

232 リスト獲得

0からの企画作り CTAの設計術

累計参加数

676名
突破

-特別動画付き-

✓ バックエンドの成約率の最大化

✓ 企画～販売導線の再現性の高め方

✓ 全ての企画・理想商品作りワーク

フリスクです。

- ・ 偏差値37のFラン大学出身
- ・ 手取り15万のコミュ障会社員
- ・ 田舎で充実度0、自己肯定感0

僕はそんな状態から累計500人以上に指導させていただいたり、

文章一本で数千万売り上げたり
年商1億円スクールの講師を務めるまでに成長できて、
(僕の詳しい活動実績などは[こちら](#))

最近ではXでのプレゼント配布企画を
一人で**6連続で成功**させることができました。

すべて“文章一本”です。

1月

フリスク 静かに目立たず争わな @c 1月10日
1万2000字レポートを無料配布。
『少ないアクセスでも毎日リストを獲得し、高単価商品を目立たずリピート成約させるライティングの実践書』...

♡ 171 ↻ 47 ○ 105

インプレッション数 ①
29,219

エンゲージメント ① 詳細のクリック数 ①
1,680 **901**

新しいフォロワー数 ① プロフィールへのアクセス数 ①
12 **214**

1月

フリスク 静かに目立たず争わな @c 1月22日
約1万字レポートを配布します。
準備3日間ほどで参加人数130名超え、新規54リストを獲得した“プロモーションライティング”...

♡ 143 ↻ 53 ○ 77

インプレッション数 ①
25,462

エンゲージメント ① 詳細のクリック数 ①
1,208 **715**

新しいフォロワー数 ① プロフィールへのアクセス数 ①
4 **126**

3月

フリスク 静かに目立たず争わな! @c 3月4日
1万1606字レポートを無料配布します
〜集客労働地獄からの解放〜
『文章での価値の生み出し方と...』

♡ 140 ↻ 42 ○ 83

インプレッション数 ①
12,864

エンゲージメント ① 詳細のクリック数 ①
1,031 **579**

新しいフォロワー数 ① プロフィールへのアクセス数 ①
5 **73**

4月



インプレッション数 ①

13,345

エンゲージメント ①

886

詳細のクリック数 ①

497

新しいフォロワー数 ①

6

プロフィールへのアクセス数 ①

49

5月



インプレッション数 ①

13,631

エンゲージメント ①

1,082

詳細のクリック数 ①

603

新しいフォロワー数 ①

17

プロフィールへのアクセス数 ①

104

6月



インプレッション数 ①

13,750

エンゲージメント ①

1,076

詳細のクリック数 ①

457

新しいフォロワー数 ①

16

プロフィールへのアクセス数 ①

118

フォロワーは540人ほどの弱小ですが、
毎回参加者は「100名」を超えています。

6回の累計でいうと参加者は600名以上です。

新規リスト増加数は、いまざっと
計算したら大体「250」ぐらい。

感想は合計で「144名」でした。

準備に1ヶ月とか大掛かりに
やる人も多いですが、

僕の場合、余裕もって準備に
3~4日ほどしかかけてないので、

**その割には超効率的に「認知獲得」も
「新規リスト獲得」もできているかなと。**

(直近の売上のためだけでなく
数手先を見据えて色んな意味を
重ねて企画やってるのであれですが)

「なんでそんな毎回上手くいんですか？」

って聞かれますが正直、
何も特別なことしてないです。

今でこそ『**企画を当てる確率**』
が少しずつ増えていってますが、

初心者のころはかなりひどかったです。

こんなにバンバン定期的に企画を
打ったりとか夢のまた夢でした。

大きな実績もなく、
初めて企画をやった時は

「プロモーションって難しすぎん？」

「6つの教育とかがあってどうやるの？」

「ってか何通ぐらい配信すればいいの？」

って分からない事だらけ、
不安だからでしたね。

本編のコンテンツを作るのに
2ヶ月とか謎にめっちゃ
時間かかってましたし、

「よっしゃ完成した！配るぞ！」

ってなっていざ企画をスタートさせても
そもそも数人にしか受け取ってもらえない
みたいなの。

あるときは、自分の知ってるノウハウを
全放出させる勢いで有料レベルの情報を
分かりやすくまとめたのに、

全然参加されずに滑って
“問い合わせ0人” とかもザラでした。

まあ、いま振り返ると原因はすぐ
分かるんですが。

ですね、『企画』と聞いて何を
思い浮かべますでしょうか？

色々あると思いますが、

「いいね、RTしたらプレゼントします！」

みたいな無料プレゼント配布企画を
Xだとよく見ますが、それに限らず
ビジネス系ジャンルだったら

- ・ Zoomセミナー
- ・ オフライン勉強会
- ・ 飲み会、お茶会 (懇親会)
- ・ コラボ、対談音声
- ・ コミュニティ

とかありますよね。

個別の企画だと

- ・ プロフィール添削
- ・ LP, 記事添削
- ・ コンセプトメイクします
- ・ 商品設計やります
- ・ ファネル組みます

みたいなとか。

他にも探せば無限に
出てくると思います。

企画を打って問い合わせを取ったり、
そこから有料コンテンツやバックエンド
に繋げる人も多いですが、

「その後の有料商品が売れない」

「バックエンドが買ってもらえない」

「問い合わせが来ても理想の顧客
じゃなくて見込みが薄い人ばかり」

っていう状態になる人が周りを見渡すとめっちゃう多いです。

この原因の一つとして

“自分らしい企画”

ができてないからです。

自分らしいって
どういうことかっていうと、

言い換えると

『コンセプトから降ろした企画づくり』
ってことです。

そもそもみんな見様見真似でやり過ぎ。

「今回の企画で300万売り上げました！」

「この導線で過去最高売り上げです！」

みたいな他人の成功事例をそっくり
そのまま取りいれるのは危険です。

なぜかっていうと単純で、

**発信者一人一人コンセプトが違えば
優位性も強みもフェーズも目指す理想も
ターゲットも違いますよね。**

それをそっくりそのまま
採用して真似するのって

「本当に自分のコンセプトを
反映させた企画ですか？」

っていう。

まあ昔の僕はそれに飛びついて
失敗しまくったんですけどね。

だからこそ遠回りになるので
このレポートを読んで僕みたいになら
ないで下さい笑

商品がないとか、
数十万ぐらいの単価の
バックエンドを作る自信がない

っていう人も多いと
思います、

その場合は規模が小さくてもいいから
“プチ企画” みたいなものを何回も
実施するといいです。

プチ企画っていうのは
あまり準備に時間をかけずに
3、4日とか長くても1週間とか
ですかね。

それぐらい『さっとすぐに』
始められるようなものですね。

ローンチとかするとき

本編のコンテンツを作って
モニターを募集して
特典を用意して
レターを書いて…

みたいに1~2ヶ月準備にかける
のもいいんですが、

時間かかるのでみんな途中で
息切れしたり途中で挫折して
しまう人が多いです。

特にフロントエンドがない人や
バックエンド商品のイメージがつかない人は

規模が小さくてもまったく大丈夫なので、

“スモールな形で小さな企画”
をまずやるのがおすすめです。

基本的な企画づくりの考え方

まずは企画を実施する上での
超基本的な考え方をお伝えします。

これはプレゼント配布企画は
もちろん、

- ・ Zoomセミナー
- ・ オフライン勉強会
- ・ 個別の添削企画
- ・ コミュニティ
- ・ 体験セッション

とか“すべて” に当てはまります。

あとは

・ コンテンツ販売
(Brain、note)

・ オンライン講座
(Udemym、ストアカ)

とか有料で商品を
売るときも該当します。

ではいきます。

ポイントは2つです。

① ペルソナ起点で考える

まずはペルソナ起点で考えるのが大前提です。

ターゲットが

- ・ SNSにいる人
- ・ 副業に興味ある人

みたいにターゲットが曖昧な人がいますが論外です。

“必ず絶対に” ペルソナを起点に考えてください。

もうこれは大原則ですね。

ビジネスは

『誰のどんな悩みをどうやって解決するか？』
に集約されますよね。

で、お客さんの悩みを解決する
手段として商品があるわけです。

ってことは企画をつくるときも
考え方は同じです。

ペルソナの為に企画を打つし
商品も販売する必要があります。

だからペルソナがぶれたりしたら
バックエンドの販売導線の
再現性、期待値は上がっていかずに

“一過性”の企画だけで終わってしまいます。

② 解決策の洗い出し

次ですね。

これは①で考えたペルソナの人の
悩みとか問題点をもとに

・ **どんな企画をやったら**
相手が少しでも成長できそうか？

・ **変化できそうか？満足してもらえそうか？**

って考えればいいです。
超シンプル。

「いまこれが流行してるから」

「実力者がこういう企画やってるから」

っていうのはお客さんの事を無視して
しまっているのと一緒にですね。

で、ポイントとしては一度の企画で
参加した人が分かりやすい売り上げとか
数字とか出せなくても大丈夫です。

「1ヶ月で5万稼げた」

「すぐバックエンド商品が売れた」

みたいな直接的な成果や結果を
出すのは難しい場合が多いので、

じゃあどうすればいいのかって
なったときに大事なものは

“理想とする目標に近づいている感” です。

なので参加者が

- ・問い合わせが取れた
- ・リストが獲得できた

でもいいし、

「めっちゃいい感じのコンテンツが作れた！」

でもいいわけです。

- ・振り返る習慣ができた
- ・マインドが変化した
- ・文章書くのが継続できるようになった

とか『もっと小さな報酬』

でも全然大丈夫です。

前に進んでいる感、成長している事が
実感できれば大きな成果が出せなくても
十分満足してもらえるので。

例えば僕の場合だと、去年に

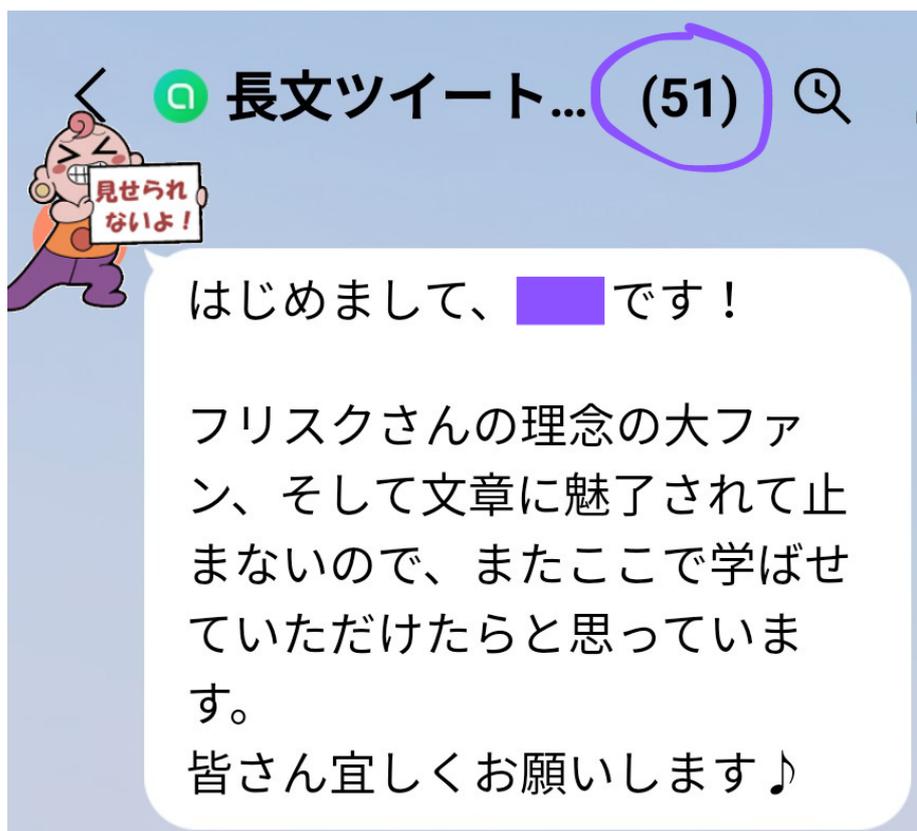
『長文ツイート攻略コミュニティ』
っていう無料企画を実施しました。

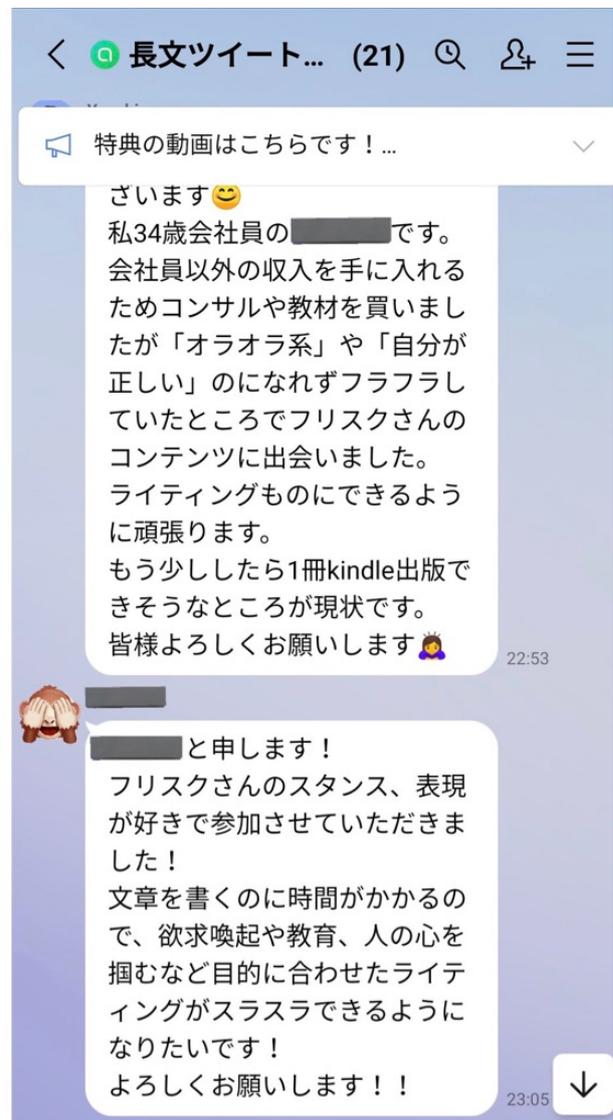
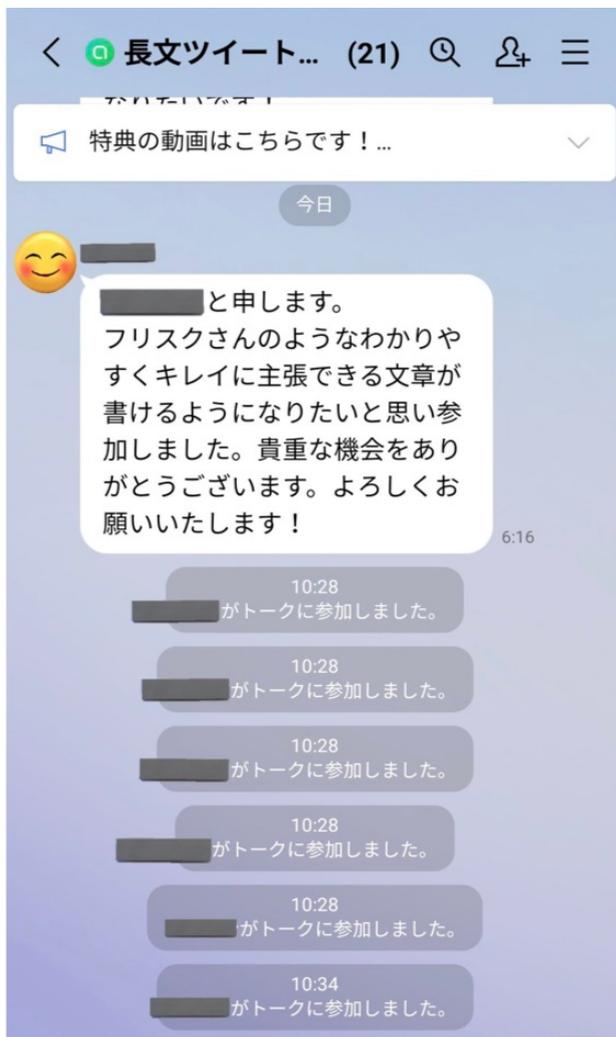
これは、

「みんなでXの長文ポストを攻略して
数字とか得た気付きとかをオープンチャットで
シェアしてリスト獲得や集客力を強化していこう！」

みたいな企画ですね。

これをやりました。





期間は約14日間ほどで、オープンチャットにコラムを投稿しつつ、無料メルマガ講座も配信してました。

その結果、参加者の方の中には

- 80リスト増加
- 問い合わせ3件獲得
- 一つの長文ポストで11リスト増加
- インプレッションが普段の4倍

などの成果を出す人もいました。

参加者の方は、

「50万稼ぎました！」

「note100部売れました！」

とか直接的な金額を売り上げたり、
大きな額を稼いだっていうわけ
ではないです。

以下、コミュニティ終了時の
アンケートの回答です。

参加して得られた学び、成果や数字、成長した所、よかった所などをどんな小さなことでもいいので教えてください(できるだけ詳しく)

20件の回答

実績出されている方がされている仮説と検証の様子がわかり、感謝しています。

- ・リストを取れる文章を書ける様になった。
- ・長文を書くのにネックにならなくなった
- ・リスト数がコミュニティ入る前より20人ぐらい増えた
- ・アポが今まで(約2かげつ)で3件でしたが、コミュニティ入ってる間に3件決まりました

と色々ありますが、
やっぱり自分の文章に自信を持てた部分がかかなり強いです。
今までは感覚的に書いてた部分が大きかったので、それをフリスクさんが言語化してくれて『再現性』を高めて頂いたなと思います。

まだ自分の中には落とし込めてないですが、
これからも書いていってどんどんレベル上げて行きたいと思います！

アウトプットの習慣がついた。
ライティングの抵抗が少し抜けた

フリスクさんのわかりやすい文章と

一発逆転みたいなやり方ではなく

ジワジワと成長していけそうで参加しました。

以前に10通以上のステップメールを書いて商品をアフィリエイト、プレゼントを作るまでチャレンジしてみたのですが難しく、挫折してしまいました。ブレインの教材でも商品はギリギリ作れても宣伝ができないとか自分にモヤモヤしていました。でも、フリスクさんの方法ならわかりやすく

書いて慣れていく、その先に自分の商品もできあがるという体験をしたいとおもいました。

皆さんが積極的に取り組んでいることに、大いに刺激されました。そして、それに比べて自分はまだまだだと反省しました。

累計リスト獲得数80件

成果や数字には表れませんでした。一人のお客様に向けて発信することを意識できるようになりました。

やはり環境がある事で自分も感化されて発信をする事ができました。リストは2~3件くらいしか取れませんが、長文ツイートの考え方を知れてよかったです。

「長文ツイート攻略講座」、とのことでしたが、ライティングやブランディング、意志力(エネルギー)、価値提供、顧客の心理、実力者に頼ることの大切さ、など、さまざまな面での学びをいただいたと思っています。

テーマごとに、ひとつひとつかみ砕いて丁寧に説明してくださっていて、内容もわかりやすいのに濃かったです。

長文ツイートって、こんなにいろいろな要素が含まれていて、インプットもアウトプットもできる。そのうえ、見込み客にブランディングができる。

奥が深すぎますね・・・。

正直、私はTwitterのアカウントを最初に作ったときは一応ビジネス目的ではあったものの、今はいろいろな人と交流できることが楽しくなっていて、今回の講座の内容のようなことは頭の片隅にもなかったです。

「この企画の満足度はどれぐらいですか？」

みたいな直接的な聞き方はしていないので
分かりませんが、

とはいえ多くの方が成長を実感できている
様子が伺えたので、満足度は高かったのでは
ないのかと思います。

まあ企画の期間が14日間だったので
すぐ結果出るようなポテンシャルある人は

このコミュニティに参加しなくても
結果出てたと思います笑

こんな感じで、

「参加してもらったからには
絶対に稼がせないと…」

みたいに意気込む必要はないです。

企画のゴールが

「絶対にあなたを10万円稼がせます！」

「必ず僕があなたを成功に導きます！」

みたいに成果を保証するような訴求だと

“参加者の期待値が上がってしまう”

ので、

そういう場合はまた話が別になってきます。

なのでそうやって結果や成果

を約束するような集め方をしない限りは、

別に大きな売上とか成果が出なくても

十分満足してもらえます。

もう一度繰り返しになりますが、

大事ななのは

『理想とする目標に近づいている感』

です。

- ・長文を書くハードルが下がった
- ・メンタルブロックがある事に気付けた
- ・文章を書く習慣がついた
- ・自分の基準値が低さを感じた

とか、内面や精神的な成長、
心の変化でもいいわけです。

**どんな些細な実績でも小さな成果でも
前に進んでいる実感を感じてもらえれば
満足度は上がるので。**

是非覚えておいてください。

売上が最大化する企画づくり

じゃあその上でどんな企画を
やるべきなのか？

大事なのは、バックエンド商品が
成約するような企画にすることです。

それが通るような企画が理想です。

逆にいうと、ただ単に企画をやるのは意味がないです。

その企画を実行してよかったかどうかの判断基準としては

「企画に参加した人がどれだけバックエンド商品を購入したか？」

で評価するべきです。

ってなったときに、重要になってくるのが

企画の中身は自分のバックエンド商品を気軽にお試しできるような内容がいいです。

つまり、自分のサービスを一度体験できるような企画ですね。

ビジネス系だったら

<バックエンド>

グループコンサル+オンライン講座(半年間)

<企画>

オープンチャットを運営しオンライン講座の一部を配布(2~3週間)

とか。

あとバックエンドがマンツーマンの
個別コンサルだったら

- ・ 単発スポットコンサル
- ・ 記事添削(LP、ステップ)
- ・ コンセプト設計

とかを企画にするのが王道です。

ダイエットジャンルとかでいうなら

<バックエンド>

毎日の食事や運動に関してチャットと
Zoom使って個別にフィードバック(1年間)

とかだったら

<企画>

- ・ 個別にバックエンドの内容を
2週間限定で実施

- ・ ヨガ、瞑想体験会と一緒に行く

とか。

恋愛ジャンルでいうなら

<バックエンド>

マッチングアプリ(メッセージ、トーク、アポ)の添削やストナン指導など個別コンサル

<企画>

- ・アプリのプロフィール添削会
- ・アプリ用の写真撮影
- ・ストナンの単発講習

とかですね。

他にも探せば無限に出てきますが、

「みんながやってるから」

「流行してるから」

っていう理由ではなく、

自分のコンセプト、
自分のペルソナから
決めていくのが大原則です。

もっと具体的にいうとその人の情報発信の
“大局的な流れやシナリオ”

によって決めていくのがいいんですが
話逸れるのでまたどこかで話せたらなど。

でですね、あとこれ超重要
なんですが、

「自分が即参加したく
なるような企画か？」

って問われたときに

「100%参加します！！」

って言い切れるかどうかですね。

それぐらい魅力的な内容に
するべきです。

企画をつくるとき、
過去の自分のような人が
ペルソナと考えた時に

「絶対に参加してみようと思うか？」

「満足できそうか？」

っていう視点で企画を
設計していくと作りやすいので
これも覚えておいて欲しいです。

企画～バックエンド販売に関して

これも導線やファネルによるので
一概に言えないですが、

- ① **企画の募集時**
- ② **企画の終了時**

このどちらかのタイミングで
CTAを個別のZoomを申し込みする形を
取ったり

グループセッションやコミュニティを
販売する形だったり

コンテンツとかオンライン講座を購入
してもらう形だったり色んなオファー
があると思います。

そこで外せない重要ポイントが
いくつかあります。

これを意識しないと申し込み率が
激減するので抑えておいて欲しいです。

=====

- ① 問題に気付いてもらう
- ② 必要だと感じてもらう

=====

この2点です。

① 問題に気付いてもらう

まずこれに関してですが、
読者はそもそも自分の
問題に気付いてない事が多いです。

なので悩みに気付いてない人に
“気付かせる”っていう事が
必要になってきます。

大前提として
企画に参加する人たちってごくごく
普通の一般の人が圧倒的に多いです。

業界に染まっていないというか、
まあ言い換えれば初心者に近い人たち
って事です。

僕もそうなんですが、

「お客さんってこういう事に悩んでるでしょ」

ってついつい決めつけてしまいます。

業界の当たり前常識とかに
引っ張られるみたいな感じですね。

例えばビジネス系だったら

「100%リソースがあるならその内90%を
コピーライティングに向けるべき」

なんて20年以上前のネットビジネス業界
では当たり前の常識、暗黙の了解として
扱われていたりします。

コピーライティングなんて学んで
当たり前過ぎてわざわざ言わない、みたいな。

でも

「文章でモノを売ってみたい」

「ネット上で商品売って稼ぎたい」

と考える一般のごくごく普通の人たち
方が割合として大多数です。

最初から

「コピーライティング学ばなきゃ！」

と **“真剣に問題に気付いている人”**
ってごくごく僅かで少数派になります。

情報発信(コンテンツ)ビジネスの
未経験者とか右も左も分からない
ような完全初心者の人たちは

「文章スキルって学ばないと
いけないのかな？」

「書き方とか勉強する
必要あるのかな？」

ぐらいにしか思っていないのです。

大学受験ジャンルだったら、

「高校生の子はみんな受験までの
計画とかスケジュールを立てたい」

って発信者側は思ってるけど、

実際の受験生はそこまで悩みが
明確になっているわけじゃなくて

「効率よく勉強する必要あるのかな？」

「計画とか立てた方がいいのかな？」

とふわっとしか思っていないみたいな。

② 必要だと感じてもらう

これは①に関わる部分でもありますが
そうやってまずは問題点に気付いて
もらわないといけません。

「これが問題だったんだ！」

「解決しないとイケない！」

みたいな感じで。

つまり **“悩みを表面化させる”** って事ですね。
顕在意識まで上げるみたいな事です。

そうやって『**必要性**』を感じないと
相手は動かないです。

「企画が無料だから参加する」

「特典が大量にあるから参加する」

っていうわけじゃないですよ。

これは別に企画を募集する時のLP
だったり募集ページだけに限らず、

有料教材を売るときとか
プロモーション中の配信とかにも
当てはまります。

どれだけ良質な内容でも
有益で希少性のある情報でも、

相手が現状の問題に気付いて
その商品が必要だと感じなかったら
購入しようと思わないのです。

じゃあどうやって
必要だと感じてもらうのか？

どう必要性を訴求すればいいのか？

ポイントは『**切り口を変える**』
という点です。

主張は同じだけど何度も視点を
変えて伝えるというイメージです。

なぜかというところ、一つの切り口よりも
“**色んな角度から訴求**”した方が
説得力が増すからです。

例えばですが
「ダイエットしましょう！」

って主張する時は

「糖質制限すれば生産性
上がって仕事捗りますよ」

「活力湧いてやりたい事に
チャレンジする意欲でますよ」

「彼女できますよ」

みたいな感じ。

どれも切り口を変えているだけで
主張はすべて

「痩せた方がいい」

と一貫させるイメージです。

切り口の変え方に関して僕がよく
使っているおすすめの種類が
3つあるのでこれを紹介しますね。

誰でも今すぐ使える簡単なものばかりで、

バックエンドの販売導線に限らず

- ・ 個別相談の獲得
- ・ 追加特典の案内
- ・ LINEやメルマガ登録のオファー

とか色々なシーンで使えるので超便利です。

=====

【切り口の型3つ】

- ① 本質追求型
- ② 時代の先読み型
- ③ 穴埋め完結型

=====

順に説明していきます。

① 本質追求型

これは、本来この業界、界限ってこうあるべきでしょ？

みたいな感じで訴えていくことです。

例：恋愛

「経験人数100人目指すんじゃなくて
心から愛せる最愛の1人を見つけましょうよ」

例：ビジネス

「BrainとかTipsに依存するんじゃなくて
自分のファネルを構築しましょう」

「小手先のテクニックじゃなくて
本質的なスキルを身につけよう」

みたいに、

本質ってこうじゃない？

原点に立ち返った方が結局うまくいくよね。

っていうように初心に戻る、原理原則を
重要視するニュアンスですね。

※この時に自分のコンセプトの要素
(提示するベネフィット/理念/指針)を
同時に共有すればより説得力上がるし、

価値観合う人も集客しやすくなります。

② 未来予測

これは、業界や界隈の過去や現状の
流れとかトレンドを踏まえて時代を先読みして、

「きっと未来はこうなる」

と予測するという事。

使い方としては、

「この流れだと、きっと次はこうなるから
今のうち準備なりその力を身に付けておきましょう。

その為にこの企画/商品に申し込んで
〇〇のスキルを手に入れるべきです。」

みたいな感じですよ。

例えば僕が配ってるレポートで
ずっと言い続けている事ですが

「AIが登場して正確な情報とか
機能的価値はAIに負けるようになるし、

人間らしさとかもっと個人の属人性を
活かさないとその先死ぬよ？」

とか。

③ 穴埋め完結型

最後3つ目は、穴埋め完結型です。

これはジクソーパズルの最後の
一欠片を埋める、

穴を補完させて完成させるイメージ。

「あとこの穴さえ埋めれば、もっと良くなります。」

「ここさえ改善すれば、全部うまくいきます」

みたいに使うと効果的ですね。

例えば

「実績も経験もそれなりにあるし
認知もリストも獲得できるし
コンセプトも明確だけど、

なぜか有料商品が売れないのは
根本的なコピーライティング力なんです。

それ以外は完璧なのであとは
コピーライティングの技術さえ
身に付ければ全てうまくいくんですよ」

みたいに説得する事で

「あとはこの力さえ高めるだけでいいんだ！」

と見込み客はワクワクして臨場感が湧く。

結果を出せると確信するから
行動してくれるというロジックです。

でこれも重要ですが、

- ① **本質追求型**
- ② **時代先読み型**
- ③ **穴埋め完結型**

解説したこの3つは組み合わせて
使うと、さらに切れ味が増します。

① 本質追求型 × ②時代先読み型

② 時代先読み型 × ③穴埋め完結型

みたいに掛け合わせると、

「またこのパターンか」

と読み手に飽きられる事なく
使えるのでおすすめです。

「企画は全部試す」が正解

企画に関してどれをやろうか
迷う時あると思いますが

基本的には「全部やる」が正しいです。

とにかく試してみないと

“どの導線が通るか (成約に至るか)”

分からないものです。

一番最悪なのは

「これが流行しているからやる」

「みんなやっているからやる」

という意味決定の仕方です。

人によってコンセプトも違えば
ジャンルも違うわけで。

- ・リアルの勉強会とかで
直接会った時が一番成約する
- ・テキストのみのLPの方が通る
- ・少額でも一度有料コンテンツを
買ってもらって財布の紐を緩めてもらった
人の方がコンサル受けてもらえる
- ・逆に無料相談からの導線の方が
一番成約する
- ・ウェビナー以外はまったく導線通らない
- ・高額講座からのアップセルが
一番通る
- ・飲み会とか遊びイベントでラフに交流
した人の方が確度高い

みたいに、**バックエンド販売までの
導線って無限にルートが存在します。**

「一度導線が通ったものは何回も
擦って繰り返しましょう」

とか言われますが確かにそれも大事です。

でもリアルの勉強会に来た層の方が
反応取れる場合もあるし、

逆にコンテンツ販売をした方が
導線通る可能性もあるんです。

あとは

「一度財布の紐を緩めた人のほうが
本気度高いのでバックエンド成約
しやすいですよ」

みたいに言われることもあるかと
思いますが、

**無料企画や無料コンテンツからでも
全然普通に導線通ります。**

迷わせるような事を言ってしまった
かもですが、逆にいえばやれる事は
まだまだたくさんあるのでチャンスです。

繰り返しになりますが重要なのは

「もし自分だったら
どんな企画に参加したくなるか？」

っていう

“ペルソナ起点、相手視点”です。

また、企画をやればやるほど、
何が自分に向いてて何が不向きなのか
も段々少しずつ見えてくるんで。

これ続けるのしんどいなとか、
あまりレバレッジ効かないなとか、
これだったら自然に続けられそうだなとか。

そうやって目の前の企画をやりながら
『**自分の優位性、強み、ポジション**』も
見つかってくるので。

実践を通して『コンセプト』も磨かれます。

「まだバックエンドの中身が
固まってないです…」

っていう人も今回解説したように
企画を“小さく”スタートさせれば、

参加者の意見の声を拾いつつ
バックエンドの中身や
イメージも少しずつ明確になります。

既にバックエンドを用意してる人で
実施した企画からの数字 (成約率) が
よかったら

それを『フロントの企画』にすれば
**バックエンド成約までの成功確率が
上がります。**

(再現性が担保できるってことです)

つまり企画をやる事で
確度の高い『フロントエンド』
も同時に完成する、用意できる
というメリットもあります。

【72時間限定】追加特典のご案内

ここまで読んでいただき
ありがとうございました。

今後の企画に活かしたいので、感想を送ってくれた方に以下の特典をプレゼントさせていただきます。

特典①：

【動画】 企画や商品販売導線における再現性の高め方について

特典②：

【動画】 全ての企画・商品のアイデア理想を構築する商品作りワーク

全ての企画・商品のアイデア(理想)を構築する 商品作りワーク

- ・コンセプトが反映されている形に落とし込むことが大事
- ・理想の商品を設定した上で現実的な商品を考えていく
- ・商品にオリジナリティーがなくなる原因とは？
- ・適切な商品の設定について
- ・フロントエンドからバックエンドへの導線について
- ・オーディエンスファーストの視点が大事
- ・リピートに繋がる商品作りの大前提



0:00 / 18:26



全ての企画・商品のアイデア理想を構築する商品作りワーク

⇒ 限定公開

企画や商品販売導線における 再現性の高め方について

- 型ができれば第2、第3の企画をつくる時に楽になる
- 自分の中での再現性を上げていく
- 自分の軸となるような企画、仕組みを作っていく
- 5→10フェーズでの大事な視点
- 何回も通った導線は絶対に捨てるべきではない
- 商品の中にもシナリオを入れることが必要
- 普段から上質な情報に触れておくことが大事

本レポートでは主に『0からの企画づくり』について解説しましたが、

企画からバックエンド販売の成約率を高めていく具体的な戦略などについて解説した非売品動画になっております。

※僕が講師を勤める年商1億円スクールで販売している有料会員サイトの中身の一部です。

企画を滑らず、着実に成功確率を上げていくのに必須の考え方を話しているので是非学んでください。

特典の受け取り手順は
以下になります。

【特典の受取方法】

① [こちらのポスト](#)を引用して100字以上で
本レポートの感想をお願いします。
(僕の方でもRTして拡散します。)

※雑に感想書いた方にはお渡しできません。

② [公式LINE](#)に引用したXのアカウントを
教えてください。

③ 個別にLINEですぐにお渡しします。

※ **「72時間限定」**になります。

P.S.

さすがにLINEの垢バンが最近
多すぎるので、

今回ちょっとフリスクの公式LINEを
リスクヘッジの為に別で作りました。

垢バン喰らって読者さんとまったく
連絡が取れなくなるのは死活問題ですので笑

僕の公式LINEが増えてちょっと
ややこしいですが、ご理解
いただけますと幸いです。

(今後、僕へのメッセージは
どの公式LINEからでも大丈夫です)

というわけで改めて今後とも
よろしく願いいたします！

それでは最後まで読んでいただき
ありがとうございました。

P.P.S.

こちらの教材もご好評いただいています。

>> [『静かな人のシナリオライティング講座』](#)

30分限定で“60%OFF”です。

(総文字数2万字以上、総再生時間3時間以上)