

【読者限定・保存版】

無料レポート

ダウンロードされるコツ

原田しんじ

■【ダウンロードされるコツ】■

ダウンロードされるリストを増やすコツは2つのカテゴリーに分けられる。

①レポート掲載前で準備すること

◎ボリューム

- ・多くの人が間違っているのはメルぞうにある殿堂入りの無料レポート、人気ランキングに掲載している有料級の何百ページをつくらなければというのは誤解。
- ・そういう無料レポートを作っている人は集客も考えているが、ブランディングを兼ねてやっている。
- ・特大ボリュームの無料レポートはダメである。
- ・100ページの無料レポートよりも20ページの無料レポートを5本作った方が良い。
- ・五十嵐さん自身も最初の2、3年で作って20本を作ったが、9割以上は20～30ページのレポート。(無料レポートは7年で5000リストを取得)
- ・すさまじい内容よりもコンパクトなレポートをたくさん作った方が効果的。

◎タイトル

- ・ダウンロードされるのはタイトル、説明文、表紙。
- ・レポートのタイトルは内容以上に重要。中身の良し悪しはそれを見た人しかわからない。
- ・衝撃的な言葉を使う(悪用厳禁、特大ボリューム)
- ・基本的な考え方として新着ランキングの上の方にいる人のレポートのタイトルを真似る。それが間違いない。何かが良いから上に来ている。

◎説明文

- ・説明文もタイトルと同じことが言える。

◎表紙画像

- ・間違いなく作った方が良い。
- ・一番簡単なのは無料レポートのPDFの表紙を画面キャプチャーソフトで作るのが簡単。表紙画像なしというのはほとんどの確率で失敗する。

まとめると・・・

- ・ボリュームの件、多ければ2つに分ける。
- ・タイトル、説明文、表紙画像はライバルチェックしつつ、必ず良いものにする。

②レポート掲載後の方が重要

【発信媒体ごとの紹介活動】

- ・ブログ、メルマガ、YouTube、SNS を紹介用 URL で紹介する。

(自分の無料レポートも他人のレポートを紹介する際の紹介用 URL を使って紹介する。紹介用 URL を使ってダウンロードするとダウンロード数に応じてメルぞうのスポンサー広告のところに入れてくれるという仕組みがあるので、新しいリストも1件入ってくる。自分のレポートに関して言えば、紹介用 URL にすることによってダウンロード者と新しくメルぞうの広告で入ってくるリストと1つのダウンロードで2つのリストが入ってくる計算になる。重複でない1つのリストが獲得できることになるので、紹介用 URL で紹介する。) ※以下↓の図の URL にある M=37540 が付いているのがあなたの紹介 ID 番号となります。



- ・ブログ⇒看板画像、固定ページに無料レポートの一覧を作る、記事にする。
- ・YouTube⇒無料レポートのレビュー、再生回数がいつもより少し調子が良い感じならば、無料レポートと併せて知っておくと良い内容を解説する動画を上げる、それから説明文で無料レポートを紹介する
- ・メルマガ⇒ダウンロードしてくださいと紹介する。

【やってはいけないこと】

- ・「まだリストが足りないのでダウンロードしてください。新着ランキングに載りたいので協力してください。」はお客さんに通用しない。
- ・自分都合はいけませんが、ものは言いよう。
「自分が経験した知識や調査した知識、取材をしてきた知識ですので多くの人に役立てたい。
今回、作成したレポートは無料ですのでダウンロードしてください」

【ダウンロードさせるための選択肢いろいろ】

- ・メルマガで1回紹介しただけで紹介したとってしまう人が多い。
- ・100人や200人の読者ならば、1週間1ヶ月は紹介し続けます。
- ・1通目、2通目はダウンロードしてください系のアプローチ。
それを続けるとセールスっぼくっていやだと思う。
- ・1通目を見ましたか?それについて補足します。もし、聞きたいことがあれば、調べて明日のメルマガで更に補足します。その場合にはみんなを巻き込んで、ダウンロードしていない人はヤバいと思ってダウンロードする。
- ・オファーも同じで、1つの目の動画を見てみました。こんな風に感じましたとか。もし、わからないことがあれば質問をしてください。持っていることを前提で更に進めるとダウンロードして持っている人にはサポートになるし、持っていない人はダウンロードしてくれる。
- ・自分都合ではなく、お客様に対して仕事をするには理にかなっている。
- ・ステップメールではヘッダーの部分に挿入、無料レポートをダウンロードしてくださいという広告をして配信中のリストにもアプローチできる。
- ・掲載後の方が本来やることが多い。

【更にダウンロードさせるには・・・】

- ・マーケティングの練習にもなる。自分の商品を作った後は、作る前も大変であるが、それはある意味大変。自分が製作の段階で苦労しているのは無料レポートも同じこと。大事なのは公開した後で売れなかったら製作の段階の苦労が意味がない。売らなければならない。ここが一番の力の入れどころ。
- ・無料レポートも無料か有料かの違いであって形式も同じなのに掲載後の処理をほとんどしていない。
- ・既存のリストを巻き込みながら、それを使ってさらにダウンロード数を増やししながら、既存のリストを増やしていく、さらに大きくなる雪だるま式。
- ・自分と比較し100倍以上持っているリストで本気を出すと100倍ダウンロードされる。
でも、そういう戦略に持ちこまなければ3ダウンロードで終わってしまうこともあり得る。
- ・お客様からも返事が来ないケースもちろんあるが、もしさらに聞きたいですというレスポンスがあった場合には凄くチャンス、それは次のレポートに組み込んで良いということ。
そのテーマについて既存のお客さんが知りたいと思っているのであれば、既存リストからダウンロードされる可能性が高いのでそうやってどんどん巻き込んでいく。
- ・やってないこともあったので、何もしないよりは意味がある。