１週間で成約が２倍に増えるLINEの活用術

LINEに登録してくださった方は
まだまだあなたの事を知らなかったり、
何となく特典が欲しくて
登録してみた方がほとんどです。

そんな方が見込客に変わるために
やってほしいことをお伝えいたします。

LINE公式アカウントは
特典プレゼントだけ、募集するときだけ
しか使ってないと、

お客様との距離も縮まらず信頼を
構築することが出来ないので、

しっかり価値提供を定期的にしたり
コミュニケーションを
とっていきましょう。

お客様にあなたと商品への理解度を上げる
為に定期的な配信のできる
ステップメールを使ってみよう！

- 認知 - 人々に興味を持ってもらう

↓

- 価値提供 - 信頼を作る（ステップメール）

↓

- 行動させる（説明会・体験会）

登録したとたんいきなり売り込み
などしていませんか？

恋愛に例えたら
知り合って、LINEを交換して、お互いのことを
よりよく知るために食事にいったりしますよね。
この部分が教育なんです。
出会って（集客）、自分の良さを知ってもらって（教育）、
それで告白する（販売、オファー）
という形が自然な流れだって思いませんか？

お客様のとの関係を
築き見込み顧客になってもらうため
見込み顧客との関係が築けていない間に
セールスしても売れないのです。
なので
ステップメールであなたの価値観や
商品・サービスを
受けるベネフィットを伝える必要が
あるのです。

ステップ配信とは

1日目　2日目　3日目　4日目　5日目

友だち追加したユーザーに対して、あらかじめ用意しておいた内容・タイミング・期間でメッセージを自動配信できる機能です。

追加してからの日数やユーザーの属性情報にあわせて
メッセージ配信を設定しておくことができます。

※配信されたメッセージは課金対象のメッセージとしてカウントされます

ステップメールの作り方

・まずはステップメールの着地を決める
どこに誘導するためのステップメールか？
セミナーなのか
フロント商品なのか
個別相談なのか？

・シナリオを考える

＜PASONAの法則＞

P：PROBLEM（問題を提起する）

→直面している問題、もしくは顧客が望む欲求を明確化する

A：AFFINITY（共感する）

→お客様と同じ痛みや、同じ望みを持っていることを、ストーリーや
五感を通じて伝える

S：SOLUTION（解決策）

→問題が解決、もしくは欲求が実現できる方法があることを伝える

O：OFFER（提案）

→具体的な提案を行う（特典・サンプル・モニター・お試しなど）

N：NARROW DOWN（絞り込み）

→提案を受け入れ、問題解決できる、ベネフィットを伝える。

A：ACTION（行動）

→今すぐに行動しなければならない理由を挙げ、行動へのあと押しをする

顧客に興味関心を高めて
信頼されることで
次の行動へ進める

・商品（ノウハウ）への
理解度を上げる

・あなたへの
不安を解消する

気をつけること・ポイント

・LINEの場合、長文は嫌がられるので動画がベスト。
・重要なことは何度も繰り返し入れる（人はすぐ忘れる）
・読まない、信じない、行動しないという前提で(ネット３原則）
・実体験や思ったことなど入れる。
・どれだけ自己開示するかが大事。
一人に向けて話すイメージ。自分ごとと思ってもらう。
・間で質問やアンケートを入れて読者に参加させる。
スタンプやキーワードなどクリックしてもらう。
・全回読まれているとは思わないこと
・タイトル重要（メールを開けたくなるタイトル）
・毎回最後に次回の予告は重要

型がすべてではない！

・何通がいいという決まりもない
・トライアンドエラーで検証してみよう！

常にお客様の心理を考え
あなたの思いを伝え
ファンになってもらうことを考えた
１対１のコミュニケーションをとることで、
あなたから買いたいといってもらるよう
発信していきましょう。

書籍購入ありがとうございました。
年齢関係なく輝く未来を叶える女性が
増えることを願っています！