自然に見られて集まる
圧倒的集客ブログの
作り方セミナー

【プロフィール】

NEXT INNOVATION

自分ブランド構築コンサルタント

住福　純

（すみふく じゅん）

S59.04.28（32歳）

長崎県出身　/　福岡市在住

【家族構成】

看護師＆ヨガ講師の妻(32歳)

おりこうさんの娘(8歳)

やんちゃ坊主の息子(6歳)

自宅近くで
リラクゼーションサロンも
運営しております。

住福のミッション

NEXT
INNOVATION

個人事業主が最大限に力を活かし、
社会を豊かにすると同時に
自己実現できる世の中を作る。

個人事業主には
素晴らしい技術、サービス、商品がある

でもその売り出し方が
分からない・・・

個人事業主の
技術、サービス、商品が世に広がれば
必ず社会は良くなる。

そんな技術、サービス、
商品を世に売り出す
お手伝いをしたい。

なぜそう思ったのか、、、

なんのために働くのか…
という一つの疑問

家族のために働くというのなら…

家族との時間や、思い出を

大切にできる働き方をしたい！

仕事、仕事に追われず

時間もお金も少し余裕をもって生きていけるライフスタイルを！

「時間とお金の両立」

－ Time ＆ Money －

それが私が行う
コンサルティングの目指すところ

セミナー本編の前に...

この資料（スライド）はセミナー終了後にお渡し致します。

無理にメモを取らず
“話”に集中してください。

質疑応答はまとめて行います。

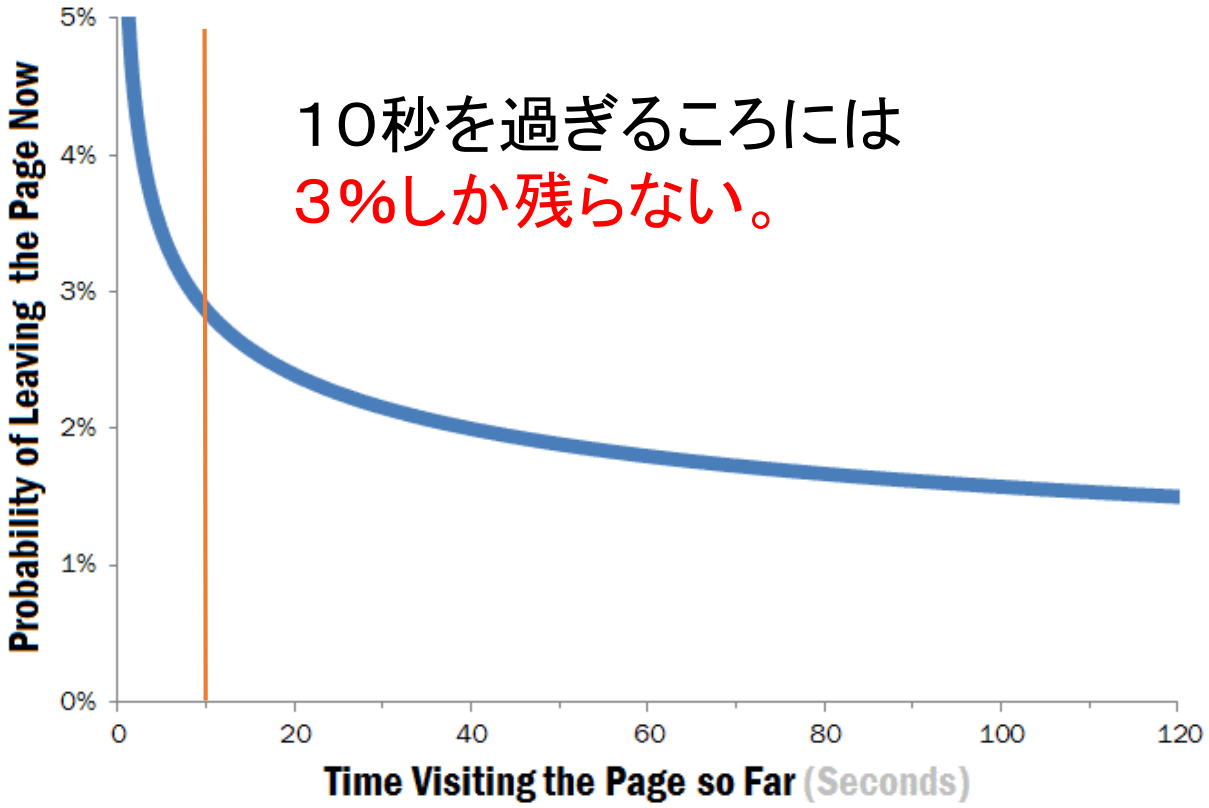
お電話はマナーモードでお願い致します。
撮影・録音はバシバシどうぞ！
ぜひFacebookやブログで拡散ください^^
タグ付けもお忘れなく(笑)

お一人づつ30秒の自己紹介

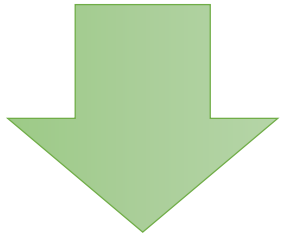
- お名前
- ご職業
- お仕事（自分）のウリ、特徴

30秒で伝えるって意外と難しい。

でもブログの
滞在時間は
もっと短い
10秒ほど



自分の特徴、ウリを明確にし
30秒で伝える



同じことをブログでも伝えれば

しっかり興味づけが出来る。

（今日はこうなるための方法を学んで頂きます。）

【今日、学ぶこと】

①売れるブログの型作り

・集客に必要な8つのポイント

②売れるブログの進め方

・正しいアメブロのやり方

そもそもの話...

なぜブログをやるのか？

ブログって…

- 何のお店、サービスなのか
- 他との違いは何か
- ここにいけばどうなれるのか

を伝えればOK

一言でいうと

知ってもらい
信頼を築く場所

それがブログ

集客の仕組み

煽るのではなく

信頼を築いていくから

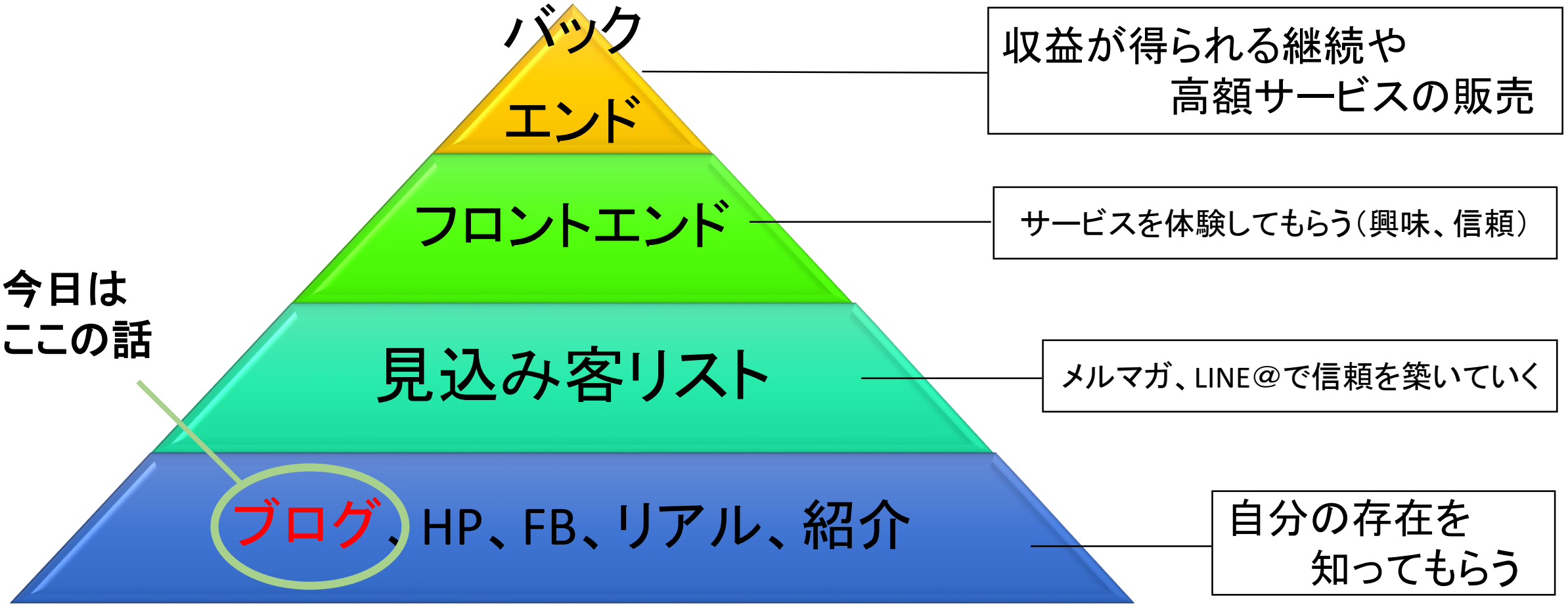
長く太くビジネスが育っていく

↓

ステップマーケティング

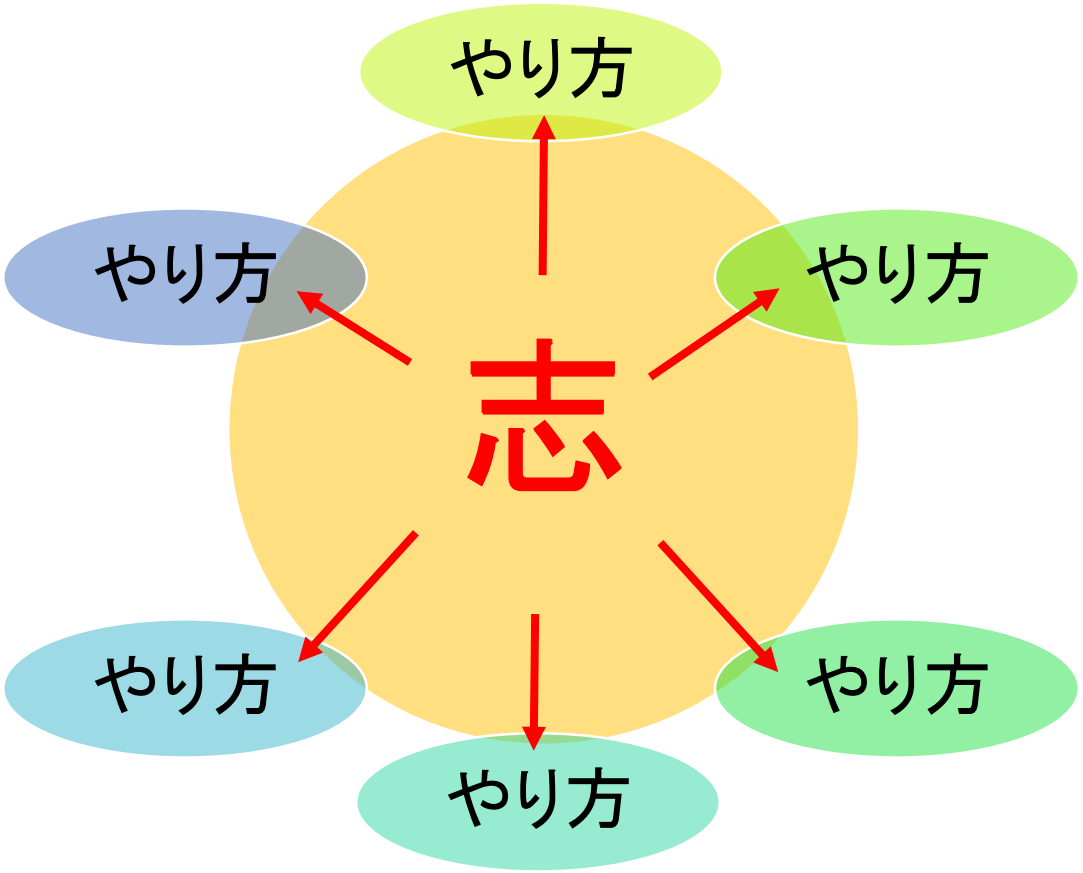
集客の仕組み

■信頼を築いていく、ステップマーケティング



集客の仕組み

■うまくいくパターン（インサイドアウト）

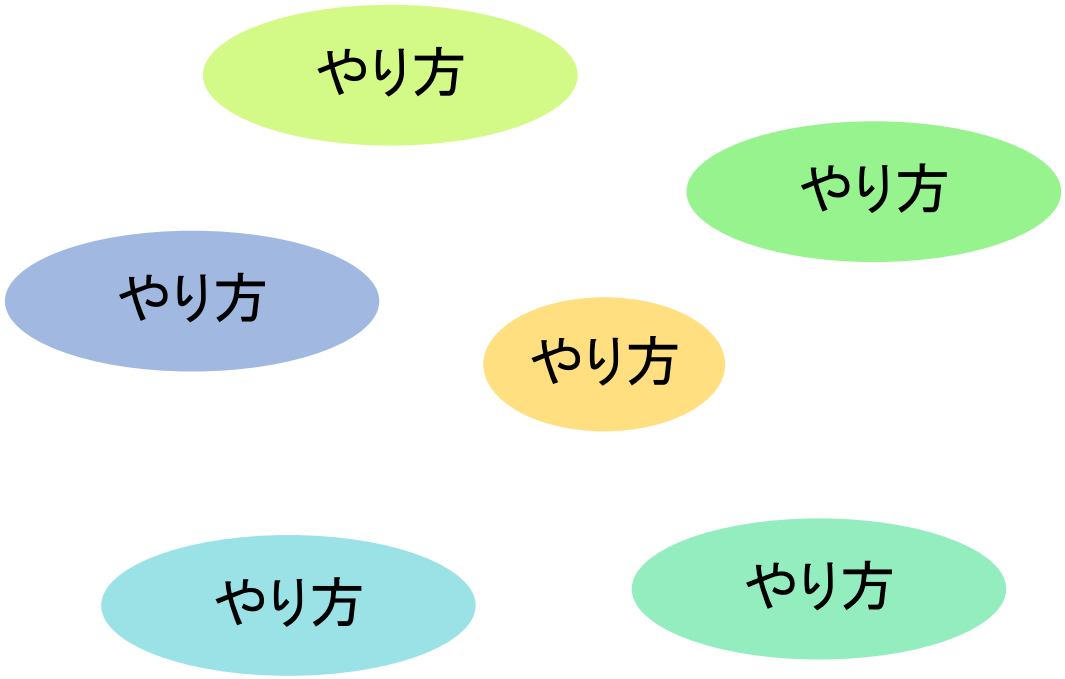


志・目標をもち、
それを成すためには
何をするべきかを逆算していく
（やり方：ブログ、メルマガ、FB、手紙、チラシ、講座など）

「なんのために」からスタートすれば
「やり方」には創意工夫が生まれ
「やり方」に想いが乗るから支持される。

集客の仕組み

■うまくいかないパターン（アウトサイドイン）



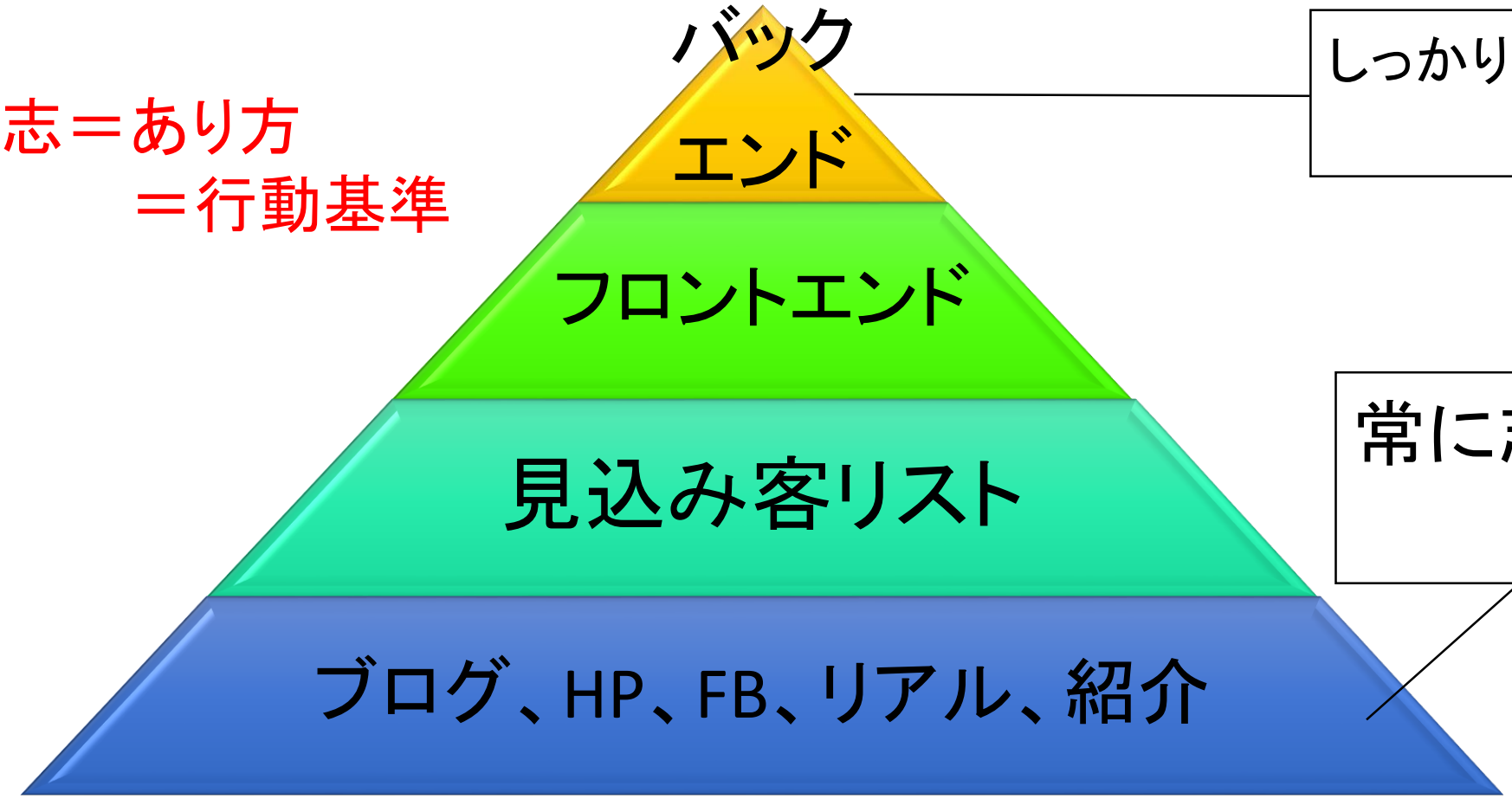
志・目標が無いから全てが
点になり、繋がらない。
煽らないと売れない。

「なんのために」が無いと
「なんとなく」が基準になりブレる。
誰からも支持されずうまくいかない。

集客の仕組み

■信頼を築いていく、ステップマーケティング

志＝あり方
＝行動基準



しっかりと志を込めた
商品・サービスを作る。

常に志を込めた
発信を心がける。

ブログって…

- 何のために発信するのか
- なぜこの仕事をやるのか
- この仕事で誰をどうしたいのか

が、大事。

今日は「やり方」の話ですが
「あり方」を整えた上で
ブログをやって下さい。

- 何のために発信するのか
- なぜこの仕事をやるのか
- この仕事で誰をどうしたいのか

売れるアメブロの作り方 ～基本編～

あなたはどっち？

アメブロは大きく2種類のブログに分けられます。

お店系ブログ（店舗系）

サロン、整骨・整体院、ショップ、スタジオ、スクールなど

情報系ブログ（無店舗系）

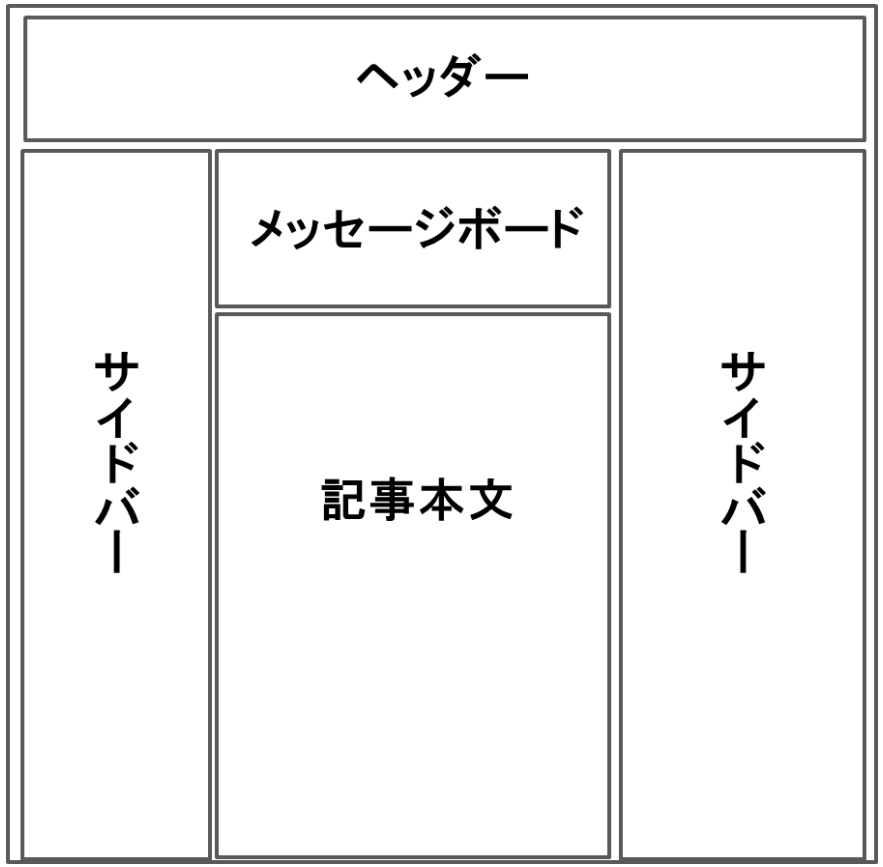
カウンセラー、セラピスト、コーチング、コンサルタント、
アドバイザー、講師など

【超基本】

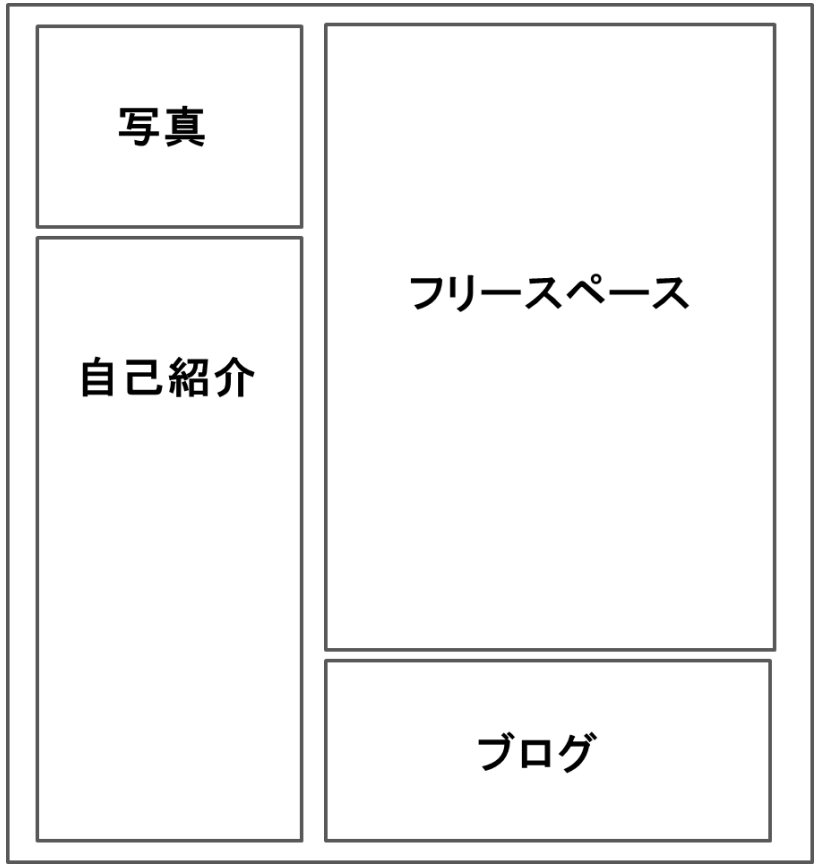
アメブロは
2つのページで出来ている

アメブロは2つのページで出来ている

ブログページ



プロフィールページ



アメブロは2つのページで出来ている

ブログページ

プロフィールページ

ブログページ

詰まる所、ブログは型です！

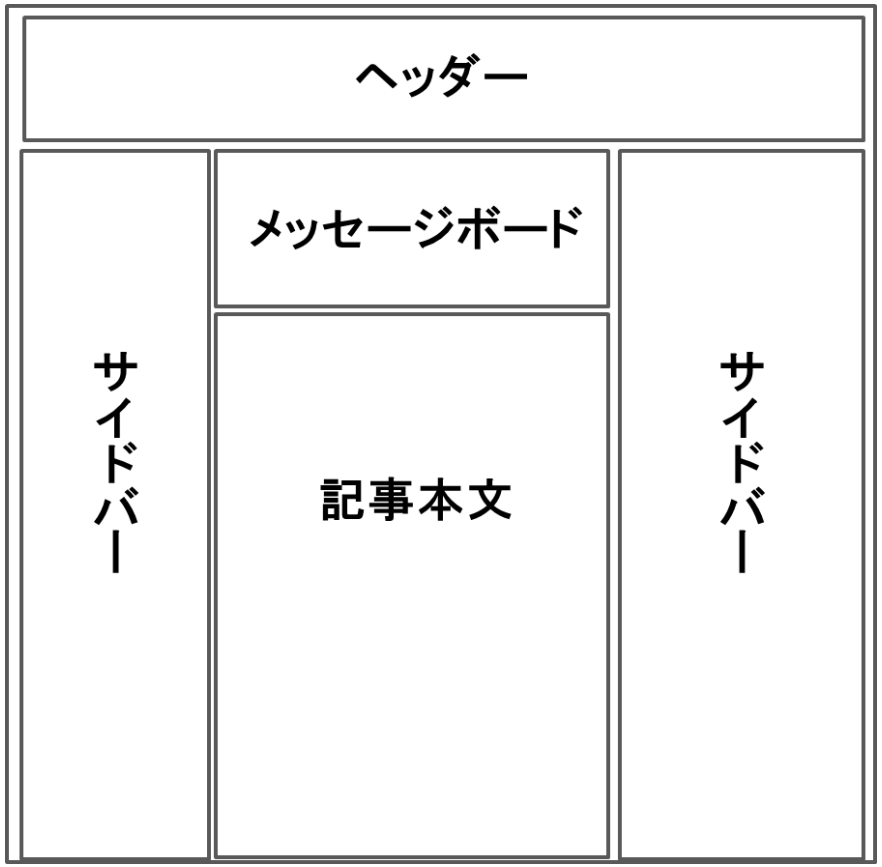
① ターゲットを絞った
メリットの分かりやすいタイトル

② メニューやお問合せなど
分かりやすくゴールを設置する

③ **記事内メニュー**を必ず入れる

④ サイドバー左上が**ゴールデンスポット**
- メルマガやイベントへのリンク
- ご案内や店舗情報、Facebook
- 実績やお客様の声、ビフォアアフター
（人が集まっていて楽しそうを見せる）

ブログページ



詰まる所、ブログは型です！

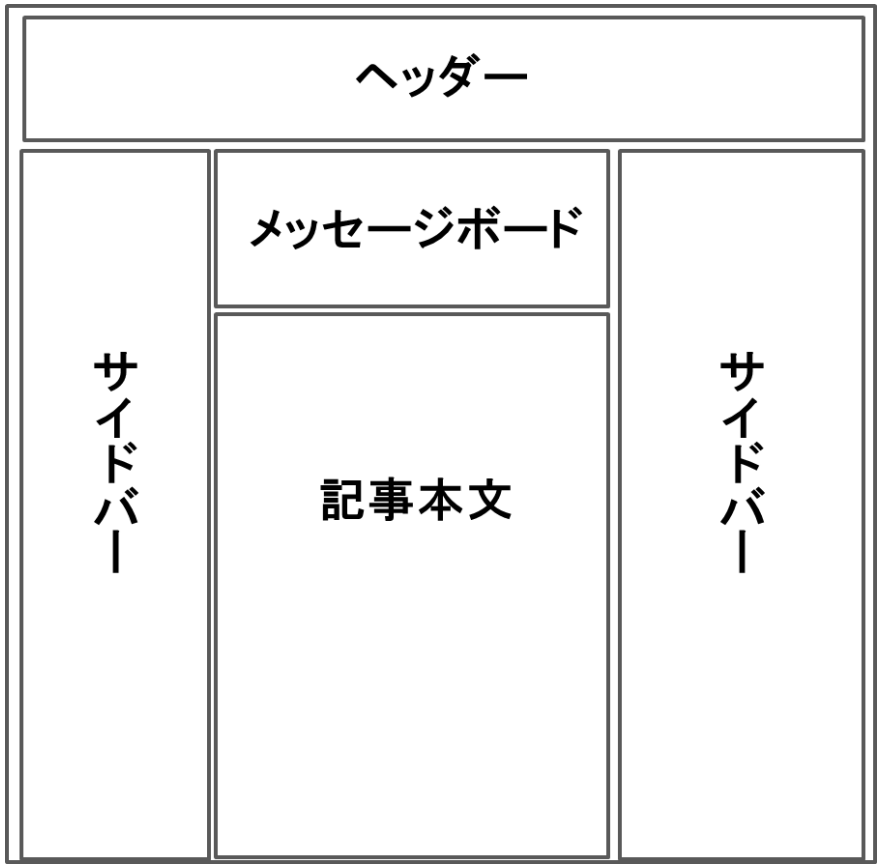
① ターゲットを絞った
メリットの分かりやすいタイトル

② メニューやお問合せなど
分かりやすくゴールを設置する

③ **記事内メニュー**を必ず入れる

④ サイドバー左上が**ゴールデンスポット**
- メルマガやイベントへのリンク
- ご案内や店舗情報、Facebook
- 実績やお客様の声、ビフォアアフター
（人が集まっていて楽しそうを見せる）

ブログページ



売れるタイトル、
キャッチコピーの作り方

売れるタイトル、キャッチコピーの作り方

アメブロはタイトルが超重要

読者が見たくなる、検索してくれる
タイトルですか？

売れるタイトル、キャッチコピーの作り方

◆タイトルの基本形

＜お店系ブログ＞

地名＋業種＋メリット（ ＋店名）

＜情報系ブログ＞

業種＋メリット（ ＋本名）

※場合によっては、業種とメリットは前後してもOKです。耳触りを大事にしましょう。

売れるタイトル、キャッチコピーの作り方

◆ 作る際のヒント

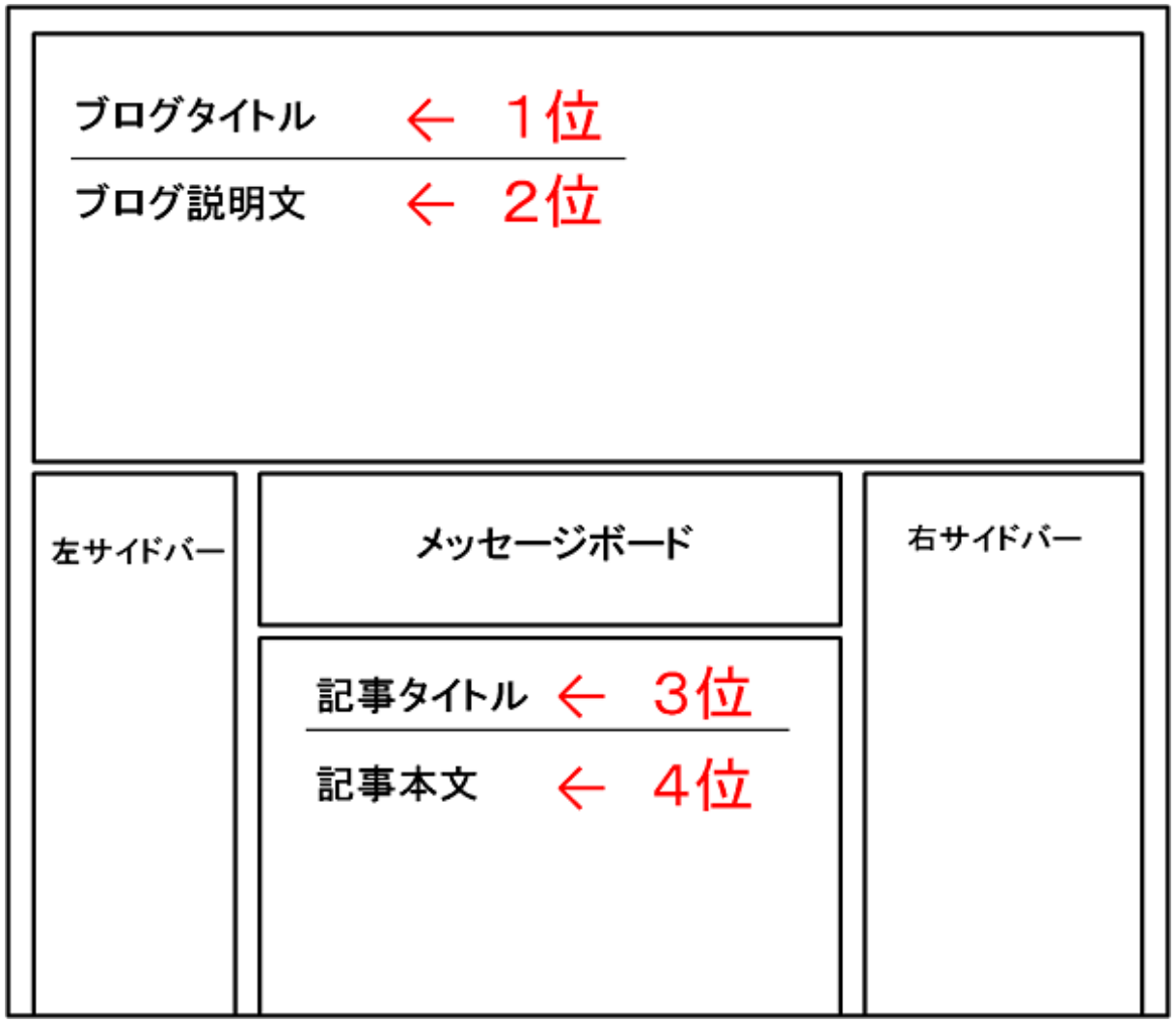
① 検索時のキーワードを考える
② ターゲットを入れる
③ メリット（どうなれるのか）
④ 数字（実績。９０日で～。１回で～。）
⑤ ターゲットのつぶやき
⑥ わかりやすい言葉
⑦ 読みたくなる文言（興味をそそる）

売れるタイトル、キャッチコピーの作り方

◆タイトル+説明文

Web検索に大きく
関係するのが
タイトルと説明文

**両方を組み合わせて
ブログの検索キーワードを
作っていきます。**



ブログを作る前に必ず決めておくこと

例：“博多でアロマサロン”をやっている場合。

・何を売るのか？
→ アロママッサージ

・どんな人が喜んで買うのか？
→ 福岡市周辺で、むくみに困っている女性

・見込み客が欲しがる情報や自身の強みはなにか？
→ どうすればむくみがとれるのか。むくまない方法は？

博多 ムクミから解放されスッキリ！
アロマサロン ○○○○

ブログを作る前に必ず決めておくこと

例：“夫婦問題のカウンセリング”をやっている場合。

・何を売るのか？
→ 個別カウンセリングやセミナー

・どんな人が喜んで買うのか？
→ 夫と上手くいっていない女性

・見込み客が欲しがる情報や自身の強みはなにか？
→ どうすれば夫と仲良くできるのか。夫がこちらを向いてくれるのか。

旦那様を振り向かせる7つの秘密！

詰まる所、ブログは型です！

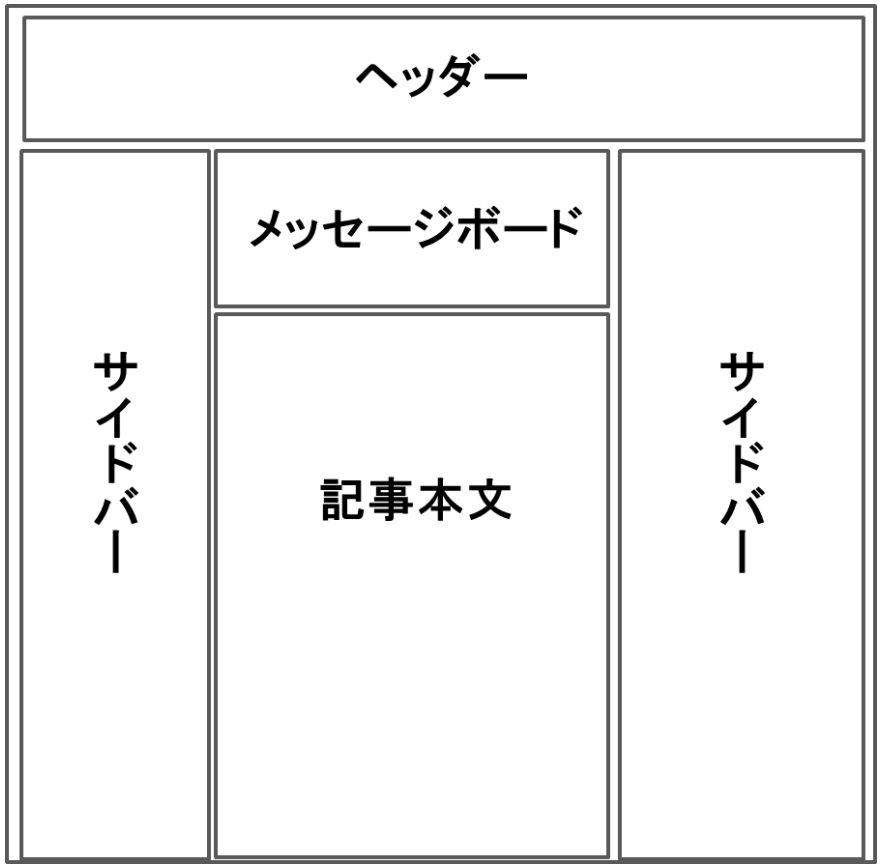
① ターゲットを絞った
メリットの分かりやすいタイトル

② メニューやお問合せなど
分かりやすくゴールを設置する

③ **記事内メニュー**を必ず入れる

④ サイドバー左上がゴールデンスポット
- メルマガやイベントへのリンク
- ご案内や店舗情報、Facebook
- 実績やお客様の声、ビフォアアフター
（人が集まっていて楽しそうを見せる）

ブログページ



「ゴールはどこだ？」とならないように…

目立つ場所に設置

- サイドバーの左上
- メニューバー
- 記事内（毎記事）

記事内メニューを必ず入れる

■ 最後に記事内メニュー

ブログを見た人がスムーズにアクションを起こせるようにしておく。

Next Innovation　住福 純

HOME / アメブロカスタム / 売れるアメブロのつくり方 / お問合せ

詰まる所、ブログは型です！

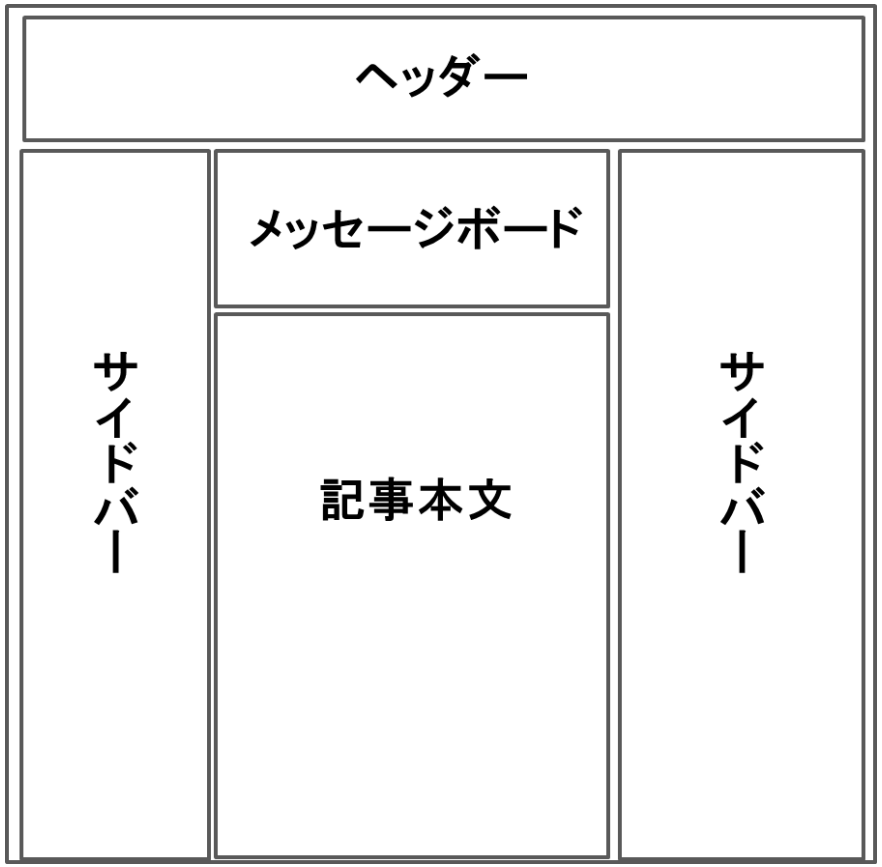
① ターゲットを絞った
メリットの分かりやすいタイトル

② メニューやお問合せなど
分かりやすくゴールを設置する

③ 記事内メニューを必ず入れる

④ サイドバー左上が**ゴールデンスポット**
- メルマガやイベントへのリンク
- ご案内や店舗情報、Facebook
- 実績やお客様の声、ビフォアアフター
（人が集まっていて楽しそうを見せる）

ブログページ



サイドバーの役割と設置ポイント

ブログデザインの表示確認・レイアウト変更　適用後も変更できます。

「ベーシック」

2カラム・メニュー左

2カラム・メニュー右

3カラム・右ワイドメニュー

3カラム・左ワイドメニュー

3カラム・右メニュー

Ameba by CyberAgent

サイドバーの役割と売り上げに繋がる設置ポイント

■機能一覧

- プロフィール
- 最新の記事
- ランキング
- ブログ読者
- ブックマーク
- カレンダー
- お気入りブログ
- テーマ
- 月別

必要な機能だけ表示させる

サイドバーの役割と売り上げに繋がる設置ポイント

■不要な出口は省く
→ランキング（上位なら表示OK）

■無駄な情報は省く
→　カレンダー、月別

サイドバーの役割と売り上げに繋がる設置ポイント

■必要な情報

- プロフィール
- テーマ
- 最新の記事
- ブログ読者
- お気入りブログ
- ブックマーク
- 検索

※上から順に重要なコンテンツ

サイドバーの役割と売り上げに繋がる設置ポイント

■追加で設置

- メルマガバナー
- 実績、お客様の声
- スケジュールツール
- お問合せボタン
- その他バナー
- facebook

※上から順に重要なコンテンツ

サイドバーの役割と売り上げに繋がる設置ポイント

■特に大事な部分

お客様の声
お客様との画像

→ 人が集まっていて
楽しそう、良さそう

※サイドバーのフリースペースか
フリープラグインに入れる。

サイドバーの役割と売り上げに繋がる設置ポイント

■検索に強化！→テーマの作り込み

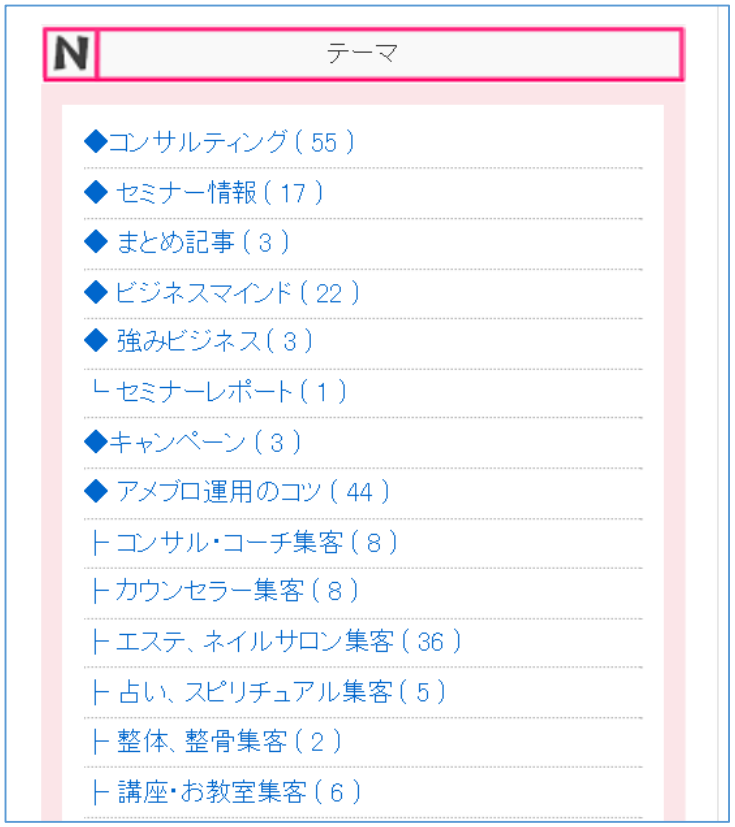
テーマの作り込み

- 検索に強くなる
- コンテンツが充実して見える
- 読者が見やすくなる
- 記事ネタのアイデアになる

※テーマを作ったからといって、その記事を書かないといけないわけではない。

サイドバーの役割と売り上げに繋がる設置ポイント

■特に大事な部分→テーマの作り込み



- 検索に強くなる
- コンテンツが充実して見える
- 読者が見やすくなる
- 記事ネタのアイデアになる

詰まる所、ブログは型です！

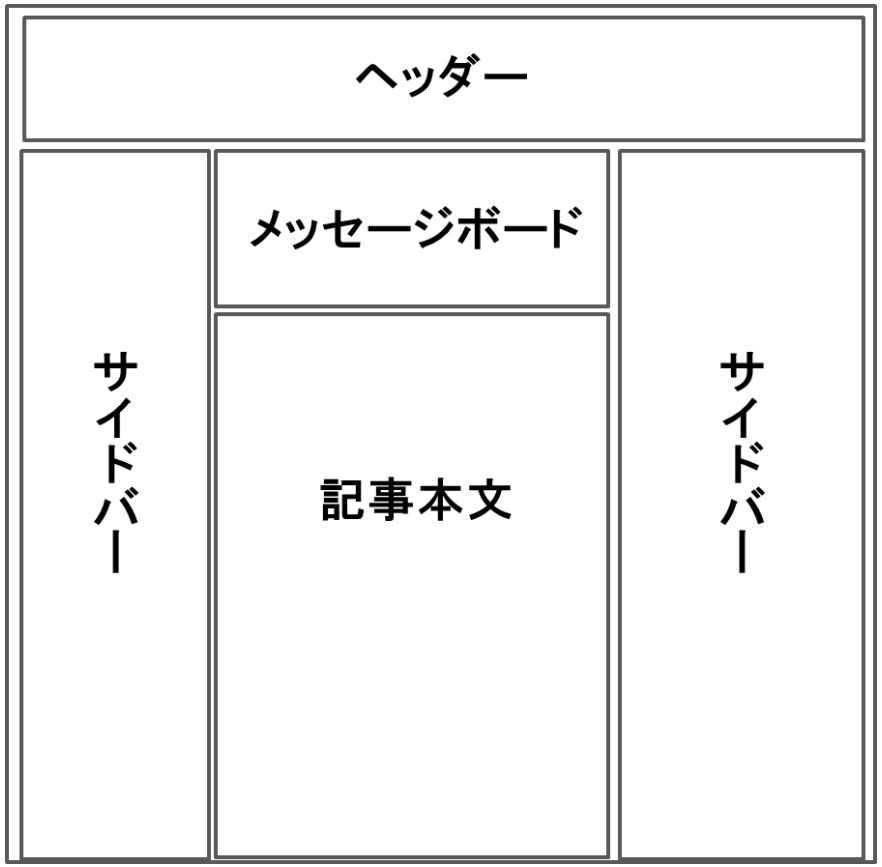
① ターゲットを絞った
メリットの分かりやすいタイトル

② メニューやお問合せなど
分かりやすくゴールを設置する

③ **記事内メニュー**を必ず入れる

④ サイドバー左上が**ゴールデンスポット**
- メルマガやイベントへのリンク
- ご案内や店舗情報、Facebook
- 実績やお客様の声、ビフォアアフター
（人が集まっていて楽しそうを見せる）

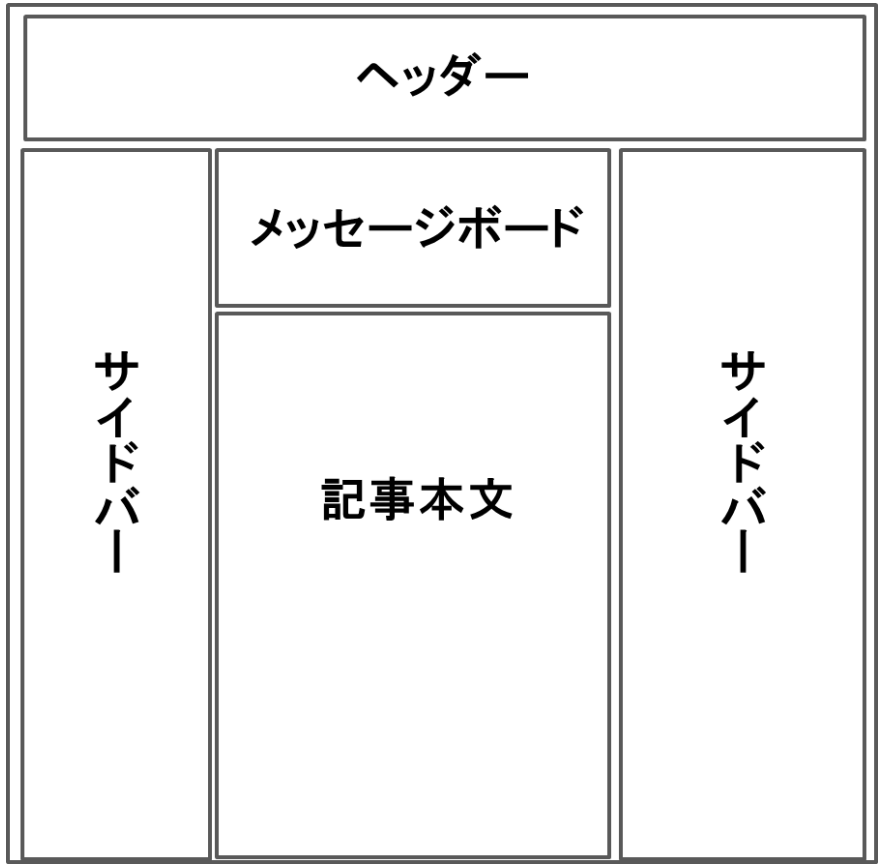
ブログページ



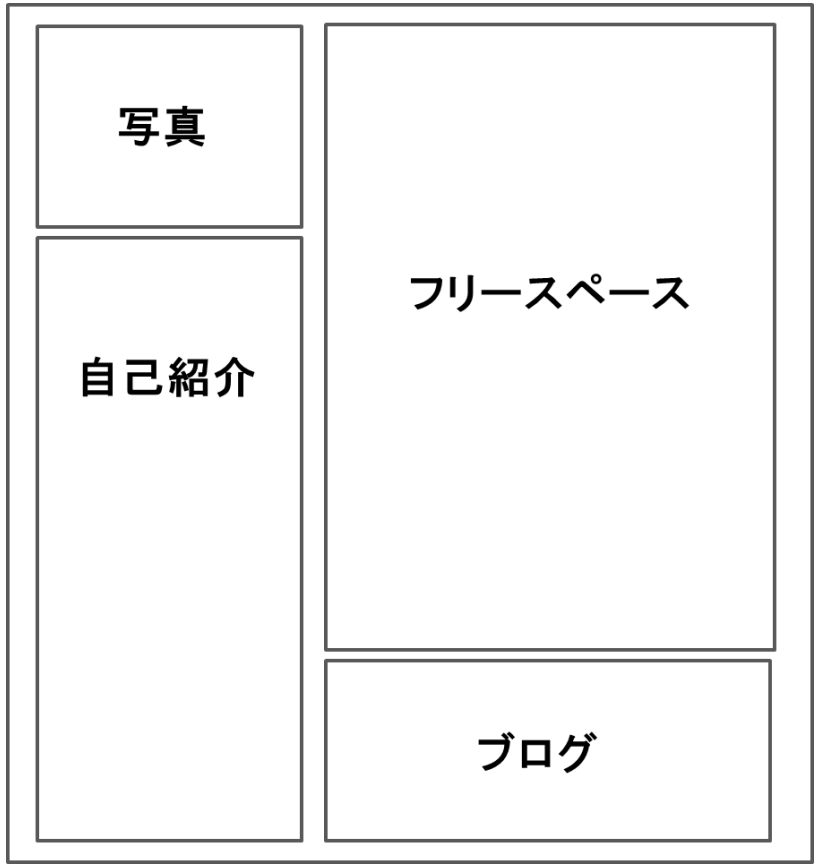
プロフィールページ

アメブロは2つのページで出来ている

ブログページ



プロフィールページ



詰まる所、ブログは型です！

①ニックネームは
分かりやすい肩書き ＋ 本名

②写真は
笑顔の本人画像。何屋さんか伝わる。

③フリースペースは一番大事

誰がどうなるサービスを行っているのか
その根拠、実績、お客様の声、画像を沢山！
ターゲットの悩みの羅列
問合せやブログへのリンク

④自己紹介で自分の魅力をしっかり伝える

誰がどうなるサービスを行っているのか
このサービスをどういう思いで、なぜやっているのか

プロフィールページ

詰まる所、ブログは型です！

①ニックネームは
分かりやすい肩書き ＋ 本名

②写真は
笑顔の本人画像。何屋さんか伝わる。

③フリースペースは一番大事

誰がどうなるサービスを行っているのか
その根拠、実績、お客様の声、画像を沢山！
ターゲットの悩みの羅列
問合せやブログへのリンク

④自己紹介で自分の魅力をしっかり伝える

誰がどうなるサービスを行っているのか
このサービスをどういう思いで、なぜやっているのか

プロフィールページ

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

プロフィールページは…

Topページの次に
見られるページ

検索から直接も多い

読者になる
メッセージを送る
アメンバーになる
ピグともになる
ペタをつける

プロフィール

ニックネーム：簡単アメブロ集客の 住福

性別：男性

誕生日：1984年4月28日12時頃

血液型：A型

出身地：長崎県

お住まいの地域：福岡県

出没地：福岡、熊本、鹿児島、Skypey、Web

ホームページのURL：http://nextinv-ame.com/

自己紹介

はじめまして！
福岡県在住、30歳既婚！Webマーケッターの 住福です！

実は私、6年ほど前に健康食品系のWebショップを一度潰しています…。一時期は個人で月50万円程の売り上げを作ることも出来ましたが、集客をあまり学ばなかったため、長く続かず、1年半ほどで閉店。

次にHP制作会社に依頼して、200万円もかけたHP戦略で、1円として売れなかった経験があります。HP制作会社の言われるがままで、大失敗したのです。

その2回の失敗で、Webで失敗する理由、成功するために必要なことなど沢山の学びを得ることができました。

一からやり直すため、Webサイトの構築、Web集客の方法を猛勉強！

その間、物販サイト制作、アフィリエイト、携帯小説、せどり、FX・投資などいろんなことにもチャレンジしますが、どれもあまりうまくいかず、最終的にHP制作会社を立ち上げる経緯となります。

Next Innovationの想い

弊社では“アメブロカスタム”と、“売れるHP制作”をメインに事業展開をしています。

Next Innovationという社名はどこかで聞き覚えがある方もいらっしゃるかもしれませんが、某人気月九ドラマの社名を真似たものです。素直に、あんなカッコイイIT企業が作りたい！と思ったからなんです。

道のりは遠いでしょう。でも一歩づつやるしかありません。
それが人生であり、己の道を作るというものでしょう。

前述しましたが、弊社はホームページ制作、アメブロカスタムがメインです。特にホームページ制作には特別な想いがあります。

私たちは…

そもそもホームページって
必要なの！？

という視点から事業を立ち上げました。
HP制作会社なんてゴマンとありますが、果たしてその中で本当にマーケティングに直結するHPを作れる会社がどれだけあるのか…。本当に価値ある、働いてくれるHPってあるんだろうか…。というところが出発点です。

ホームページを作って
悲しむ人を無くしたい。

何十万円、何百万円つぎ込んだけど、全然意味がなかった…なんてHP、ぶっちゃけゴロゴロあります。「一心発起でやってみたのに、なんてこったい！騙された！！」

こんな想いをする事業主を一人でも減らした。

そういう想いで、私は事業をスタートしています。
弊社はそういった業界のグレーな背景を踏まえて、適正価格よりも、やや安めな価格設定で、最大限のパフォーマンスを発揮できるようなホームページ構築を心がけています。

健全なビジネスモデルを構築していくために、赤字が出ようともしっかりやっていこうと心がけている弊社と、是非とも手を組んでいただけないでしょうか。

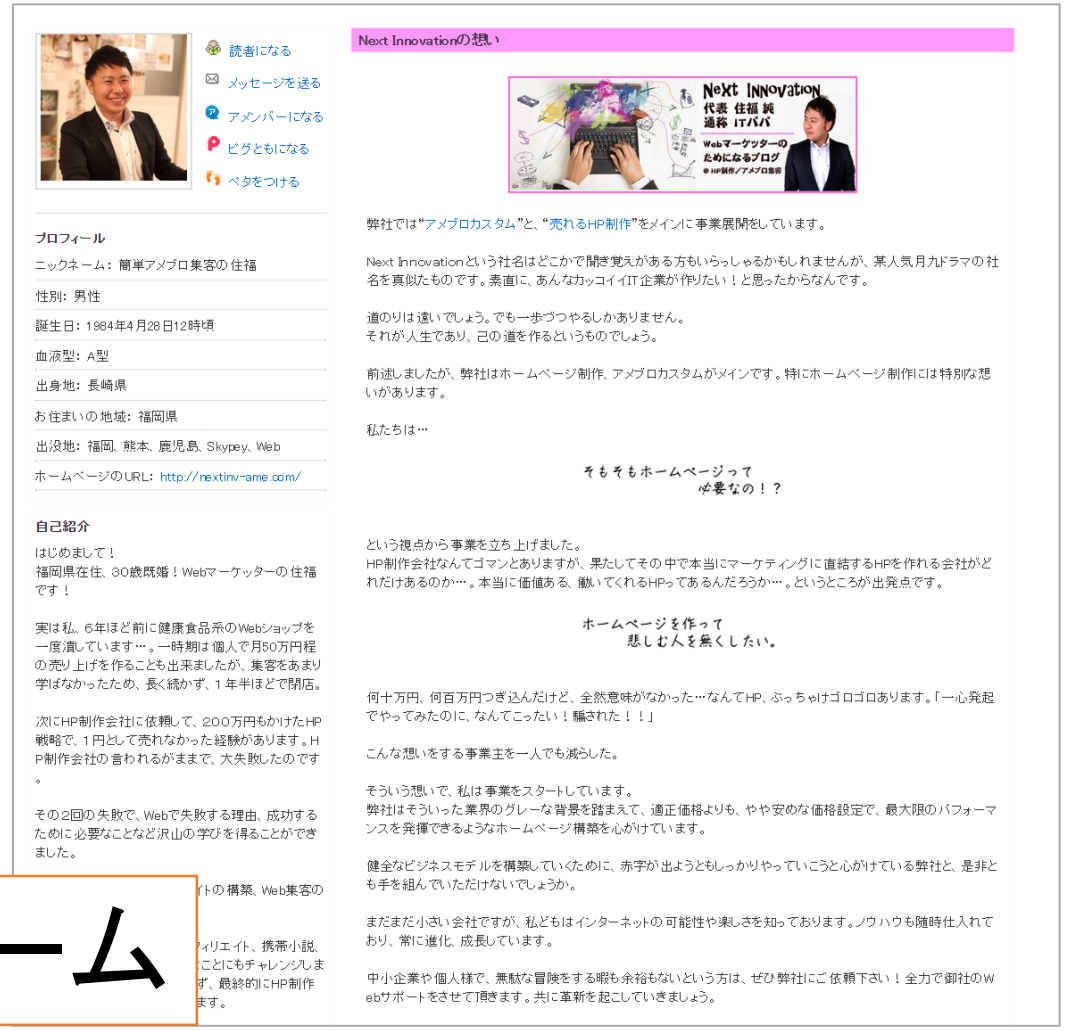
まだまだ小さい会社ですが、私どもはインターネットの可能性や楽しさを知っております。ノウハウも随時仕入れており、常に進化、成長しています。

中小企業や個人様で、無駄な冒険をする暇も余裕もないという方は、ぜひ弊社にご依頼下さい！全力で御社のWebサポートをさせて頂きます。共に革新を起こしていきましょう。

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

プロフィールページの目的

著者に興味を
持たせブログを
読んでもらうこと。



最初の興味づけはニックネーム

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

◆ニックネームは
なぜ大事なの？

リンクされるときの表示で
一瞬で“どういう人”
なのか伝わるのが理想

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

◆ニックネームの基本形

肩書き＋本名

＋α　地名なども有効的

興味をそそる肩書きで、
覚えやすく印象に残ることが大事。

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

◆ニックネームの基本形

なぜ本名？

本名

あだ名

名刺に書いている名前にする。
名刺交換して、名前が検索にひっかからなければ、その時点で繋がりの損失になるから。

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

＜悪い例＞
「住福 純」
「Next Innovation」

＜良い例＞
「簡単アメブロ集客　住福純」
※赤字部分がパワーキーワードとなります。

詰まる所、ブログは型です！

①ニックネームは
分かりやすい肩書き ＋ 本名

②写真は
笑顔の本人画像。何屋さんか伝わる。

③フリースペースは一番大事

誰がどうなるサービスを行っているのか
その根拠、実績、お客様の声、画像を沢山！
ターゲットの悩みの羅列
問合せやブログへのリンク

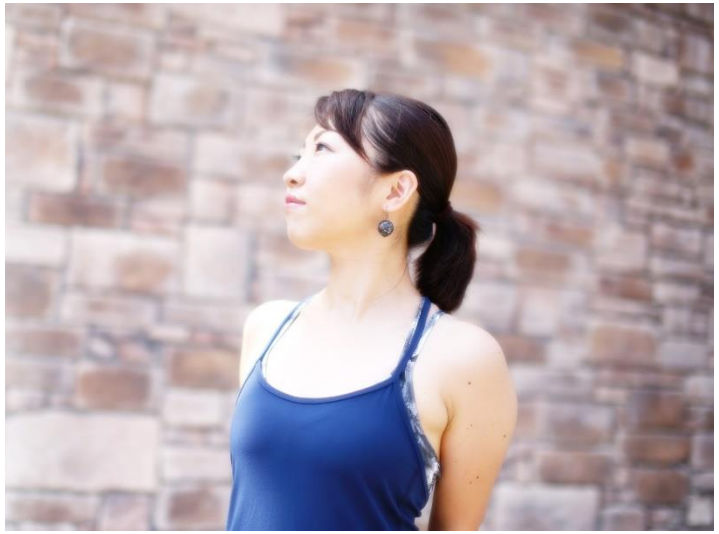
④自己紹介で自分の魅力をしっかり伝える

誰がどうなるサービスを行っているのか
このサービスをどういう思いで、なぜやっているのか

プロフィールページ

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

写真→ 一瞬で何屋さんか伝わるのが理想



本人写真が一番安心感、信頼感を与えます。

詰まる所、ブログは型です！

①ニックネームは
分かりやすい肩書き ＋ 本名

②写真は
笑顔の本人画像。何屋さんか伝わる。

③フリースペースは一番大事

誰がどうなるサービスを行っているのか
その根拠、実績、お客様の声、画像を沢山！
ターゲットの悩みの羅列
問合せやブログへのリンク

④自己紹介で自分の魅力をしっかり伝える

誰がどうなるサービスを行っているのか
このサービスをどういう思いで、なぜやっているのか

プロフィールページ

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

フリースペース → 最大のアピールポイント

■ブログやお店、サービスの…

・概要、想いをしっかり書く
・画像を入れる
・お客様の声を入れる
・実績をしっかり書く

最後にブログ記事、問合せに繋げるリンクを貼る

詰まる所、ブログは型です！

①ニックネームは
　分かりやすい肩書き ＋ 本名

②写真は
　笑顔の本人画像。何屋さんか伝わる。

③フリースペースは一番大事

　誰がどうなるサービスを行っているのか
　その根拠、実績、お客様の声、画像を沢山！
　ターゲットの悩みの羅列
　問合せやブログへのリンク

④自己紹介で自分の魅力をしっかり伝える

　誰がどうなるサービスを行っているのか
　このサービスをどういう思いで、なぜやっているのか

プロフィールページ

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

自己紹介 → 自分史を簡潔に書く

■自分自身の…

- この仕事に至った経緯
- 情熱や理念、ポリシー
- 実績や資格、経験など
- ここでも“誰がどうなる”を意識！

魅せるニックネーム、プロフィールページの作り方

■不要な機能

ぐるっぽ、プレゼント
→ 無駄な出口となる

早く成果を出したければ...

真似るが勝ち！

■上手くいってる人をマネする

■**すぐにやる（36時間以内！）**

- ブログタイトル
- サイドバーの作り込み
- プロフィールページ

} 初期設定の部分

- 記事タイトル
- 記事の内容
- アメブロガーとの関わり方

} 運用の部分

詰まる所、ブログは型です！

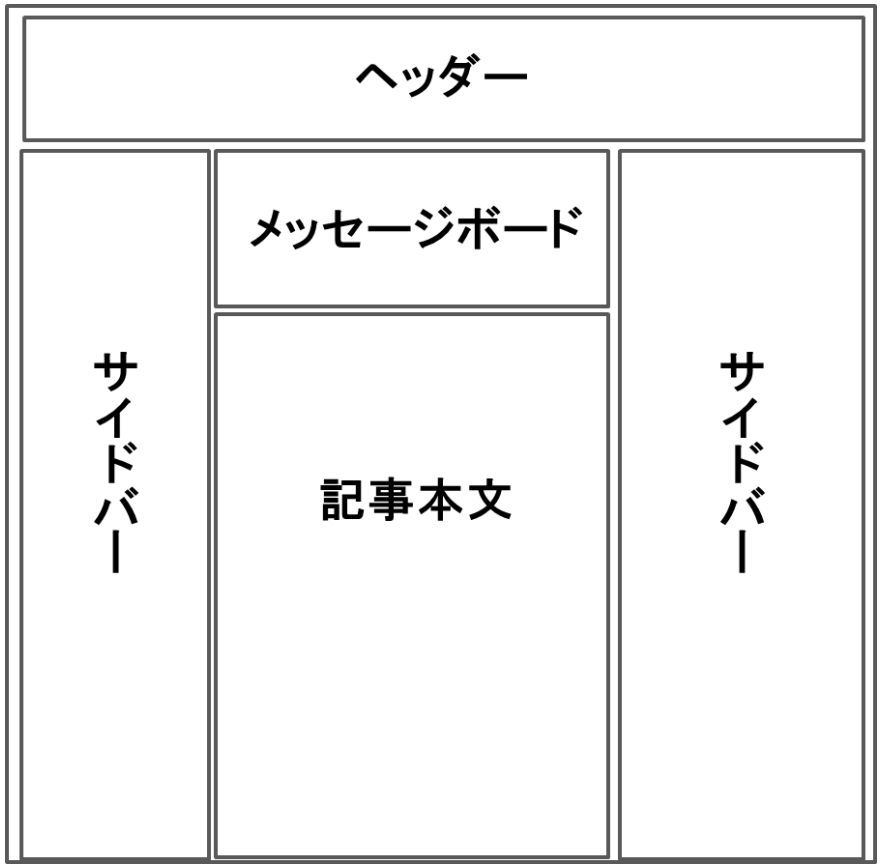
① ターゲットを絞った
メリットの分かりやすいタイトル

② メニューやお問合せなど
分かりやすくゴールを設置する

③ **記事内メニュー**を必ず入れる

④ サイドバー左上が**ゴールデンスポット**
- メルマガやイベントへのリンク
- ご案内や店舗情報、Facebook
- 実績やお客様の声、ビフォアアフター
（人が集まっていて楽しそうを見せる）

ブログページ



詰まる所、ブログは型です！

①ニックネームは
分かりやすい肩書き ＋ 本名

②写真は
笑顔の本人画像。何屋さんか伝わる。

③フリースペースは一番大事

誰がどうなるサービスを行っているのか
その根拠、実績、お客様の声、画像を沢山！
ターゲットの悩みの羅列
問合せやブログへのリンク

④自己紹介で自分の魅力をしっかり伝える

誰がどうなるサービスを行っているのか
このサービスをどういう思いで、なぜやっているのか

プロフィールページ

詰まる所、ブログは型です！

←管理ページで
右上の三本ラインの
ボタンを押せば編集
できます。

Ameba

質疑応答タイム

ここで一旦休憩を入れます。

基本の記事の書き方

基本の記事の書き方

■ 記事の内容

8 : 2

お店やサービス
仕事関連の記事

自分の
プライベート

基本の記事の書き方

■ 記事の内容

8：2

バランスが凄く大事！
プライベートも書くことで、人間性を見せ、ファンを増やす。

基本の記事の書き方

■ 記事タイトル

「単語」ではなく“読みたくなる”を意識する。

リンパケア

驚くほどムクミがとれる
リンパケアの方法

基本の記事の書き方

■ まずあいさつ

こんばんわ。
簡単アメブロ集客の住福です。

自分の名前、特徴を覚えてもらうため

基本の記事の書き方

■ 改行の使い分けを上手にする

ブログで**何かを販売する際、すごーく大事なのが「信頼感」です。**安心感ともいいますね(^^)ではブログ読者さまや、お客様に「信頼感」を与えるにはどうしたらいいと思いますか？
それは、まず**共感ポイントを沢山つくること。**

→ 文章を
詰めすぎない

ブログで**何かを販売する際、すごーく大事なのが「信頼感」です。**安心感ともいいますね(^^)

ではブログ読者さまや、お客様に「信頼感」を与えるにはどうしたらいいと思いますか？

それは、まず**共感ポイントを沢山つくること。**

→ 改行で
適度な余白を
※基本は1行。話が変わる
ときは2～3行

基本の記事の書き方

■ 専門用語やアルファベットは控えめに

分かりやすさや、検索を意識して
簡単な言葉に置き換える

■ 記事の文章に絵文字は使わない

仕事のブログは
あまり可愛くし過ぎない方が見やすい
（サイドバー、定型文など少し目立たせい部分に使うのはOK）

基本の記事の書き方

■ 文字をカラフルにし過ぎない。

目立たせたいところは**赤字+太字**
カラフルにすると、どこが大事なところかボヤける

■ 画像は大きく、中央揃え

集まってて楽しそうを伝えるために
画像は大きく。中央だとレイアウトも綺麗

基本の記事の書き方

■ 申し込みが入る導線リンク

記事の流れから、自然にサービスや
コンテンツに誘導。

コレができると…

・集客力アップ！

・メルマガ読者アップ！

基本の記事の書き方

■ 申し込みが入る導線リンク

例）サービスのお客様の声を紹介する記事の最後に…

このご感想をくださったお客様が受けられた
サービスはコチラです。

↑こういう文字にサービス詳細ページへのリンクを貼る！
【参考記事　http://ameblo.jp/aroh-rita/entry-12173932977.html】

基本の記事の書き方

■ 最後に記事内メニュー

ブログを見た人がスムーズにアクションを起こせるようにしておく。

Next Innovation　住福 純

HOME / アメブロカスタム / 売れるアメブロのつくり方 / お問合せ

基本の記事の書き方

■ 記事投稿のタイミング（8時、12時、17時、20時、23時）

夜の

20時～21時が

狙い目です！！

そもそも

なぜアメブロなの？

Ameba

そもそもなぜアメブロなの？

■見込み客と簡単に繋がれるから

人と人をつなげる機能が充実している

アメブロだけ！

→ **読者登録、コメント、メッセージ、**
アメンバー、いいね、ペタ

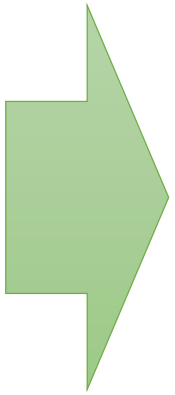
今の時代、Webで最も大事なことは

関係性の構築 です。

そもそもなぜアメブロなの？

■誰と繋がるの？

・お客様と繋がる
・同業者と繋がる
・同志と繋がる



これが
もの凄く大事！

そもそもなぜアメブロなの？

■見込み客と繋がる

・ユーザーのプロフィールと検索機能が連動

→ アメーバ検索

＝ 性別、年齢、地域、職業などから探せる

→ アメーバプロフィール

＝アメーバ検索の簡易版

そもそもなぜアメブロなの？

■見込み客と繋がる

- **Ameba検索**

好きなキーワードで
人を探すことができる機能

※検索結果の並び順は
記事の更新順です。

そもそもなぜアメブロなの？

■Ameba検索

例えば…

博多でサロンをやっている場合

↓

博多周辺の女性にとにかく
読者登録にいけばOK

そもそもなぜアメブロなの？

■アメブロな理由！

人と人をつなげる機能が充実している

アメブロだけ！

→ **読者登録、コメント、メッセージ、**
アメンバー、いいね、ペタ

今の時代、Webで最も大事なことは

関係性の構築 です。

具体的に
ブログって何を
書いたらいいの？

【驚愕の事実】

集客が出来る記事と
読者が増える記事と
ファンが増える記事は違う

具体的にブログって何を書いたらいいの？

集客が出来る記事とは…

・お客様の声(レポート)
・お客様の変化(ビフォア・アフター)

＝ 自分もこうなりたい。

具体的にブログって何を書いたらいいの？

集客が出来る記事とは…

誰がどうなった。

あなたもこうなりたいと
思いませんか？

具体的にブログって何を書いたらいいの？

読者が増える記事とは…

- 悩み解決記事
- ノウハウ記事

＝ ためになった、勉強になった

具体的にブログって何を書いたらいいの？

【悩みや不安を知るメリット】

① 響く文章が書けるようになる

② 読者との関係性の構築が容易になる

③ 検索に強いキーワードを列挙できる

具体的にブログって何を書いたらいいの？

ファンが増える記事とは…

- 自分の世界観を伝える
- 自分の人となりを見せる

＝この人の考え方、生き方が好き

具体的にブログって何を書いたらいいの？

ファンが増える記事とは…

母（父）としての一面や
人としての在り方
（Facebookを使うとさらに良い）

ブログに書くことリスト

- お客様の声
- レポート記事
- お悩み解決記事
- ノウハウ記事
- 商品、サービス紹介記事
- 人物（ブロガー）紹介記事
- 自分の考えや想い
- 日記

8：2

お店やサービス
仕事関連の記事

自分の
プライベート

一番のポイントは「人が集まっていて、みんな楽しそう！」

ブログで一番大事なことは、楽しそうな写真の多様

一番のポイントは

「人が集まっていて、みんな楽しそう！」

ワークTIME

Q1、あなたはなぜその仕事をしていますか？
　　その仕事でどんな喜びをお客様に提供したいですか？

Q2、あなたはその仕事でどんな社会・世界を創りたいですか？

Q3、あなたが理想的な世界をつくるには、
　　どんなサービスや商品を販売するといいでしょうか？

Q4、お客様はあなたの専門知識や経験において、
　　どんなことを学びたいと思うでしょうか？

【今日、学んだこと】

①売れるブログの型作り

・集客に必要な8つのポイント

②売れるブログの進め方

・正しいアメブロのやり方

マーケティングの知識が
身に付けば売れるのか？

NO

あなたじゃないとダメ
あなたから受けたい

という魅力を持つ必要がある。

あなたから
サービスを
受けたいとなるには…

独自の魅力的な世界観

専門性
スキル
テクニック

人間性
個性
あり方

志・使命

過去

時間と共に育てる

道理(物事の正しいすじみち)に沿ったビジネス

- 志があり
- 知識があり
- 信頼があり
- 売上が上がる

「時間とお金の両立」

それが私が行う
コンサルティングの本質です。

住福のミッション

個人事業主が最大限に力を活かし、
社会を豊かにすると同時に
自己実現できる世の中を作る。

質疑応答タイム

ご清聴ありがとうございました。

NEXT
INNOVATION