

『ブログから新規顧客を驚くほど獲得できる「見える  
化集客」の秘密』 山下さん

解説編 書き起こし

## ◆ 著作権について

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

◇ レポートの著作権は、「ミッションマーケティングアカデミア」にあります。作者の書面による事前許可なく、本レポートの一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。

◇ 本レポートの一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど）により複製、流用および転載することを禁じます。

## ◆ 使用許諾契約書

本契約は、レポートダウンロードした法人・個人（以下、甲とする）とミッションマーケティングアカデミア（以下、乙とする）との間で合意した契約です。本レポートを甲が受けとることにより、甲はこの契約は成立します。

第 1 条（目的） 本契約は、本レポートに含まれる情報を、本契約に基づき、甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第 2 条（第三者への公開の禁止） 本レポートに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。また、本レポートの内容は、秘匿性の高い内容であり、甲はその情報を乙との書面による事前許可を得ずにいかなる第三者にも公開することを禁じます。

第 3 条（損害賠償） 甲が本契約の第 2 条の規定に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違反件数と金壱萬円を乗じた価格の 10 倍の金額を支払うものとします。

第 4 条（その他） 当レポートに沿って実行し、期待通りの効果を得ることができず、万一如何なる損益が生じた場合でも、乙は甲に対して責任を負わないものとする。

こんにちは、坂本です。今日はですね、『ブログから新規顧客を驚くほど獲得できる「見える化集客」の秘密』ということで、山下さんの成功事例のインタビューの解説編をお届けしていきたいと思います。

インタビューご覧いただいてわかるように、山下さんは「見える化集客」ということで、集客の指導を、特にブログやサイトからの集客について解説していますが、20 業種 100 社以上の方々の新規顧客の獲得に貢献してきた方法、これを解説していきたいと思います。

山下さんの成功のポイントというところですが、「見える化集客」の極意というところでもありますが、徹底した情報公開、これを本当に心がけている、というところですね。自分の持っている情報・ノウハウ・経験を、すべて公開していくというところ、このへんがやはり、出し惜しみをしてしまったり、あとは自分がせつかくいいものを持っているのにそれを伝えていないということ、これは非常に多くあります。

そういった情報を伝えていないと、自分のことを知ってもらおうということもできなかつたりしますので、山下さんが成功してる、クライアントさんを成功させているポイントとしては、情報を徹底的に公開していきましょう、自分の持つ経験も徹底的に公開していこう、というところが、山下さんの成功にもつながっているというところですよ。

山下さんが提唱している「見える化集客」というのは何かというと、自分のビジネスの情報をすべてウェブ上で公開して、お客様から信頼を獲得して、新規顧客からの受注を増やす集客法です。これを「見える化集客」といってます。ポイントとしては、先ほどもいっ

たように、自分の持っている情報やノウハウ、経験をすべて公開していくというところでは、自分の持っている情報やノウハウを、すべて公開することによって、お客様が信頼してくれて、そしてそこから集客につながってくる、というところでは、

そこを多くの方は、出し惜しみしてしまったりとか、なかなか出してない方というのが多いのですが、そこは積極的に公開していきましょう、というところ。全部見える化しましょう、自分自身を見える化して、そして集客につなげていく、というのが、「見える化集客」という手法です。

この「見える化集客」のメリットですが、どんなメリットがあるかという、自分が今までリーチできなかったお客様からの受注を獲得することができる、ということです。これまでの紹介だけではなくて、既存のルートだけではなくて、検索エンジンとかから検索されてきますので、今まで自分がリーチできなかったお客様からの受注を獲得することができる、ということですね。新規だけではなくて、大手の企業からの受注も可能になったりする、ということです。

二つ目のメリットとしては、自分のサイトを見たお客様が、すでに自分のことを信頼してくれている状態で、問い合わせをもらえる。なので、売り込みをしなくても、受注につながる、ということで、自分の持つ経験やノウハウ、成功事例やお客様の声とか、それをすべて公開していきますので、すでにそういったものを見た状態で自分のところに来てくれる、という形ですね。

お客様がすでに、自分の情報をしっかり理解した上で来てくれる、こういった大きなメリットがあります。そうすることで、売り込みしなくても、お客様がすでに欲しい状態、信頼してくれた状態で来てくれる、これは大きなメリットになってくるということです。アクセス数をたくさん増やすというよりも、実際の数字ですね、問い合わせや受注、実際の数字を増やしていくということ。これが大きなメリットになっています。

「見える化集客」の一番大事なことですが、お客様が購入前に不安に思うところを全部サイトに書き出す、ということです。お客様が買うとか、問い合わせとか、資料請求する前に、買う前の不安というのは必ずあります。その不安を、すべてなくしていくというところ、これが「見える化集客」の一番大事なところとなります。不安に思うであろうことを、事前にサイトに全部書き出していき、ということです。そうすることによって、サイトやブログを見るだけで購入できる、問い合わせできる状態になっている、という形です。

「見える化集客」のポイントとしては、何を見える化するか。一番大きなポイントは、あなたの中に眠っている宝を見つけ出していき、ということです。それを公開していく。これが「見える化集客」のポイントでもあります。

多くの方が、せっかいいものを持っているんですけど、それを人に見せることなく、そして集客ができていない、と苦しんでいる方が多いのですが、自分の中に持っているものをすべて公開していく、その集客のヒントになるものというのは、あなた自身の中にあるということ、これをオープンにしていくのが「見える化集客」のポイントです。

あなたの中に眠っている宝を見つけるための3ステップということですが、まず一つ目は、何が得られるのか？というところ。お客様が何をgetされるのかを明確にしていく。これ

をしっかり明示していく。そして、なぜそれが得られるのか？なぜあなたの商品なりサービスを購入すると、得られるのか。お客様がなぜそれを得られるのかという、そのプロセスもしっかり公開していこうというところでは。

これも非常に大事になってきます。そして三つ目が、あなたは誰なのか？そういった効果を得られて、そういうプロセス提供できる、あなたはこういった人なのか、というのをしっかり伝えていくということ、これも非常に大事になってきます。この3つのステップを明確にしていくことによって、これを伝えていくことによって、お客様が自然に集まってくる状態になってくるという形です。

お客様が何が得られるのか？というところですが、この商品・サービスを購入するとどうなるのか？これをしっかりと明示していく。これ非常に大事です。自分の商品を買うことによって、お客様がほんとに得られるものは何か、というのを明示してない方、結構いらっしゃいます。それをしっかり明示すること。未来像を書き出す、と書いてますが、それを買った時点からどんな未来がお客様に提供されるのか、ここをしっかりと明示してあげる必要がありますね。お客様はその商品・サービスが、ただ欲しいだけじゃないです。その先の未来がどうなるか、ということが非常に大事になっています。

例えば、整体のサービスであれば、整体の施術をしてもらうのはもちろんですが、その結果、痛みが解放されるとか、痛みがとれるという未来が欲しいので、施術自体が欲しいわけではないということですね。未来像がどうなるのかというのを、しっかり明示していく。その未来像のひとつの策としてあるのが、お客様の声をのせていく、しかもそれを詳しくのせていく、これが非常に大事です。山下さんもいってましたが、利用後どうなったか。山下さんの場合は、整体やエステといったサービス系が多いですが、その利用直後だけではなく

て、3か月後、半年後はどういうふうになってるかというのを、しっかり詳しく紹介していくのが非常に大事だというふうにおっしゃってました。

二つ目のポイントの、なぜ得られるのか？というところですが、サービスのプロセスをしっかりと見せていくということ。山下さん、トヨタで働いていた経験を生かして、どういうプロセスでそれができあがっているのか、どういうプロセスでそれが提供されているのか、というのをしっかり紹介するというのは非常に大事だとおっしゃっていました。

例えば、エステ店の場合は、ひとつひとつの施術について詳しく解説していく。メニューだけがあるのではなくて、この施術の場合は、どういうふうな施術で、どんな順番でやっていくのか、というのを詳しく解説したり、メイク教室の場合は、ファンデーションを塗るという、メイクをやってる人にとっては基本の基本のことですが、一般の人にはわからないことを、詳しく丁寧に解説していったらいいということです。

提供者側というのは、どうしてもプロなので、慣れてしまう。なので当たり前になってしまうんですが、一般の人にとっては全然当たり前ではないということ。これ、非常にありますので、ぜひしっかりと詳しく解説していくということ。あなたが思ってる以上に詳しく解説してあげる、ということぜひやっていただけたらいいと思います。

写真店の場合だと、写真をただ撮ってるだけではなくて、事前準備をして打ち合わせをして、そして撮影して、修整もしてくれるというステップをきっちり踏んでるんですけど、こういったのを全然公開してなかった、ということですね。それをしっかり、3つのステップで写真ができあがりますよと。こういう手間ひまかけて、こうやってるんです、というのをちゃんと公開することによって、価値をしっかりと感じてもらう。常時こういうことをやっていくと、紹介



が増えたり、ホームページからの問い合わせも増えたり、あと客単価もアップしていく。お客様がちゃんと価値を認識して、その商品を購入してくれるので、客単価もアップしていく、こういうメリットもあります。

三番目が、あなたは誰か？というところですが、提供してる人が、なぜこれを提供しているのか、というのをしっかり公開していくというのも大事。一番大きな力としては、自分のプロフィールですね。自分のプロフィールをストーリーで語っていくということが大事です。なぜそのビジネスをしているのか、というのを、生い立ちから語っていく、自分がその事業をやっている理由、そこをしっかりと公開することによって、お客様から信頼感が得られますので、信頼ができて申し込みに至る、という流れが出てきます。

見える化の実践 6 ステップ、ということで、「見える化集客」をやっていく上で 6 つのステップがあると解説されていましたが、1 つ目が現状把握。今、あなたの状況がどうなっているのか、集客の状況であるとか、アクセス数、成約率、そういった数字がどうなっているのか。そしてそこから目標設定。どういう集客の目標を立てていくのか。どれぐらいの収益が欲しいのか、どれぐらいの数を集めたいのか。

そして、コンセプト。そのお店の強み。あなたのお店の強み。いろんな競合他社さんがありますけど、あなたのお店の強みはなんなのか、ということ、これをしっかりやっていく。山下さんの事例では、整体の事例が出てましたけど、ヨガの体操と整体を組み合わせでやってる整体院さんがあって、ヨガ体操というのをメインで押し出して、自分でも治せる、痛いところはその場で治療する、というようなコンセプトで打ち出していった、集客をしている、という形でした。何を強みとして、打ち出していくのか、というのをしっかり作っていく。



そして、4番目として、それを販売する記事を作っていく。メインの商品を販売する記事を作っていく。そして5番目が、お客様との信頼を構築していく記事。信頼関係を作るための記事。そして最後に、アクセスを集めるための記事。キーワードとかから集めてくる記事。検索キーワードなどから集めてくる記事を作っていく。この6つのステップで「見える化集客」を実践していったら、ということです。

集客できるブログ記事の書き方、ということで、ブログ記事、サイトの作り方、非常に大事になってきます。山下さんが意識されているのは、とにかく見やすい記事を書く。お客様が来てくれて、パッと見て一瞬でわかる記事ですね。これを書いていく、ここをすごく意識されていました。

前提として、ブログやサイトは、読まれない前提で書く、ということですね。多くの方が、特に初心者の方は読まれる前提でサイトを作ってしまうんですが、読んでくれる前提ではなくて、読んでくれないという前提で作っていく。そのためには、どういうふうにつくっていくかというと、サイトの色をわかりやすくして、あんまりたくさん色を使わない。2色ぐらいにおさえ、シンプルですっきりしたデザインにする。大事なところを四角で囲う、こういった手間を加えていくだけで、見やすさが全然変わります。

あとは、見出しをつけていく。小見出し。見出しを人は読んでいきますので、そういったところをしっかりと書いていく。あとは、Reason Whyを掘り下げて書く、ということ。こうこうできますよ、と主張したら、なぜそれができるのか、というのをしっかりと書いていく。例えば、整体で腰痛が治ります、ということであれば、なぜ腰痛がとれるのか、それを掘り下げて、なぜできるのかというのを、しっかりと書いていく、これが集客できる記事の書き方になってきます。

まとめですね。山下さんがお伝えされたまとめですが、山下さんはひとつのことを徹底的に掘り下げる、ということ非常に言われてました。集客のノウハウや、コピーライティングの方法というの、世の中にたくさん出ていますが、新しいノウハウを求めるのではなくて、ひとつのノウハウを学んだのであれば、そこをしっかりと掘り下げてやっていく。山下さんもこの「見える化集客」というのは、徹底的に自分の情報なり、お客様が持つてゐる本当の情報を徹底的に公開していく、そこだけを純粋に掘り下げてやっていってるので、山下さんが作るサイトは、非常に内容の濃いサイトになっている、ということです。

なんで、いろんなことをするよりも、ひとつのことを徹底的に掘り下げていく、これが大事だと言っていました。あと大事なことは、自分にとっては当たり前のことでも、お客様にとっては当たり前でないことを、徹底的に公開していくということで、自分では当然だと思ってることも、お客様にとっては全然当然ではない、ということなので、そこを徹底的に公開していく、それを詳しく書いていくことによって、お客様が理解を示してくれて、そして自分の本当にいいお客様になってくれる、という形ですね。

こういった、情報公開しよう、というと、最初不安になる方、多いと思いますが、山下さんも最初は不安を感じていましたが、それを実際やってみたことによって、自分自身の中でも、お客様からの問い合わせも目に見えて増えてきたという結果が出てきたので、徹底してさらにさらに情報公開していく、ということをやっていたとおっしゃってました。

最初は怖い部分もあるかもしれないですが、ぜひ自分の持つてゐる情報を公開してみてください。そしてお客様にとって本当に有益な情報を提供することによって、よりよいお客様が、ファンになってくれたお客様が、自分のところに集まってくれる、という流れができてくると思いますので、ぜひ実践していただきたいと思います。

それではどうもありがとうございました。

