



UPTORY



# 集客できる 情報発信の全手法

# 集客できる情報発信の全手法

## 【推奨環境】

このE-book 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 をダウンロードしてください。(無料)

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

## 【著作権について】

このE-book は著作権法で保護されている著作物です。

下記の点にご注意戴きご利用下さい。

このE-book の著作権は作成者に属します。

著作権者の許可なく、このE-book の全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

このE-book の開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。

このE-book は秘匿性が高いものであるため、著作権者の許可なく、この商材の全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。

著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

このE-book に書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。このE-book の作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このE-book を利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

## ■はじめに■

UPTORY の歌川です。E-book をご覧いただきありがとうございます！まずは、本書を読んで分かる事をお伝えします。

## もくじ

### 【第1部】 情報発信の意味を理解する P5

- ・そもそも、情報発信って？
- ・メリットについて
- ・情報発信をする必要がない場合

### 【第2部】 ターゲット選定 P9

- ・あなたは誰に情報を届けたいですか？
- ・ターゲットを深堀するペルソナ設定

### 【第3部】 発信する内容を決める P11

- ・求職者向けの発信方法：あなたの人となり伝える
- ・事業告知向けの発信方法：売れる仕組みを理解する

### 【第4部】 ツールの使い分け P18

- ・各ツールの紹介
- ・プッシュ型
- ・プル型
- ・事例集

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

## 【第5部】 情報を発信する！その前に P25

- ・役立つ情報を発信する
- ・さらにターゲットを絞る
- ・クオリティのチェックについて
- ・発信後はデータを取る

## 【第6部】 SEO 対策について P28

- ・SEOとは？
- ・事例

## 【第7部】 失敗から学ぼう。失敗事例のご紹介 P30

- ・受け手のことを考えていない
- ・やり方を失敗した
- ・【重要】集客の意味を理解していない

## ■最後に■

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューでああなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

## 【第1部】情報発信の意味を理解する

まずは、情報発信について理解を深める必要があります。

### ■そもそも、情報発信って何？

一般的にはこのような意味です。

#### 『情報を発すること、送ること』

情報を公開する / 見聞や知識を伝える / 情報を届ける

もう少し詳しく理解するために、仕事を例にとって深堀してみましょ。皆さんは何かしらのスキルや特技・経験があり、それでご商売をされていると思います。

なぜ仕事の依頼があるかということ、発注する側にあなたのスキルや経験・信用などの『情報があるから』です。その情報は、ご自身が会って伝えたかもしれないし、あなたの知り合いが紹介という形で伝えたかもしれません。つまり、仕事をする上ではお客様になりえる人へ『情報を伝えることが重要』ということです。

そもそも、まったく知らない人には仕事をお願いしようとは思いませんよね。ある一定以上の情報が伝われば仕事をお願いするようになり、仕事がないということは相手に情報が伝わっていない場合があります。当たり前のような話ですが、これがリアルの世界で行われています。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

そこで僕が提案していることは、これを「インターネットでも活用しませんか？」というのが一貫してお伝えしている情報発信の意味だにご理解ください。直接伝えるのも非常に大事ですが、今はインターネットを抜きにしてビジネスは語れなくなってきました。なぜなら、ネットを活用している方々がメリットに気付いてしまったからです。

『24時間いつでも誰にでも同じ情報を届けられる』

『自分が直接話さなくても情報を届けられる』

『場所に関係なくビジネスが出来る』

『会ったことがない人もファンに出来る』

さらに、誰もがスマホを持ち、簡単に無料で情報発信が出来るツールも山のようにあります。この環境の整備もあり、ビジネスはネット抜きには語れなくなりました。

## ■メリットについて

このE-bookを読んでいるということは、このような想いや悩みがあると思います。

『もっと売り上げを上げたい』

『商品やサービスを魅力的に見せたい』

『人材募集をするため求職者に想いを届けたい』

よく聞く例えになりますが、無人島で商売を始めても誰にも知られませんよね。人を集めるには情報発信が必要なのです。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)



# 集客できる情報発信の全手法

続いて、具体的に情報発信するメリットをお伝えします。

## ・ 広告に頼らなくても集客が出来るようになる。

あなたは、毎月どのぐらいの金額を広告費として使っていますか？もし、その金額が限りなくゼロに出来たらどうでしょう？「そんなの無理だよ」と思うかもしれませんが、実際に僕は広告費を払わずに集客をしています。

このE-bookを知ったのも広告ではないはずです。そのことから、自社メディアを持つメリットは大きいのです。後ほど、様々なツールをご紹介しますので、是非使ってみてください。

## ・ あなたのファンを作れる。

定期的に受け手へ役立つ情報発信をすると、感謝されてあなたのファンになってくれます。これはリアルの世界でも同じことと言えるでしょう。

## ・ 資産になる

今までは一対一で会って話す必要があったことが、ネットで発信をすれば何千何万人へ想いを届けられるようになります。これが出来れば、あなたが寝ていても遊んでいても、収益を生む資産になります。

## ■ 情報発信をする必要がない場合

今の状況で情報発信する必要がない方もいるかもしれません。この見極め方もお伝えしますのでご参考ください。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

## ・とても仕事が忙しい場合

このような時には「落ち着いて考えませんか？」とお話しています。なぜなら情報発信を外注しない限り、行うのはあなたか社員さんです。

ただできえ忙しいのに、お客様が増えると社内は混乱するだけです。情報発信は大事ですが、仕事が回らなくなったら意味がありません。一呼吸おいて、外より内を固めましょう。

## ・あまり事業を広めたくない場合

ルート営業や紹介だけで成り立っている会社もあると思います。集客してしまうと新たなお客様が来ることになるので、この場合も無理して発信する必要はありません。

ある飲食店の事例だと、常連さんを大事にするため、あえて人目につかない路地裏に店舗を出すというがあります。

## ・情報発信の意味を理解していない場合

後でご紹介しますが、情報発信は受け手側のことを考える必要があります。例えば「とりあえずSNSで発信だ！」という考えだと、受け手側にメリットがない一方的な商品情報のみの発信になりがちです。それを続けるとマイナスプロモーションになるケースがあるので注意が必要です。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)



# 集客できる情報発信の全手法

## 【第2部】ターゲット選定

情報発信の意味はご理解いただけただけでしょうか？第2部ではターゲットの選定についてお伝えします。

### ■あなたは誰に情報を届けたいですか？

ターゲットを決めるのは非常に重要です。これを考えないで発信しても的外れな人へ情報を届けてしまい、成果が出ないということになってしまいます。分かりやすくいうと求職者向けの情報と社内広報向けの情報ではまったく内容が違いますよね。

なので、「誰に情報を届けたいですか？」という質問に答えられるようにしましょう。ちなみ僕のターゲットは、『商品や事業の想いを魅力的に届けたいと考えている事業所』です。そのためにインタビューで想いを引き出すお手伝いをしており、ブログではお役立ちや解決出来る情報を発信しています。

### ■さらに深掘するペルソナ設定

続いて、そのターゲットの年齢・性別・趣味・生活習慣・悩みまで考えて、架空の人物を想定して作ってみてください。

これが出来るようになると、ターゲットがどんなことで悩んでいるかが想定しやすくなり、「あ、自分のことだ」とグサッと刺さる良質な情報を届けられて、「とても役に

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

立った！」とあなたに感謝し興味を持つようになります。  
参考までに僕のペルソナをご紹介します。

★鈴木 一郎さん（34歳）30年続く食品メーカーの取締役。仙台市在住で、父の会社を継ぐ二代目。東京でサラリーマンをしていたが、3年前にUターンして父の会社に入社した。

4歳の娘と2歳の息子がおり、子供が生まれた時に、子育ては東京より生まれ育った場所をしたいと考えていた。周りの助けもあって仕事は順調。ただ、気になるのは少しずつだが売上が下がっている。父は「こんなのいつも通りだ」と言っているだけで何もしていないが、3年前に比べて取引会社も減っており、新規の顧客獲得が必要だと考えている。ネットを上手く活用したいと思いTwitterやブログを始めたが問い合わせが一件も来ない。どのように発信すればいいのか日々模索中。趣味は歴史小説と博物館巡り。★

いかがでしょうか？ここまでやれば、どんな悩みを持っているのか明確に把握出来るようになります。初めはイメージだと難しいので、実際に知ってる人をペルソナに設定して、「あの人の悩みを解決する情報を伝えよう」と頭に思い浮かべながら考えるのをおすすめします。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

## 【第3部】 発信する内容を決める

ターゲットは決まりましたか？続いては、発信する内容を決めましょう。大きく求職者向けと事業告知向けの方法をお伝えしますので繰り返しお読みください。

### ■求職者向けの発信方法：あなたの人となり伝える

求職者向けの発信は、あなたの人となり伝える非常に重要です。求職者の気持ちを考えたら、一緒に働く人がどのような人間か知りたいと思うのは当然のことです。

※参考までに、大学生へどのような仕事探しをしているのかをリサーチしてきたので、こちらもお読みください。

[・人事担当者は必見！現役大学生が使っている仕事を探す5つの方法！](#)

これを抜きにして、いくら仕事内容や給料などの待遇を話しても、あなたがどのような人間かを伝えない限り本当の良さは分かってもらえません。

もし、「お金を払うんだから黙って働け！」と考えているなら見直した方がいいでしょう。なぜなら、これからの時代は少子化で働き手が減り人出不足が深刻になります。求職者からしたら仕事は選び放題な状況になるので、最悪の場合、人が来なくなるというケースも考えられます。

では、どのようにすれば人となりが伝えられるのでしょうか。ここから紹介するのは、インタビューでも必ず聞いて

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

いる内容になります。

## ①過去・現在・未来を伝える

### ・過去

あなたの過去は、人となりを知る上でとても大事な情報です。

「なぜ起業しようと思ったのか？」

「どのような経緯で事業を継いだのか？」

「今まではどのような仕事をしてきたのか？」

過去は歴史です。経験してきたことには説得力があります。

### ・現在(仕事内容)

今のあなたの想いをリアルタイムに伝えられます。

「どのような仕事をしているのか？」

「どんな人材が必要なのか？」

写真や動画があるとさらに分かりやすいです。実際に任せる仕事が決まっているなら、その流れも伝えましょう。

### ・未来(ビジョン)

あなたのビジョンを伝えることで、それが社員の夢となり一緒に働く原動力になります。

## ②社員の声を伝える

実際働いている社員の声も欠かさず発信してください。特に新人や年齢の若い社員の声がおすすです。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

「右も左も分からなく入社したけど、先輩が優しく教えてくれます」

「この仕事は最初ここが大変でした」

などはリアリティがあり共感しやすくなるので、新人には気取らず本音で聞いてみましょう。

## ③お客様の声を伝える

お客様の声を発信するのは、商品やサービスを販売するためと思いがちですが、実は求職者にも効果的です。

「自分も入社すればこのように喜ばれるんだ！」

と感じてもらえるようになるので、お客様の声を日ごろから集めるようにしてください。

## ④苦勞することを伝える

重要なところです。必ず、仕事で苦勞したことや入社して苦勞することは事前に伝えておきましょう。「そんなこと言ったら応募がこないんじゃないか」と思うかもしれませんが、まったくの逆です。

事前に伝えた方が納得して勤務出来ますし、入社してから「聞いた話と全然違う」というギャップが減ります。無理をして採用してもいいことは何もありませんので、素直に現場の声を伝えましょう。

ただ、苦勞することは最後の最後に伝えるようにしてください。初めは人となりやビジョンを伝えて、心をぐっと引

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

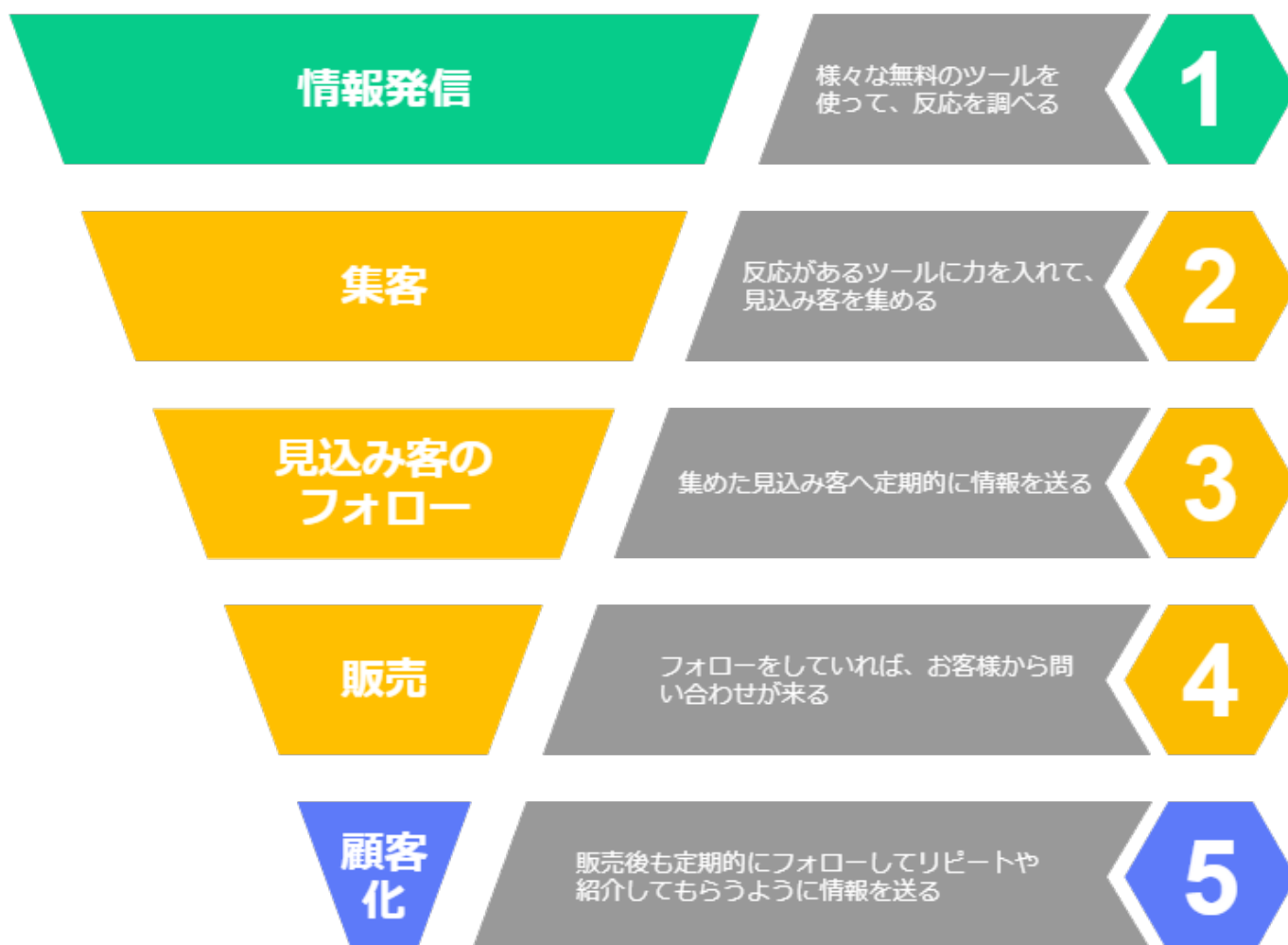
# 集客できる情報発信の全手法

き寄せてから「しかし、苦勞するのはこれとこれがあるかな」と伝えた方が理解しやすくなります。

## ■事業告知向けの発信方法：売れる仕組みを理解する

事業告知の場合には、売れる仕組みを理解することが必要です。こちらの流れをご覧ください。

### 売れる仕組みの流れ



集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)



# 集客できる情報発信の全手法

実際に僕が使っている考え方です。このように情報発信～顧客化をゴールに考えて「今、この人はどこにいるのかな？」と5つに分けています。この仕組みを理解すれば、各フェーズでどのような発信をすればいいか分かるので、ピンポイントでの的確な情報発信が可能です。

詳しく各ステップの内容をお伝えします。

## ・情報発信

ほとんどお金を使わない無料ツールで発信していきます。何が当たるかは分からないので、ここでは広告にはお金を使わないことが重要です。色々試しながら反応が出たツールに集中して力を入れていくようなイメージを持ってください。もちろん、内容はお役立ちの情報が必須です。僕の場合は、ブログとポッドキャスト、YouTubeで発信しています。

詳しいツールの使い方は第4部でご紹介します。

## ・集客

集客は見込み客を集めるフェーズです。情報発信でアクセスが増えて反応があったツール対して、コンテンツを増やしたり広告を打ったりして、興味のある人だけになるよう『ふるい』にかかけます。反応が出ると分かっているので広告も打ちやすくなります。

そして、見込み客を集めるには、メールマガジンやLINE@など直接情報を送れるようなツールに登録してもらうのが

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

おすすめです。『メルマガ登録で〇〇無料プレゼント』などオファーを付けるのも有効ですね。僕の場合はE-bookがそうです。ということは、このE-bookを読んでいるあなたも僕の見込み客ということなのです。

## ・見込み客のフォロー

集めたリストへ定期的に役立つ情報や悩みを解決する情報を送っていきます。言い方は悪いかもしれませんが、牧場に見込み客を入れて、情報(餌)で育てていくイメージです。情報(餌)を与えるほど、受け手側はどんどんあなたのファンになります。

## ・販売

ここまでできたら、見込み客から自然と問い合わせが来るようになり、こちらは販売するだけです。信じられないかもしれませんがホントです。

## ・顧客化

販売したお客様へ定期的にリピートしてしてもらうように、情報を送り続けましょう。受け手はあなたのファンなので、リピートが出来ない商品の場合でも紹介をいただけるはずなのです。

ここで大事なことは二つあります。一つは一番初めの『情報発信』。これをやらないと反応はゼロです。しかし、闇雲に発信するわけではありません。

ここからはターゲットへ発信する際に押さえておくポイントをお伝えします。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

## ①あなたの想いを伝える

求職者向けと基本的に同じです。あなたが何のためにこの商品を販売しているのか？という想いは熱意になるのでしっかり発信しましょう。

## ②費用対効果を伝える

この商品を購入したら、このような効果があるというのをしっかり発信してください。特にBtoB向けの場合は購入までの時間がかかるので、丁寧に伝えることが必要です。

## ③お客様の声や事例を出す

これも求職者向けの情報と同様です。起業したてで実績のない方は、無料でもいいので友人や知り合い、家族に使ってもらって感想を聞きましょう。

## ④よくある質問を伝える

実際にある質問、想定される質問に対して答えを出して発信しましょう。一人の悩みはみんなの悩みです。

続いて、大事なことは『クレマーには売らない』ということです。理不尽な文句を言うてくる人をお客さんにすると、その人に振り回されるので大変です。社員のためにも、情報を送る相手は見極めましょう。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

## 【第4部】 ツールの使い分け

第4部では情報発信で活用できるツールをご紹介します。

### ■ ホームページ

ホームページは各ツールで発信した内容がまとまっている受け皿のイメージを持つといいかもしれません。

そこで、ホームページをまだ作っていないという方向けに無料で作れるサイトをご紹介します。どちらもドラッグ&ドロップで簡単に編集出来ますし、パソコンやスマホ用におしゃれなテンプレートがあるのでデザインも安心です。

#### ・ WordPress(ワードプレス)

WordPressはプラグインという機能で拡張出来る仕組みがあり、『Elementor』を使えばドラッグ&ドロップが出来るようになります。実際、弊社のサイトもWordPressで作っており、HTMLとElementorを組み合わせて使っています。合わせて、無料で使えるおすすめのリソースもお伝えします。これを使えばレイアウトが楽です。

#### ○ [Xeory](#)

後ほど、おすすめのリソース集をご紹介しますが、コンテンツマーケティングのバズ部が無料配布しているテーマで、とってもおしゃれで使いやすいです。サイト型とブログ型の両方が使えるのでお好きな方をお選びください。

#### ・ WIX(ウィックス)

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

WordPressはサーバーを入れる必要があるのですが、初心者の方には面倒かもしれません。そんな方向けに一瞬作れるサイトがWIXです。私も昔は使っていました。こちらも様々なテンプレートがあるので初心者にはおすすめです。ただ、気になる点は『ページ移動がとても重い』ということ。読み込みが遅いのは正直致命的ですが、興味があれば実際作って試してみたいはいかがでしょうか。

## ■ブログ

ブログ抜きでは情報発信は語れません。あなたも僕のブログを見てE-bookをご請求いただいたと思います。SNSはリアルタイムで流れていく情報だとすると、ブログはストック型です。更新すればするほどあなたの想いは蓄積されていき、検索でも上位表示されるようになります。

そして、『どのブログサービスを使うか?』と悩まれると思いますが、結論から言うと独自ドメインを取ってWordPressで始めるのがおすすめです。なぜなら、Googleの検索エンジンを開発する部門のマット・カツツ(Matt Cutts)という人が、このように話しています。

「ワードプレスを選ぶことは、非常に良い選択です。なぜなら、ワードプレスは、SEOに関する多くの問題を自動的に解決してくれて、SEO(サーチエンジン最適化)の手法の80%~90%に対応するように作られているからです。」

## ※引用

そして実際に僕が使っているテーマをご紹介します。

集客できる情報発信をしませんか?  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

## ○ Giraffe (キリン)

ブログマーケッター JUNICHI さんが制作した無料のテーマです。使いやすいので初心者の方にもとってもおすすめです。

## ■ SNS

SNSは何と言っても拡散力があるので、良質のコンテンツを広めるには最強です。あなたもLINE・Twitter・Facebook・Instagramなど使っていると思います。LINEの『LINE@』を使えば、メールマガジンのように登録してもらった人へ情報を届けられるようになります。無料なので活用してみてください。

## ■ 動画

近年、動画ブームと言っていいぐらい、多くのサービスが生まれています。特に需要が高いのが30秒~1分の短い動画。あなたの商品はもしかしたら文章よりも動画の方が魅力的に映る場合があります。YouTubeは無料で使えて簡単にアップロード出来るのでおすすめです。

## ■ 音声

動画は観ないとすべての情報は分かりませんが、音声は他の作業をしながら聴けるので実は勉強効率がとてもいいんです。スピードラーニングがその例ですよ。そこでiTunes内にあるポッドキャストというインターネットラジ

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)



# 集客できる情報発信の全手法

オもおすすめです。僕のインタビュー番組はポッドキャストをメインで使っています。

## ■メールマガジン

メールマガジンやSNSもそうですが、最大のメリットは「個別にアプローチ出来ること」です。後ほどご紹介する『今すぐ客』や『まだまだ客』という見込み客に合わせて、個別に情報を送ることが出来ます。

メールマガジン配信は、100件まで無料で使えるオレンジメールがおすすめです。

注意点としては個人情報の取り扱いには十分気を使いましょう。電話やメールだと気にしている方も多いのですが、SNSのアカウントも個人情報になります。

各ツールは理解できましたか？続いてはツールには大きくプル型とプッシュ型に分かれます。あなたに合った方法を見つけてください。

## ■プッシュ型

プッシュ型はこちらの都合で、こちらからアプローチするやり方で、受け手は受動的に情報を取ります。営業だとテレアポや飛び込み。メディアだとテレビやラジオ、そして広告各種が当てはまります。

ネットのプッシュ型ツールは、SNSやメールマガジンですが、この二つはプッシュ型でありながらプル型でもあるという特徴があります。どちらも、こちらからメッセージを

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

送ることが出来ますし、場合によっては過去の記事も読まれることが可能なので、とても便利なツールになります。

ブッシュ型のメリットは即効性があるのですぐに結果に結びつきます。しかし、デメリットは継続性がないことです。受け手の状況が分からず発信するので「無理やり買わされた感」も出る可能性があり、その場で「売れた！」と思っても次はどうなるか分かりません。

## ■プル型

プル型は受け手から能動的にアプローチするように仕掛けるやり方です。さきほどお伝えした牧場のイメージを持ってもらえればと思います。ネットのツールはプル型が多く、ホームページ/ブログ/YouTube/ポッドキャストなど紹介してきたツールが当てはまります。

そして、どのように見つけてもらうかという点、大きく分けて2つの方法です。それは、『検索エンジン』と『SNSのシェア』です。皆さんも何か悩みがあれば検索するでしょうし、SNSで友達からシェアされた情報は見てみたいと思うのではないのでしょうか。この能動的に情報を取るのがポイントで、良い情報なら「これは面白い」「悩みが解決した」など、ブッシュ型に比べあなたのファンになりやすくなるのがメリットです。

しかし、プル型のデメリットは即効性がないため、成果が出るまで時間がかかります。コツコツ情報を発信するのが苦手な方は面倒と思うかもしれないので、その場合は一人でやるのではなく、チームで計画を立てて行うのをおすすめ

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

します。

## ■おすすめの事例集

ここでは、各ツールを使う上で参考にしている方々を紹介いたします。とてもおすすめなので、皆さんもチェックしてみたいはいかがでしょうか？

### ・ブログ

#### バズ部

とてもおすすめのサイトです。ブログで良質な記事を作り上げるためにこの情報は欠かせません。私もこのサイトを参考にしてブログを書いています。

### ・YouTube

#### グロービス (GLOBIS)

経営を学べる私立大学です。定期的にあすか会議やG1サミットというイベント開催しており、その内容をYouTubeで配信しています。グロービスに入学したいと思わせるぐらい、とっても良い内容を発信してます。

### ・ポッドキャスト

#### 安田佳生のゲリラマーケティング

僕もインタビューしている境目研究者である安田佳生さんの番組です。人とは違う目線の情報を常に発信しており、何かあったら相談したいと思わせるコンテンツを毎週配信しています。

### ・メールマガジン

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

社長、「小さい会社」のままじゃダメなんです！

経営コンサルタント 石原明さんのメールマガジンです。なんと発行が2002年！それで毎週更新しているので、とても長く続いています。もちろん、経営のことも勉強になりますが、内容がストーリー形式になっていてバックナンバーがすべて読めるようになっています。まるで本！

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューでああなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

## 【第5部】情報を発信する！その前に

使うツールが決まれば発信するのですが、ここで再度重要なポイントをお伝えします。

### ■役立つ情報を発信する

ブログでも「量より質だ！」と言ったりしますが、とても同感します。受け手のことを考えずに一方的な自分目線の情報や、告知だけの情報発信はマイナスプロモーションにもなりかねません。ここで、もう一度ターゲットを見直して、相手にどのような情報が役に立つかを考えてみましょう。

例えば、あなたが美容師ならセルフカットのやり方や、おすすめの美容室の選び方などは、プロ目線でとても気になる情報です。さらに深堀すると『セルフカット+やり方』で検索する人は、

『始めてセルフカットに挑戦する人』

『一度セルフカットに失敗している人』

『友達のを髪を切る人』

など考えられますよね。

### ■さらにターゲットを絞る

それを踏まえて、下記の4つ見込み客を想定して情報発信をすれば、より効果が出ます。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

①いますぐ客：「今すぐセルフカットをしなくちゃいけないから教えて！」

発信する情報：『今すぐ出来るセルフカットの3法則』

②おなやみ客：「セルフカットを失敗した・・・」

発信する情報：『プロが教える絶対失敗しないセルフカット術』

③そのうち客：「再来週ぐらいに、友達の髪を切るんだよねえ」

発信する情報：『これがポイント！セルフカットに必要な知識と技術』

④まだまだ客：「いつかセルフカットやってみたいなあ」

発信する情報：『初心者必見！セルフカットに必要なハサミの選び方』

いかがでしょうか？同じセルフカットというキーワードでも、見込み客次第で伝えるべき情報が変わってきます。これは動画でも音声でも考え方は同じなので、設定したペルソナに対してどのような情報がいいのか考えてみてください。

## ■クオリティのチェックについて

ターゲットを選定して良質な情報を発信しても、客観的にみたら「何これ・・・？」という状況になりかねません。そのため、発信する情報のクオリティチェックは必須です。

確実なのは、伝えたいターゲットが周りにいる場合です。直接見せて感想をもらうことが何よりのフィードバックに

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)



# 集客できる情報発信の全手法

なります。いない場合は、友人や家族に聞きましょう。

さらにチームで取り組む体制を作るのもおすすめです。クオリティのチェックポイントを作成して、このポイント以上にならないければ発信しないと決めましょう。これで最低限のクオリティは担保されるはずです。

僕もチェック体制を作っており、必ず知り合いの経営者や嫁や学生などにも読んでもらうようにしています。

## ■発信後のデータを取る

情報は発信して終わりではありません。「どのくらいアクセスがあったのか？」など細かいところまで、データをしっかり取りましょう。

無料で使えるツールを紹介します。

### ・サイトの場合

Google アナリティクス

Google Search Console

UserHeat(サイトのどこを見られているか分析)

### ・ポッドキャストの場合

Blubrry PowerPress Podcasting

・YouTube：管理画面から見れます。

・SNS：管理画面から見れます。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

## 【第6部】SEO対策について

第6部では、各ツールで使えるSEO対策についてお伝えします。

### ■SEOって？

SEOとは”Search Engine Optimization”の略で、検索エンジン最適化を意味する言葉で、検索結果でWebサイトがより多く露出されるために行う一連の取り組みのことを指します。なぜ力を入れているかという検索上位のページはアクセスが上がるからです。例えば、『ニキビ+治し方』と検索したら、あなたも検索結果の1ページに表示されているサイトを見るのではないのでしょうか？

Googleでは、先ほどお伝えしたように記事の質が良いサイトを上位に表示するようにしているので、おのずと検索上位のサイト＝良質のサイトということです。なので、多くの人が検索上位を目指すため、日々努力しているわけです。

### ■事例

#### ・新ドメインで検索流入が2倍になった

ここからは、僕のブログの例を出して、どのようなSEO対策をしているのかお伝えします。お気づきの方もいると思いますが、弊社が運営しているブログは2017年8月からライブドアブログからWordPressに引っ越してリニューアルをしています。SEO対策に力を入れた結果、移転一週間ほ

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

どで検索からの流入が以前より2倍近くになりました。

よく、新しいドメインは検索からの流入に時間がかかるといいますが、やり方次第で検索流入を増やせることが証明できました。

	集客			行動		
	セッション	新規セッション	新規ユーザー	直帰率	ページ/セッション	平均セッション時間
	369	80.76%	298	78.86%	1.70	00:01:40
1 Organic Search	258			83.33%		
2 Direct	71			59.15%		
3 Social	31			83.87%		
4 Referral	9			88.89%		

これが移転した5日後のデータで、Organic Searchというのが検索キーワードでの流入です。ブログを引っ越して全体のアクセスは下がりましたが、これを見ると検索流入が多いことが分かります。

**前提条件**：新しいドメインだが、以前からの記事も引っ越してある。

では、具体的に何をしたのかお伝えします。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

- ・ 検索数が多いキーワードで書いた。

ブログのタイトルはとても重要です。今までは好きなことを書いてましたが、毎記事ごとにキーワードプランナーを使い、検索数が多いキーワードを入れ込むようにしました。

例えば、『集客』というキーワードだと、『集客力』が月間1000~1万の検索数です。キーワードを意識するだけで検索流入が多くなりました。

- ・ とことんターゲットを意識した。

今までお伝えしてきた通りで徹底的にペルソナを意識して記事を作成しました。

- ・ 人気のあるブログを真似た。

これもご紹介したバズ部などのブログを参考にしました。

- ・ 記事を更新したら手動でFetch as Googleを更新した。

検索上位になるにはGoogleにサイトをクローラーしてもらうのが大事です。一般的に新しい記事は繁栄されにくいので、Search ConsoleのFetch as Googleでインデックス登録を毎回リクエストしました。そうすることで、1日あたりのクローリングされたページ数が最大で2,600を超えた日もありました。

今回はブログでしたが、動画やポッドキャストもタイトルや説明文で検索流入が変わってきます。参考の一つとなれば幸いです。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

## 【第7部】失敗事例のご紹介

続いては僕自身や知り合いが経験した失敗事例をお伝えします。人の失敗は参考になるので、読んでみてください。

### ■受け手のことを考えていない

集客力を身につけるなら受け手のことを考えるのは非常に重要です。リアルの世界では当たり前ですが、ネットになると独りよがりになりがちです。具体的にいくつかお伝えします。

#### ・告知だけの一方的な発信になっている

リアルでは押し売りしないのにネットだとやってしまうのは、相手の顔が見えないからでしょうか。しかし、あなたの情報をキャッチする先には必ず人がいます。情報発信は告知ではなく、相手に役立つ情報も発信するようにしましょう。

#### ・WEB ツールの使い方が間違っている

Twitter でブログのように長々とつぶやいていませんか？これをやると受け手のタイムラインにはあなたのつぶやきでいっぱいです。間違いなく良い印象は持たれませんよね。そんなことをされたら僕はフォローを外してしまいます・・・このようにならないためにも、発信する情報によって適切なツールを使い分けましょう。

#### ・問い合わせフォームがない

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

たまにフォームがない会社があります。WEBで集客したいというのに、問い合わせは電話とFAXのみ。

あなたに興味を持って連絡しようと思っても、フォームがなければハードルが上がるので、気軽にメッセージもらえるような仕組み作りをおすすめします。問い合わせフォームは超簡単に無料で作れるので、入れ込んであげてください。

## ■やり方を失敗した

### ・発信する内容を間違えている

例えば、家具を販売しているのに、おすすめのアニメやラーメンなどまったく事業に関係のない情報発信がメインではありませんか？喜ばれるかもしれませんが、それだとあなたが何をしている人かまったく分かりません。目的に関係のない情報は全体の2割程度に押さえましょう。

### ・パソコンを持っていない

「まじか・・・。」と思うかもしれませんが、このような方がホントにいました。スマホでもSNS投稿やブログを書けますが、パソコン画面用の編集はできないので、全体に情報を出したいのであればパソコンは必須です。安いのは数万円で買えます。

### ・WEBなのにリアルで集客している

これも意外に多いのですが、知り合いや友達に依存している場合だと、身内のみでしか広がりません。もちろん、最初は知り合いに声をかけて知ってもらうのは大切ですが、

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)

# 集客できる情報発信の全手法

そこから広がらなければ原因があるので、しっかり突き詰めてみましょう。また、質を高めるため必ず意見を聞くようにしてください。

## ■【重要】集客の意味を理解していない

### ・集客が出来ればすぐに売上が上がると勘違いしている

人が集まったらすぐ売れると思っていないですか？集客はあくまで入り口です。たまたま来たかもしれないし、情報だけ取りにきたかもしれないので全員が購入するとは限りません。なので、集客したお客さんを『囲い込む』必要があります。もし、集客が出来ているのに売上に繋がらないと感じていたら、その後のフォローが出来てない可能性があります。集客後に何をしているのかチェックしてみてください。

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなたの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)



# 集客できる情報発信の全手法

## ■最後に■

最後まで読んで頂き、本当にありがとうございました！  
発信し始めたら、PDCAを回して継続して続けていきましょ  
う。

さて、この E-book は皆様からのご質問やご要望にお応え  
して、UPTORYの創業月である2017年8月に第二版としてパ  
ワーアップしています。今後も、集客に繋がる情報をブロ  
グやメルマガ、ポッドキャストなどでお届けしていきます  
のでこれからもよろしくお願ひします！

【お問合せ】

UPTORY(アプトリー)  
HP:<http://uptory.jp/>  
mail:[info@uptory.jp](mailto:info@uptory.jp)

集客できる情報発信をしませんか？  
インタビューであなただの想いを届けます。  
詳しくは[こちら](#)