

M Class プロジェクト

- ご案内 -

04.13修正済版



コンセプト

2015年以降のASPアフィリエイトにおける集客経路の変化や行動を考え「新たな収益機会」に目を向ける。
改めて己の戦略を見つめ直し、最適化の手順や「隠されている広告を使った戦略」を自分のものにする。
単なる事例や知識だけでなく「一生使える資産」を共に作りシェアしていく。

集客力 × 販売力 = 売上

7割の力で「**結果**」を出す。

向いている人、対象者

- ✓集客力と販売力をあげる方法と意味をマスターしたい方。
- ✓メインサイトの販売力やコピー、成約率を上げたい方。
- ✓リスティングの本当の価値と普遍的な使い方戦略を身に付けたい方。
- ✓絶好のタイミングで絶好の「戦い方のバリエーション」を増やしたい方。

たとえば・・・

- ・収益を最適化し、今の戦い方にバリエーションを持たせたい
- ・素人でも出来るロジックや方法と考えを手に入れたい
- ・SEOを頑張っているアフィリエイトター
- ・兼業や副業など時間的制限が強いアフィリエイトター
- ・リスティング（キーワード広告、ディスプレイ広告）アフィリエイトター
- ・SEOとリスティング併用者
- ・小規模通販事業者（年商3億見万程度）

情報商材やリスト獲得などを生業としている方

リストマーケティングを強化したい方

●ASPアフィリエイトターなど自社サイトから収益を獲得する形態のビジネスであれば学ぶ価値、実践する価値はあります。

●ただし全くの未経験者（ページを作ったことがない）は対象外です。

稼ぎの方式

あらゆるビジネスに通じる法則。

モノが売れる時には「**タイミング**」がとても重要。

早すぎても・遅すぎてもダメ。結果が出ない。

成功事例の怖さはここにある。常に勝者しか語ることができない。

適切な人に、
適切なタイミングで、
適切な表現で、
適切にアプローチすること。

SEOの場合・・・タイミングを「キーワードのインテンション」で測り、コンテンツやオファーを出来るだけ「適切」に届けようとする。
これがSEOで考えるコト、施策の基本。

タイミング(即日、通販系のアクションワード)
ただしズレが生じる可能性は否めない。

広告の場合・・・ユーザー属性や趣味趣向、履歴などをあらかじめ決定しアプローチできる。適切な人、適切なタイミング、適切な表現、適切なアプローチがSEOに比べ容易である。

「この商品はどんな人に本当に売れているか？」のデータが取れる。
ちなみに、、ASPアフィリの広告主との大きな差は「購入者データ」である。

例えば。。スマホでは「一発回収」
これが結構難しい！CVRが低い。

なぜ？

稼ぎの方式

あらゆるビジネスに通じる法則。

モノが売れる時には「**タイミング**」がとても重要。

早すぎても・遅すぎてもダメ。結果が出ない。

成功事例の怖さはここにある。常に勝者しか語ることができない。

適切な人に、
適切なタイミングで、
適切な表現で、
適切にアプローチすること。

SEOの場合・・・タイミングを「キーワードのインテンション」で測り、コンテンツやオファーを出来るだけ「適切」に届けようとする。
これがSEOで考えるコト、施策の基本。

タイミング(即日、通販系のアクションワード)
ただしズレが生じる可能性は否めない。

広告の場合・・・ユーザー属性や趣味趣向、履歴などをあらかじめ決定しアプローチできる。適切な人、適切なタイミング、適切な表現、適切なアプローチがSEOに比べ容易である。

「この商品はどんな人に本当に売れているか？」のデータが取れる。
ちなみに、、ASPアフィリの広告主との大きな差は「購入者データ」である。

例えば。。スマホでは「一発回収」
これが結構難しい！CVRが低い。

なぜ？

・・・邪魔が入る媒体だから！

電話
LINE
暇つぶし、移動中
トイレ

集客力と販売力を持つこと

結局はこの**2つの力**を身につけること。

そうすれば「売上」はあがるし、

さらに「適切なタイミングでの接触」ができれば、利益は「最適化」できる。

$$\text{集客力 (8)} \times \text{販売力 (4)} = 32 \text{ ----->}$$

集客力をMAXまで頑張った。

$$\text{集客力 (10)} \times \text{販売力 (4)} = 40$$

$$\text{集客力 (4)} \times \text{販売力 (8)} = 32 \text{ ----->}$$

$$\text{集客力 (8)} \times \text{販売力 (8)} = 64$$

集客力を2倍に。

物事には「順番がある」

集客力は手法でいくらでもUPは可能。

しかし集客数が増えても受け皿がダメだと意味がない。

WEBの場合は「販売力」を引き上げる。

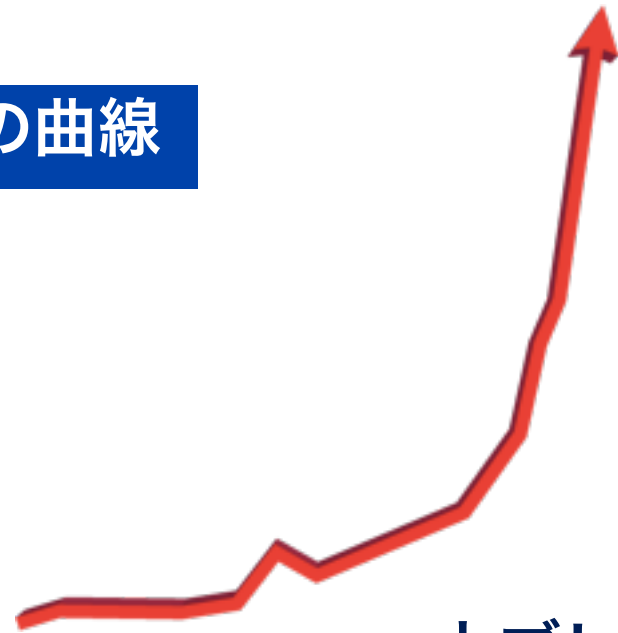
これが「売れるサイト」の正体。

最適化→最大化 のSTEPを必ず踏むこと。

最適解は無いが
最適化はある。

報酬と実態

理想の曲線



現実の曲線



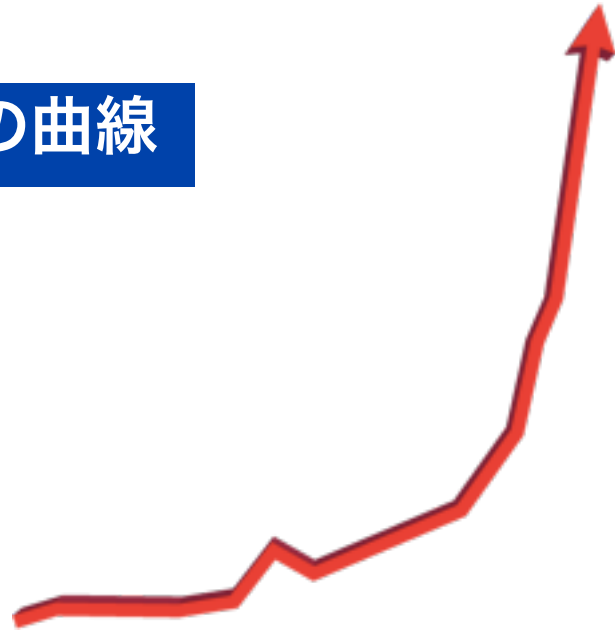
上ブレ、下ブレは必ずある。
山が高ければ谷も深い。

※山に登る（報酬がUP）ことは、同時に谷も深くなるということ。

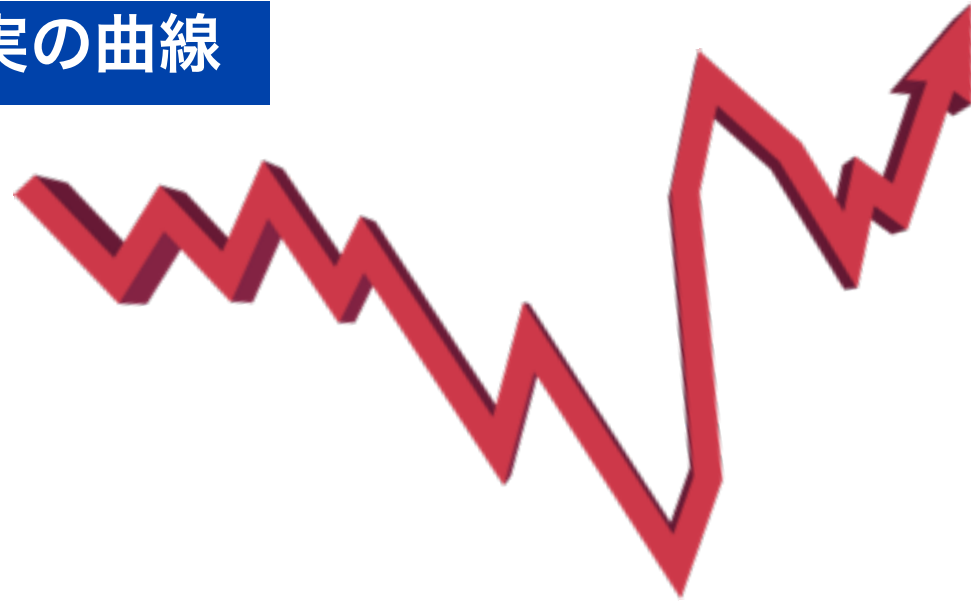
ジツは・・・稼ぎ続けている人は どちら でもない。

報酬と実態

理想の曲線



現実の曲線



二重らせん。



ショットとストック
お試しと定期
SEOとSEO
PPCとPPC
SEOとリスティング

WEBと紙広告
オンラインとオフライン
少額と高額
個人向けと法人向け

-多様性
-セレンディピティ

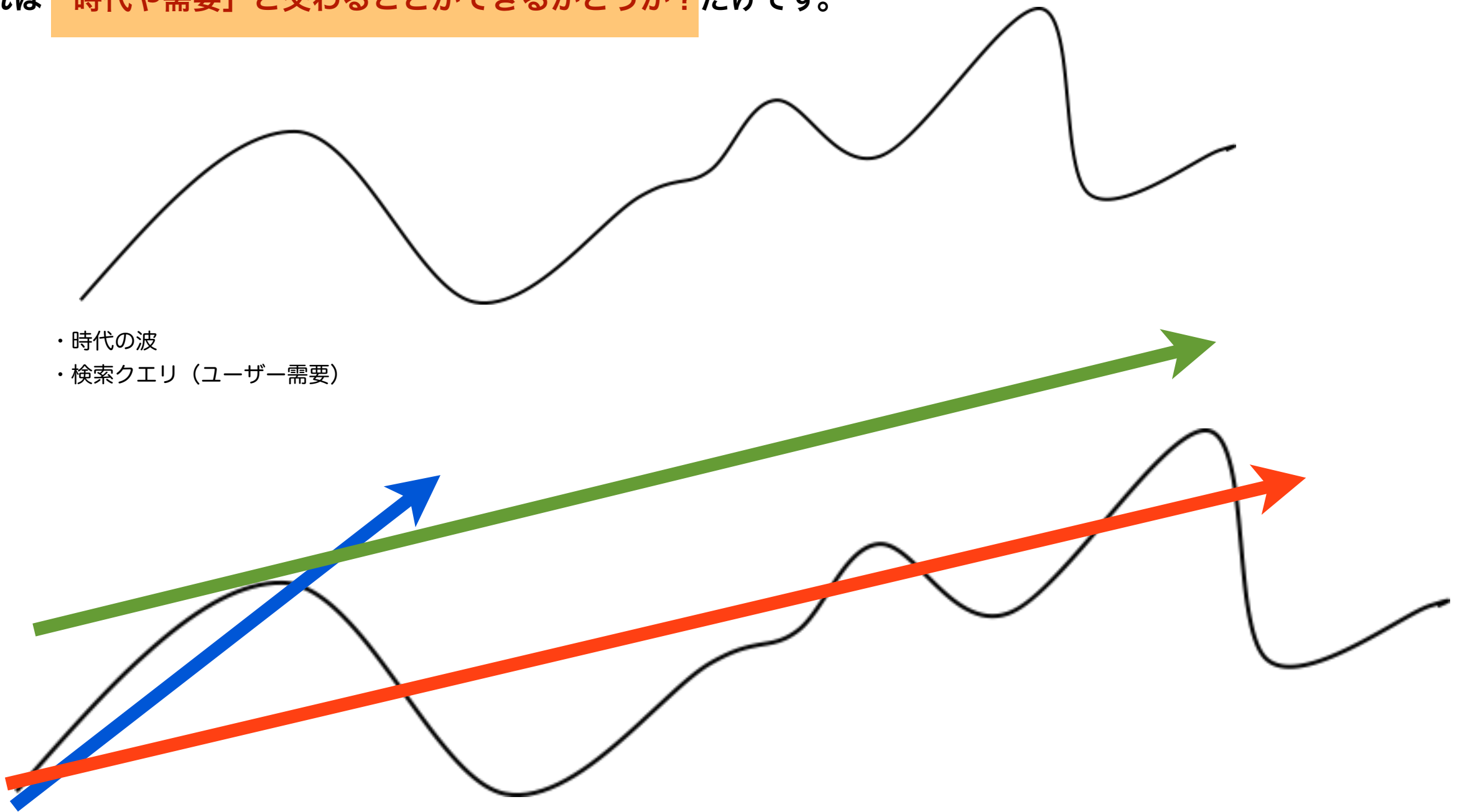
売れる の正体

売れるサイト、売れる商品・・・・

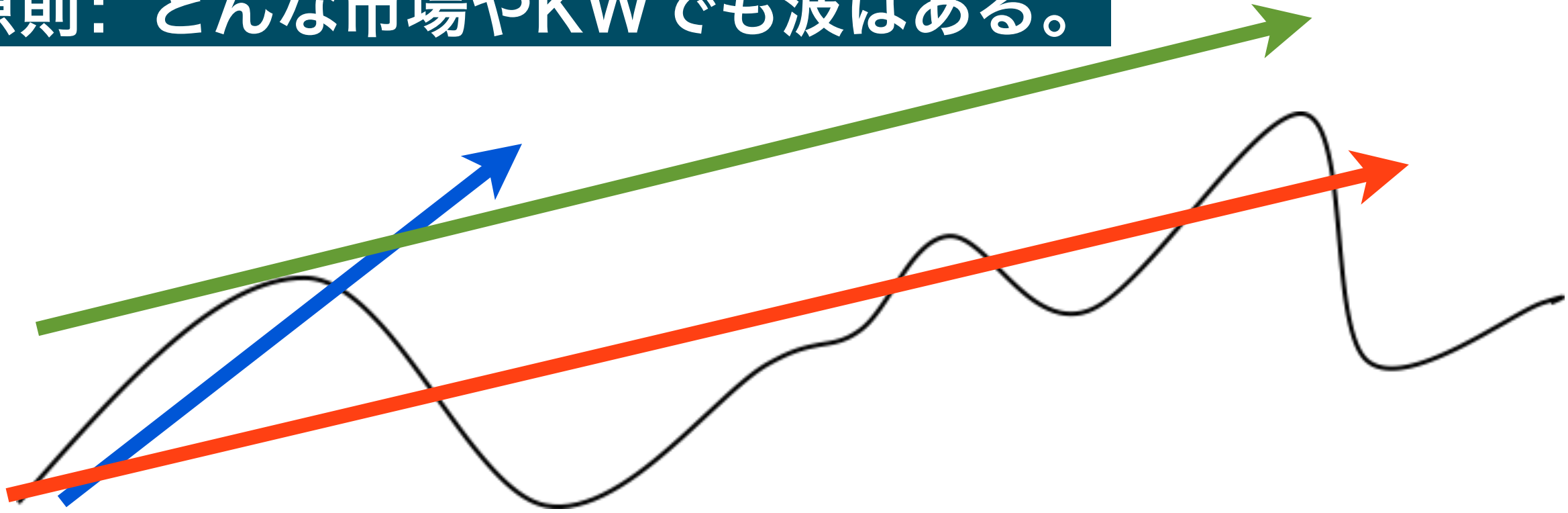
モノやサービスがHITするということはシンプル！！

それは「時代や需要」と交わることができるかどうか？だけです。

- ・時代の波
- ・検索クエリ（ユーザー需要）



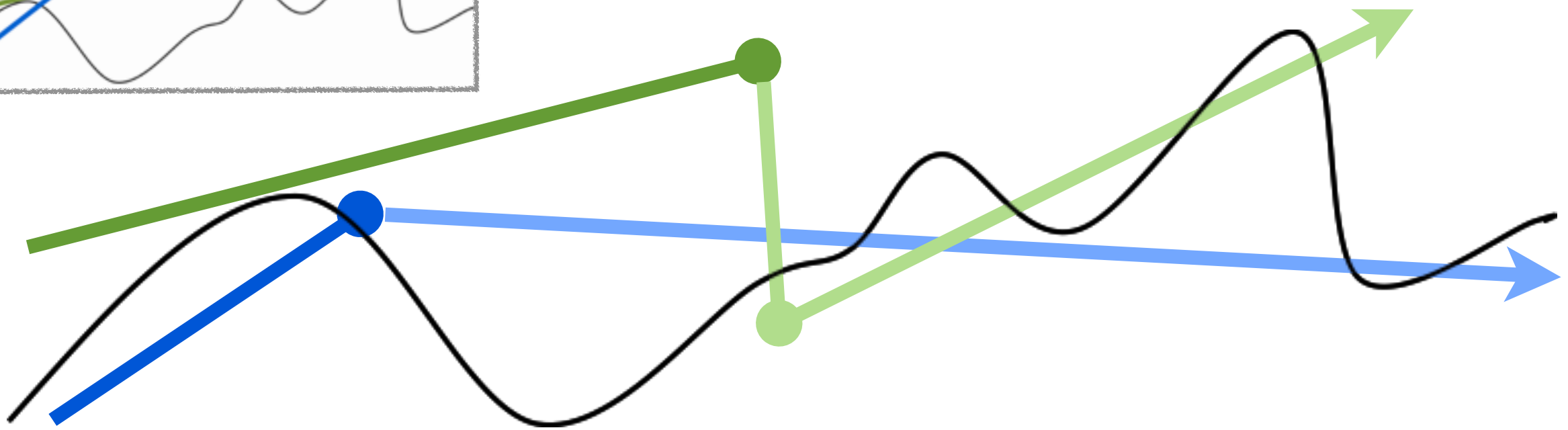
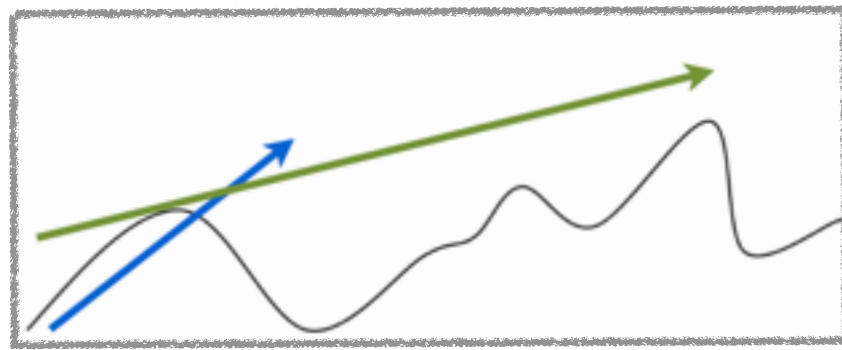
原則：どんな市場やKWでも波はある。



赤矢印・・・これが上手く行っている人の典型例です。
黒の「波」に対して6回交わっています。これが稼ぎのチャンスです。
次はどうか？という予見だけでなく、サイト全体で「いかに収益の最適化を図るか？」ということを念頭において、バックリンクやメインサイトの活用を使い分けて全体の設計図を引いている人。そういった人は手法は何であれ安定しています。
目指すのはここ。
この波は業界のトレンドでもいいですし、「検索クエリ」でもいいでしょう。
要は「需要の波」に対して自分が作ったサイト群やアクセスが交わったときに報酬と言うものは発生する。

青の矢印・・・特需刈り取り型。 商標や量産系でSEOやっている人はこれに近い。
大きなうねりを見つけ、ピークに達するまでを狙う。
この場合、継続的な報酬は見込めませんが、市場や需要が温まっているので、報酬金額はグイーーーン！と伸びます。モール系や流行系の商売はこれ。

緑の矢印・・・一番危険なパターン。
そもそもユーザーの動きも市場も読めていなく、波に交わるができない。
そうすると当然ですけど、アクセスもないし、サイトが1円も稼いでくれない。



途中から修正が可能、容易である。

30代向けだと思ってていたが40代で爆売れした。
レシピサイトに掲載すると売れる、相性がいい。
Neverまとめからのアクセス専用のページを作ったら結果が良かった。
タイヤ交換 というキーワードで関連商品で800万分売れまくった。
SEOサイト訪問ユーザーに3日だけ広告だしたら追加利益が増えた。
バックリンクサイトを有効活用できるようになった。
サイトが飛んでも、収益を運んでくれる可能性が高まった。
メルマガやリスト取得が安価で「欲しいユーザー」だけを獲得できるようになった。
SEOサイトでプッシュしていた商品でなく、似ている商品を出したら売れた。
14時から17時の間だけしか動かしていない広告があるが、結構な黒字だ。
1クリック3円前後で数十万を簡単に稼げた、ライバルがいない。
1年後にリストにアプローチできるので、面白いことがいろいろできる。

今の方法や考えで
「数ヵ月後に間違いなく成果が出る」のであれば、
「今後も収益が伸びる」のであれば、
今のその方法で頑張れば良い。

100%、120%の力でゴリゴリと、
体力と時間とお金を使って成果に繋がるならアリ。

でも・・・
そうでないならば「どこかで方向性や考え」を
一度立ち止まって見直す必要がある。

M Class プロジェクト



集客 × 販売力 = 売上げ

簡単に言えばこの2つを網羅するプロジェクトです

- 販売力は「ユーザーに対するおもてなし」です。
- 集客は[アクセス量とアクセスの質]です。

極論を言えば、この2つを満たせば「売上が上がらない」という現象は起こりません。

MクラスではYDNと呼ばれる非常に効果的な潜在顧客へのアプローチが可能で、刈り取りも可能な広告の実践実技、実装、戦略と顕在顧客を刈り取るためのSSというキーワード広告の両方を学び、正しく選択・利用できるようになります。

販売力を高めた上で、集客の量と質をコントロール すること。

これは今後スマホユーザーが増える中、この考えはとても重要です。
SEOと併用し、上手な戦略に沿って「広告戦略も取り入れる者」が勝者になるでしょう。

YDNなどを使えば、下記のことなどは容易に可能です。

- ・あなたのSEOサイトに訪れた人だけに広告を出す
- ・あなたのサイトに未訪問ユーザーだけに広告を出す
- ・出したいカテゴリやサイトだけに広告を出す
- ・ニキビ治療 というキーワードで過去に検索した人だけに広告を出す
- ・SEOで決まりそうなキーワードを安価で調査する
- ・バックリンクにあったアクセスをメインサイトに流す

年齢や性別、時間帯などの組合せにより、質を担保しながら安価な費用でアクセスを呼び込んだり
「再度、アプローチしたり」が出来ると言うことです。
SEOアフィリエイトであれば今の収益を「最適化」でき、取りこぼしたユーザーから追加収益を獲得できるということです。

どんなツールや手法が流行っても、 集客と利益獲得における “根本的な考え”は変わりません。

踊り場を抜けること・・・これがブレークスルーだとすれば、
このプロジェクト内でステップbyステップで開示、提示、提案していく内容・意義は
「踊り場」から抜け出し、1つ上の階段に登れる事を意味します。

機能でなく「使い方・考え方」がとても大事な部分で、
これを解説している、事例を細かく挙げているモノを僕は見たことがありません。

ノウハウだけでなく、普遍的考えや「収益の守り方と攻め方」を身につけられます。

単なる「知識の学び」でなく「生きた知恵」まで身につけるのがGOALです。

そのためのテキストや補足はご用意してあります。

広告をいかに上手く使うべきか？この商品ならどんな広告でどんな設計がベストか？
証明され実績に支えられている「広告」についてだけでなく、メインサイトのコンテンツ構成および成約
を上げるためのチップスなど・・・
単なる「広告使って利益あげようぜ！」的なノリでなく、
「普遍的な一生使えるもの」を共有し、さらに追加でメンバーに情報公開していきます。

申し込み後の流れ・イメージ

書き下ろし資料を特製バインダーにセットし、ご郵送いたします。

このバインダー資料にはYDNやキーワード広告（SS）などの資料はもちろん、キーワードについての考え、各章の俯瞰マップ(マインドマップ)などが大量に詰まっています。

さらに「弊社の社内事例や研修資料」「運用代行でのチップス」「マーケティング系資料」なども含まれていますので利用活用シーンは様々です。

専任者を育てたい、トレーニングに使うことも出来ますし、プロジェクト終了後にはさらに濃い資料が追加されていきますので、一生の資産となると思います。

「形あるものにする」・・・・・・仕組みの中でこれは必須の要件です。
あなたはアフィリエイトというビジネスに関する「目に見える資産」はありますか？

プログラムはこれらのテキストをベースに進めていきます。
ページ毎の補足や説明、意図や意味などを音声でフォローし、印刷物として渡していない書類も随時追加されていきます。

メンバーサイトでもこれらはダウンロード出来るようにいたします。

＜メンバーサイトにてご提供するもの 参加特典＞

●最強収益倍増法!サルでも稼げるオークション(PDF納品)+とりおろしMp3(音声)

この教材は僕が生まれてはじめて世に出したもので、出発点です。当時と考えたていたこと、ユーザーの真の悩みを探す・・・すべてこの教材に詰まっていた。これらの中身を紐解いて、ビジネスに関する「知恵や技」について解説していきます。

●俯瞰講座(PDF納品)

●アフィリエイト講座(PDF納品)+とりおろしMp3(音声)

49,800円でリリースし、マニアックな内容にも関わらず即完売になった教材。俯瞰という言葉やヒューリスティックなど今では当たり前となった用語や考え方を書いたのがこの教材です。いかにキーワードを探すか?料理するか?どう見るか?などについて特化した教材です。

●-キーワードの誘い- (福岡セミナー) 外注やコンテンツ作りに関する映像

●失敗しない外注方法(アフィリエイト実例編) 1dayセミナー一部

+とりおろしMp3(音声)

2つの外注系のセミナー映像。

どんな方法でどんな指示で外注を行い、何をどう依頼しているか?

自分ひとりで行うのではなく、外部に上手に助けてもらう。これが目的です。

その目的を果たすためには「何をどうすればいいのか?」をエッセンスが必要です。

●お金、税金に関する映像+M&Aに関する音声ファイル

税理士法人の代表が語る「組織論と税金論」

以前に有料で販売されていた映像ファイルと音声ファイル。

この版權をGETしましたので、参加メンバーにもお渡しいたします。

役員報酬の目安や税金のこと、育成など起業したて、法人成りを考えている、節税や貯蓄に関心がある方に最適です。

1つ目は映像ファイルで「税金・節税・小さな会社組織」について。

2つ目は対談インタビューでM&Aで資産を築いた方の音声です。僕たちと非常に近いビジネス形態を行っていた方がいかにGOALへと進んでいったのか?小さい会社がなぜそこまで行けたのか?考え方やスタンスはアフィリエイトは知っていて損はないでしょう。

●2013鳥取セミナー 浜本パート

2013年に開催した鳥取セミナーでの浜本パート。

申込をさせる、クリック率を確実に引き上げる方法や、仕事の進め方、LPなどについて語っています。書き下ろしPDFも。

(内容)

コンバージョン、獲得を高める例の方法について

ABテストについてetc

●法人向けセミナー 鳥取1回目、2回目

鳥取で対法人向けに行ったセミナー映像。もしかしたら地元で企業支援や集客のお手伝いなどを考えている方もいるでしょう。無料セミナーはどのような切り口で、どのような内容を「一般」に向けて話しているのか?参考になれば幸いです。

(内容一部)

集客×販売力のロジック

初回売上げは意味がない

検索エンジンは何を見ているか?

ABテストの偉大さ

俯瞰する

4万円を超えるサブリ。彼らはどこで売っているか?

制作会社は使えない……………etc

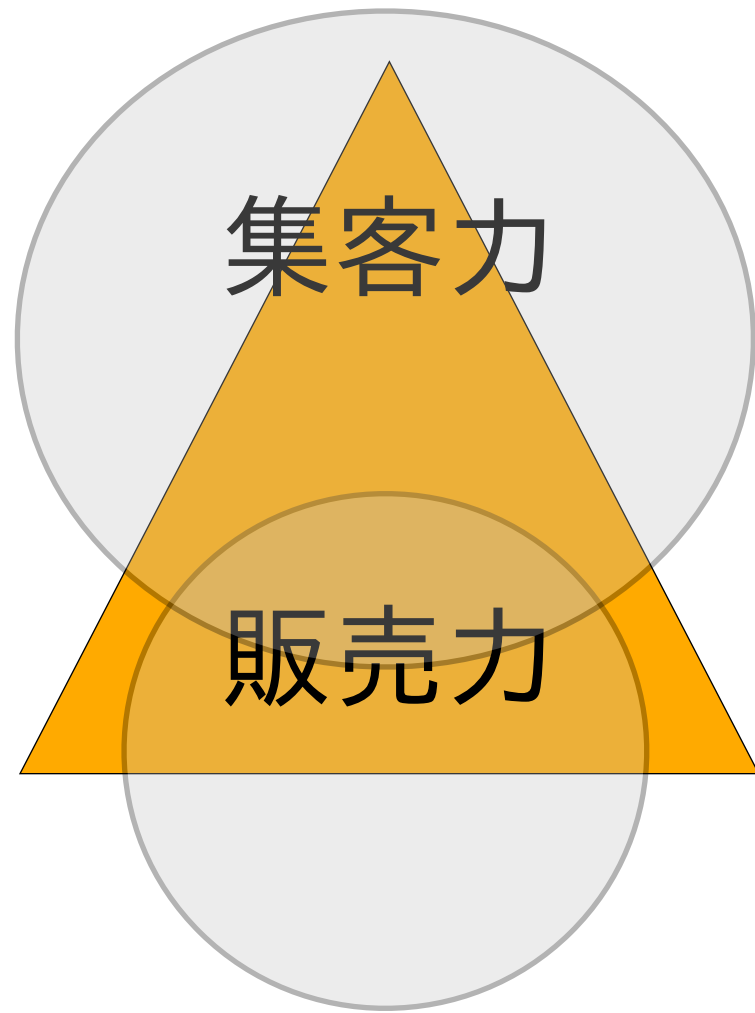
YDNやキーワード広告を使った積極的集客や消極的な集客など
「さまざまなパターン」をマスターし、既存のSEOとの相乗効果や、
今まで見捨てていたアクセスと収益を取り戻す術や考え、事例、収益の最適化をやるなら今です。

今回のタイミングです。

「忙しいアフィリエイト」が
限られた時間と限られた資金で「踊り場」を抜け出すためには

→いかに戦略を立て、
→7割の力でいかに黒字化するか？

・・・を徹底的に「頭と体」に落とし込むことが可能です。
単なる知識やノウハウではなく、知恵と結果にフォーカスしていきます。



WEB広告・・・
①ディスプレイ広告 (YDN)
②キーワード広告 (SS)

LP、デザイン、SEOサイトとリスティングサイト
コピーライティング、企画コンセプトメイク、
コンテンツ外注・・・

この2つの面を正しくじっくり学び身につける。

単なる情報や知識の獲得でなく、
それらを「行動」し「できるようになる」こと。

1章：受け皿サイトの強化と最適化論。コンテンツと成約アップのために

収益化の根源、受け皿サイトのコト。

キーワード、クロージングや成約に関するライティングや流れ。
スマホユーザーを見据えたサイト構成、コピー・・・
いわゆる「受け皿サイト」がしっかりしているかどうか？は運命を左右します。
それらに関する事象をまずはお伝えしていきます。
また「考え方」についてもたっぷりと時間をとります。
そのため過去に販売した教材やセミナーも公開します。
これらを元に音声や資料などを追加していき、より理解を深めてもらい「身につけてもらいます」

- ★ デザインを超えるもの
- ★ メインサイトの構成やコンテンツの考え
- ★ 外部にいかに記事発注するか？
- ★ サイトに置くべきボタン
- ★ ライティングに関して
- ★ 失敗するはずのない外注ライターへの指示や手法
- ★ 成果の出ているサイトやSEOトレンド・・・

SEO,リスティングなど集客手法問わず 根本根源となるのはここです。
受け皿となる媒体（メインサイト）を「しっかりと構築し待ち構える」

これが強い媒体です。
デザインは収益を保証しませんし、優れた専門記事自体も収益を保証してくれません。

では。そのためには何をどうすべきなのか？

例えばですけど、僕はアクセス解析を見て「何をしてる？」など具体的な方法や解説はもちろん、**2015年以降**を見据えた「集客」を成功させ「コンバージョン獲得」を促す際とコンテンツのサンプルや成果の出ているページやサイトを見ながら一緒に学んでいきます。

この章についてはテキストやセミナー映像、音声などをご覧頂いた上で、それらの補足や書き下ろし資料をメンバーサイトにてご提供します。
主に音声でのスタイルがおおくなると思います。

みなさんは一通り、キーワードだとかコンテンツだとかデザインだとか。
その辺りの情報には精通しているでしょうし、自分なりの答えもあるでしょう。

ここではあえて、そういった部分を見つめなおし、
次のYDN広告の章をより有意義に、学びを学びで終わらすことなく活かすための準備運動みたいなものです。

提供スケジュール案

5月10日～6月末日(補足、追加コンテンツ提供)

関連する映像資料、レポート、音声などでサポート。

受け皿サイト（メインサイト）の全体像と細かな設計などを俯瞰できます。

コピーや差別化の意味、サイト立案など改めて見つめなおし、次の章で学ぶ「WEB広告」とのサイト構成や意味の違いを落とし込んでいきます。

2章：SEOアフィリエイトのためのYDN広告の使い方

2015年6月8日 (秋葉原 10:30～18:00 セミナー開催)

YDN広告。さまざまなことができ、さまざまな方法や考え、組合せが可能。

会場では「そもそも論」として広告の意味や種類、YDNで出来ることなど基礎知識について完璧になっていただきます。

その後、それらの「知識」をいかに使い、どういうロジック、戦略を立てるか？

事例を含め「明日から出来る」をテーマに弱者でも戦える方法や最大化を狙う方法。

ジャンル別の「オススメ広告」などについても講義。管理画面操作なども動画にてお届けいたします。

サイトリターゲティング、サーチキーワードという2つの広告だけでも「誰もやっていない方法」は存在しますし、それらのパターンや設計方法についてもマスターしていただきます。

実際にその場でアカウント入稿をし、参加メンバーにはその過程や様子をチェックできるように致します。

アカウント構成や設定もそれらを見ることで更に理解が深まるでしょう。

SEOアフィリエイトが知っていて「得」はしても「損しない攻め方」などについても提供開示を行いますのでご期待ください。

期待を遥かに超える内容を提供します。はじめての方も安心して下さい。

YDNの広告作りなどもカバーします。

例えば僕が開発した（笑）、結構な確率でCV獲得に繋がる「例の広告」についても初披露します。

今後、二度と「YDN」に関しては他のところで学ぶ意義がなくなるくらい、

中学生でも理解し、出来るレベルまで落とし込んでいきます。

提供コンテンツ概要

- YDNの機能と特徴,そして全体像
- YDN種類別の「いける・いけない市場」
- YDNのアフィリLPとは？どんなLPが最適なのか？
- SEOに生かすデータのため育て方
- 弊社のケースやチップス。具体的な活かし方。
- この価格でスタート・テストしなさい。CPCの考え方
- 7割運用のためのグルーピング、設計パターン
- YDNサイトリターゲティングとSEOアフィリの仕組み
- リタゲの「正しい考えと動かし方」
- 世界一美しいリタゲ活用と攻め方守り方
- YDNサーチターゲティングとSEOアフィリの仕組み
- サーチターゲの「正しい考えと動かし方」
- YDNインタレストマッチの仕組みとポイント
- どの広告から使うべきか？のルールと基準、フロー
 - " SEOのみのやっている人の設定と戦略
 - " キーワード広告やっている人の設定と戦略
 - " キーワード広告とSEOをやっている人の設定と戦略
 - " 予算が無い人の設定と戦略
- 広告文、イメージ画像について
- YDNを用いたテスト手法や事例
- 運用後のポイント、レポート活用術
- 広告一括インポートの方法
- リスト取り、2ステップマーケティング
- その他関連事項

補足フォローアップ ※6月末日～7月末

YDN、ディスプレイ広告に関する事例などサポート。成果の出たパターンや失敗パターンなど音声やファイルで継続してサポートしていきます。SNS系の広告などについても補足していきます。

セミナーに参加できない場合も、映像を提供いたしますのでご安心ください。

3章：キーワード広告（Yahoo!スポンサードサーチ）

7月24日(秋葉原 10:30～18:00 セミナー開催)

今すぐ客を刈り取るのに有効なキーワード広告。Yahoo!スポンサードサーチに関する章となります。
検索結果画面に指定したキーワードで検索されたときに表示させる広告のコトです。

リスティング関係の塾やセミナーはすべてここにフォーカスしていますが、
正直適当すぎたり、使えないものが多い中「本当の意味で未来永劫ツカエルもの」を提供します。
忙しい方でもスタートできるリスティングの方法や考え方はもちろん、
キーワード広告だけで数百万以上を狙いたい方などさまざまなTYPEに対応。 攻め方と守り方のバランスで収益性は変わってきます。

WEB全般に言えることですが「情報、操作や知識」で収益は変わりません。
僕とあなたが「同じキーワードで同じマッチタイプ」を使っている結果は違う。
ここが面白いところであり、このブラックボックス部分を掴み取る必要があります。

いろいろなパターンや鉄板のアフィリも存在する世界です。

例えば。

「1クリック3円以内で出しまくって、数十万を手早く確実に獲得する」なんてウソみなたいな方法もあるので、それらも当然シェアしていきます。

半年に2－3回だけ（計3-4ヶ月くらい稼動）リスティングを使って数百万稼ぐような人も存在するのですが、
そのカラクリや方法を開示していきます。

兼業で「リスティングで稼いじゃっています！」系の人はこの方法が7割くらいじゃないんでしょうかね。

リスクは少ないですし。リターンはそこそこですけど。

とは言え「売上インパクト」は大きいですけど。

このパートでは「キーワード広告の運用」で100点を狙う方法でなく70点を狙う方法など

「いそがしいアナタ」でも正しく手をつけれるように解説し、兼業や一人でも成果に繋がる運用とスキルを身につけることが可能です。

提供コンテンツ概要

- キーワード発想とフレームワーク
- アフィリエイトのためのキーワード分類
- キーワードのマッチタイプ使い分け指針
- コンバージョントラッキングとクッションページの意味
- アフィリエイトのグルーピング手法（予算がない方）
- （SEOと併用される場合）
- （バリバリのリスティングアフィリエイト）
- インポートをスタッフにやらせるための流れ
- 広告文の型を学ぶ
- 攻めの運用とマッ杜の運用のコツとキモを知る
- キャッシング,求人転職系,美容系コスメ,資料請求系の場合などの指針
- 管理画面の見方と入稿から運用までのステップ
- 品質管理について
- CPCを下げるCPAを下げる
- トラブルシューティング
- 収益表の使い方と作成ステップ
- レポート作成と見方、考え方

補足フォローアップ ※7月末～8月末
キーワード広告に関する事例などサポート。成果の出たパターンや失敗パターンなど音声やファイルで継続してサポートしていきます。

ここでの章の内容は申込み後に発送いたしますバインダーの中の「リスティングハンドブック」という資料にほぼ全て収められています。
このハンドブックを元にこれらの補足やフォローしたり、
7月に開催するセミナーで開示する内容などを元に「しっかり」と「正しいアフィリエイトのための運用と結果を得るための施策を学んで戴きます。

スケジュールリング

4月末までに発送を行います。

キットが届き次第、メンバーサイトをご覧ください。

販売力編・・・5月、6月

YDN広告編・・・6月、7月、8月（セミナーあり）

キーワード広告編・・・8月、9月（セミナーあり）

補足フォロー、実践検証など・・・10月、11月、12月

.....
: 進行や状況にもよりますが、以上の8ヶ月間を1クールで運営します。
:

: メンバー様には「具体的なキーワードやアカウント設計やサンプル」などを随時提供しますのでご
: 安心下さい。
:

セミナーの補足、サンプル、QAなどをフォローしていきますので兼業の方でも安心です。

またメンバーサイトは無期限で解放する予定ですので、忙しい方でも繰り返しご覧いただけます。

なぜやるべきか？

なぜ今なのか？

迷っているなら参加すべきなのか？

SEOアフィリエイトは覚えていて損はないから。

アフィリエイトサイトにせっかくきたアクセス。しかしそのアクセスが成約する確率は？
資料請求やオプトイン系なら良くて10%。会員登録系なら5%。通販なら1-3%でしょう。
(アフィリエイトリンクからの率)

そう考えると「ほぼ大半」のアクセスを右から左に流しているということになります。
そこで活用するのが例えばYDNの「リターゲティング」という機能です。
この機能は奥が深く、かつややこしく思いがち。
僕のSEOサイトからの収益の20%弱はこの「リタゲ」からもたされます。

このリタゲで上手く収益化している人はいますが、僕はもっと上手く活用します。
あくまでツールですので重要となるのは「**考え方**」と「**収益の最適、最大化**」の設計にかかっています。

自分のAというサイトに一度来たユーザーには 広告Aを。
自分のBというサイトに一度来たユーザーには 広告Bを。
まだ自分のサイトに来ていない(未訪問)ユーザーには 広告Zを。
NEVERまとめからやってきたユーザーには 広告Vを。
アフィリエイトを「クリックしなかったユーザー」だけに 広告Gを。

簡単にいいますとYDNではこのようなコトが出来ます。
新しい機能も追加され、さらにアフィリエイトでも収益化できるようになったわけです。
たとえばジャンルを揃えてバックリンクを作っている方。
バックリンクサイトにもタグをいれておかないのは大きな損失です。

なんだかんだ言って「知らないと損」するから

僕はリスティングを推奨しているわけではありません。

僕はSEOもやっている所以SEOの魅力や収益性の素晴らしさを十分に理解しています。

しかしYDNを正しく知り、動かすことが出来ればSEOは間違いなく加速します。

あなたのサイトが「キャッシング」で1位だったします。そのサイトが圏外へ飛びました。

普通のSEOアフィリエイトだと「あー。ウン百万の収益が消えた・・・」となって終わりです。

しかし「リタゲ」という機能をキチンとやっておけば「過去に訪問したユーザー」に対して

「広告」を出すことができます。

出す・出さないはあなたの自由で、まずはお金がかからないわけですからその処理を事前しておくべきです。

例えば僕は おせち通販 で3日で30万稼ぎました。

なぜか？ これは昨年僕のサイトに訪れたユーザーだけに

「今年もおせち通販はじまりましたよ！早割でかえますよ」という広告を出したからです。

その結果・・・1クリック11円程度で30万の売上をもたらしてくれました。

そして来年もこの方法を繰り返します。

成功のパターンとYDNなどのセッティングと 運用ルールが固まったから。

試行錯誤、赤字を出しながら「ほぼ失敗しないロジック」を完成させました。

すべてお教えします。はじめての方、SEOアフィリエイトの方がほぼ確実に収益化につながるように。
ターゲティング広告？インタレストマッチ？スマホトップパネル？・・・いろいろな広告があります。
その中で「7割の力」で「利益」を出すのであれば「全てを知る必要」はありません。

カリキュラムではすべてを網羅しますが、全体像を学んだうえで
「絶対にやるべき広告と設定、運用ルール」をお渡しします。
確実にいまより「稼ぎのチャンス」は生まれます。

利益をもっと取れるのに、取ろうとしている人が少ないから

SEOサイトのリタゲはもちろんですが、仮にSEOサイトでも「手を加えるべき事項」っていくつもありますよね。コピーライティングとかもそーですね。

コンバージョンを改善させるなら、アフィリエイトにおけるコピーの型、フローを学ぶべきです。多くの人はデザインに注力しますが、実はそこではありません。

たしかにデザインもちょっとは重要ですが、一番必要大切なのは「伝える力」です。

どう伝えるか？ その技術の一つが「コピーライティング」です。

コピーライティングや刺さるメッセージ、広告文やバナーの法則などもお伝えします。

確実に「ユーザーに刺さる広告」を2014年3月に開発しました。

現在、日本で僕だけしか使っていません。これについても公開します。

クリック率と成約率が正比例するという華麗な広告をどうぞ。

ほぼどんなジャンルでも使えます。

7割で成果が出れば、 ビジネスは最適化、もっと拡大化、収益化できるから。

僕の会社はアフィリエイト事業以外もやっています。今年は通販も開始しますし、いろいろな方が相談に来たり、提案書を書いたり、TVCMを絡めた集客やキャンペーン企画をしたり。それらを5名のスタッフで廻していきます。業界経験者は一人としていません。

ここで僕が気づいたのが 7割の力で成果を出す というスキルと仕組み。

100%の姿勢では望みますが、あえて7割程度の力、運用、実務で「成果」が出るようにしているのです。とくにリスティングに関してはまさにこれ。

昔は100点運用を目指していたわけですが、2014年秋。この考えや管理方法を大幅に変えました。

そうすると・・・利益率はアップし、今まで確認や運用にかかっていた時間が大幅に減りそのことにより、取り扱えるジャンルが増えたり、新しいことにチャレンジする時間、機会が大幅に増えました。

「力の入れ方」に注力するアフィリエイトターは多いのですが、僕はまったくの逆で「力の抜き方」をまず考えたわけです。

そして「余力」を常に保ってアフィリエイトに取り組むことにより、今まで出来なかった案件や、とにかく時間手間がかかっていて放置していたサイトの修正や新規参入が容易になりました。

となれば、収益の窓口は自然と広がるわけですから、結果的に収益性は伸びるわけです。

10回戦って、2回勝てば大成功の世界。そういった世界で10戦とも120%のパワーで戦っていたら精神的にも体力的にも限界が来るでしょう。

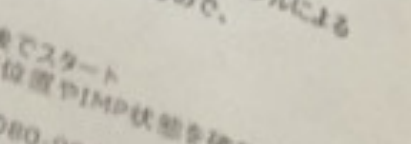
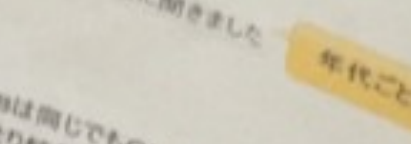
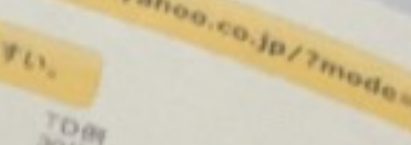
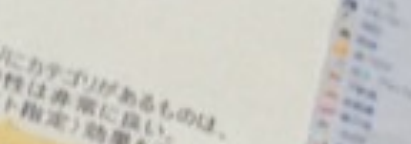
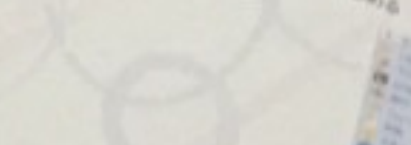
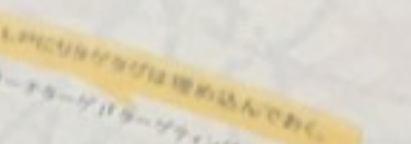
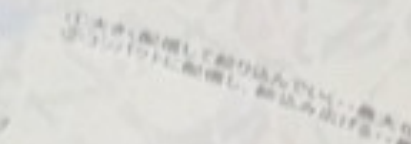
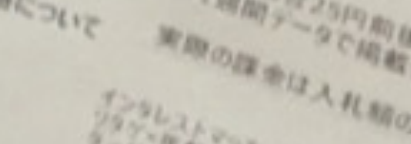
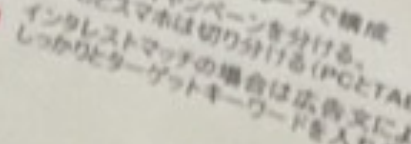
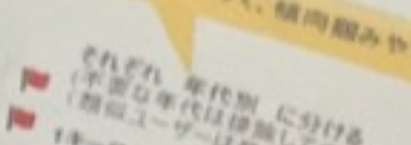
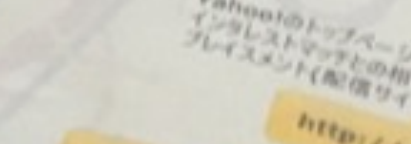
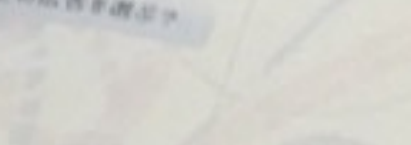
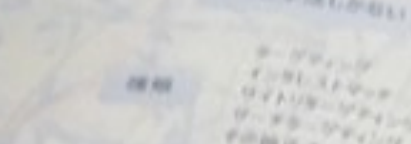
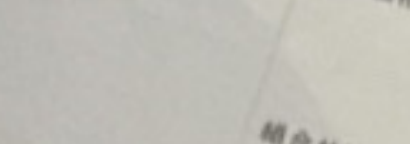
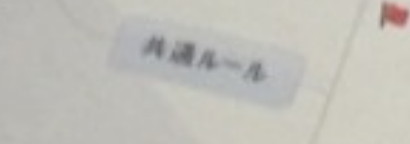
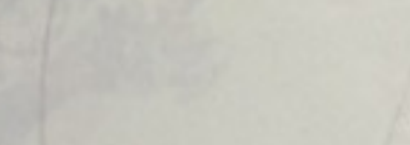
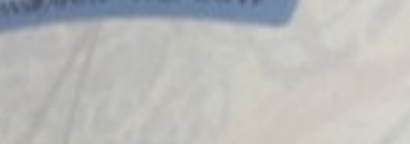
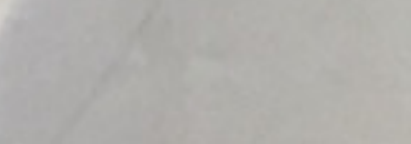
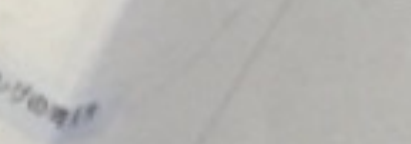
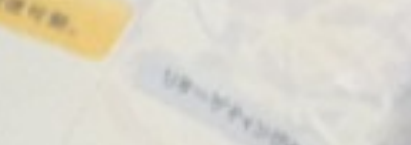
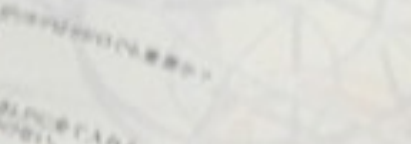
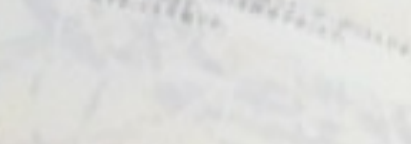
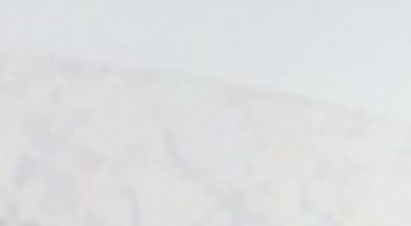
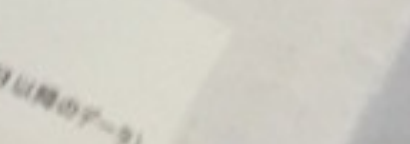
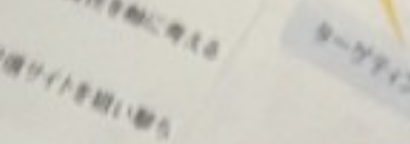
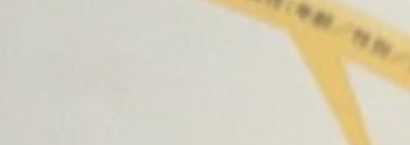
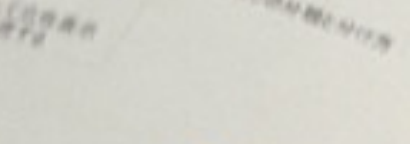
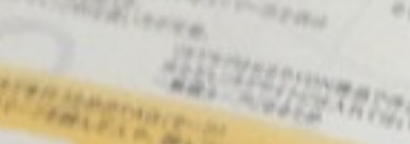
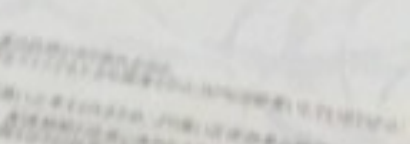
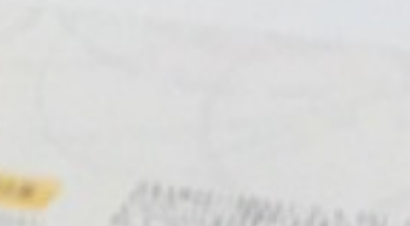
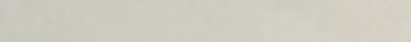
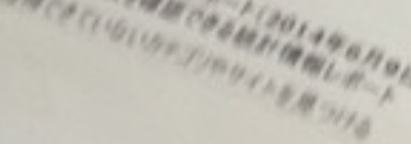
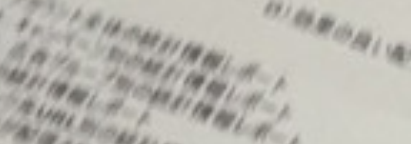
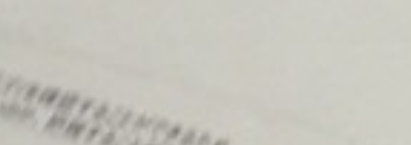
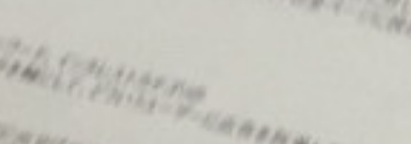
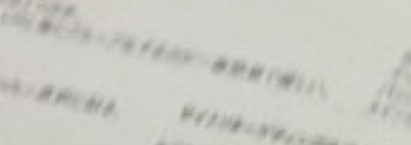
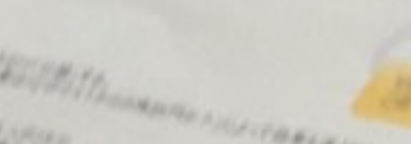
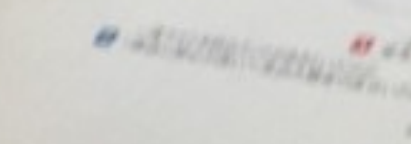
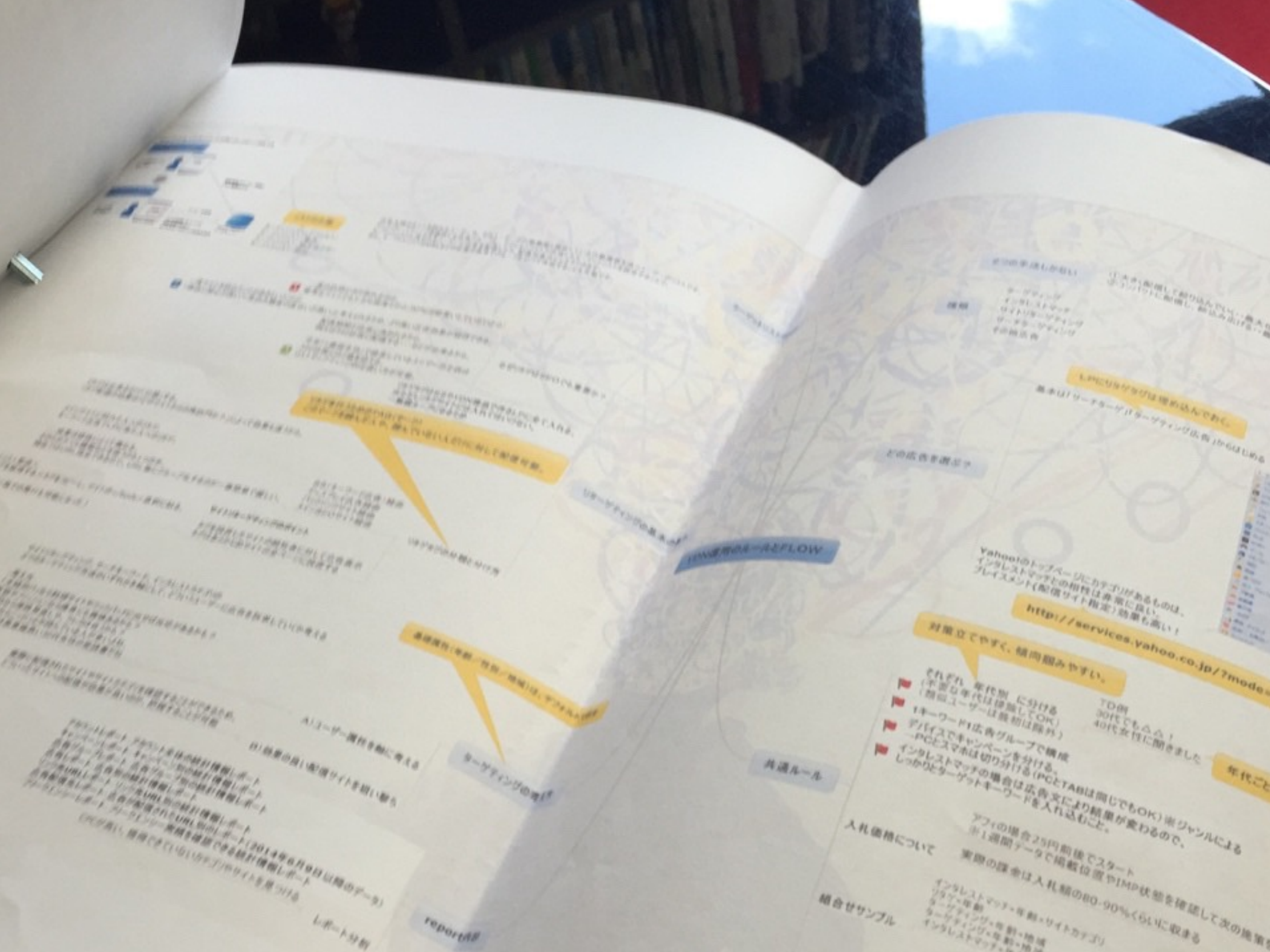
バイトやアルバイト、スタッフが定着しないと嘆いているなら、あなたの組織は「力の抜き方」を知りません。

だから疲労するわけです。あなたも、そして組織も、スタッフも。

・・・そして売上げも。



※郵送するテキストは全て白黒になります。



ページ当たり最大「12社」掲載

1. 1クリック当たりの入札価格とキーワードの品質で掲載順位が決定

2. 掲載順位は「固定」ではない

3. 掲載順位が高いほど、クリックされる確率も高くなる

Right Rail 最大8本

5倍

12倍

© 2014 inflow co., Ltd.

LISTING HAND BOOK

検索運用勉強会

インフロー

運用ステップ

スポンサードサーチは
見るモノでなく、運用するもの

フェーズ1

- サイト導線数の最大化
- キーワード・広告文・リンク先URLの設定
- 適切なアカウント（グループ）設定

フェーズ2

- コンバージョン獲得
- コンバージョン測定
- コンバージョン獲得キーワード & 広告文の把握

Copyright © 2013 inflow co., Ltd. All Rights Reserved. 無断引用・転載禁止

ASPファイリエイト

リスティングの世界

3つの世界と正しい戦い方

koji haman

なぜこんな事になるのだろうか

塾に入っても利益が出ない・・・
高い教材買っても上手く行かない・・・
思ってるような結果が出ない・・・

Inflow

②インフラゲイモン数最大化

③クラック数最大化

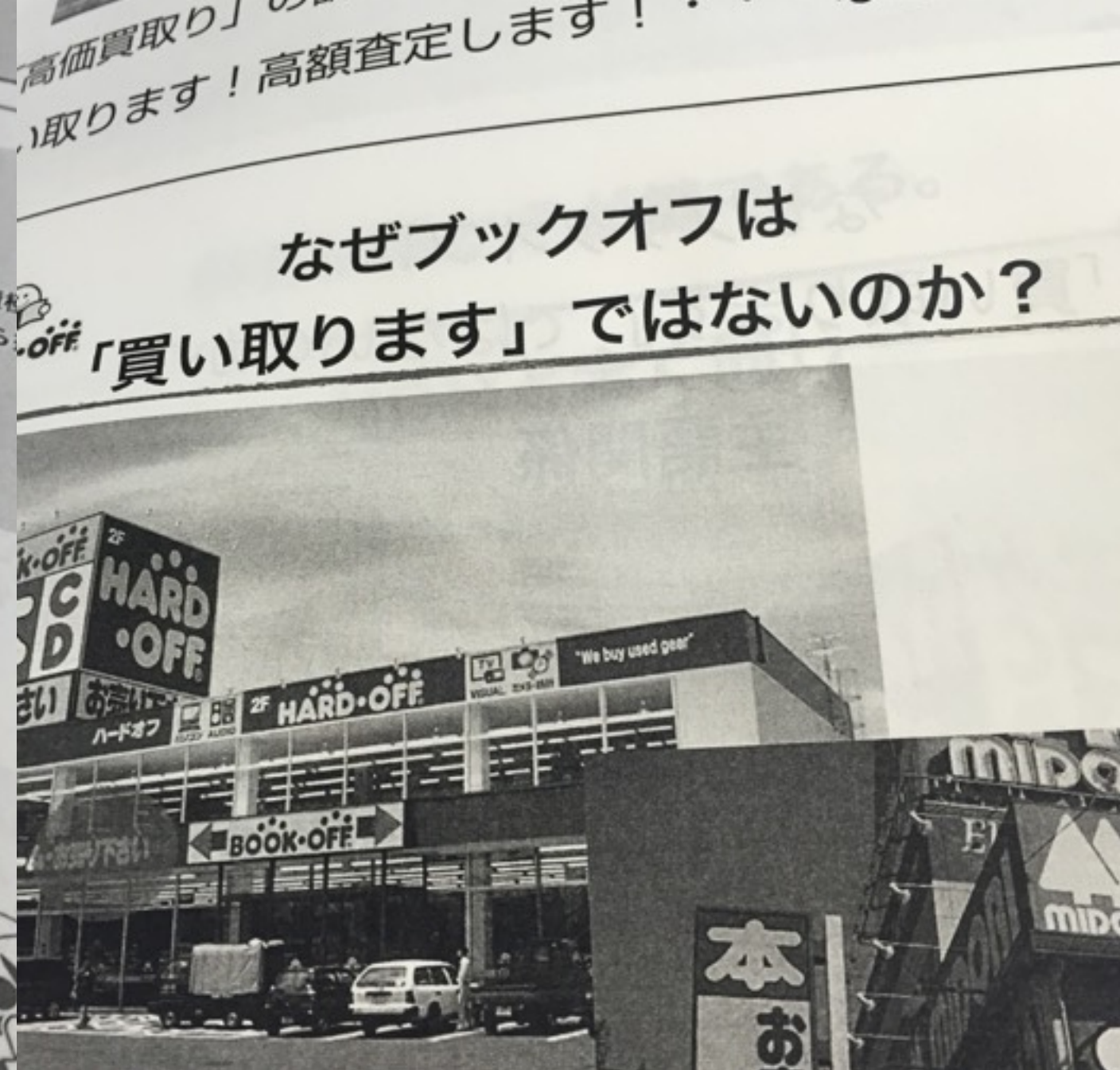
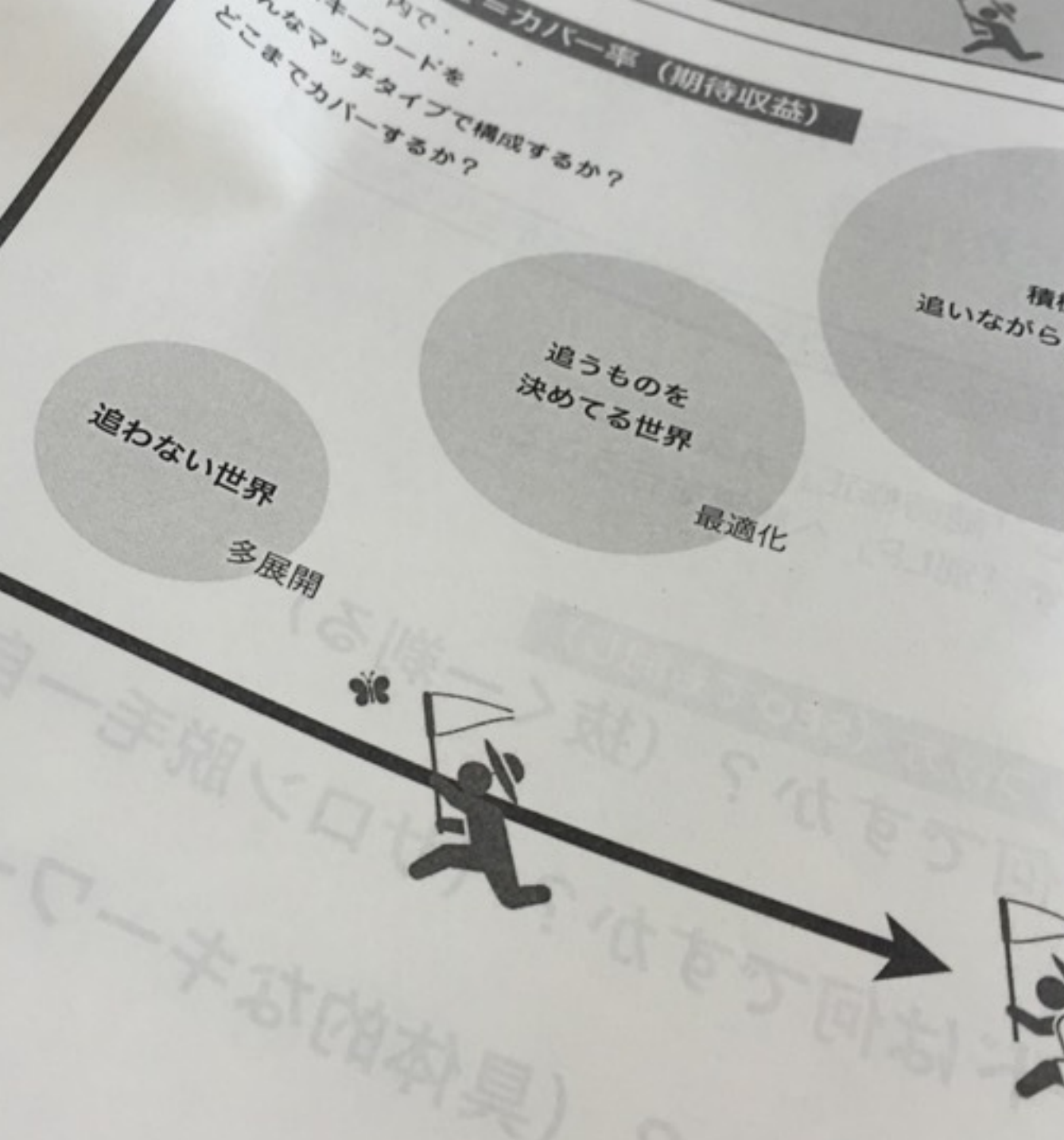
④エラーの活用

⑤スループット

⑥結果が悪い

② インフラゲーション数最大化 ~ ③ クリック数最大化 フェーズ

[illegible]



これない広告で

存在しなくても「戦えるのがYDNである。

のWEBの世界では「ニーズ」とは検索ワードであり、その市場の大きさは「検索回数」で表される。

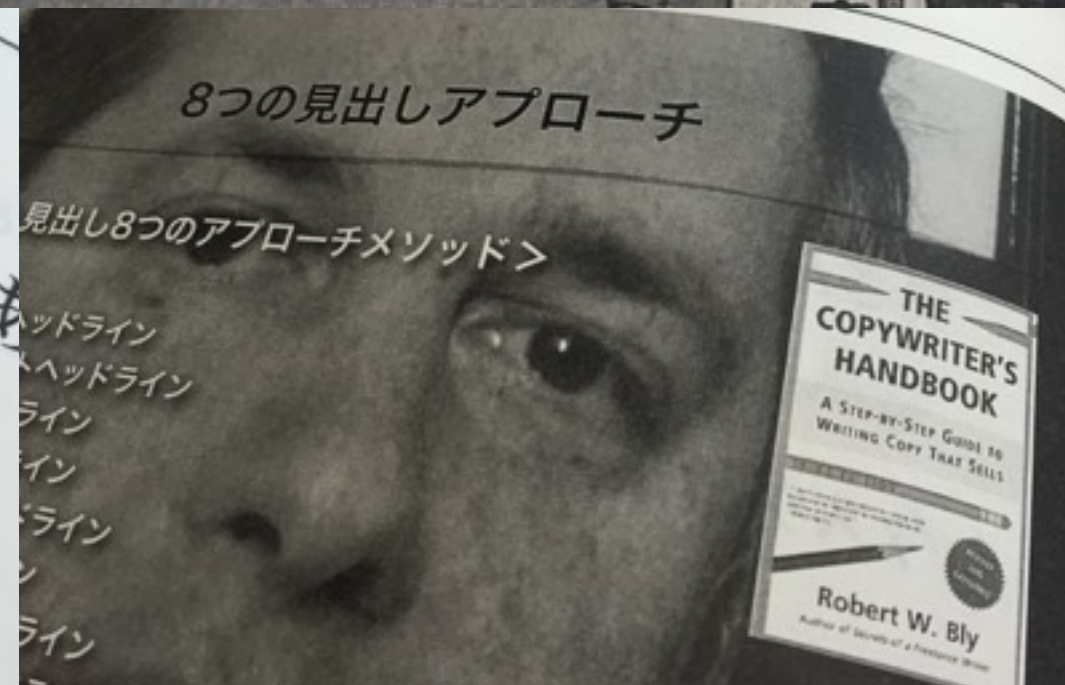
ワード、スモールワード、ミドルワードなど便宜上的に分類される。

ネットの世界では「自ら何かを探している」というユーザーは全体の10%にも満たない。

を全て言語化出来ないし、そもそも「何が欲しいか」は購入し

を「言語化」出来るのであれ

で事足り



<まとめ>

◎**決済確認後、順次Mクラス資料を送付。**（郵送にてお届け致します。）

指定住所へバインダーをご送付します。

部数は250部ご用意しております。

一応250部注文時点でSTOPします。

251番目の人は弊社に在庫が無い状態になりますので、

参加できたとしてもお手元への郵送は5月になります。

バインダーに追加資料やプロジェクト内でシェアするPDFなどを印刷し、閉じていって下さい。

メンバーサイト情報も同封いたしますのでアクセス下さい。

<料金について>

最低期間「8ヶ月間」に渡るプロジェクトとなります。

支払いは「クレジットカード決済or銀行振り込み」をお選び戴けます。

2回払い

3回払い

4回払い に対応しております。

分割の場合、1回目はクレジット決済、その後は銀行振り込み対応でお願いしております。

分割クレジットの場合は別途ご相談ください。