ
信頼関係を積み重ねていくことができるのです。

LINEだと
生活に密着しすぎていて
コツコツ配信していると、

登録者からしたら
土足で家の中に入り込まれるような
印象になってしまう……

だから
LINEにもメリットがあると
知りつつもあえて
メルマガを使っているんですね！

第7章1節 メルマガって何を書いたらいいの？(その1)

メルマガは書いた方がいい！
と、わかったところで

一体、何を書いたらいいの？

悩むところですよ。

1000日間も毎日書き続けていると

「どんなこと書いているんですか？
勉強のため登録させてください。」

なんてこともよく言われます。

メルマガって何を書いたらいいの？

これも結論から
お話ししましょう！

何でもいいです！！！！

.....。
.....。
.....。

おいおいおい……

何でもいいって言われても
何がいいかわからないから
困っているんじゃないか。

マジメに答えろよ！

……と言われそうですね。

確かに
「何でもいい」と言いましたが、
正確には条件付きの「何でもいい」です。

では、どんな条件のもとで

「何でもいい」のか？

なぜ「何でもいい」のか？

詳しくお話ししていきましょう。

まず、
メルマガの配信内容は
大きく2種類に分けることができます。

1つは
プロモーション時のメルマガ。

もう1つは
普段お送りする日刊メルマガです。

プロモーション時のメルマガとは・・・

カンタンに言えば
販売のためのメルマガですね。

ずっと販売をやり続けていると
だんだん反応は落ちていきます。

「いつでもいいよ」
と言われると
行動しないのが人間ですから

メルマガを使って
販売を行うときは
通常、期間を区切って行います。

だいたい
オプトイン(メルマガ登録)してから
1~2週間くらいが目安ですね。

この期間に販売を行うためのメルマガ。
それが、「**プロモーション時のメルマガ**」です。

この期間に関しては、
先ほどの「何でもいい」と
言ったことは忘れてください。

目的が決まっていますから、
とにかく販売につなげるための
メルマガを配信していきます。

ここで配信する内容は、
あなたが扱っている商品・サービスによって
違ってくるとは思います

私の場合は基本的に
①「個別相談会に申し込んでください」
②「こちらの動画を見てください」
この2択だけです。

動画で価値提供をして、
個別相談で具体的に
ヒアリングとご提案をさせていただく
という仕組みを作っているからですね。

とにかくこの2つの内容だけを
手を替え、品を替え
いろんな角度からお伝えしていく
そんなメルマガを配信しています。

プロモーション時のメルマガで大事なことは

「1メール1メッセージ」

1通のメルマガの中に
いろんなことを
詰め込みすぎないことです。

動画を見てほしいなら
「動画を見てほしい」という
メッセージのみのメールにする。

個別相談会に申し込んでほしいなら
「個別相談会に申し込んでほしい」という
メッセージのみのメールにする。

セミナーに参加してほしいなら
「セミナーに参加してほしい」という
メッセージのみのメールにすることが肝心です。

欲張って

「動画を見てください、
そして、個別相談に申し込んでください。
あと、セミナーも開催するので参加してください。」

みたいなメッセージはダメです！
これなら
3通に分けて配信しましょう。

なぜダメかというと
いくつもメッセージを盛り込むと
お客様が迷ってしまうからです。

「ふむふむ、
動画を見ればわかるのだな・・・

ん？
個別相談も受付中??

セミナーもあるのか???

こんな風にね。
セールスライティングでは
迷わせたらダメなのです！

迷ったら人は行動しません。

「3つのNOT」という言葉を
聞いたことがあるでしょうか？

Not Read(読まない)
Not Believe(信じない)
Not Act(行動しない)

人は普通、
面倒くさいから読まないし

読んでも信じてくれないし
信じてでも行動まではしてくれない
という大原則ですね。

プロモーション時のメルマガは
とにかくこの3つのNOTを
乗り越えてもらうための発信をすればいい！
と、覚えておきましょう。

ちなみに販売のためのメルマガについては、
今回の本題ではないので
これくらいにしておきます。

※改訂版では最後の14章にちょっとだけ追記しました。

第7章2節 メルマガって何を書いたらいいの？(その2)

販売活動が終わったあと
日々情報発信をしていくメルマガ。

これが**日刊メルマガ**です。

お客様との信頼関係づくりには
この日刊メルマガの配信が
効果的ですよ。
というのはここまでお話ししてきたとおりです。

私は起業して以来、
この**日刊メルマガを1000日以上**
ずっと続けてきました。

先ほどお話しした
「プロモーション時のメルマガ」
(販売のためのメルマガ)は、
配信する内容が決まっているから
配信しやすいと思うんですよね。

でも、

「日刊のメルマガって
何を送ったらいいの!？」

って思いますよね。

そこで、
私が1000日以上、
約3年間やってきた知恵を
共有したいと思います。
ぜひ、お役立てください。

…で、

さっそく結論なんですけど、
この日刊メルマガの内容については
最初にお話したとおり

「何でもいい」んです。

ただし、
本当に何でもいいわけではありません。

たとえば・・・

「今日はお昼ごはん蕎麦を食べました！
美味しかったです！」

こんな内容を配信しても
仕方ないですね。

日刊メルマガはあくまで
情報提供であり、価値提供です。

日記じゃないんです！

ここをカン違いしてはいけません！

日記で価値を生み出すには
1000年くらい経たないと
厳しいですね。

1000年後の未来人なら

「へえ～、この時代の人
蕎麦ってモノを食べていたんだ！
これは世紀の大発見だぞ！」

って思ってくれるかもしれませんが、
残念ながらそのころには
私たちはすでにこの世にいないでしょう。

日記ではなく、
お客様に読んでもらうもの

そして、
あなたの持っている価値を
惜しみなくお客様に与えるためのもの。

それが日刊メルマガです。

そのことを理解すれば、
日刊メルマガでどんなことを書けばいいか？
というのは自ずと見えてくるでしょう。

あなたの経験、体験、スキル、
学んできたこと、日々感じていること、などなど
何でもいいんです。

その中から
お客様に伝えたい、と思うこと
知ってほしい、と思うこと
きっと役に立つだろうな、と思うことを
書いていけばいいんです。

.....。
.....。
.....。

ムズかしそうだな・・・
と思いましたか？

大丈夫！！！！
絶対書ける！！！！

あなたのことを大好きで
信頼してくれているお客様が目の前にいたら、
話が自然と弾むでしょう？

もしも、
そのお客様が悩んでいたら
何か役に立てることないかな？
って絶対考えるでしょう？

次、会ったときには
コレを話したいな
って思うでしょう？

そういうことを書けばいいんですよ。

だから、
日刊メルマガのネタなんて
何でもいいんです。

私のメルマガは
本当に何でもアリです。

実際に登録して、
購読されている方は
よくわかりかと思いますが…

大好きな歴史ネタから
昨日見た映画のこと
スラムダンクやドラゴンボールのネタ
お客様と実際にお話した内容
などなど…

ありとあらゆることをネタにしています。

ぶっちゃけ先ほど
「コレはダメです！」
とお話した

「今日はお昼ごはんに蕎麦を食べました！」

これでさえ、
メルマガのネタにすることができます！

実際に後の章で
やってみますので、お楽しみに♪

ただし・・・

「何でもいい」とは言ったものの
メルマガの内容においては
お客様が興味を持ってくれやすい「鉄板ネタ」
がありますので
それをお伝えしておきますね。

迷ったらこの順番で
ネタを探してみてください。

優先度NO①・・・お客様事例

優先度NO②・・・具体的なノウハウ

優先度NO③・・・マインドセット

優先度NO④・・・その他日常のことなど

①お客様事例

やっぱり実際の事例はお客様も
一番気になるんです！
実際にあなたのサービスを受けると、
あなたの商品を買うとどうなれるのか？

それが知りたいんですよ。

だから、
一番優先的に発信していくと良いのは
お客様事例ですね！

②具体的なノウハウ

次は具体的なノウハウですね。
たとえば、あなたが整体師さんだったら・・・

「肩こりに効くツボ」なんて
お客様は気になりますよね。

メルマガで教えてもらえたら
絶対嬉しいし
役に立つはずです！

それで、
肩こりが治った！
なんてことがあれば
あなたへの信頼はグンと増すでしょう。

だから、
あなたが専門家として知っている
具体的なノウハウを
お客様にお伝えしてあげるといいですよ。

③マインドセット

その次はマインドセットです。
心構えですね。

たとえば、
あなたが整体師さんだとして、
どんな治療をしてもお客様が

「どうせ治らないよね・・・」
「そんなことやってもムダだよ」

と思っていたら・・・

メチャクチャ治療やりにくくないですか？

あなたに治療してもらったら絶対良くなる！
と思っているお客様より
当然、効果も落ちるはずですよ。

仮に同じ治療をしていたとしても・・・

そこで、
メルマガで前提となる
マインド・心構えを
あらかじめお伝えしておく！

これって結構大事なんです。

マインド8割、ノウハウ2割
なんて言葉があるくらい！

最終的にはマインド・心のあり方で
結果って変わってくるものなのです。

これは、
私以上にあなたが
実感していると思いますけどね。

販売につながる
優先度としては3番目ですけど、
販売以降のお付き合いまで考えたとき
マインド・心のあり方を伝えておくことって
すごく重要になってくるんです。

成果が出やすくなりますからね！

お客様とはあくまで対等ですけど
ただ、専門分野に関しては
絶対にお客様よりあなたの方が詳しいです。

専門家にしかわからない
その分野で上手くいくマインド・心のあり方って
絶対あると思うんです。

それをご存知ないお客様にお伝えしてあげる。

すると、
「知らなかった！」
「すごい！」
「タメになった！」
と言ってもらえ、

さらに、
お客様も成果を出しやすくなるので
信頼貯金が貯まっていくんです。

…というところで
まとめです。

日刊メルマガの内容は
「何でもいい」

迷ったら

- ①お客様事例
- ②具体的なノウハウ
- ③マインドセット
- ④その他日常のこと

この順番でネタを探せばOKです！

ちょっとは

「何だか書けそうだぞ！」
という気持ちになってきたでしょうか？

じゃあ、次は実際に私が
どんな風にしてネタ出しをしているのか？

具体例もまじえてお話ししていきましょう。

第8章 ネタ切れしても毎日書き続けられるテクニック

「毎日書いていて
メルマガのネタって
無くならないですか？」

これもよくいただく質問ですね。

正直に言うと
無くなります^^

もっとも
最初の2年くらいは

「いや、ネタ切れとかないですよ。
絶対書く内容って出てくるので……」

とっていました。
そして、
そう回答していました。

しかし、

メルマガを配信し続けて
2年を超えたあたりから
ついに私も・・・

「書くネタがない・・・」

と、悩むようになりました。

.....。
.....。
.....。

それでも、
毎日書き続けているんですけどね。

ネタ切れしているのに
なぜ書き続けられるのか？

それは、
どんなことでもネタにできるテクニック
を知っているからです。

ネタ切れになっても
毎日書くネタが湧いてくる
テクニック！

知りたいですか？

.....。
.....。
.....。

では、
お話ししましょう。

「具体→抽象→具体プロセス」

これを使えば、
正直何でも
ネタにすることができます。

喫茶店に行ったことでも
美容室で髪を切ったことでも
昨日見たドラマの話でも
何気なく家族とした会話でも
何でもOK！

しかも、
ただの「日記」ではなく、
お客様に「価値提供」できるメルマガ
として配信することができるのです。

「具体→抽象→具体プロセス」とは、

まず、
具体的なできごとの中から
一般的に多くの人に
当てはまる抽象度の高いこと
(原理原則など)を抜き出します。

そして、
それをもう1回
具体的なものごとに当てはめる。

という思考プロセスです。

何だかムズかしそう???

…まずは、やってみましょう。

たとえば

「今日はお昼ごはん蕎麦を食べました！」

コイツを

「**具体→抽象→具体プロセス**」を使って
メルマガのネタにしてみますね！

【具体的なこと】

今日はお昼ご飯に
蕎麦を食べました。

ここのお蕎麦屋さんには
とにかく店内がすごくキレイでした。
ホコリ1つ落ちていないし、
メニューや調味料も
きちっと揃えて置いてありました。

【抽象的なこと】

ビジネスをやっている人間としては
少なくともお客様の
目につくところはキレイにしておく！

これってすごく大事だと思うんですよね。

【具体的なこと】

zoomで
個別相談や
個別セッションをやるときに
背景が散らかっていたり

画面が暗かったりすると

せっかく良い商品、サービスを扱っていても
それが伝わらなくなってしまいます。

実店舗でもオンラインでも
お客様の目に止まるところは
キレイにしておくことが大事ですよ。

.....。
.....。
.....。

今、思いつきで
書いたものですが
まあ、なんとなく
「日刊メルマガ」の記事っぽくなっていますよね^^

「今日はお昼ごはん蕎麦を食べました！」
という内容を
単なる日記ではなく

読者に気づきや価値を与える文章
に変えられている
と思います。

具体的なできごとから
一般的な法則、原理原則を見つけ出し、

それを
他のできごとでも当てはまるのかな？
とか、
自分の場合に置き換えたらどうかな？
みたいに

もう一度具体化して伝える！

これが
「**具体→抽象→具体プロセス**」
です。

この思考法を使えば、
あらゆることが
メルマガのネタにできます。

メルマガのネタだけじゃない！

あらゆる学びを
実践で活かせるようになる
思考法です。

具体的なできごとの中から
一般的に多くの人に
当てはまることを
抜き出すだけでは不十分！

当たり障りのない
ありきたりな文章に
なってしまいます。

ソイツをもう1回、
自分だったらどうかな？
お客様だったらどうかな？
と、具体的なことがらに落とし込む！

これがミソです。

もちろん、
いきなり上手く書こう！
と思ってもできないでしょう。

でも、それでいいんです。

私も何千通と書いてきました。

上手い人の文章を
何度も何度も
「写経」しました。

「具体→抽象→具体プロセス」も
最初は意識しながら使っているうちに
自然と自分のモノとして
使えるようになってきます。

最初から完璧な
発信なんてできません。
だんだん上手くなっていけばいいんです。

まずは、発信してみる事が大事ですね。

そのためにも
「メルマガのネタは何でもいいんだ！」
と、構えずに気楽に考えることが大事です。

正確に言えば、
「話題の切り口は何でもいい！」
ですね^^

あとは、
あなたがお客様に伝えたいな！
と思っていることと
その切り口を

「具体→抽象→具体プロセス」で

つないであげるだけ！

これさえできれば
今日、蕎麦屋に行ったことだって、
メルマガのネタにできるんです。

大丈夫！！
日々、ちよつとずつでも
練習していたら
すぐできるようになりますよ。

まずは、
今日体験したこと
お客様とお話したことなどを元に

この
「**具体→抽象→具体プロセス**」
を使ってメルマガを書いてみましょう。

第9章 「型」を知れば、メルマガは書ける！

さあ、さっそく
メルマガを書いてみましょう！

とりあえずいきなり
書き始めてもいいんですけど、

伝わりやすい文章の「型」
を知っていると
書きやすくなります。

「型」どおりに
書いていけばいいですからね！

武道にも
「型」ってありますよね。

「型」を知っていた方が、
上手くなりやすいし
強くなりやすいです。

文章を書くときも

「型」を知っていた方が上達が早い！

そもそも「型」を知らないと
伝わりにくい文章
まとまりのない文章に
なってしまいます。

なかなか書けない・・・
という人は
「型」を知らないか

あるいは最初から
「型」を無視して
書こうとしている方が多いですね。

どんな風に文章を書いたらいいか？
なんていうことは
昔から研究し尽くされていて、
伝わりやすい文章の「型」っていうのは
だいたい決まっています。

なので、
まずは「型」を知ることが大事！

「型」を知ると
伝わりやすくなります。

最初は奇をてらわずに
型どおり書いてみるといいでしょう。

慣れてくれば
特に意識しなくても
なんとなく型どおり書けるようになります。

この資料は
コピーライティングについて
詳しく学ぶ資料ではないので、
代表的な「型」をいくつか挙げるに留めます。

幸いなことに今は
検索すれば
この基本の文章の「型」については
かなり詳しく知ることができますので
ぜひ、調べてみてください。

私がよく使う「型」は

「PERP法」と「4mat」です。

PREP法(プレップほう)は

Point(ポイント)
Reason(理由)
Example(具体例)
Point(ポイント)

の順番で伝えると伝わりやすい！
という「型」です。

まず、
ポイント。
つまり、「結論」から入ります。

すると、
聞き手、読み手としては
何のテーマなのかがすぐわかります。
集中して話を聞いてもらえるんですね！

その上で、
理由と具体例をお伝えします。
すると、納得感・確信度が高まります。

最後にもう一度
結論を繰り返すことで
印象に残る。

という文章の型が
PREP法です。

4mat(フォーマット)とは

①なぜこの話を聞く必要があるのか？
を伝える。(WHY)

②それは具体的には何なのか？
情報を伝える。(WHAT)

③どのようにやるのか？
やり方・手順を伝える。(HOW)

④他にはどこで使えるのか？
を伝える。(IF)

この順番で
文章を書くと
メチャクチャ伝わりやすくなる！
という基本の「型」です。

ちなみにこの資料も
4matの型で作っています^^
目次を見てもたらわかりますよ。

プロモーション期間のメルマガについては
「PASONAの法則」や
「QUESTフォーミュラ」という
「型」をよく使っています。

詳しく知りたい！
と思ったらぜひ、
ググってみてください。

大事なことは
まず、「型」を知って

それから、
「型」に沿って書いてみること！

つまり、実践です。

とにかくやってみることです。

あとは、
「写経」とかもいいですね。

上手い人の文章をマネて書いてみることを
コピーライティングの世界では
「写経」と言います。

私は、
パソコンのメモ帳を開いて
別のウインドウで参考にしたい人の文章を開き、
ひたすらタイピングして書き写しました。

それこそ数え切れなくらい
「写経」したと思います。

「写経」するときには
これはどんな「型」を使っているのかな？
と意識しながら写経をしていくと

実際に自分で書くとしたら・・・
とイメージできるのでいいですね。

第10章1節 「やっぱり書けない！」と思ったときのウラ技！？(その1)

メルマガについては
「型」を知って
とりあえずまずは書いてみる！

これが一番ですが、

「それでもやっぱり文章を書くのって苦手だ……」

というあなたに
ウラ技を伝授したいと思います。

「なかなか文章が書けない……」

と思っているあなたへの
ウラ技その①

タイピングスピードを上げる！

タイピングスピードが遅いと
思考に文字が追いつきません。

思考のスピードに
文字入力のスピードが
追いつかないと・・・

文章って出てきにくいんですよ！

思考がジャマされちゃいますからね。

私は思考と
ほぼ同じスピードで
タイピングできるので

書きながら文章が浮かんできて
ストレスがないんですけど、

「手書き」で文字を書くとすると・・・

思考のスピードに
手が追いつかないので
いつも非常にストレスを感じます。

なので、
字がメチャクチャ汚いんですけど(笑)

文字を書くスピードが
思考に追いつかない手書きの場合、
なかなか文章が浮かんでこない！
という現象が起こります。

あなたがもし、
「タイピングが苦手」
だったら、これと同じことが
起こっている可能性があります。

これは単純に
タイプスピードを速くすれば解決できます。

タイピングを早くするには・・・

練習です！

「寿司打」という
タイピング練習ソフトがあるので
コイツで練習しましょう。

<http://typingx0.net/sushida/>

他の仕事も早くなりますし、
一石二鳥ですよ！

どうしてもタイピングが苦手なら、
紙に書くとか……

それだと面倒くさいので
音声入力にするというのも1つの手ですね！

第10章2節 「やっぱり書けない！」と思ったときのウラ技！？(その2)

「なかなかメルマガが書けない……」

と思っているあなたへの
ウラ技その②

動画を撮る。

「今日は○○についてお話ししているので
こちらを見てください。
↓↓↓↓↓
(動画のリング)」

メルマガの内容は
これだけで済んでしまいます^^

動画は
恥ずかしい……
面倒くさい……

という場合は、
音声のみでもOKです。

書くのが苦手なら
別に書かなくてもいいんです。

要は、
メルマガによって何をしたいか？です。

”お客様との信頼関係を築くこと”

でしたね。

それができれば・・・

あなたが持っている価値で
お客様に喜んでもらえれば・・・

それでいいのです！！！！

そう、
お客さまに喜んでもらうこと！

人生やビジネスや日々の生活に
ちょっとでもプラスになる情報をお届けすること！

その気持ちが何よりも大事なのです。

私がメルマガを
1000日以上続けてきて
会得したメルマガの極意は
それなんです。

第10章3節 「やっぱり書けない！」と思ったときのウラ技！？(その3)

「なかなかメルマガが書けない……」

と思っているあなたへの
ウラ技その③

本を読んで
本の内容をネタにする。

これは、究極のウラ技ですね^^

ただし、
本の内容を
そのまま書いてはダメです！

それは
ただの受け売りというか、
パクリですからね。

第一、
そのまま書くのでは
あなたが配信する意味はありません。

お客さまにとっても
大して価値はありません。

じゃあ、どうするか？
っていうと、

さっきの
「具体→抽象→具体プロセス」ですね！

あなたの具体的な
経験や思ったことと
絡めて書く！

これだけで本を読めば読むほど
メルマガのネタは増えていきます。

- ①この間、こんな本を読みました。
- ②私はこう思いました。
- ③これってこの場合も当てはまりますよね？

こんな感じで
あなたの意見や経験を取り入れて書くことで
あなたにしか伝えられない価値になります。

ある先生が
こんなことをおっしゃっていました。

「知っていること、知識を
伝えると頭に残る。

思っていることを
伝えると心に残る。

経験したこと、
実践していることを
伝えると腑に落ちる。」

私はセミナーを
開催していたこともありますが、
私のセミナーは参加者の方からよく

「腑に落ちました！」
「腹落ちしました！」

と言われていました。

それはなぜかというと、
実際にやってきたことを
お伝えしていたからですね！

メルマガ読者の方からも
「心に響きました！」
と言われるのは

ただの知識ではなく、
私が心から思っていることを
書いているからです。

「納得しました！」
と言われるのは

実際に取り組んできたことを
書いているからです。

本で読んだことは知識ですが、
そこから思ったことや
実際にあなたが経験したことは
あなたの財産です。

あなたにしか発信できないことです。

正直、
誰でも言っているようなことを
書いてもあんまり
読む価値ないじゃないですか。

だから私は、
必ず自分の思ったことや
実際にやってみたことを
なるべく絡めて文章を書くようにしています。

そいつを使っていけば
メルマガのネタなんていくらでも出てくるのです。

というわけで
メルマガを書き続けるのには

経験値を増やすこと、
いろんな体験をすることが
大事かもしれませんね！

そもそも
いろんなことを体験したら
人に話したくなるでしょう？

「これ、今度お客さんに話してあげたい！」

って思うでしょう？

その感覚を増やしていくことが
メルマガを毎日書くコツなのです。

私も動画制作で
数日間引きこもって作業をしているときって
結構、メルマガのネタに
困りますからね^^

第11章 配信解除は気にするな！

メルマガやLINEを初めて
最初のころ、
リスト数が少ないころは

「配信解除」や「ブロック」って
すごく気になってしまうものですね。

「ああ、また配信解除された。
書く内容がマズかったのかなあ？」

なんてイチイチ
気になってしまいがち！

ちなみに私は
配信解除については
ほとんど気にしていません。

そもそも
すべての人に響く配信はありません！

ましてや
メルマガやLINEは
濃いファンを作っていたり
お客様との信頼関係を作っていたり
するためのツール。

そこで
みんなにいい顔をする必要は
まったくないのです。

特定の人に響く内容を発信しようと思えば、
響かない人、そうは思わない人も出てくる！
というのは情報発信をしていく以上、
宿命のようなものです。

そもそもそういう方は
あなたのお客様にはならないので
1ミリも気にする必要はありません。

むしろ、もっとあなたのことを
好きなお客様に向けて発信していくべきで・・・

気持ちとしては、
配信解除の分だけ
ブロックの分だけ
ファンが増えた！
それくらいに思っているでもいいと思います。

もっとも
明らかにターゲットがズレた
配信をしていて配信解除が増えるのはダメですけど、
そうでなければそんなに
気にする必要はありません。

ビビって
当たり障りのないことを言うのでは
誰にも響かない文章になってしまいます。

メルマガやLINEは
クローズドな場です。

スポーツで言ったら
「ホームグラウンド」みたいなものですから
あなたが本心で思っていることを
思う存分伝えていけばいいのです。

あなたのお客様が
「本当は思っているけど言えないようなこと」
をあなたが代弁してあげる！

この感覚でいくと、
結構反応もらえますよ。

ただ、それを言うのは

あなたも勇気がいるかもしれません。

でも、それが
信頼につながるのです。

「ああ、それ
まさに私も思っていたんです！」

なんて言われることになるのです。

私は、結構メルマガに対して

「あの記事、響きました！」

というお声をいただくことが多いです。

「メルマガを読んでいて、泣けちゃいました」

なんて言われることもあります。

本音をお話しているから
響くのです。

専門家として
私たちの本音を伝えられるのが
メルマガというツールです。

そもそも
あなたに興味を持ってくれている人が
集まっているので
忖度する必要はありません！

逆に
あなたの本音に
共感しないような人だったら
解除してもらったほうがいいですよ。

そういう人の前で話をするのって
やりにくいでしょ？

自由に解除できるのが
メルマガのいいところです。

とは言え、
節度とマナーは忘れずに！
当たり前ですけどね。

配信解除と合わせて
「開封率」と「クリック率」

これもそんなに気にしなくていいです。

タイトル(件名)で
興味づけできれば開封率は上がりますし、

リンクのわかりやすさ
文章との関連度などによって
リンクのクリック率は変わります。

何万リストとか持っていれば
統計的にも意味が出てきますけど、
リスト数が少ないうちから
そんなに気にしてもねえ……

それよりは
メルマガを書き続けることによって
4章でお話したようなメリットを
享受するほうがいいと私は思いますね。

ただ、
お客様のニーズを探るための
手段の1つとして
「開封率」や「クリック率」を使うのはアリです。

こういうネタを書いたら
開封率が高かったから
次もこのネタで書いてみよう！

みたいな感じです。

母数は少なくとも
目安にはなりますからね。

第12章 コピペはダメ！絶対！

メルマガや文章が上手くなるためには
たくさん書くことと、
写経、つまり上手い人のマネをして
書き写すことが大事です。

というわけで
特に最初はみんな
上手くっている人のマネをしたり、
いいなと思った文章のマネをしたりすると思います。

それ自体は大変素晴らしいことです！
むしろ積極的にマネるべき！

なんですけど……

そのとき
絶対やっちゃいけないことがあります。

それは……

完全コピー

です。

「コピーはダメ！絶対！」

ぜひ、
声に出して唱和してください。

なぜコピーはダメなのか…

信じられないような
話ですが…

「こんにちは〇〇です」

と名前まで
コピーしてそのまま配信してしまう…

なんていう珍事件が
たまに発生しているからです。

私の師匠からは
「なぜかオレからメールが送られてきた事件」
なんていうのを聞いたことがあります。

ほんと、
信じられないような笑い話なんですけど
やらかすヤツ、マジでいますからね！

コピペは本当に
やめたほうがいいです。

そもそも
完全コピペでは
まったくスキルは上がりません。

敬意をもって
「意図をマネる」ことが大切です。

【追記】第13章 開封率についての考え方

第11章・配信解除は気にするな
で書いたことの追記です。

「開封率は気にしなくていいよ。」
というお話をしたのですが、

どんなタイトルを付けたら・・・
どんなテーマだったら・・・
開封されやすいのか？
読まれるのか？

それを探るためには

「開封率」は
非常に有効です。

毎日あるいは、
定期的に配信していると
こういうテーマのときは
開封率が高いな・・・

つまり、
読者が興味を持ってくれやすいな…

こういうテーマのときは
正直、微妙だな…

ということが見えてきます。

第11章でお話したことの
繰り返しになりますが、

お客様のニーズを探るための
テストとして
「開封率」や「クリック率」を使う。

そんな感じで
考えておくと思います。

扱っている商品や
リストの集め方によっても
全然変わってくるので
一概には言えないですが、

開封率は
10%くらいで普通。
20%を超えてくるとかなり良い(読まれている)
とされています。

開封率が低いと
迷惑メールフォルダに入りやすくなり、
なかなかメールが
届きにくくなる場合があります。

なので、
読まない人はあえて削除して
開封率を上げる。

それによって
迷惑メールと判定されにくくなり、
より必要な人に届きやすくなる。
というテクニックもあります。

これは、
「リストクリーニング」
なんて言われています。

ちなみに・・・

開封率50%とか

ほぼ100%とか言っている人は
ぶっちゃけ、これやってますね^^

20%を超えて
それ以上に開封率を上げようと思ったら
読まない人を削除して
恣意的に数字上げればいいのです(笑)

というわけで、
開封率が高い、低い。
それ自体に意味はありません。

その数字をどう使うか？
とか、

あるいは、
もっと届きやすくするために
開封率を上げよう！

という
考え方が大事です。

「開封率」に振り回されるな！
「開封率」は使え！

これが「開封率」に関しての
基本マインドです。

【追記】第14章 メルマガでの販売について

第4章・メルマガはなぜ書いたほうがいいのか？
の中で

「販売・売上に直結するから」

という理由をあげました。

「メルマガって書く意味あるの？」
と思っている
あなたに伝えたいのですが・・・

メルマガは

ぶっちゃけ売れます！

売上を作ってくれるんです！

実際に私の場合、
”メルマガを読んでくれた人”が
私が扱っている商品「お絵かきムービー」を
購入しています。

私のメルマガを登録した直後に
個別相談に申し込んでいただいた方と

私のメルマガをしっかりと読んでから
個別相談に申し込んでいただいた方とでは

なんと、
成約率が2.5倍も違うんです！

前者はメルマガを読まずに
「お絵かきムービー、なんか良さそう！」
っていう勢いで
お申し込みされた方ですね。

それに対して
私のメルマガをちゃんと読んで
価値を理解してくれた上で
お申し込みされた方。

当然、後者の方が
成約率が高いのは当然なんですけど…

この事実からも
メルマガが大事である。

ということは
おわかりいただけるでしょう。

また、
メルマガを読み続けていただいて
半年後くらいに
再度お問い合わせをいただき、

「やっぱりお絵かきムービー、作りたいです！」

と言われたこともあります。

…というわけで
ぶっちゃけメルマガは

売れます！！

売れますが、
メルマガでの販売は

「販売」
「セールス」
というより

「ご案内」
というニュアンスが近いですね。

こんなことやってますよ。
という「ご案内」です。

「情報提供」と言っても
いいかもしれません。

あくまで判断するのは
お客様の方ですからね！

それを前提とした上で、
判断に必要な情報を提供する。

そんな感じです。

メルマガの読者は
SNSを見ている人と違って、

多少なりとも
あなたやあなたの商品に
興味があって登録しているのですから…

感覚としては
クルマの情報誌とか
ファッション雑誌とか
求人情報誌とか

そういうのを見ている人の感覚に近いです。

そういう方に
魅力的な情報を提供するだけ！

これって全然セールスじゃないですよ^^

飲食店でも
お客様が来られたら

「いらっしゃいませ」

「ご注文はお決まりですか？」

「メニューはこちらです。
今日のオススメは○○ですよ。」

って普通に言いますよね^^

それで

「うわっ！セールスされた！
このお店、もう行かない！！！」

なんて思う人がいたら、
その人の方がおかしいです。

むしろ、
お客様が来ているのに
挨拶もせず、ご案内もしない方が
クレームになりますよね。

あなたが**魅力的なオファーを**
ご案内して、
それでも配信解除されるなら

最初から
少なくとも今は
買わない人だった。

それだけのことです。

ただし、

どんなに「魅力的なオファー」だったとしても…

販売の案内ばかりだと
読みたくなくなります。

読者は飽きてしまいます。

雑誌だって、
広告は普通にあるけど
それ以上に

「価値ある情報」が載っていて、
それを知れるから
読むわけじゃないですか。

それと同じことです。

つまり、

普段からの配信が
とっても重要！！！！

普段から価値ある情報を
お届けすることが

めちゃくちゃ重要！！！！

ってということです。

本当に大事なことなので、
言い換えて2回言いました。

でも、
本当に本当に重要なことなので、
もう1回言います。

メルマガは

普段からの配信で

価値ある情報を

お届けし続けることが

何よりも重要です。

売るときだけ真剣になるのは
もう、やめてください。

第15章 まとめ

メルマガを1000日書き続けた起業家の
「超・メルマガ活用術！」

いかがだったでしょうか？

第1章、第2章では全体像を

第3章～第6章では
メルマガを配信し続ける唯一のコツと
なぜ、メルマガを書いたほうがいいのか？
ということについて

第7章では、
メルマガでは何を書いたらいいのか？
について

第8章、第9章では
実際にメルマガを書いていくときの
テクニックについて

そして、

第10章～第14章では
ウラ技と注意点について
お話ししてきました。

私が実際にやってきたこと
その中で大切だと思ったことを
お伝えしてきましたが、

資料としては
十分価値があるものに
なっているのではないかと
思います。

ぜひ、
お役立ていただければ幸いです。

そして、
ちょっと久々に
メルマガ(LINE)配信してみようかな？
と思ったらぜひ、配信してみてください。

今はやっていないけど
これからやってみようかな？
と思ったらまずは
配信スタンドを契約して
初めてみてください。

あなたが実践したことが
あなたにしか伝えられない
「価値」になるのです。

これから
メルマガを始めたい方へ
オススメのメルマガ配信スタンド
マイスピーの申し込みはこちら
<https://myasp-ao.com//c/QvTaQSUU/Ahehr3DO/>

(パーソナルプランがオススメです。)

【発行責任者】

Unlimited Colors
代表:細井 淳一

お問い合わせメールアドレス
mail@unlimitedcolors.net

お絵かきムービークリエイター・細井の
日刊メールマガジン、登録はこちら
<https://unlimited11.com/oekakiend/>

メルマガを1000日間書き続けた起業家の
「超・メルマガ活用術！」

初版 2022年 7月11日
改訂版 2022年12月27日