



**知識も経験もお金も人脈もない素人
が Twitter フォロワー10 万人、
Facebook で友達 5,000 人になり
実店舗の集客に成功した秘訣**

著作者 : Facebook 集客士 長山 寛

<http://e-lifechange.com/>

本レポート上に書かれている URL はクリックできます。できない場合は、最新の AdobeReader をダウンロード（無料）してください。

<http://get.adobe.com/jp/reader/>

■ 著作権について ■

本レポートは、著作権法で保護されている著作物です。本レポートの使用に関しましては、下記の点にご注意ください。

1. 本レポートの著作権は、著者 Facebook 集客士 長山 寛に属します。
2. 著作権者の許可なく、本レポートの全部または一部をいかなる手段においても、複製、転載、流用および転売（オークション含む）をすることを禁じます。

本レポートをダウンロードした時点で下記の事項について許諾されたものとしたしますが、もし、許諾を拒否される場合は、速やかに本レポートのデータを破棄してください。

（1）本レポートは、著作権者の許可がない限り、複製、転載、流用および転売等することを禁じます。もし、複製、転載等を望まれる場合は、書面またはメールにて著作権者まで了承を得てください。

（2）上記第二条に違反した場合、また他不法行為に該当する行為が発覚した場合、関係法令に基づき損害賠償請求を行う場合もあります。

（3）本レポートに記載している情報は、作成時点での著者の見解等であり、著者は情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。本レポートの作成においては万全を期しておりますが、万が一不正確な情報や誤り等がございましたも、著者・業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

（4）本レポートに記載してあることを実践するにおいては自己責任でお願いします。それによって生じた如何なる結果につきましても、著者・業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

目次

| | | |
|--------|--|----|
| 第 1 章 | はじめに | 3 |
| 第 2 章 | 彼らは何か、秘密を知ってるに違いない。 | 3 |
| 第 3 章 | Twitter のフォロワー数 10,000 人超の「強者？」が知っ ている「秘密」とはいったい何なのか？ | 7 |
| 第 4 章 | ついに知った、Twitter のフォロワー数増加の秘訣とは？ 9 | |
| 第 5 章 | 30 日で Twitter のフォロワー数が 10,000 人になりまし た。 | 16 |
| 第 6 章 | Twitter でフォローしていく時に気をつけるポイントと は？ | 22 |
| 第 7 章 | ビジネスにつながるつぶやきや投稿のしかたとは？ | 28 |
| 第 8 章 | Twitter や Facebook にビジネスに対する思いや専門知識 を書いていく | 34 |
| 第 9 章 | ソーシャルメディアから申込みまでの導線をデザインする 39 | |
| 第 10 章 | なぜ Facebook では Twitter に比べて体感速度 10 倍で 相手と仲良くなれるのか？ | 44 |
| 第 12 章 | 最後に | 61 |

第 1 章 はじめに

この無料レポートはぼくが、知識も経験もお金も、そして人脈もない中で脱サラして「ダイエットカフェ」を立ち上げ、苦労しながらも Twitter や Facebook を使って集客ができるようになった経緯を物語形式でお伝えするものです。

想像でイメージをふくらませながら読んでもらえるとありがたいです。

第 2 章 彼らは何か、秘密を知ってるに違いない。

ぼくがソーシャルメディアと出逢ったのは、

2009 年の 9 月ごろだと思う。

ビジネスの師匠、堀さんが、

「これから Twitter が流行る。

たぶん、すごいことになるから、

やっておいた方がいいよ。」

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、
Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣
と言ってくれたのがきっかけだった。

それまで SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）は
mixi をなんとかビジネスに活用しようと
試してはいた。

確かに、何人かの人と知り合えたりはしたが、
とてもビジネスに活用できているとは
いいがたい状態だった。

ちょうどその頃、Twitter の話題があちこちで出始め、
雑誌の表紙を飾るようになって、
注目され始めていた。

「アメリカでは数億人のユーザーがいる。」

「Twitter がいろいろなビジネスに使われている。」

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

そんな話をちらほら聞き始めていた。

ぼくも、師匠の堀さんにならって、

「[rosheana](#)」という Twitter のアカウントを作って、

Twitter をスタートした。

しかし、「つぶやき」とは言っても、

何をつぶやいて良いのかわからない。

試しに身近なことをツイートしても、

何の反応もあるわけない。

2009 年の 11 月ぐらいから、

訳はわからないが、ちょっとずつ Twitter に力を入れ始め、

手始めに当時 Twitter で目立っていた

勝間和代さんをフォローしたり、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

少しずつフォローを増やしていった。

大晦日には紅白歌合戦を見ながらつぶやき。

周りの Twitter ユーザーも

紅白歌合戦のツイートを繰り返していた。

あいかわらず、Twitter の何が面白いのか、

Twitter をどうやったらビジネス活用できるのか、

まったくわからずじま이었다。

しかし、勝間和代さんのように、

フォロワー数 10,000 人以上の

「神」のような Twitter ユーザーが

何人か存在することにも気づいた。

「彼らは何か、秘密を知ってるに違いない。」

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

何となく、そう気づき始めていた。

第 3 章 Twitter のフォロワー数 10,000 人超の「強者？」 が知っている「秘密」とはいったい何なのか？

Twitter のフォロワーが 10,000 人いるということは、

メルマガで言うと読者が 10,000 人いるということ。

自分の書いたことが

それだけたくさんの人に読んでもらえるなら、

宣伝効果は抜群だ。

それまで、「楽天日記」や「Livedoor ブログ」、メールマガジンなど、

インターネット上のいろいろな媒体に手を出していた。

インターネット上では

売上げ = 「アクセス数」 × 「コンバージョン（成約率）」

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

だから、どんな方法であれ、

「アクセスを集めたものが勝つ」というのは、

ある意味常識だ。

ぼくも、なんとかして Twitter のフォロワー数を増やそうとした。

「面白いつぶやきを続けたらフォロワーは増えるに違いない。」

「ためなるつぶやきを続けたらフォロワーは増えるはず。」

などなど、いろいろと試行錯誤をしてみたが、

なかなか Twitter のフォロワー数は簡単には増えなかった。

フォロワー数 10,000 人超の「強者？」が知っている

秘密とはいったい何なのか？

それを知るきっかけをくれたのは、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

やはり師匠の堀さんだった。

第4章 ついに知った、Twitter のフォロワー数増加の秘訣 とは？

「Twitter のビジネス活用について教えてくれる

セミナーがあるから行ってみないか？」

堀さんは、そう誘ってくれた。

「本気で Twitter をビジネスに使おうとするなら

一度ちゃんとしたことを勉強しておいた方がいい。」

そう思ったぼくは、

堀さんの誘いを受けて、

2010 年 4 月 14 日、

「ツイッターミーティング大阪」（通称、ツイ大阪）主催の

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

Twitter のビジネス活用のセミナーに

堀さんといっしょに参加した。

そこで講師をつとめられていたのが、

ソーシャルメディアについてぼくが師匠と仰ぐ

ノブ横地さんだった。

当時、ノブ横地さんの Twitter のフォロワー数は

確か 30,000 人ぐらいだったと思う。

いったいどうやって、フォロワー数が 30,000 人になったのか？

普通だったら最低でも 10,000 円は払わないと

教えてもらえないような秘訣を

ノブ横地さんはたった 3,000 円のセミナーで教えてくれたのだ。

その内容はまさに目からウロコだった。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

そのセミナーの大前提は、

「Twitter をビジネス活用したいのなら、

フォロワー数 10,000 人がスタート地点」

ということだった。

なぜか？

「長山さん、ビジネスというのは、

価値のあるものを世の中に提供して、

その代償としてお金をいただく行為ですよね。」

「確かに！」

「自分の提供する製品やサービスに価値がある、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

世の中のためになる、と確信するなら、

できるだけたくさんの人にその情報を伝えるのは

当然じゃないですか？」

「なるほど、まったくその通りだ！」

ぼくはそう思った。

そして、その後に教えてもらった、

フォロワー数増加の秘訣は、

あまりにもシンプルなことだった。

そう。

「自分がフォローして欲しいなら、

まずは相手をフォローしろ。」

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、
Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣
あまりにシンプルだ。

もう一度。

**「自分がフォローして欲しいなら、
まずは相手をフォローしろ。」**

なんてシンプルな原則。

これは別に Twitter や Facebook といった
ソーシャルメディアに限ったことではない。

自分が何かをして欲しいなら、
まず自分から相手に何かをしてあげる。

多くの宗教もナポレオン・ヒルのゴールデン・ルールも
みんなみんな、同じことを言っている。

「返報性の法則」 というものだ。

まず何かをやってあげて、

はじめて何かがかえってくる。

何かをやってあげると、

恩義を感じるような理由で、

やってもらえるのだ。

具体的に言うと、

Twitter で誰かをフォローすると、

そのユーザーに

「〇〇さんがあなたをフォローしました」という

E-mail が届く。

その E-mail を見て、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

相手がフォローを返してくれる。

これをひたすら繰り返せば、

自分のフォロワー数も増えるのだ。

Twitter では 1 日 1,000 人までフォローできるので、

平均して 1 日に 350 人ぐらいは

フォロワーを増やすことができるということだった。

(※現在では、1 日にフォローできる数は

自分のフォロワー数に応じて変わります。

過剰なフォローをするとサスペンド (アカウント停止)

になります。

アカウント設定初期は 1 日 30 フォロワーぐらいが打倒ですが

自己責任でおねがいします。)

ただ、ひたすらフォローを繰り返しても、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

フォロワー数が 2,000 人を超えると

それ以上はフォローできない。

これがいわゆる

「2,000 人の壁」

というやつだった。

ノブ横地さんは、その、「2,000 人の壁」を

超える方法も教えてくれた。

第 5 章 30 日で Twitter のフォロワー数が 10,000 人になりました。

Twitter のフォロワーについては

原則として 2 つのルールがある。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

(1) 1 日にフォローできる数は 1,000 まで

ただし、フォロー数が 2,000 以上になると、

(2) フォローできる数はフォロワー数の 1.1 倍まで

(ただし、初期の段階では 1 日のフォロー数は

30 までにするのが無難です。)

この 2 つのルールがあるので、

フォロワー数を増やすためにどんどんフォローをしていくと

30%がフォロー返しをしてくれるとして、

たとえば、

フォロー数: 2,000 人 / フォロワー数: 600 人

という状態になり、これ以上フォローできなくなる。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

そして、身動きがとれなくなる。

これが「2,000 人の壁」だ。

この「2,000 人の壁」を超える方法も

ノブ横地さんは教えてくれた。

これもまた非常にシンプルで、

片思いの相手、つまり、

「自分がフォローしているが自分をフォローしてくれない相手」

を、リムーブ（フォローを外すこと）するということだ。

ある程度、片思いの相手をリムーブして、

フォロー数が 2,000 人から減った分を

また別の相手をフォローする、

ということを繰り返すのだ。

そんな冷たい、と思われるかもしれないが、

相互フォローの状態にならないと

コミュニケーションは成立しづらいので

人間関係を作るという意味では

「片思い」はあまり意味がないのだ。

こうして、リムーブ&フォローを繰り返すことによって、

フォロワー数が「 $2,000 \div 1.1 = 1,818$ 」を超えると、

「2,000 の壁」を超えて 2,000 人以上をフォローできるようになる。

フォロワー数が 2,000 人以上になると、

(2) フォローできる数はフォロワー数の 1.1 倍まで

というルールが働くので、

毎日こまめにリムーブ&フォローを繰り返すのでだ。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

このノウハウを教えてもらったぼくと師匠の堀さんは

1 杯の生中をかけて、

どちらが早くフォロワー数 10,000 に到達するかの

競争をした。

ダイエットも同じだが、何かをかけて競争する、

という方法は、モチベーションを持続しやすい。

当時のフォロワー数 10,000 に到達する最速は 21 日、

一般的には 1 ヶ月で可能、とノブさんは言われていたと思う。

結果的に、ぼくが 30 日、堀さんが 33 日ぐらいで

フォロワー数 10,000 に到達することができた。

ちなみに、片思いさんのリムーブは、

自分のフォロワーリストを見ながらやっても良いが、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

効率的にやろうとすると、

ツールの力を借りるのが良い。

ぼくは当時教えてもらった

「refollow」 <http://refollow.com/>

というツールをいまだに使っている。

(フォロー外しには

「Justunfollow」 <https://www.justunfollow.com/>

もお勧めだ。)

当時は無料だったが、今では1ユーザーなら

1ヶ月あたり20ドルになっている。

こういったツールはほかにもあるので、

探して見ると良い。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

少し話は戻るが、

毎日フォローできる数は限られているので、

やみくもにフォローしていくのはもったいない。

第6章 Twitter でフォローしていく時に気をつけるポイントとは？

ここでちょっと話がそれるが、

Twitter だけでなく、Facebook や Google+、

そして、最近ぼくがハマリ始めている

Instagram なんかもそうでだが、

ぼくが何かのソーシャルメディアを使い始める時は、

まずはひたすら使ってみて、

そのソーシャルメディアの仕組みとか構造、

アルゴリズムなんかがどのようになっているか、

それを掴むことに集中している。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

そのおかげで、かつて Twitter 時代から

Facebook 時代に移行してきた時も、

うまく時流に乗ることができた。

長山の Twitter

<https://twitter.com/rosheana>

長山の Facebook

<https://www.facebook.com/hiroshi.nagayama>

長山の Google+

<https://plus.google.com/109922978932455393464/>

長山の Instagram

<http://instagram.com/rosheana>

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

良かったらそれぞれフォローお願いします。

さて、話を戻す。

Twitter のフォロワー増加は、

- (1) どんどんフォローして、**
- (2) 片思いさんを削除**
- (3) 「2,000 人の壁」を超える**
- (4) (1)と(2)を繰り返す**

これらをひたすらやるだけで、

フォロワー数は 10,000 人でも 20,000 人にでも

することができる。

ただ、毎日フォローできる数は最大 1,000 人までと

限られている。

やみくもにフォローしていくのはもったいない。

だから、初期の余裕のあるうちは、

公式 Twitter の画面から、相手を選んで

フォローして行くのがよい。

できれば、**ぼくのように、自力でフォロワー数を**

増やしている Twitter ユーザーを探して、

そのフォロワーさんを順次フォローしていくのがお勧め。

なぜかというと、

ぼくのように自力でフォロワー数を増やしている

Twitter ユーザーのフォロワーさんは

フォロー返しによってフォローしてくれた人である

確率が高いので、

自分からフォローしてあげれば、

またフォローしてくれる確率が高いのだ。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

だいたい、フォロワー数が 10,000 人を超える

Twitter アカウントで、

フォロワー数 < フォロー数

となっているものを選ぼう。

逆に、

フォロワー数 > フォロー数

となっていると、元々有名人であったり、

Twitter 以前にブランドを確立してしまっている

Twitter ユーザーである確率が高い。

そのフォロワーさんはその Twitter ユーザーを

自ら選んでフォローした可能性が高いので、

あなたがフォローしたとしても

フォロー返ししてくれる可能性が高いとは言えないのだ。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

フォロワーさんを見つける Twitter アカウントを決めたら、
そのフォロワーさんをどんどんフォローしていく。

ただし、そのフォロワーさんの中でも、

ボット (bot、プログラムが動かしている。

ユーザー名に bot がつく場合が多い。) や、

風俗系、ネットビジネス系など、

フォローしてもあまり自分のビジネスに

意味がない Twitter ユーザーは

フォローしないでおこう。

このようにして、フォロワー数が 2,000 人を超えるぐらいから、

ぼくの場合、当時の「千里山ダイエットカフェ」に

集客ができるようになっていった。

ただし、いくらフォロワー数が増えても、

ツイートの内容や、ユーザーの導線を考えないと、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

ビジネス的な結果には結びつかない。

つまり集客もできない。

これはもちろん、Facebook も同じだ。

Twitter や Facebook をやっていて

コメントや「いいね！」はたくさんつくし、

友達もできたけど、ビジネスにはぜんぜん結びつかない。

そういう場合はどうしたら良いのだろうか？

第7章 ビジネスにつながるつぶやきや投稿のしかたとは？

Twitter や Facebook をやっていて

コメントや「いいね！」はたくさんつくし、

友達もできたけど、ビジネスにはぜんぜん結びつかない。

そのような場合に、見直していただきたいのが、

(1)つぶやきや投稿の内容

(2)ユーザーの導線

の二つだ。

まず、(1)つぶやきや投稿の内容について。

Twitter や Facebook などのソーシャルメディアを

ビジネス活用しようとして

素人がついついやってしまうのは、

ひたすら自分の製品やサービスの

宣伝ばかりしてしまうことだ。

ところが、それを見ているあなたの

Twitter のフォロワーや Facebook の友達は、

宣伝や広告を見るために

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

Twitter や Facebook を使っているわけではない。

多くの人は何のためにソーシャルメディアを使うかというと、

誰かとコミュニケーションがとりたい、

つながってきたい、

友達や出逢いがほしい。

そういう目的で、ソーシャルメディアを

使い始めているのだ。

そういったユーザーが多いソーシャルメディアにおいて

ひたすら宣伝や広告をしても

誰も見てくれないばかりか、

あまりにそれがひどいと、

ビデオで録画したテレビドラマのように、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

CM の時間はスキップされるのと

同じような扱いをされてしまう。

そう、ソーシャルメディアには

ソーシャルメディアの宣伝や広告、

プロモーションの方法があるのだ。

まず第一は、

コミュニケーションを重視するということ。

あなたのフォロワーさんや友達と

リアルの世界と同じように会話をして、

できるだけ親密な本当の意味での友だちに

なるように心がけるとのことだ。

そうして、はじめて、あなたの本当に伝えたい

ビジネスメッセージ、宣伝や広告も

「○○さんが言ってることなら、ひとつ見てみようか。」

ということで、ちゃんと見てもらえるようになる。

さらに、友だちがあなたのことを

応援してくれるようになったり、

あなたのファンになってくれたりしたら、

あなたがツイートしたり投稿したりした

大切なあなたのビジネスメッセージ、宣伝や広告を、

あなたのフォロワーさんや友だちが

リツイートやシェアをして、

クチコミで広げてもらえるようになるのだ。

ソーシャルメディア上でのプロモーション（PR）は、

ベストは、

「自分で売らずに人に売ってもらう」

ということなのだ。

もちろん、そこに至るまでには

真心の人間づきあいが必要になってくる。

しかし、人間づきあい、友だちづきあいを

重視するあまり、おちいってしまうこともある。

それが、また、

Facebook をやっていて「いいね！」はたくさんつくし、

友達もできたけど、ビジネスにはぜんぜん結びつかない。

ということだ。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

では、どうしたらよいのだろうか？

第 8 章 Twitter や Facebook にビジネスに対する思いや専門知識を書いていく

Facebook をやっていて「いいね！」はたくさんつくし、

友達もできたけど、ビジネスにはぜんぜん結びつかない。

このようなことはなぜ起こるのだろうか？

それは、とても簡単だ。

よくある理由の一つは、

あなたが Facebook に、自分のビジネスの話を

書いていない、ということが多いのだ。

Twitter でも同じである。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

Twitter でも Facebook でも、

自分のビジネスの話ばかり書いていても

なかなか反応は得られないし、

「いいね！」やコメントも

なかなかつかない。

しかし、だからといって、

「いいね！」やコメントの数ばかり重視して

「いいね！」が増えやすい可愛いネコの写真ばかり

投稿していたらどうだろうか？

あなたが自分のビジネスのことを

Twitter や Facebook に書かなければ、

あなたの友だちは、あなたのビジネスをどうやって知るの？

プロフィールに書いてる？

もちろん、Twitter や Facebook などの

ソーシャルメディアをビジネスに活用したいなら

プロフィールに自分のビジネスのことを

書いておくのは必須だ。

でも、それは基本中の基本。

残念ながら、あなたの Twitter のフォロワーさんや

Facebook のお友だちは

頻繁にあなたのプロフィールを見に来るわけではないのだ。

気が向いた時に、たまに、

「この人は何をしている人だろう？」

と見て見に来るだけなのだ。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

それだけでは、なかなかビジネスに結びつきづらいのだ。

だから、**日頃から毎日最低 1 回は、定期的に、**

Twitter や Facebook で自分のビジネスについて

書いていくことが必要なのだ。

その際、宣伝や広告を書くのもありだが、

もっと重要なのは、

読んでいる人にあなたのファンになってもらうような

内容を書いていくことだ。

例えば、「あなたがなぜそのビジネスを始めたのか？」とか、

「どんな思いでそのビジネスをしているのか？」とか、

「将来どんなことをして世の中の役にたちたいのか？」、

などと言った思いを書く。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

それを読んでくれた方に、

「共感」して「応援」してもらうことが大切なのだ。

また、あなたがあなたのビジネスの専門家であることを

読んでいる方にわかってもらえるように、

その分野の専門知識を披露していくことも大切だ。

例えば、ぼくは「ダイエットカフェ」をやっていて、

「パーソナル・ダイエット・コーチ」として

ダイエットの専門家であるので、

Twitter や Facebook でダイエットの専門知識を

毎日書いている。

ソーシャルメディアをビジネスに結びつけるのに

もうひとつ重要なのが、

ユーザーの導線を考えることだ。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

第 9 章 ソーシャルメディアから申込みまでの導線をデザインする

Facebook をやっていて「いいね！」はたくさんつくし、
友達もできたけど、ビジネスにはぜんぜん結びつかない、

という場合の二つ目の理由は、

導線が考えられてない

つまり、**あなたの投稿を読んだ見込客の方が**

あなたの製品やサービスをオーダーしようと思った時に、

どのようにオーダーしたらよいかわからない。

あるいは、

あなたが投稿する何を見て

あなたの製品やサービスに興味を持ってもらい、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

何を見てさらに興味を持ってもらい、

最終的にどこから申し込んでもらうか、

という道筋が用意されていない

ということなのである。

例えば、ぼくが Twitter を使って

ダイエットカフェの集客をはじめた時のフロー（流れ）は

次の通りだった。

Twitter

↓

アメブロ

↓

ランディングページ（募集用のページ）

まず、Twitter にダイエットに関する

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

キャッチコピー的な投稿を流す。

例えば

「7つのダイエットの間違い」だとか、

「カラダは何でできてるの？」とか、

「食欲をコントロールする方法とは？」

といった、ダイエットに興味がある方が

読みたくなるような見出しだ。

その先のリンクをクリックすると、アメブロに飛んで、

そのテーマにあった、ダイエットに重要な

ダイエットの専門家としての説明が載っています。

そして、その文章が終わったところに、

「無料ダイエットモニター募集中！」という

リンクバナーが貼ってあって、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

ダイエットに興味がある方はそれをクリックする。

すると、ランディングページ（募集用のページ）としての

「無料ダイエットモニター募集」の

WEB サイトが出てきて、

それを見たダイエットに興味のある方が

WEB 上の申込みフォームから

無料ダイエットモニターに申し込んでくれるのだ。

時には Twitter にダイレクトに

「〇月も5名様限定 無料ダイエットモニター募集！」

という宣伝っぽい投稿も、

回数は控えめに出すこととした。

この時は Twitter のリンクから

直接ダイエットモニター募集の WEB サイトに

飛ばした。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

ダイエットモニター募集のサイトを無料募集にしたのは、

あくまでもソーシャルメディアでは、

金額を提示して「売る」ことが好まれないからだ。

それと、**申し込む敷居をできるだけ下げたかったから**でもある。

また、申し込みフォームは

無料ダイエットモニター募集 WEB サイトの

トップページにすぐ見えるようにした。

これは、申し込みをしやすくするため。

さらに、申し込み方法も

「メールをください」とか

「メッセージをください」ではなくて、

WEB の申し込みフォームにした。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

これもできるだけ申込みをしやすくするための

工夫である。

このように導線をはっきり明確にすることによって、

Twitter 上のリンクをクリックした見込客が

自動的に無料ダイエットモニターの申込みまで

進んでくれることになった。

このプロセスは、Twitter から Facebook に移行すると、

もっと簡単に申込みをもらえるようになった。

第 10 章 なぜ Facebook では Twitter に比べて体感速度 10 倍で相手と仲良くなれるのか？

「ソーシャルメディアをビジネスに使いたいのですが、

Twitter、Facebook、Google+などいろいろある中で、

どれから始めたらよいですか？」

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

という質問をされることがある。

将来的にはわからないが、今現在（2014 年 7 月）だと

圧倒的に Facebook だと思う。

なぜか？

理由は簡単だ。

それは、**Facebook は Twitter や Google+ といった**

他のソーシャルメディアに比べて、

信頼関係を構築するスピードが

圧倒的に早いからだ。

一般的に

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

「人間同士の信頼関係の深さは接触頻度に比例する。」

という法則がある。

一度しか逢ったことがない相手や、

2,3 回しか逢ったことがない相手よりも

10 回逢ったことがある相手の方が信用できると思うのは

誰だって同じだろう。

そのため、営業やマーケティングの世界では、

お客さまに定期的に手紙やニュースレターを

送ることが推奨される。

これはそれなりに労力がかかることだが、

非常に大切なことで、実際に効果がある。

ところが、Facebook だと、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

相手と接触 = コンタクトするのがとても簡単なのだ。

「いいね！」や「コメント」を送るだけで、

相手とコンタクトしたことになるのだ。

リアルに逢うのに比べると

1 回のコンタクトあたりの効果は高くはないが、

1 回あたりの労力がきわめて小さく、

毎日でもやることができるので、

接触回数をものすごく増やすことができるのだ。

だから、Facebook では、知り合った方と

信頼関係ができたり、親密になったりする速度が

とても速いのだ。

Facebook で知り合った相手とリアルで初めて逢った時に

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

以前から相手のことをよく知っていたような

気持ちになることも良くある話。

それは、日常的に相手の投稿を見ているし、

「いいね！」や「コメント」を交わしているからなのだ。

では、**なぜ Facebook では Twitter に比べて**

体感速度 10 倍で相手と仲良くなれるかのというと、

1. Facebook は実名顔出しである。

2. Facebook の方が Twitter よりも

相手について多くの情報を得ることができる。

3. Twitter のタイムラインがどんどん流れていくのに対して、

Facebook では相手のタイムラインを見に行くのが容易である。

4. Facebook では相手に「いいね！」やコメントをすると

リアルタイムに通知される。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

という 4 つの理由があるだ。

「1. Facebook は実名顔出しである。」については、

言わずもがなであるが、

原則として実名・顔出しのメディアである Facebook では、

プロフィールや投稿内容に信用がおきやすいのだ。

ちなみに、ぼく自身は Twitter もビジネス活用で使い始めたので、

実名顔出しで使っている。

「2. Facebook の方が Twitter よりも相手について多くの情報を得ることができる。」については、

140 文字という字数制限がある Twitter では

長い文章は投稿できないし、

画像、動画もあまり頻繁には投稿しない傾向にある。

それに比べて Facebook では長い文章や

画像、動画を投稿しやすく、多くの情報が得られるので、

相手に対してより安心感を抱くことができるのだ。

「3. Twitter のタイムラインがどんどん流れていくのに対して、Facebook では相手のタイムラインを見に行くのが容易である。」については、

Twitter では特定の相手の投稿をチェックし続けるには

リストやハッシュタグの活用が不可欠で、

その使い方を知る人があまり多くない、

ということが言える。

これに対して Facebook では相手の実名で

簡単に相手のプロフィール画面を見つけて

そのタイムラインを見ることがあるので、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

特定の相手とコンタクトし続けるのも簡単なのだ。

そして、

4. Facebook では相手に「いいね！」やコメントをするとリアルタイムに通知される。については、

Facebook では、「〇〇さんが自分に何かしてくれている」

ということがすぐにわかるので、

それだけ接触回数が多く感じるのだ。

以上の理由から、

Facebook では Twitter に比べて

体感速度 10 倍で相手と仲良くなれるので、

ビジネス活用もしやすいのである。

さて、次は、Twitter や Facebook 等の

ソーシャルメディアを使ったブランディングについて

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

書いて行くことにする。

第 11 章 Facebook や Twitter を使ったブランディングとは？

Facebook や Twitter などの

ソーシャルメディアを上手に使うと、

自分自身や自分のビジネスのブランディングを

することができる。

Wikipedia によると、「ブランド」とは、

元々、自分の家畜などに焼印を施し、

他者の家畜と区別するために行われたものである。

マーケティングにおいては、製品・サービスを識別し、

競合他社（他者）のものと差別化することを

目的とした、名称、言葉、シンボル、

デザイン及びそれらの組み合わせである。

つまり、「ブランディング」 = 「ブランド化」を

することによって、競合他社との

差別化ができるのである。

例を挙げてみよう。

あなたは、「コーラ」というと、

どのコーラを思い浮かべるだろうか？

コーラの有名ブランドには

「コカ・コーラ」と「ペプシ・コーラ」があるが、

大半の場合、思い浮かべるのは

コカ・コーラではないだろうか。

コカ・コーラのブランディングが

成功しているからである。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

覆面調査では、

コカ・コーラとペプシ・コーラを比較すると

「ペプシ・コーラの方が美味しい」と

答える人の方が多いそうだ。

しかし、どちらが売れているかというと、

圧倒的にコカ・コーラである。

これがブランディングの威力だ。

ちなみに、ペプシ・コーラは、

2012 年頃、スターウォーズのフィギュアの

キャップをおまけにつけて販売した。

この時、ペプシ・コーラは驚くほど

たくさん売れた。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

これは、「スターウォーズ」という

「ブランド」が売れたのだ。

だから、**あなたがブランディングにおいて**

何を目指せばよいかというと、

「〇〇といえば△△さん」と

見込客に覚えてもらえるようになれば、

競合と競争も生まれなくらい

圧倒的な差別化をすることができるのだ。

ぼくの場合で言えば、

「ダイエットと言えば、ダイエットカフェ」

もしくは、

「ダイエットと言えば、

ダイエット・コーチの長山さん」

という状態だ。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

実際にぼくは、Facebook や Twitter を

活用してそのような状態を作り出すことが

できたので、Facebook や Twitter で

簡単に集客ができたのだ。

では、具体的に、Facebook や Twitter で

どのようにしてブランディングをするか？

まずは、プロフィールを充実させる。

これは基本中の基本である。

あなたが何をやっている人なのか？

どのような製品やサービスを扱っているのか？

それをしっかりプロフィールに書く。

あなたの人となり、

はっきりとわかるようにするのだ。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

人となりかわからない人から

何かを買いたい人などいない。

次に、Twitter ならフォロワーを最低でも

1 万人は獲得する。

Facebook でも友達は 1,000 人以上に。

できるだけ速やかに限界値の 5,000 人を目指す。

投稿についても、1 投稿につき、

最低でも 100 「いいね！」は

もらえるようになろう。

なぜ、それが必要か？

例えば、あなたがダイエットしたくなって、

ダイエットコーチを探すとする。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

同じ条件でフォロワー数が 100 人の

ダイエットコーチと、

フォロワー数が 10,000 人のダイエットコーチ、

あなたならどちらを選ぶか？

Facebook においても、

友達数が 100 人のダイエットコーチと

友達数が 1,000 人のダイエットコーチ、

どちらを選ぶだろうか？

なんとなく、フォロワー数が 10,000 人の

ダイエットコーチや、友達数が 1,000 人の

ダイエットコーチを選ぶはずだ。

美味しいものを食べに行く時、

閑古鳥が鳴いている店と行列ができている店では

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

行列ができている店を選びたくなるのと

同じだ。

あなたも「なんとなく」行列ができてるように

見えるなら、見込客から選ばれやすい。

この「なんとなく」という感覚は

否定のしようがないので、意外に強いのだ。

最後に、投稿の内容を最適化する。

あなたの人となりが見えるような、

人間くさい投稿をすることが大切だ。

そして、もちろん、第 7 章でも述べたが、

あなたがやっているビジネスについての

あなたの思いを投稿で発信するとともに、

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

あなたの扱っている製品やサービスについての

専門知識や、お客さまの声などを投稿する。

これらをバランス良く行うことで、

あなたのビジネスのブランディングを行い、

圧倒的な差別化を実現できるのである。

くれぐれも注意して欲しいのは、

自分を必要以上に大きく見せたり、

できもしないことを書いた入りしないこと。

実際に、見込客と対面した時に、

メッキがはがれて見込客ががっかりすると

見込客があなたのお客さまにならないばかりか、

ネガティブな口コミを発信して、

あなたの悪い評判が広く伝わることになる。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

誇大広告は注意が必要だ。

見込客の期待は良い方向に裏切らなくてははいけない。

第 12 章 最後に

心から感謝いたします。

このレポートを選んで頂き、

そして、最後まで読んで頂いたことに

感謝します。

このレポートに書いたことは、

すべて、ぼく自身が試行錯誤し、

実践を通じて実際に結果が出ると

実証したことです。

あなたも実践してみれば、

必ず、なんらかの結果がでます。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

良い結果が出れば、その体験談を

メールで送ってもらえるととても嬉しいです。

もし、なかなか良い結果が出ないならば、

ぜひぼくに相談してください。

そうすれば、必ずあなたのお役に立てるはずですよ。

最後の最後ですが、あなたにプレゼントがあります。

ぼくが Facebook のビジネス活用と集客について

行ったセミナー動画を差し上げます。

→ <http://e-lifechange.com/present/thanks/>

このセミナーは受講者の方から、

常に満足してもらうことができました。

必ずあなたのお役に立つはずですよ。

期間限定ですので、いまのうちに

忘れずに申し込んでくださいね。

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10 万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

→ <http://e-lifechange.com/present/thanks/>

あなたのビジネスがうまく行くことを

心から願っています。

Facebook 集客士 長山 寛

知識も経験もお金も人脈もない素人が Twitter フォロワー10万人、

Facebook で友達 5,000 人になり実店舗の集客に成功した秘訣

■■■ 発行者の情報 ■■■

発行者: Facebook 集客士 長山 寛

連絡先: rosheena@gmail.com

(感想、質問等はこちらから受付致します。)

メルマガ: Facebook 集客士 ニュースレター

Web サイト: 大阪の Facebook 集客士 長山 寛

<http://e-lifechange.com/>