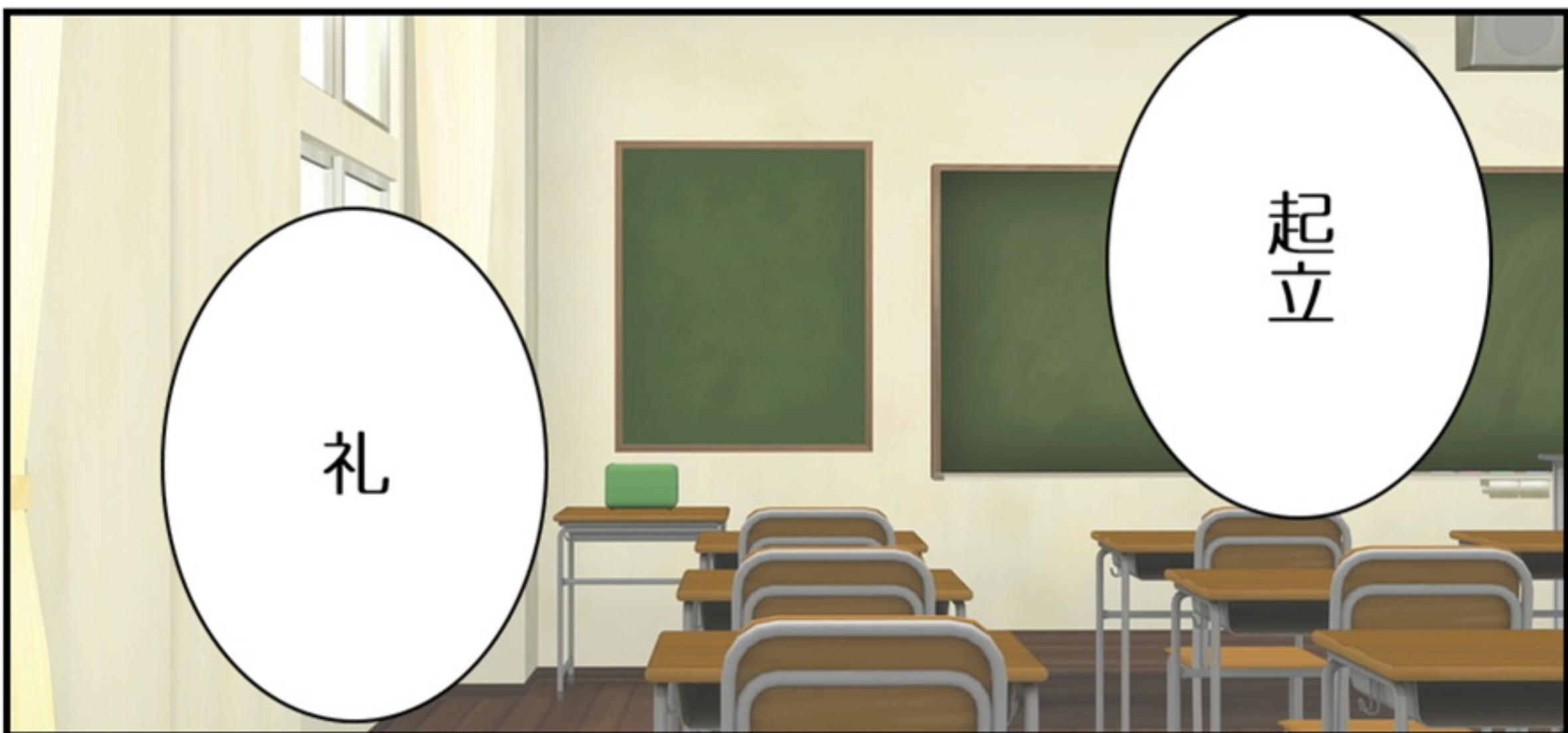


# ポイント

集客と収益化は  
始める前に決まっている





# Web集客&収益化の仕組み作り

## 設計編

今日は、  
集客&収益化の  
仕組み作りについて  
話をするわ

よろしく  
お願いします



ポイントは  
「誰に」  
「何を」  
「どのように」  
をキチンと考える事。  
それだけなのよ



「誰に」  
「何を」  
「どのように」  
ですか？



そうよ。  
まずは、  
「誰に」から  
いくわよ



「誰に」を  
ペルソナって  
言うのよ



お願いします



例えば、34歳主婦と  
48歳独身OLじゃ、  
抱えている問題も  
経済状況も  
考え方も全然違うでしょ



確かにそうですね



その違いを  
無視しては、  
伝わるモノも  
伝わらないわ




じゃあ、  
ペルソナは  
なるべく細かく  
設定すれば  
いいんでしょうか




その通り！  
出来れば特定の  
誰か一人にまで  
絞り込めると  
良いわね。  
一人に向けた  
強烈なメッセージは  
心を動かすのよ






勿論、出来るわよ。  
ポイントはペルソナよ。  
ペルソナにとって  
他の何事にも代えがたい  
って状態を作るのよ



ペルソナにだけ？



そう！  
だって、ペルソナが  
商品を買ってくれるのよ。  
だから、  
ペルソナにとって  
最強が良いのよ







誰にも負けない  
絶対勝てる  
ポジションニングを  
することが  
商品づくりの  
ポイントなの



なるほど！  
ペルソナ×（かける）  
絶対勝てるポジション  
ってことですね



そう！  
わかってるじゃない



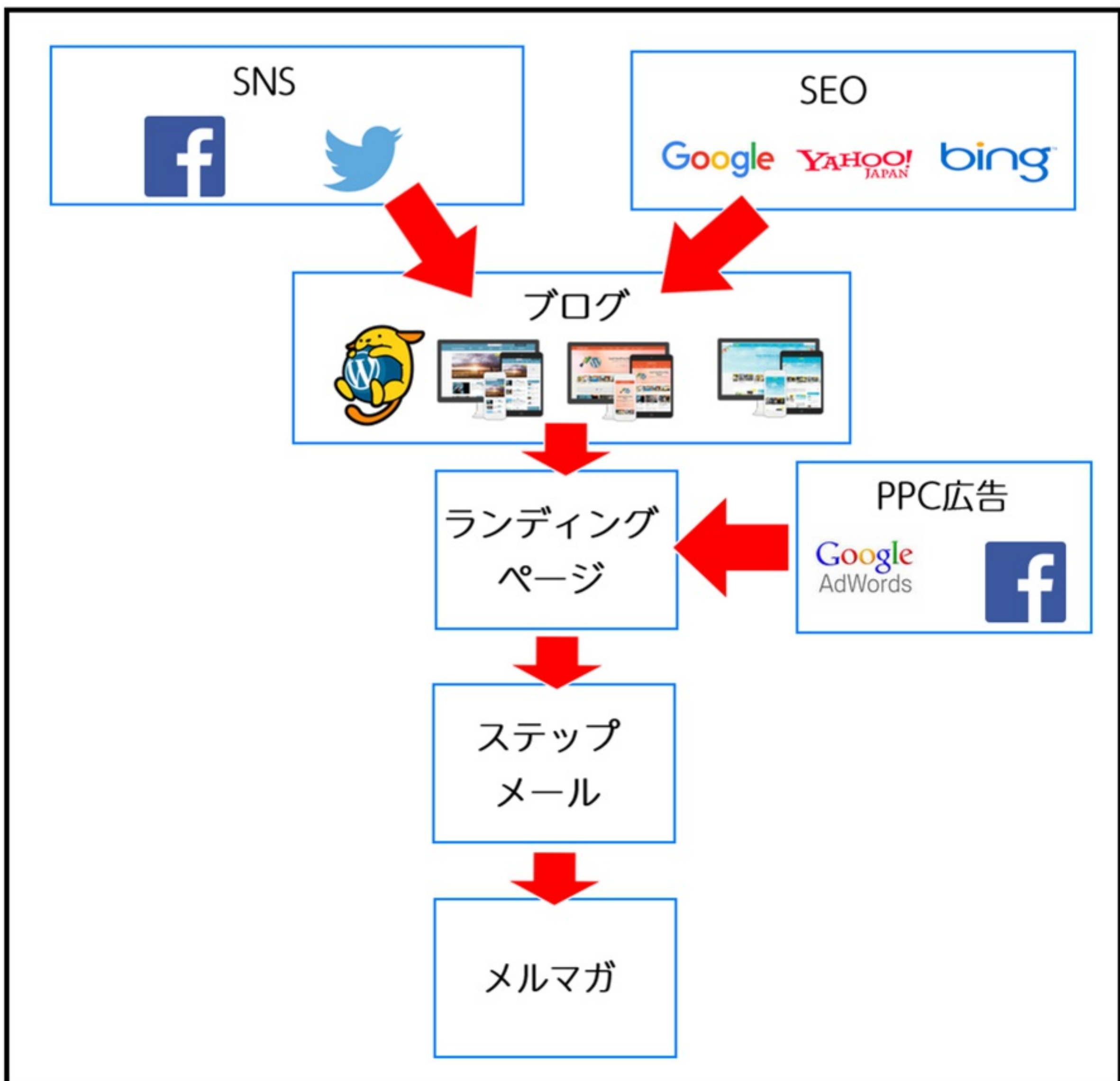
じゃあ、  
最後に、  
「どのように」  
ですね



そういう事。  
「どのように」は  
まさに仕組み  
そのものなのよ



仕組み・・・  
気になります





ほくく  
ちよつと難しい  
感じがしますね



全部を一気に  
すると大変ね。  
一つ一つを  
確実に進めれば  
OKよ



あ、それと  
決済方法、  
運営方法とか  
いっぱい考える事は  
あるわよ



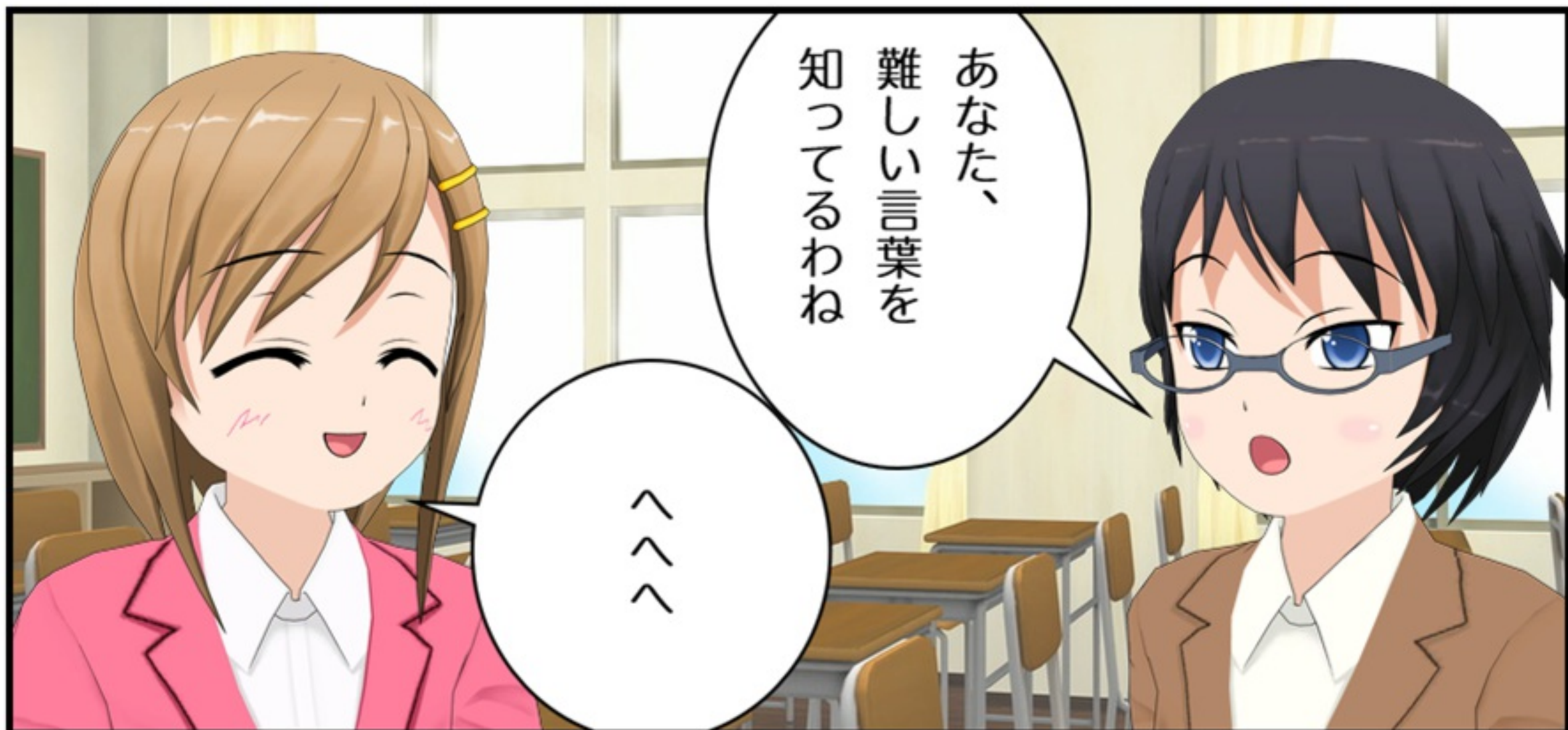
はっはい



あ、そうそう。  
Webは結果を  
数値化しやすいから  
キチンと数値を  
計測する事ね



もしかして、  
KPIとかKGIの  
事でしょうか？

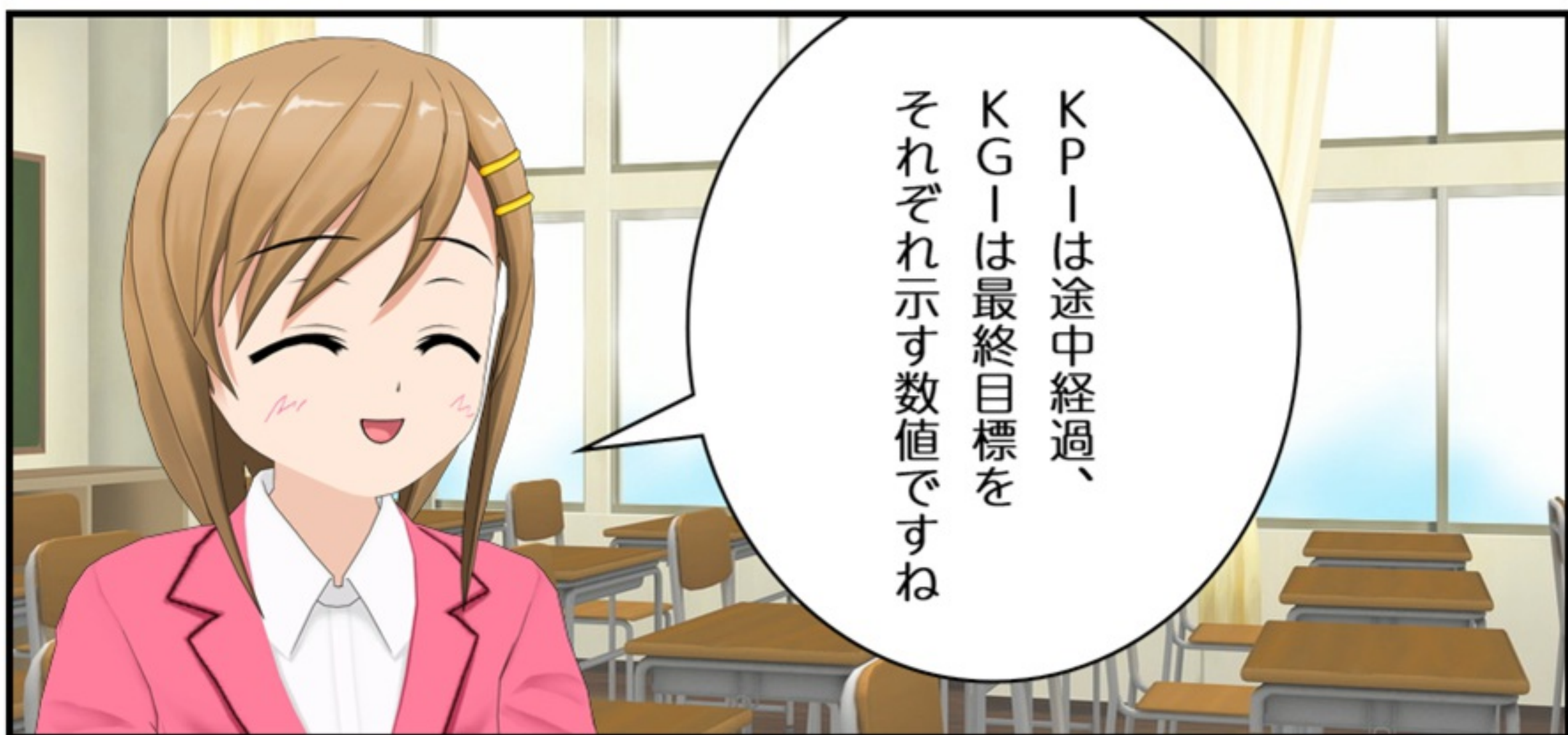


あなた、  
難しい言葉を  
知ってるわね

^^  
^^  
^^



KPIは  
Key Performance Indicator、  
KGIは  
Key Goal Indicator  
の事



KPIは途中経過、  
KGIは最終目標を  
それぞれ示す数値ですね



Webの場合は、  
PVやCVが  
指標になる事が多いわ  
でも、それ以外に  
記事数や申込数など  
目的に応じた  
数値目標を設定する事が  
重要になるのよ



PVとかCVって  
一体なんですか？  
もう、私には  
分かりません・・・



少しずつ  
覚えていけば良いの  
いきなり  
全てが出来る  
必要はないわ





分かりました  
で、この仕組み作りは  
どれ位で  
出来るんでしょうか？



全体を作るのに  
6ヶ月ね  
その後は、  
仕組みを改善して  
行くことになるわ



私一人でも  
なんとかなります？



勿論、  
大丈夫よ！



・・・  
でも、ちよつと  
自信がありません



安心しなさい。  
困ったときは、  
いつでも相談に  
乗るから連絡  
してね