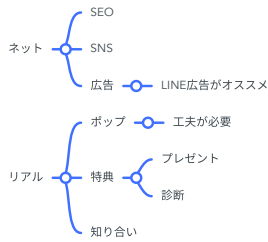


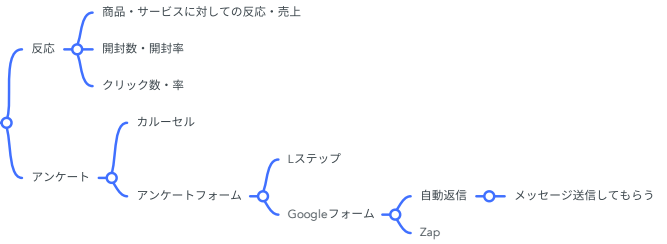
LINE公式をいま作ってもらう

細かいところの設定を完了する

どこで集客するか？

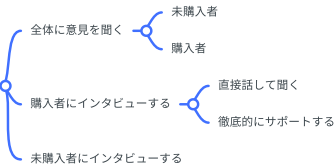


初回は、ユーザーデータを取得する



2回目は、全く違う方法を使う

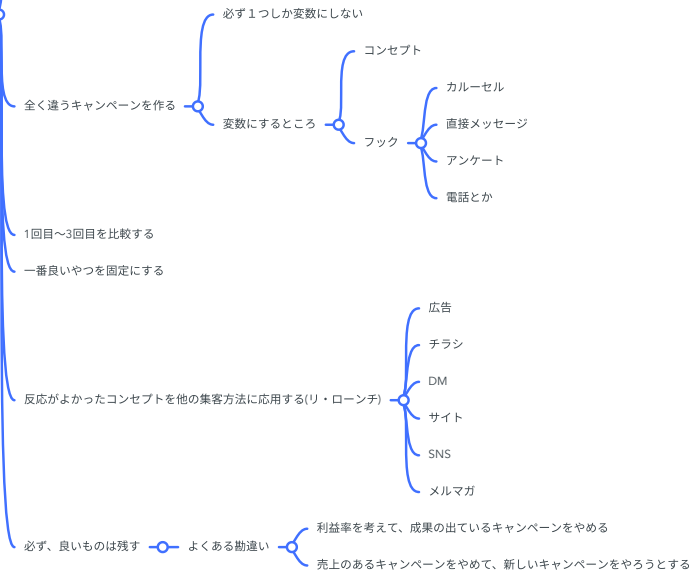
1回目と2回目で良いキャンペーンを採用する



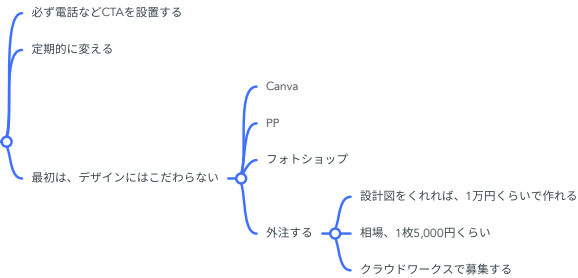
目安



どんなメッセージを流すか



リッチメニューの設定



どうやって管理・運営するのが？

複数人で管理するのがベスト

LINE公式をいま作ってもらう

1. LINE公式をいま作ってもらう

1.1. 細かいところの設定を完了する

1.2. どこで集客するか？

1.2.1. ネット

1.2.1.1. SEO

1.2.1.2. SNS

1.2.1.3. 広告

1.2.1.3.1. LINE広告がオススメ

1.2.2. リアル

1.2.2.1. ポップ

1.2.2.1.1. 工夫が必要

1.2.2.2. 特典

1.2.2.2.1. プレゼント

1.2.2.2.2. 診断

1.2.2.3. 知り合い

1.3. どんなメッセージを流すか

1.3.1. 初回は、ユーザーデータを取得する

1.3.1.1. 反応

1.3.1.1.1. 商品・サービスに対しての反応・売上

1.3.1.1.2. 開封数・開封率

1.3.1.1.3. クリック数・率

1.3.1.2. アンケート

1.3.1.2.1. カルーセル

1.3.1.2.2. アンケートフォーム

1.3.1.2.2.1. Lステップ

1.3.1.2.2.2. Googleフォーム

1.3.1.2.2.2.1. 自動返信

1.3.1.2.2.2.1.1. メッセージ送信してもらう

1.3.1.2.2.2.2. Zap

1.3.2. 2回目は、全く違う方法を使う

1.3.3. 1回目と2回目で良いキャンペーンを採用する

1.3.3.1. 全体に意見を聞く

1.3.3.1.1. 未購入者

1.3.3.1.2. 購入者

1.3.3.2. 購入者にインタビューする

1.3.3.2.1. 直接話して聞く

1.3.3.2.2. 徹底的にサポートする

1.3.3.3. 未購入者にインタビューする

1.3.4. 目安

1.3.4.1. 購入率は、良くて1%を目安

1.3.4.2. 反応率は、20%前後

1.3.5. 全く違うキャンペーンを作る

1.3.5.1. 必ず1つしか変数にしない

1.3.5.2. 変数にするところ

1.3.5.2.1. コンセプト

1.3.5.2.2. フック

1.3.5.2.2.1. カルーセル

1.3.5.2.2.2. 直接メッセージ

1.3.5.2.2.3. アンケート

1.3.5.2.2.4. 電話とか

1.3.6. 1回目～3回目を比較する

1.3.7. 一番良いやつを固定にする

1.3.8. 反応がよかったコンセプトを他の集客方法に応用する(リ・ローンチ)

1.3.8.1. 広告

1.3.8.2. チラシ

1.3.8.3. DM

1.3.8.4. サイト

1.3.8.5. SNS

1.3.8.6. メルマガ

1.3.9. 必ず、良いものは残す

1.3.9.1. よくある勘違い

1.3.9.1.1. 利益率を考えて、成果の出ているキャンペーンをやめる

1.3.9.1.2. 売上のあるキャンペーンをやめて、新しいキャンペーンをやろうとする

1.4. リッチメニューの設定

1.4.1. 必ず電話などCTAを設置する

1.4.2. 定期的に変える

1.4.3. 最初は、デザインにはこだわらない

1.4.3.1. Canva

1.4.3.2. PP

1.4.3.3. フォトショッブ

1.4.3.4. 外注する

1.4.3.4.1. 設計図をくれれば、1万円くらいで作れる

1.4.3.4.2. 相場、1枚5,000円くらい

1.4.3.4.3. クラウドワークスで募集する

1.5. どうやって管理・運営するのか

1.5.1. 複数人で管理するのがベスト