

初心者必見！集客方法完全版

1. 集客3つの施策

1.1. ①集客チャネルを増やす

1.2. ②反応率を高める

1.2.1. コンセプト

1.2.2. お客様を絞る

1.2.3. ブランディング・PR

1.2.4. ライティング

1.2.5. お客様の声

1.3. ③トラフィックを増やす

1.3.1. SNSのフォロワー増加はこれに当たる

1.3.1.1. メディア資産の考え

1.3.1.1.1. 投稿数が増えれば上がる

2. 集客方法73選

2.1. メモは必須です（笑）

2.2. メインSNS

2.2.1. ①Instagram

2.2.2. ②YouTube

2.2.3. ③X（旧Twitter）

2.2.4. ④Facebook

2.2.5. ⑤Tiktok

2.3. サブSNS

2.3.1. ⑥Pinterest

2.3.2. ⑦LinkedIn

2.3.3. ⑧Threads

2.3.4. ⑨clubhouse

2.4. 勉強会、セミナー

2.4.1. ⑩主催

2.4.2. ⑪他社イベントに登壇

2.5. 自社リストの活用

2.5.1. ⑫電話番号

2.5.2. ⑬DM

2.5.3. ⑭メルマガ

2.5.4. ⑮LINE

2.6. 交流会・食事会

2.6.1. ⑯主催する

2.6.2. ⑰イベントに参加する

2.6.2.1. 商工会議所

2.6.2.2. 各種イベントポータルサイト

2.6.2.3. 紹介制サイト・サロン

2.7. ⑱JV

2.7.1. リストがある

2.7.2. ブランドがある

2.7.3. コンテンツがある

2.7.4. リソースの交換

2.8. ⑲相互紹介

2.8.1. シナジー

2.9. ⑳友人・知人への連絡

2.9.1. リストアップ

2.9.1.1. 名刺の管理＝特徴

2.10. ㉑スポンサーになる

2.10.1. 認知とブランド

2.11. ㉒展示会

2.12. ㉓ニュースレター

2.12.1. エンゲージメント

2.13. ㉔テレマーケティング

2.13.1. フォームDM

2.14. ㉕営業代行

2.15. ㉖顧問やコンサルタントの活用

2.16. ㉗新聞社の後援申請

2.17. ㉘オウンドメディア

2.18. ㉙ブログ

2.19. 出版

2.19.1. ㉚キンドル出版

2.19.2. ③①商業出版

2.19.2.1. 自費出版・カスタム出版とは別

2.20. 音声メディア

2.20.1. ③②ポッドキャスト

2.20.2. ③③Voicy

2.21. ③④SEO対策

2.22. ③⑤MEO対策

2.23. インバウンド対策

2.23.1. ③⑥トリップアドバイザー

2.23.2. ③⑦旅行ガイドとの提携

2.23.2.1. ビザスク

2.23.2.2. ビザスク

2.23.3. ③⑧インフルエンサーとの提携

2.24. ③⑨インフルエンサー起用

2.25. ④⑩口コミ対策

2.25.1. googleレビュー

2.26. ④①小冊子・無料本を配る

2.27. ④②リファラル・紹介

2.27.1. 紹介してほしい。時間をつくって「紹介できる人をイメージさせる」

2.28. メディア出演

2.28.1. ④③TV

2.28.2. ④④ラジオ

2.28.3. ④⑤雑誌

2.28.4. ④⑥新聞

2.28.5. ④⑦プレスリリース

2.29. ポータルサイト

2.29.1. ④⑧地域密着型ポータル（エキテン等）

2.29.2. ④⑨イベント・セミナーポータル

2.30. ⑤⑩看板

2.31. 広告

2.31.1. WEB

2.31.1.1. 51.メルマガ号外

2.31.1.2. 52.Facebook広告

2.31.1.3. 53.リスティング広告

2.31.1.4. 54.Youtube広告

2.31.1.5. 55.ブログランキング

2.31.1.6. 56.LINE広告

2.31.1.7. 57.ブログ広告

2.31.1.8. 58.インスタグラム広告

2.31.1.8.1. フォロワー増加広告が反応よい

2.31.1.9. 59.X広告

2.31.1.10. 60.Amazon広告

2.31.1.11. 61.Pinterest広告

2.31.1.12. tiktok

2.31.1.13. アフィリエイト

2.31.1.13.1. 62.大手ASP

2.31.1.13.2. 63.自社ASP

2.31.2. リアル

2.31.2.1. 64.サイネージ

2.31.2.2. 65.同封広告

2.31.2.3. 66.DM、チラシ

2.31.2.4. 67.FAXDM

2.31.2.5. 68.交通広告

2.31.2.6. 69.メディア各種（雑誌・新聞・TV等）

2.31.2.7. 70.サンプリング、路上集客

2.31.2.7.1. 許可が必要

2.31.3. 発掘が重要

2.31.3.1. 71.メディアレーダー

2.31.3.2. 72.直接問い合わせ

2.32. 73. サジェスト対策

3. 初期マインドセット

3.1. コスト

3.1.1. 無料

3.1.1.1. メリット

3.1.1.1.1. お金がかからない

3.1.1.2. デメリット

3.1.1.2.1. 時間がかかる

3.1.2. 有料

3.1.2.1. メリット

3.1.2.1.1. すぐ結果が出る

3.1.2.2. デメリット

3.1.2.2.1. お金がかかる

3.1.3. 個人的にはお金をかけた方が良いと思う

3.2. オーガニック or ノンオーガニック

3.3. 簡単なところからやる

4. そもそも何故集客できないか？

4.1. PMFが合っていない

4.1.1. PMFとは？

4.1.2. リサーチをしていない

4.1.2.1. トレンドかどうか

4.1.2.2. ライバルがいるかどうか

4.1.2.3. 悩みや問題があるかどうか

4.1.3. お客様の気持ちを理解する

4.1.3.1. 自分が欲しいかどうか

4.1.3.1.1. 自分が最初のお客様になる

4.1.4. 周りの人に欲しいかを聞く

4.2. お客様の問題が分からない

4.2.1. ビジネスとは問題解決

4.2.1.1. 問題の代わりに他の言葉を使う

4.2.1.1.1. 悩み

4.2.1.1.2. 痛み

4.2.1.1.3. 苦しみ

4.2.1.1.4. 悲しみ

4.2.1.1.5. 眠れない事

4.3. コンセプトが悪い

4.3.1. コンセプトとは？

4.3.2. 概念、観念、構想

4.3.3. 一言でいうと他との差別化をしないとイケない

4.3.3.1. 差別化をするには？

4.3.3.1.1. ②ベネフィットの提案

4.3.3.1.1.1. 商品やサービスのメリットによって得られる恩恵（手に入るもの）〇〇が手に入る

4.3.3.1.2. ①専門型コンテンツにする

4.3.3.1.2.1. 人で分ける

4.3.3.1.2.2. ジャンルで分ける

4.3.3.1.2.3. 地域で分ける

4.3.3.1.3. ③圧倒的な独自の「ウリ（強み）」をつくる

4.4. 集客チャンネルが少ない

5. 最後に

5.1. 出来るところからやる

5.2. 難しく考えない

5.3. テストを繰り返す

5.4. プロを入れる

5.5. 行動する

6. りゅうも最初からできた訳ではない

6.1. 元々何も分からない

6.2. 最初はやりやすい所からやる

6.3. 1つの勉強⇒アウトプットの繰り返し