マスタークラス

売れるLINE運用マスタークラス講座

売れるLINE運用
マスタークラス講座

VANCOUVER IMPARVALE CONSULITING INC.

昨日の復習

https://mm.tt/map/2624835581?t=3Q84LTnobm

録画されたセミナー動画は、外部に公開されますので、ご注意ください。
質問は、カットされるのでご安心ください

Q.つぎの回答をグループで発表

マーケティングで一番重要なことは、なんですか？

完全正解で、アマギフ500円

回答：番号と理由
制限時間5分、発表時間1分(代表者)

マーケティングで一番大切なこと

どんな人と出会いたいのか？

ビジネスの３つの課題

- ビジネスモデルの構築
- 集客
- 組織

全てにおいてリソース(お金・人など)とマーケティングが重要

弊社の求人の例

キャンペーン	ステータス	主な成果	予算残	利用済み予算	予算総額	クリック数（スポンサー）
パーソナルトレーナー 求人： 1件	利用されていません 予算上限到達	応募者数30人 目標が未設定	￥0 0%残り	￥18,000 100%利用済み	￥18,000 ワンタイム設定	67
パーソナルトレーナー 求人： 0件	一時休止	応募者数14人 目標が未設定	￥1,724 29%残り	￥4,276 71%利用済み	￥6,000 ワンタイム設定	0

組織が作れないとビジネスは伸びない

どうやって人を集めるか？
マーケティングが必要

「どんな人と出会いたいか？」

余談

社員に対して、ほぼ怒ったことがない

優しいとかではなく、その必要がない

あなたのチームに入りたい人は

- 能力を上げたい
- 知識や技術をつけたい
- お金持ちになりたい
- わけではない
  あなたに頼りたいから社員になってる

したがって、チーム内でも批判は不要で
できる人がやれば良い

よくある例

ダメな例)

成約しない(売れない)
↓
営業が悪い

普通)

買いに来る人が合わない
↓
成約しない(売れない)
↓
営業が悪い

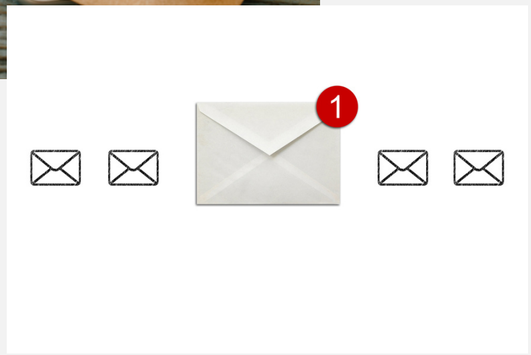
もちろんこれは、その規模によるが
基本的には、
「どうやって流入してきたか」「来る前の問題」

それを解決するのが
ダイレクトマーケティング

ダイレクトメール

LINE

SMS



Email

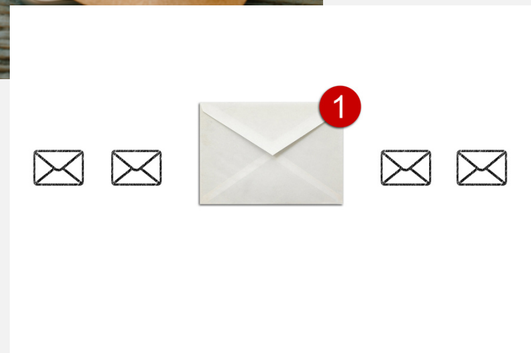
世界的なダイレクトマーケの全体像

SMS

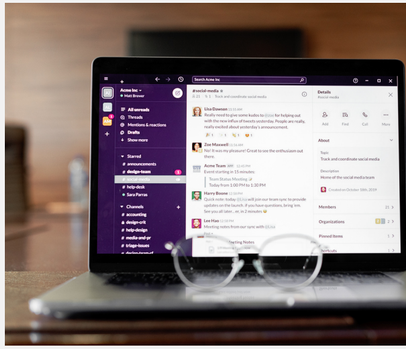
ダイレクトメール

FBやWhatsappやSlack

オンラインサロン



Email



マーケティング用語の復習

1. KPI（Key Performance Indicator）　重要業績評価指標
2. KGI(Key Goal Indicator)　経営目標達成指標
3. CV(conversion)　成果
4. CVR(Conversion Rate)　成果率
5. CPA(Cost Per Action)　顧客獲得単価
6. CTR(Click Through Rate) クリック率
7. CPC（Cost Per Click）クリック単価
8. CTA(Call To Action)　行動喚起
9. ROAS(Return On Advertising Spend)　広告の費用対効果
10. ROI(Return On Investment)　投資収益率
11. LTV(Life Time Value)　顧客生涯価値

Q.一番大切なことはどれか

1. KPI（Key Performance Indicator）　重要業績評価指標
2. KGI(Key Goal Indicator)　経営目標達成指標
3. CV(conversion)　成果
4. CVR(Conversion Rate)　成果率
5. CPA(Cost Per Action)　顧客獲得単価
6. CTR(Click Through Rate) クリック率
7. CPC（Cost Per Click）クリック単価
8. CTA(Call To Action)　行動喚起
9. ROAS(Return On Advertising Spend)　広告の費用対効果
10. ROI(Return On Investment)　投資収益率
11. LTV(Life Time Value)　顧客生涯価値

チャットに番号を書いてください

Q.一番大切なことはどれか

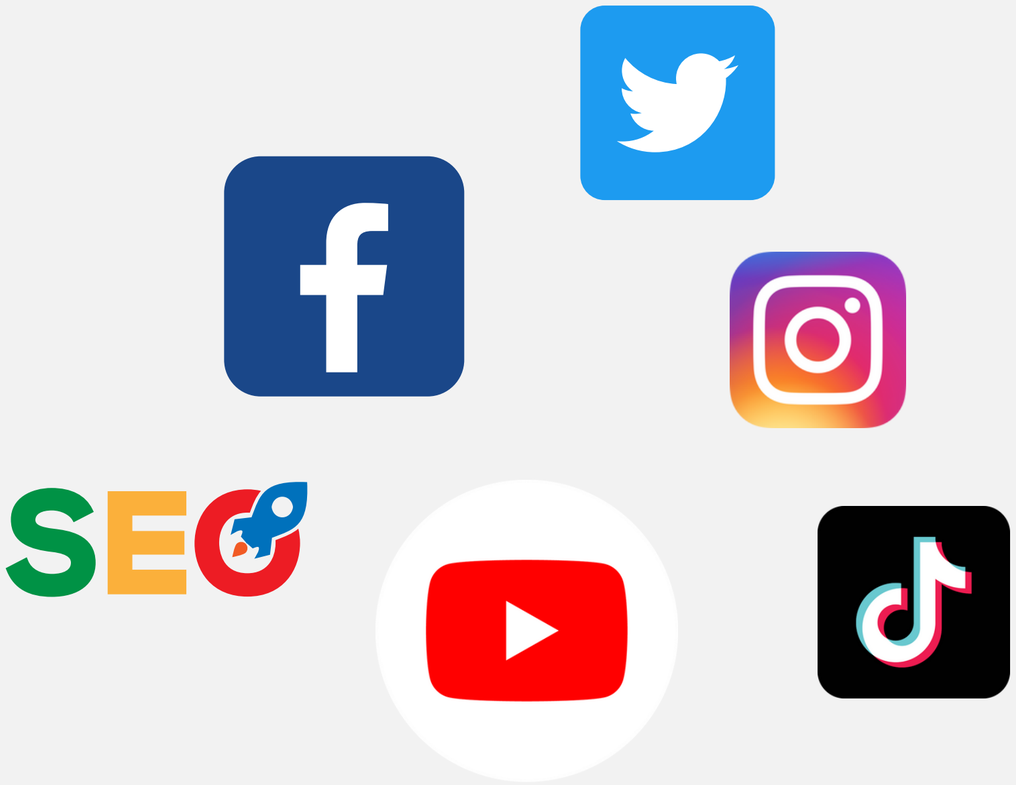
1. KPI（Key Performance Indicator）　重要業績評価指標
2. KGI(Key Goal Indicator)　経営目標達成指標
3. CV(conversion)　成果
4. CVR(Conversion Rate)　成果率
5. CPA(Cost Per Action)　顧客獲得単価
6. CTR(Click Through Rate)　クリック率
7. CPC（Cost Per Click）　クリック単価
8. CTA(Call To Action)　行動喚起
9. ROAS(Return On Advertising Spend)　広告の費用対効果
10. ROI(Return On Investment)　投資収益率

番号の方が書きやすい

チャットに番号を書いてください

マーケティングで重要な２つのタイプ

プル型



プッシュ型

Q.あなたが投資できる金額を考えてみてください

どこかにメモする

制限時間3分

Q.どれが一番良い投資だと思いますか？

1. 自分の知識を増やす
2. 人を雇う
3. 新しいビジネスを作る
4. 不動産を買う
5. 株を買う
6. NISAをやる
7. 広告を出稿する(チラシなども含む)
8. 旅行に出掛けて経験や価値観を広げる
9. お店とかを作る
10. SNSを頑張る
11. LINEとかのツールにお金をかける

回答：番号と理由

制限時間5分、発表時間1分(代表者)

人が投資に恐怖を感じる理由

1. ちゃんと計算出来ていない

ざっくりで良いから必ず、計算をする

A									
	運用コスト	本商品(2,980円)	バックエンド(298,000円)	1ヶ月の売上	1ヶ月の利益	年間の売上	年間の利益		
なし	¥50,000	¥29,800	¥0	¥29,800	-¥20,200	¥357,600	-¥242,400		
あり	¥50,000	¥26,820	¥298,000	¥274,820	¥274,820	¥3,297,840	¥2,697,840		
B									
	運用コスト	フロントエンド(0円)	本商品(2,980円)	アップセル(29,800円)	バックエンド(298,000円)	1ヶ月の売上	1ヶ月の利益	年間の売上	年間の利益
なし	¥50,000	¥0	¥196,000	¥119,200	¥0	¥315,200	¥265,200	¥3,782,400	¥3,182,400
あり	¥50,000	¥0	¥196,000	¥119,200	¥298,000	¥563,200	¥563,200	¥6,758,400	¥6,158,400
C									
	運用コスト	フロントエンド(500円)	本商品(2,980円)	アップセル(29,800円)	バックエンド(298,000円)	1ヶ月の売上	1ヶ月の利益	年間の売上	年間の利益
なし	¥50,000	¥50,000	¥196,000	¥119,200	¥0	¥315,200	¥265,200	¥3,782,400	¥3,182,400
あり	¥50,000	¥50,000	¥196,000	¥119,200	¥298,000	¥563,200	¥563,200	¥6,758,400	¥6,158,400

フロントエンド	¥0
本商品(ME)	¥300,000
バックエンド(BE)	¥500,000
ハイバックエンド	

<一般顧客向け>	Before	After
CPA		¥1,000
引上率		1%
CPO		¥100,000
購入単価		¥300,000
年間購入回数		1
年間購入単価		¥300,000
年間ROAS		300%

無料セミナー	¥0
Note	¥2,000
セミナー	¥3,000
メインのコース	¥149,800
サブのコース	¥120,000
セット料金	¥259,800
オンラインサロン(コース終了生)	¥980
ハイバックエンド(企業向け)	¥1,000,000

課題1：顧客単価を計算してください

どこかにメモする

制限時間3分

課題2：LTVを計算してください

どこかにメモする

制限時間3分

課題3：年間LTVを計算してください

どこかにメモする

制限時間3分

課題4：フロント〜バックエンドまでの価格を決める

1. FE
2. ME
3. BG
4. HBG

複数あってOK

どこかにメモする

制限時間5分

課題5：以下を計算

ステップ①
顧客単価の計算：顧客単価 x 年間LTV = 〇〇円

ステップ②　100人のリストが入った場合
5人が→FE~MEまでの売上=〇〇円
1人が→ME~BGまでの売上=〇〇円

※FE~MEまでのCVRは5%
※ME~BGまでのCVRは、20%
※1リストあたりのCPAが1,000円

チャットに書きこんで発表

制限時間5分

1リスト1,000円で100人なのでCPO10万円

ステップ①
顧客単価の計算：顧客単価 x 年間LTV = 〇〇円

ステップ②　100人のリストが入った場合
5人が→FE~MEまでの売上=〇〇円
1人が→ME~BGまでの売上=〇〇円

※FE~MEまでのCVRは5%
※ME~BGまでのCVRは、20%
※1リストあたりのCPAが1,000円

さっきの計算した売上 - 10万円 =利益

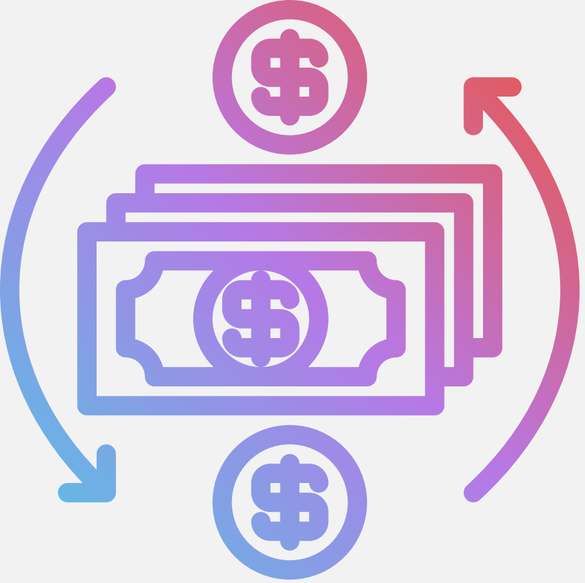
これがROASで、ROIも計算できる

ビジネスにおいて、高いとか安いというのはない！

100万円かかっても、200万円売れるなら問題ない

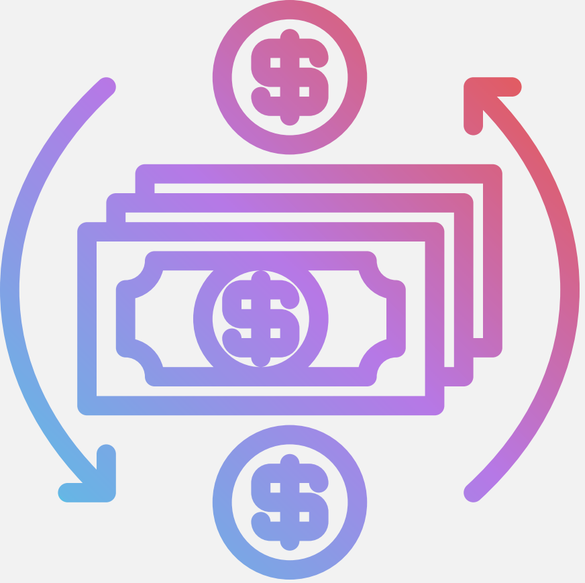
仮に、LINE運用を副業にするならこれが理解できていれば難しくない
そのお客さんが理想的な顧客か判断できる
自分の価格を適正に判断できる
自分の価格がリスクないことが説明できる
相手の気持ちが理解できる

問題は、キャッシュフロー



キャッシュフローを理解する

Q.LINEを構築してもらいました。そのLINEを運用すると、売上が200万円になる可能性があります。
しかし、そのLINE構築が100万円です。
支払いは、納品後の月末締めの月末払いです。



キャッシュフローを理解する

100万円払ったのに

200万円 - 100万円 = +100万円

ROI:200%

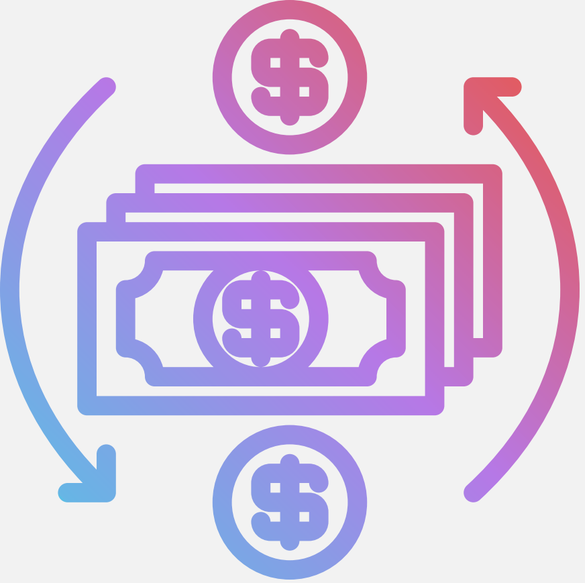
月末払い
100万円の支払い

LINEが納品

1ヶ月後

2ヶ月後

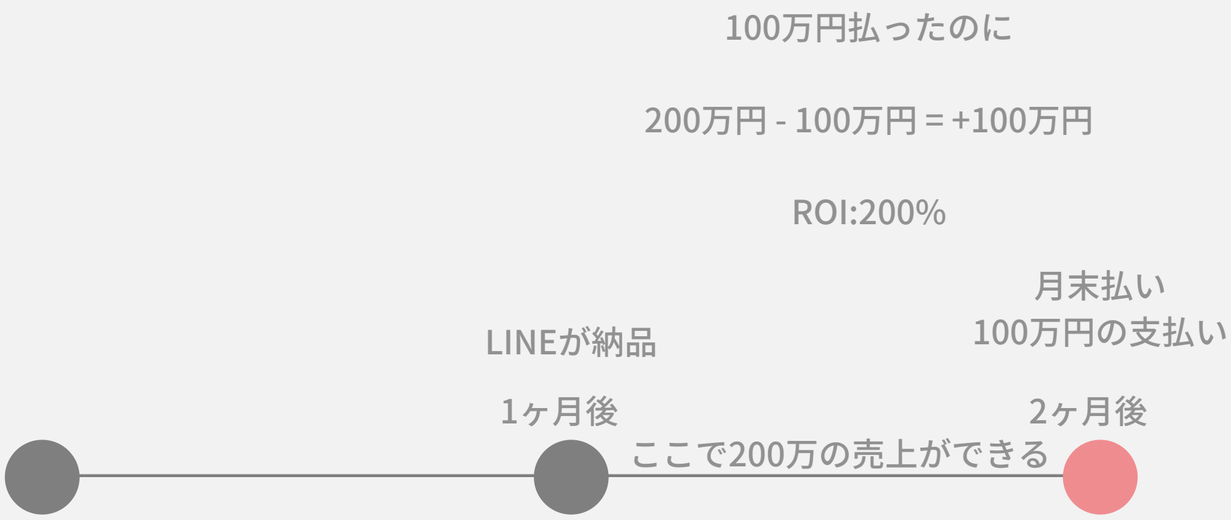
ここで200万の売上ができる



ビジネスが最高の投資

たった2ヶ月で、ROI:200%の投資なんて
どこにありますか？

不動産は良いところ、年間ROIが10%が良いところ
(※しかも、問題は動かせないお金になる)



ただし、ビジネスはリスクがある
でも一番自分でコントロールできる部分

これを理解してたから27くらいで
ほぼ働かなくても収入があった

オススメは副業

だから、LINEは今のところ
最強のビジネスツールに近い

オススメの本

https://amzn.asia/d/15IDT2H

休憩　5分

LINEの情報が世の中に全然ない理由

(全然情報がない)
機能についての情報しかない
なぜか？

①LINEの活用=売上を上げる
だから、それを具体的に達成するフォーミュラがない！
→そのビジネスモデルによって、全然違うから

②そこまで力入れてる人が少ない
→ほぼ大多数が良いと思ってるのに、どう行動すれば良いか理解できてない(チャンス)

③特にDRMだから難しい
→自分も最初は理解できてなかった

DRMをより理解するための事例①

ある法律事務所がありました。
売上が少なくて、集客に困っていた。
チラシやFAX、電話をしてもうまくいかない。
契約が取れたとしても、人件費を考えると利益がすごいある訳ではない
(生活はできる)

そこで、DMを送った。

おめでとうございます。
あなたは、政府から20万円をもらえる権利があります。

しかし、これには、あなたが本当にもらえるか確実に確かめる必要があります。
私たちの法律事務所が無料で、診断をしますので、興味あったら下記の電話までご連絡ください。

000-0000-0000

DRMをより理解するための事例②

ある美容室がありました。
もっと新規で集客をしたのに、インターネットの媒体からしか集客できずに困っていました。
しかも、媒体から手数料を取られたり、お客さんがクーポンを使うので、利益が少なくなってきています。

そこで、下記のチラシを配ることにしました。

あなたにぴったりのヘアスタイルを無料で診断します。
ヘアスタイルは、頭の形や、顔の雰囲気、服装などで変わることをご存じでしたか？

もし下記に当てはまったら、あなたのヘアスタイルは似合っていないと感じるかもしれません。

・美容室で切ってもらったら、いつも80点くらいしか満足できない
・美容室に行ったばかりの時は、いいけど、次の日から微妙な髪型に感じる
・そもそもヘアスタイルの相談を美容室で出来ていない

私たちは、今までに〇〇人のお客様にヘアスタイルを提案してきました。
下記のLINEに登録していただければ、あなたにぴったりのヘアスタイル診断ができます。

画像

全て無料で、お客様のLINEがおかしくなるものではありませんので、ご安心ください。

これらがDRMだと感じましたか？

たぶん、これらをDRM感じない、、、
ここが、みんなLINEを難しく感じている理由
※自分も最初はそうだった

DRMをより理解するための事例①

ある法律事務所がありました。
売上が少なくて、集客に困っていた。
チラシやFAX、電話をしてもうまくいかない。
契約が取れたとしても、人件費を考えると利益がすごいある訳ではない
(生活はできる)

そこで、DMを送った。

おめでとうございます。
あなたは、政府から20万円をもらえる権利があります。

しかし、これには、あなたが本当にもらえるか確実に確かめる必要があります。
私たちの法律事務所が無料で、診断をしますので、興味あったら下記の電話までご連絡ください。

000-0000-0000

DRMをより理解するための事例②

ある美容室がありました。
もっと新規で集客をしたのに、インターネットの媒体からしか集客できずに困っていました。
しかも、媒体から手数料を取られたり、お客さんがクーポンを使うので、利益が少なくなってきています。

そこで、下記のチラシを配ることにしました。

あなたにぴったりのヘアスタイルを無料で診断します。
ヘアスタイルは、頭の形や、顔の雰囲気、服装などで変わることをご存じでしたか？

もし下記に当てはまったら、あなたのヘアスタイルは似合っていないと感じるかもしれません。

・美容室で切ってもらったら、いつも80点くらいしか満足できない
・美容室に行ったばかりの時は、いいけど、次の日から微妙な髪型に感じる
・そもそもヘアスタイルの相談を美容室で出来ていない

私たちは、今までに〇〇人のお客様にヘアスタイルを提案してきました。
下記のLINEに登録していただければ、あなたにぴったりのヘアスタイル診断ができます。

画像

全て無料で、お客様のLINEがおかしくなるものではありませんので、ご安心ください。

LINEの注意点

1. 登録しただけでは、こちらから見れない
2. 垢BANされる
3. 個人情報を取得できない(運営に管理されてる)
4. 広告を出稿するかどうか
5. チャットをたくさん使うかどうか
6. 登録直後にアクションしてもらう
7. ガイドラインを確実に守る

https://terms2.line.me/official_account_guideline_jp

個人的には
LINE拡張ツールならLステップが最強

https://linestep.jp/lp/01/

- ほぼ完全自動化が可能
- ユーザー分析(クリックなど)
- ステップ配信(オートメーション)
- リッチメニュー拡張
- 流入経路分析

など、かなりの高性能
欠点は、コストが高い

正規代理店なので、契約前に相談していただければサポートが可能

チャットをメインで使うならLINE公式

問題点：サードパーティツール入れると、チャットが
返信しづらくなってしまう

サードパーティーツールを導入した方が良いケース

- 大きい組織
- 予算がある
- 友達の数が多い
- すでに売上がある

LINEで欠かせない機能

・チャット
・メッセージ配信
・アンケート
・クリック分析
・セグメント分析
・オートメーション
・ポイントカード
・予約機能
・LINE広告

https://mm.tt/map/2625984249?t=YsYoGxmo3z

LINE公式を作るステップ

https://mm.tt/map/2626008201?t=4eqG8jS2KN

Q.プリローンチを作ってください

あなたのビジネスのプリローンチ
(フロントエンドを使ったメッセージ配信)

回答：発表
制限時間8分→グループ内で共有→表時間1分(代表者)

Q.作ったプリローンチを
メンタルトリガーを使って作ってください

あなたのビジネスのプリローンチ
(フロントエンドを使ったメッセージ配信)

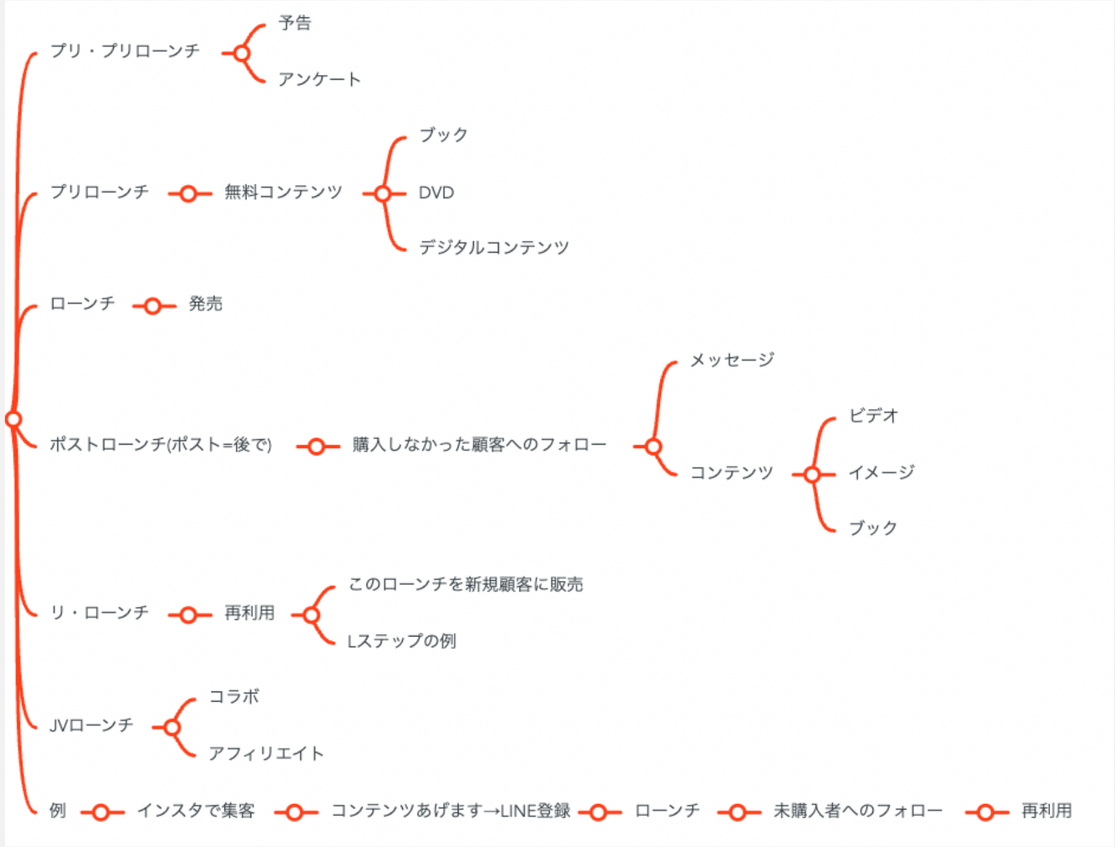
回答：発表
制限時間8分→グループ内で共有→表時間1分(代表者)

Q.LINEのステップ配信で使う
ヒーローズジャーニーを考えてください

あなたのビジネス、商品、サービス、自己紹介、なんでもOK

回答：発表
制限時間8分→グループ内で共有→表時間1分(代表者)

Q.シークエンスを使ってLINEのステップ配信を考えてください



回答：発表

制限時間8分→グループ内で共有→表時間1分(代表者)

アンケート前の設定

設定
アカウント設定
権限管理
応答設定
Messaging API
登録情報
利用と請求
ダッシュボード
月額プラン
プレミアムID
お支払い履歴
お支払い方法
キャンペーンコード
収益
ダッシュボード
チャットの応答方法
応答時間
応答時間内と応答時間外の時間を設定して、応答方法を切り替えることができます。
応答時間の設定画面を開く
応答方法
応答時間内
手動チャット
手動チャット＋応答メッセージ
応答メッセージを使って自動的に返信できます。詳細なやりとりを行うために、チャットを使ってメッセージを手動で送信することも可能です。
手動チャット＋AI応答メッセージ
基本的なやりとりは、AI応答メッセージを使って自動的に返信できます。詳細なやりとりを行うために、チャットを使ってメッセージを手動で送信することも可能です。
手動チャット＋応答メッセージ＋AI応答メッセージ
よくある質問にはキーワードを設定した応答メッセージ、それ以外の基本的なやりとりはAI応答メッセージを使って自動的に返信できます。キーワードが設定されていない応答メッセージは送信されません。
応答時間外
応答メッセージ
AI応答メッセージ
応答メッセージ＋AI応答メッセージ
AI応答メッセージについて
このページでAI応答メッセージをオンにすると利用が開始されます。
AI応答メッセージは、このアカウントに送信されたLINEユーザーからの問い合わせに対し、管理ツールで設定した内容に従ってチャットボットが自動で応答する機能です。

ユーザーからアクションがないと読み込まれない

アンケート前の設定

AI応答メッセージ
メッセージアイテム
リッチメッセージ
リッチビデオメッセージ
カードタイプメッセージ
ツール
クーポン
ショップカード
リサーチ
トークルーム管理
あいさつメッセージ
リッチメニュー
データ管理
オーディエンス
トラッキング(LINE Tag)
友だちを増やす
友だち追加ガイド
メニューを閉じる
テスト
緊急アンケート
説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文
〇〇が欲しい
〇〇が欲しい
ラベル
テスト
3/12
写真
1
カードのタイトル
緊急アンケート
7/20
説明文
説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文説明文
51/60
価格
¥
00,000
0/15
アクション1
〇〇が欲しい
6/15
タイプ
テキスト
応答メッセージに対応したテキストの設定をおすすめします。
プレゼント1

アンケート前の設定

あなたはどれ？

説明文説明文説明文説明文説明文説明文
説明文説明文説明文説明文説明文説明文
説明文

インスタグラマー

ユーチューバー

2023/03/04 ~ 2023/03/10

00:00 ~ 23:59 （毎日）

タイムゾーン： (UTC-08:00) America/Los_Angeles, Santa_Isabel

キーワード　キーワードを設定する

インスタグラマー ×　追加

キーワードを設定すると、キーワードと完全一致するメッセージを受信したときにのみ自動で返信します。 あいさつメッセージなどを通じて設定済みのキーワードをユーザーに案内すると、より効率的に活用できます。
最大30文字まで設定できます。

あなたはインスタグラマーになりたいのですね！
そんなあなたには、〇〇をプレゼント！

41/500

絵文字　友だちの表示名　アカウント名

友だちの表示名を含むメッセージは、プロフィール情報を表示しているユーザーのみに送信されます。

＋ 追加

プレビュー

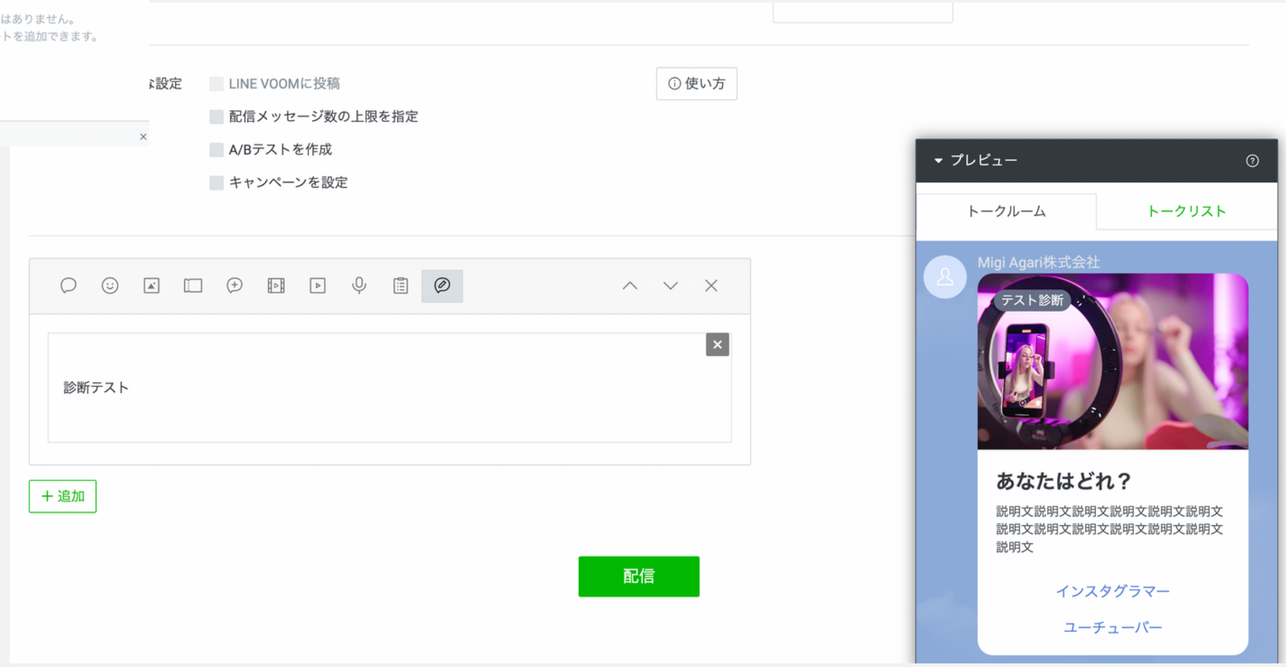
インスタグラマー

Migi Agari株式会社

あなたはインスタグラマーになりたいのですね！
そんなあなたには、〇〇をプレゼント！

アンケートを設定してみよう

1. 応答メッセージの設定
2. カードタイプ→プロダクト
3. 応答メッセージのKW設定
4. メッセージ配信→テスト配信



休憩　5分

分析の注意点

分析するときの注意点
数値を追いかけすぎない

一番利益が変わりそうなところだけ、追いかける

スプレッドシートとか使うのは、NG

その他のツールについて

- LPを作れるツール
- ZappierとPabbly
- スプレッドシート
- Googleフォーム
- Slack
- Chatwork
- Calendly
- 決済ツール
- マインドマップ

LPを作れるツール

WordPress
Click Funnels

Click Funnels

https://www.clickfunnels.com/

- ほぼ完全自動化が可能
- スプリットテストが容易
- １クリック決済ができる
- フォーム一体型LPが作れる

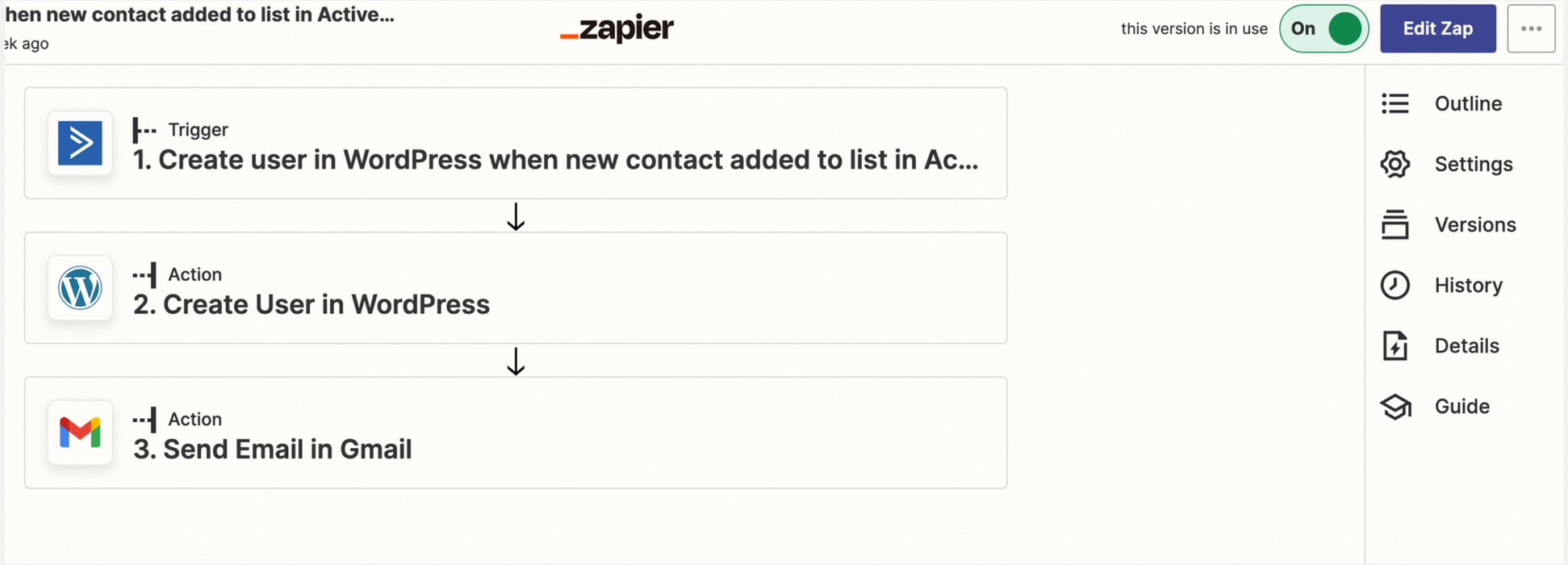
使いたい人は、契約前に必ず連絡をください

LPtools

- ほぼノーコードで必要な機能がある
- ボタンのカスタマイズが良い
- SP固定フッター
- 買い切り約3万円
- 個人的にWPの中で一番使いやすい

使いたい人は、契約前に必ず連絡をください→公式サイト

ノーコードの自動化ツール



Googleのツール

スプレッドシート
Googleフォーム

チャット系のツール

Slack
Chatwork

予約自動化のツール

Calendly

決済ツール

Square
Stripe
PayPal

マインドマップ

Xmind
MindMeister

マインドメイスターの登録はこちら

使い方は、後日また追加のコンテンツで

リッチメニューテクニック

FE設置

CTA必須