

WEBマーケティングの全体像

フリーランスとして新規集客を自動化させる方法

WEBマーケティングの全体像

SNS

フェイスブック
インスタグラム
ツイッター
ユーチューブ

HP・ブログ

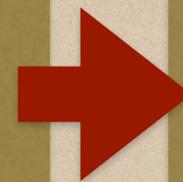
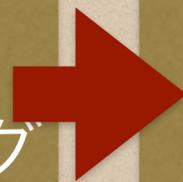
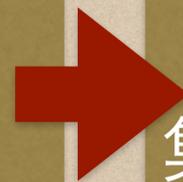
HPトップに誘導
集客用ライティング

メルマガ

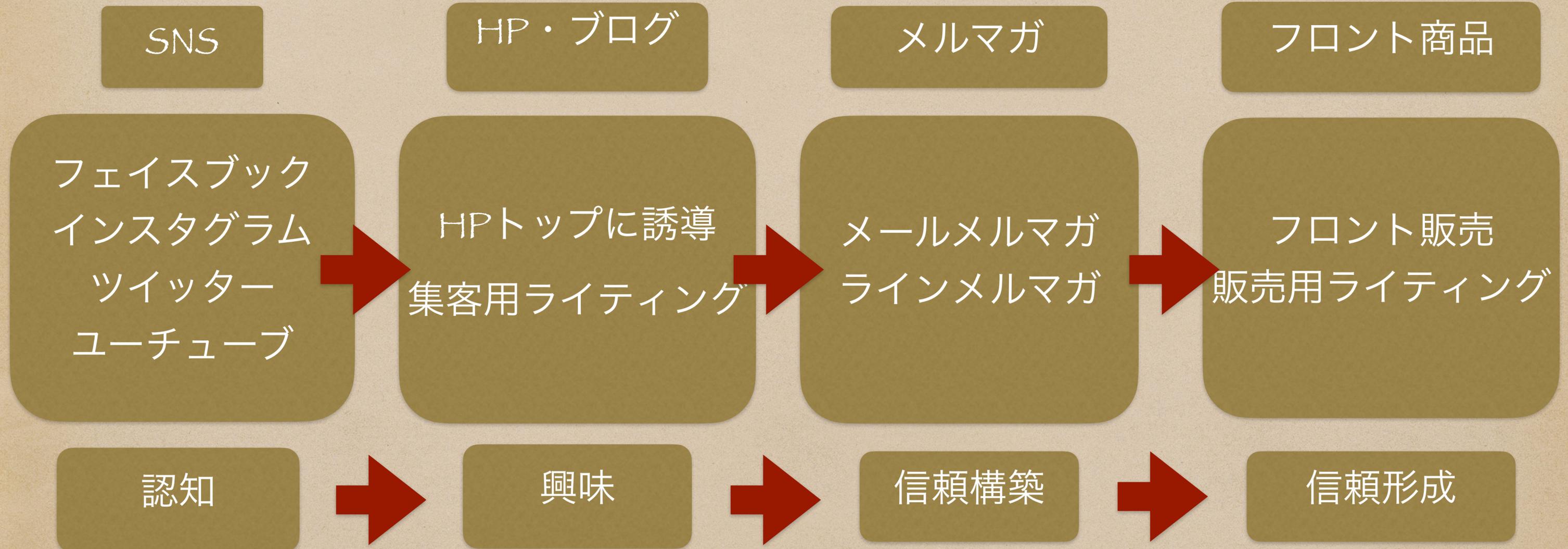
メールメルマガ
ラインメルマガ

フロント商品

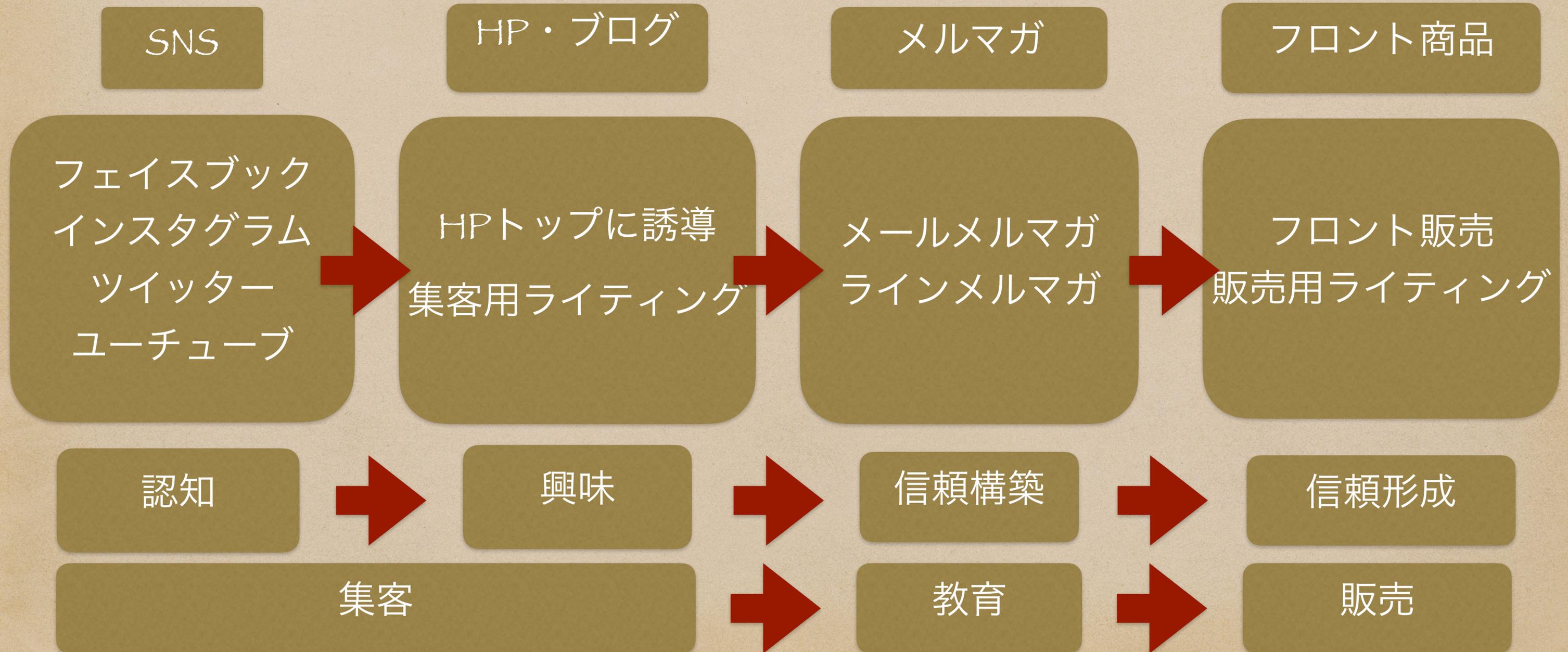
フロント販売
販売用ライティング



WEBマーケティングの全体像

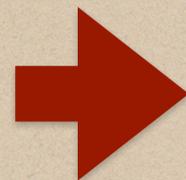


WEBマーケティングの全体像



フロントエンド

顧客の悩みを解決するための
商品を販売する。
ファンになってもらう



バックエンド販売

顧客の本当に解決したい悩みを
高額商品で販売する。

バックエンドから動線を考える

- ◆ 本当に売りたい商品を見込み客に知ってもらうために動線を作る
- ◆ バックエンド → フロントエンド → メルマガなどの信頼構築 → HPなどで興味を持ってもらう → SNSで認知してもらう

例えば

- ◆ 1、バックエンドの高額商品が「個人コンサルで50万程度の商品」を販売したい場合、
- ◆ 2、フロントエンドで新規集客の為の具体的な行動をコンテンツ販売で教える
- ◆ 3、新規集客の方法を質の高い内容でメルマガ発行で信頼獲得
- ◆ 4、HPでは新規集客に必要な情報をブログなどで発信し
- ◆ 5、SNSなどで友達やフォロワーを増やし、新規集客について教えているとブログの内容を少し入れたり、自分がどんな人間かを認知してもらう人数を増やしていく

フロントで新規集客についての方法をコンテンツなどを作り
見てもらえば学べる環境を作り、その後売り上げの上げ方を
コンサルで教える。という流れを作る。

- ◆ 今、現在まさに私がしていることがこれです。
- ◆ このようにバックエンドから考えた商品を最初に考え、このバックエンドを誰に販売するのか？のペルソナを明確に作ります。

だからペルソナが大事

ペルソナの重要性

- ◆ バックエンドを買ってくれそうな人を見込み客と言いますが、この見込み客が具体的に誰なのか？を明確にイメージすることで集客方法が変わります。
- ◆ ペルソナの具体的な作り方は別の動画で案内しています。そちらも必ず見るようにしてくださいね。