

自動販売機ビジネスで使う専門用語集

目次

※要望にお答えして、随時追加していく予定です。

(↓単語をクリックするとその単語の場所に飛びます)

■コンテンツ	2
■ターゲット	3
■ペルソナ	4
■メリット	5
■ベネフィット	5
■ニーズとウォンツ	7
■コンセプト	9
■マーケティング	10
■DRM (ダイレクト・レスポンス・マーケティング)	10
■プロダクトローンチ	11
■ステップメール	12
■セールスとクロージング	13
■コンバージョン (CV)	14
■コンバージョン率 (CVR)	14
■リスト単価	15
■コピーライティング	16
■LP (ランディングページ)	16
■オプトインページ (オプトイン)	17
■セールスレター (レター)	19
■サーバーとドメイン	20
■ワードプレス	21
■Googleアナリティクス	22
■SEO (サーチ・エンジン・オプティマイゼーション)	23

■コンテンツ

ズバリ、自動販売機ビジネスでは【コンテンツ】を作成し、販売していきます。

その前に、「いやいや、コンテンツって何？」そんな疑問が浮かぶかもしれません。

コンテンツとは主に、データベースで提供されている情報や作品のことを指して使われます。

例えば、僕が今あなたにお渡ししたこのPDFは「自動販売機ビジネスで稼ぐための情報をまとめたデータ」なので、いわゆる「コンテンツ」に当たります。

有料のものに限らず、無料でチェックできるブログやSNSの投稿、YouTubeなども何かしらの情報が詰まっている「コンテンツ」です。

これからあなたは、「誰かの悩みを解決するための情報」を、PDFや動画、音声などのデータにまとめて販売していきます。



■ターゲット

コンテンツを販売するときには、必ずターゲットを決めなければなりません。

ターゲットとはその名の通り「目標」です。もっと落とし込んで言うと、あなたの商品を売るときに狙っていく、大まかなお客さまの層のことを指します。



例えば、あなたが「腰痛を治す方法」を販売するとしましょう。

ではその場合、あなたの商品を買ってくれそうな人はどんな人ですか？

答えは「腰が痛くて困っている人」ですよね。

ですから、あなたのコンテンツを売っていくターゲットは「腰が痛くて困っている人」です。

それ以外にも性別や年代など、大まかに決めておきます。

- 例)
- ・腰が痛くて困っている人
 - ・男性
 - ・30代～40代あたり

■ペルソナ

ターゲットが決まったら、ペルソナを作っていきます。

ペルソナとは、ターゲットをより詳しい「ひとりの人物」に落とし込んだもののことです。

名前、年齢、職業、家族構成、居住地、趣味、特技、生い立ちなど・・・かなり詳細に作り込んだものになります。

なぜ、こんなに細かい設定をするのかというと、その方がより効果的な商品の売り方ができるからです。

例えば、「腰が痛くて大変ですよね」と言われるよりも、「運送業務は肉体労働ですし、特に重い段ボールを運ぶときには一気に腰に痛みが走り、辛いですよね」と言われる方が心に響くのではないのでしょうか。

ペルソナ作りは少し大変かもしれませんが、ここを作り込むことでより売れやすい自動販売機を作ることができます。



■メリット

メリットは、日本語で言うと「利益」です。

自動販売機ビジネスでは「メリット」と「ベネフィット」の2つの利益があります。

前者のメリットは、この商品を使うとどうなるのか？という面で見えた利益のことです。

これだけだとわかりにくいのですが、つまり、

- ・この商品を使うと、腰の痛みがなくなります！
- ・この通りに実践すれば、スリムな身体になれます！
- ・この方法なら、お金を稼げます！

といった利益のことを指すんですね。

■ベネフィット

では、ベネフィットはどんな利益なのでしょう。

ベネフィットは、メリットを得た後、どんな気持ちになれるか？どんな理想の姿を得られるか？を表したものです。

ここで少し考えてみて欲しいのですが、お金を稼ぎたい人と思っている人は、なぜお金を稼ぎたいのでしょうか。

それは、収入を得て、なりたい姿ややりたいことがあるからです。

会社を辞めて自由な時間を手に入れたい！

好きなときに旅行に行きたい！

自分の欲しいものを我慢せず、好きなだけ買いたい！

など、色々あると思いますが、このように、商品を使って悩みが解決した後、その人（ペルソナ）が迎えた理想の姿がベネフィットです。

商品の購入意欲を掻き立てるために最も必要な要素になります。



■ ニーズとウォンツ

さてここで、いったんニーズとウォンツについて説明しておきます。

ニーズは、「〇〇したい！」という本質的な欲求、
ウォンツは、ニーズを満たすために手段のことです。

例えば、

「私は太ってるからいけないのかな・・・。よし痩せよう！
結婚したい！」と思っている人がいたとします。

その場合、

「結婚したい」がニーズ、「痩せたい」がウォンツです。

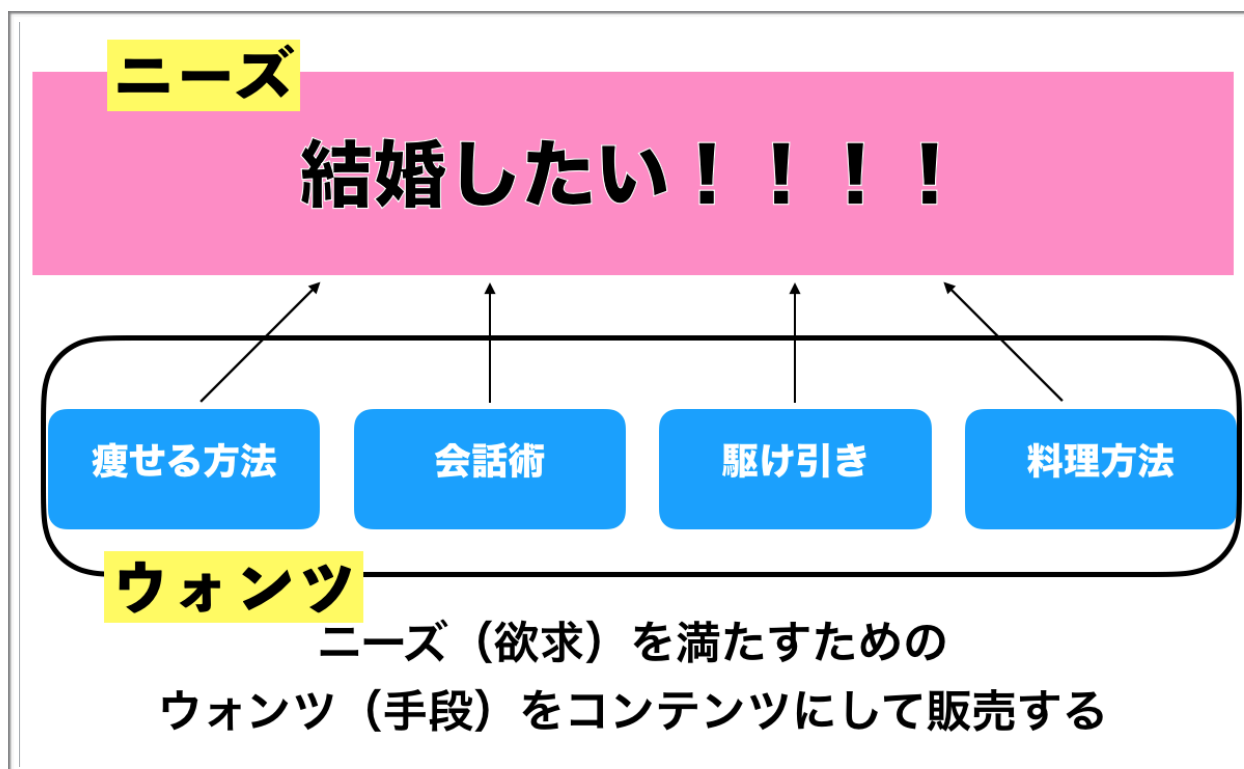
痩せるということは、結婚するためのひとつの手段でしかありません。

(そもそも痩せたところで結婚できるとも限りません・・・。)

太っている人が結婚につなげるための方法は、「痩せる」以外にもあるはずですよ。

「会話術」「料理方法」「駆け引き方法」など、他にも方法が無数にあるんですね。

僕たちはお客さまの「ニーズ」を捉えて、それを満たすための「ウォンツ」となるものを売っていく、という認識を持ってください。



■コンセプト

コンセプトとは、その商品やサービスがどんな価値を与えるものなのか？を言語化したものです。

・・・と言ってもすごくわかりにくいと思いますので、少し例を出してお話ししますね。

例えば、ディズニーランドのコンセプトは「夢と魔法の国」です。

「お客さまに非日常な世界を提供し、楽しんでもらうことを目的としている遊園地」ということが一言で伝わるのではないのでしょうか。

このように、どんなサービスなのか？が一瞬でイメージできるものがコンセプトです。

コンセプトについてはここでは語り尽くせませんので、別途カリキュラム内で詳しく説明していきます。

■マーケティング

マーケティングとは簡単に表すと、「売れる仕組みを作ること」、また、「ニーズに応じて利益を上げること」です。

僕たちは、その中でも「DRM（ダイレクトレスポンスマーケティング）」を利用し、自動販売機の中身を売っていきます。

■DRM（ダイレクト・レスポンス・マーケティング）

では、DRMとは一体なんなのか？

DRMとは、「広告などから直接反応（レスポンス）があったお客さまに、効率的に販売促進していく方法」になります。

例えば、チラシやダイレクトメールなどを利用し、お問い合わせや資料請求などの反応（レスポンス）があったお客さまだけに対応をしていく、という形です。



つまり、自分の商品に興味のあるお客さまだけを集めて、効率的に営業していくことができるんですね。

僕たちは、ここを自動化する方法を利用して、自動販売機を作り上げていきます。

■プロダクトローンチ

プロダクトローンチは、簡単にいうと、**新商品を公開・発表すること**、つまりは「商品リリース」です。

また、「商品を打ち上げる」とも言われます。なぜなら、まさに打ち上げるかのように、爆発的に売れる手法だからですね。

プロダクトローンチでは、**メールマガジンを使ったDRM**を行います。

広告やSNS、ブログなどからメールマガジンに登録してくれたお客さま何百、何千、何万人に対し、まとめて直接営業をかけていくんですね。

メールマガジンを何通かに分けて商品への購入意欲を高め、一気に商品を販売していくことで大きな売り上げを上げることができます。

■ステップメール

さて、ここまででDRMと、DRMの中でもメールマガジンを利用したプロダクトローンチについて説明しました。

僕たちが作る自動販売機では、このプロダクトローンチの流れを完全自動化します。

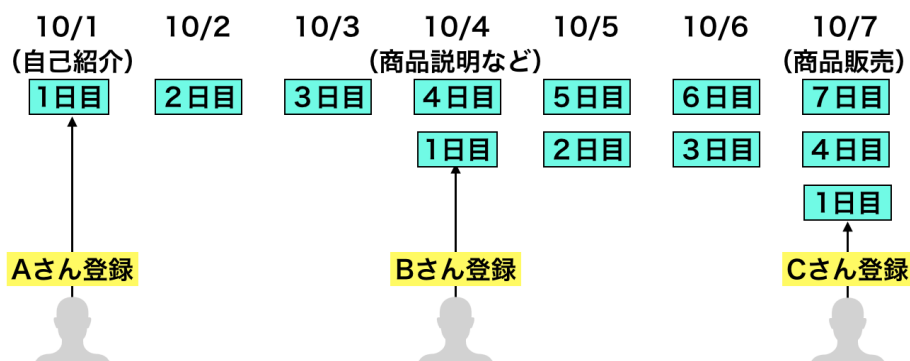
え、どういうこと?!と思ったかもしれませんが、ステップメールを利用すれば、十分可能です。

それではステップメールとは何か？

ステップメールとは、メールマガジンに登録してくれた人に対し、予め準備したメールをスケジュールに沿って配信できるシステムのことです。

つまり、集まった人に対し、勝手にメールで自動営業することができるのです。

ここは、自動販売機ビジネスのステップ2の作業にあたります。



■セールスとクロージング

セールスとは、シンプルに「**商品**を**売る**こと」です。

ではクロージングは何かというと、**商品を購入してもらうために、お客さまを後押しするもの**です。

すごく簡単にいうと、「買いますか？買いませんか？買うならここから申し込みしてください！」と伝えたり、

この商品を買わないことによる損失、買った後どんな利益を得られるのか？等を伝える。

もしくは、「残り〇名です！」と伝えるなどして、「今すぐ買わなきゃ！」と思わせるものになります。

「この商品、いかがでしょうか？」

↑セールス

「今この商品大人気で、あと3個しかないんです。再入荷はありません。申し込みはこちらからお願いします！」

↑クロージング

こんな感じにざっくり覚えておけばOKです。

■コンバージョン (CV)

コンバージョンとは「**成約**」のことです。

商品が購入された時、もしくは広告からメルマガジンに登録された時などに使います。

■コンバージョン率 (CVR)

こちらは「**成約率**」のことを指します。

例えば100人のお客さまに商品売って、3人購入してもらったと仮定します。

その時のコンバージョン数は3、
コンバージョン率は、 $3 / 100 = 3\%$ です。

広告でも測定方法は同様です。

100人のお客さまがメルマガ登録ページにアクセスし、3人登録したらコンバージョン率は3%、という具合です。

自動販売機を稼働し始めたら、成約数などをよく見るようにしましょう。そしてより高い成約率をあげられるよう、内容を改善していくと良いです。

■リスト単価

リスト単価とは、広告使用時、メールマガジンに1人登録するごとにかかっている費用のことです。

シンプルに「広告にかかった費用／コンバージョン数（リスト数）」で割り出すことができます。

商品を買ってくれそうな人を集めつつ、単価をできるだけ下げられるように工夫していくことが大事です。



■コピーライティング

コピーライティングは、広告の文章を書く技術のことです。

「人間心理を深く理解し、言葉で読み手の行動を変えること」と定義されています。

つまり、お客さまのことを理解し、その人の心に響くような言葉で共感を生んだり、この商品が欲しい！と思ってもらったりして、購入（行動）を促すことができる技術と言えるでしょう。

正直、文章の上手い下手というよりも、どれだけ顧客を理解し、寄り添った言葉（文章）をかけられるか？という点が重要です。

■LP（ランディングページ）

ここでいうLP（ランディングページ）は、主に訪問者をダイレクトに注文や問い合わせ、メルマガ登録などのアクションに結びつけることに特化したページになります。

その中でもよく使うものは、オプトインページや、セールスレターです。

■オプトインページ（オプトイン）

オプトインページは、メルマガ等への登録を促すページになります。

以下のようなものをイメージしてもらえるとわかりやすいです。（僕の場合はメルマガではなくLINE登録を促しています）

手取り15万円の給料にしがみついていた僕が**なぜ!?**

副業で1億円を稼ぎ、会社を辞めた今でも
まるで**自動販売機**の様に**手放し**で稼げているのか？

その秘密をすべて告白します

その実践ノウハウを完全無料で公開
動画マニュアル 全3回プレゼント!

プレゼントの受け取りは下記より
メールアドレスを入力して受け取ってください

メールアドレスを入力※必須

▶▶ **ご登録は
こちらをクリック** ◀◀

正直、お客さまからすると

「メールマガジン？登録するの面倒くさいなあ・・・」

もしくは、

「え、怪しい。。。こんなところに個人情報打ち込みたくないなあ・・・」

と思い、なかなか登録に至りません。

ですから、上記のようなページを作り、

- ・メルマガでどんなことを知ることができるのか？
- ・登録してもらえる特典は何か？
- ・どんな人が登録すると良いのか？

などを記載しておくとお効果的でしょう。

■セールスレター（レター）

セールスレターは、商品を販売するためのページです。
売るための広告だと思ってもらえれば良いと思います。

僕がこのコンテンツを販売するときにも、レターを準備しています。

[（僕のJBPのセールスレターはこちらから見られます）](#)

どうして直接決済リンクではなく、セールスレターを準備する必要があるんだろう？

もしかすると、そう思うかもしれません。

理由はいろいろありますが、まず、同時にたくさんのお客さまにセールスすることができるからです。

ひとりひとりと対面で話すわけではありませんので、ページさえ準備しておけば、何千人でも何万人にも同時にセールスすることができます。

24時間勝手に販売ができるのも良いところですし、動画などで伝えきれなかった話を書くこともできます。

レターを書くのには型がありますので、そちらもカリキュラムでお伝えしていきますね。

■サーバーとドメイン

サーバーとは、インターネット上の土地のことです。

土地を契約し、中にブログやPDF、画像、音声、などの建物を建てていくことをイメージするとわかりやすいと思います。

セットで覚えていただきたいのが「ドメイン」です。
ドメインは、インターネット上の住所を指しています。

例えばYouTubeのドメインは、
<https://www.youtube.com/>の中の「**youtube.com**」です。

Googleのサーバ（土地）の中に動画（建物）をアップロードしても、ドメインがなければ住所がなければその動画にアクセスすることはできないんですね。

ですから、サーバーに対して必ず1つはドメインを契約するようにしましょう。



■WordPress

WordPressとは、自分のブログを作るためのソフトウェアのことです。

アメーバブログやはてなブログなどのブログサービスと違い、自分で作りたいブログを作ることができます。

また、ブログだけではなく、オプトインページやセールスレターなども作成することが可能です。

無料ブログと違い、突然削除されてしまうこともありませんので、ビジネスをする際にはWordPress作成したブログを利用することをお勧めします。

↓これは僕のブログです

ホーム ビジネス・マインド関連 税務関連記事 副業のポイント ネットビジネス

Toyoaki Nishihara Official Blog 現役サラリーマンが副業でも出来た事

現役サラリーマンが副業でも出来た事

年収1億1456万円を副業で稼ぐ男が明かす
“家でも”自分のやりたい事で好きなだけお金を生み出す
たった1つの正しいやり方を
完全無料で限定公開
今すぐ画像をタップして無料で情報を手に入れる

プロフィール

2020/11/29 ビジネス・マインド関連
ワイヤーフレームって何？作成方法もしっかり解説します
ワイヤーフレームとは、WEBページのレイアウトを決める設計図のようなもので、WEB制作に欠かせない要素です。略してワイヤーと呼ぶことが多く、現場では必ず使われる言葉ですので、WEB制作を始めただけで何もわからない人でもこれだけは押...

2020/11/27 ビジネス・マインド関連
メッシュリンク構造の有用性や作成のコツを紹介！
自社Webサイトやブログのアクセスを上げたいときにSEO対策をするかと思えます。しかし様々な情報や繰り返されるGoogleのアップデートにより、具体的にどの対策が有用であるかわかりにくくなっています。もちろん全て対策をすることでよりSE...

2020/11/25 ビジネス・マインド関連
ゲームフィケーションってよく聞けども何のことか？
解説！
かつては据え置き型の対応が主流でしたが、スマートフォンの普及により、ゲームが楽しめる環境ではスマートフォンで遊べるゲームが増えています。このゲームフィケーションは、ゲームの楽しさを仕事に活かすための新しいビジネスモデルです。今回は、ゲームフィケーションの仕組みや、実際にどのようなビジネスモデルがあるのかについて詳しく解説します。

あなたの好きを仕事にして稼ぐ
LINE講座に今すぐ参加する
(参加費0円)

■Googleアナリティクス

Googleアナリティクスは、Googleが無料で提供しているアクセス解析ツールです。



Google Analytics

アクセス解析とは、例えば、

- ・あなたのブログに訪問してきた人はどこからきたのか？
- ・どんな言葉を検索してブログにたどり着いたのか？
- ・どのブログ記事にどれくらいの人が集まっているのか？
- ・どのくらいの時間、ブログに滞在してくれたのか？

などなど・・・いろんな角度からブログ訪問者の特性や行動を分析することです。

分析→改善→分析を繰り返すことで、よりブログの訪問者を増やしたり、商品を売れやすくしたりすることができます。

■SEO（サーチ・エンジン・オプティマイゼーション）

SEOとは、「検索エンジン最適化」のことです。

この言葉だと全然意味がわからないのですが、要は、**Googleに好まれる形でブログやホームページを作ること**を指しています。

なぜGoogleに好まれる必要があるのかというと、その方が**検索順位が上位になりやすい**からです。

検索順位とは、**Googleで検索したときにあなたのブログが表示される順番**のことを言います。

例えば、「西原豊明 ブログ」で検索すると、僕のブログが一番上に出てきます。



これは検索順位「1位」です。

このように、あなたのブログもできるだけはじめの方に出てくるようにしなければなりません。

あなたもおそらく、何かネット検索する際に、大抵は最初の方に出てきた数記事にしかアクセスしないですよ？

つまり、最初の方に表示されるようにしなければ、あなたのブログにはほとんど人が来てくれない状況になってしまうのです。

ではどうやってGoogleに好まれるブログにしたら良いのか？というあたりは、また別途カリキュラムで説明していきます。