



# 収益化フロー

# INDEX .

1. はじめに
2. 企画
3. 集客
4. 教育
5. 販売
6. 収益化
7. さいごに

# 1. はじめに

---

これからあなたが個人起業を行うにあたって、  
どのようなステップで収益化まで進めていくかを解説していきます。

詳しい解説や具体的テクニックに関しては、  
また別のコンテンツを用意しているので、  
まずはざっくりどのようなフローで収益化まで進めていくのかを  
イメージしていただきます。

# 1. はじめに

収益化までの大まかな流れとしては



となっていますので、これからそれぞれについて解説していきます。

## 2. 企画

まずはじめに、あなたがオンラインで事業を立ち上げる市場を選定するのですが、これを「**市場設定**」といいます。

市場を決める際は、DRMというマーケティング手法を理解した上で、自己分析や市場調査(リサーチ)を行います。

DRMについては別のコンテンツで詳しく解説します。

①企画

②集客

③教育

④販売

## 2. 企画

市場の具体例を挙げると...

ダイエット市場

筋トレ市場

大学受験市場

英会話市場

恋愛市場

就活市場

など、市場はいくつも存在します。

## 2. 企画

---

市場設定ができたなら、次に企画書を作成していきます。

企画書では

- ・顧客ターゲット(ペルソナ)
- ・商品概要
- ・コンセプト

などを決めていきます。



## 2. 企画

顧客ターゲット(ペルソナ)を設定する際は、

**ターゲットがどんな悩みを持ち、どんな理想の未来を描いているのか**  
を実際にリサーチしましょう。

例えば、ダイエット市場の場合、顧客ターゲットの悩みとして

- ・どんな食事を摂ればいいのかわからない
- ・リバウンドしないか心配

理想の未来は

- ・痩せて自分の体に自信を持ちたい
- ・彼氏とビキニでプールへ行きたい

などが挙げられます。





## 2. 企画

---

そして、**見込み客の「現状」と「理想の未来」との間のギャップを埋めるために解決すべき課題をリストアップ**していきます。

次に、その課題を解決するための商品を考案していきます。

その際、USPとって、競合他社との差別化ポイントなども一緒に考えていきます。

USPについては別のコンテンツで詳しく解説します。

## 3. 集客

商品企画ができたなら集客するための無料サンプルを企画します。  
そして無料サンプルから作成していきます。

無料商品(無料プレゼント)が完成したら  
次は集客を行なっていきます。

**集客では主にSNS (Instagram、Twitterなど) を使用します。**

SNSは、広告費用をかけずに  
多くのユーザー(見込み客)に  
アプローチでき個人の影響力として  
もっとも効果が期待できるメディアです。

## 3. 集客

初心者におすすめのSNSは

・Twitter

・Instagram

の2つになります。

それぞれのSNSの特徴については  
また別のコンテンツにて解説します。



## 3. 集客

まずは情報発信アカウントを作成し、  
その**アカウントから見込み客にアプローチ**していきます。

例を挙げると

オンライン家庭教師

スマホ英会話講師

パーソナルトレーナー

恋愛コンサルタント

などがイメージしやすいと思います。

## 3. 集客

そして、あなたのアカウントに興味をもったり、あなたの発信する知識、情報をもっと知りたいという人に対してあなたの**LINE公式アカウント**をお勧めします。

LINE公式アカウントというのは、あなたが普段プライベートなどで使用するLINEアカウントとは別で企業や飲食店などが扱う公式アカウントになります。

## 3. 集客

あなたが行うべきことは

**LINE公式アカウントへの友達登録をどんどん促進していくことです。**

SNS上の見込み客をLINE公式アカウントへ誘導する方法として

- ・アカウントのプロフィール欄などに掲載するURLから直接LINE公式アカウントへ誘導する
- ・LP(ランディングページ)というクッションページを利用するがあります。

## 3. 集客

LPは、見込み客があなたのLINE公式アカウントを追加する  
メリットをより具体的に伝えることが可能です。

いわば、無料プレゼントへの招待状のようなページになります。

LPでは、あなたのLINE公式アカウントを  
友達追加することによる**具体的なメリット**

(無料PDFプレゼント、無料電話相談など)を記載します。

そして最終的に、LINE公式アカウントへの友達追加を促します。

## 3. 集客

SNSでのアプローチから、LINE公式アカウント追加までの一連の流れが集客部分にあたります。

また、LINE公式アカウントを追加してくれた人たちを「**見込み客リスト**」(または**リスト**)と呼び、リストを獲得していく作業を**リスト取り**と言ったりします。





## 3. 集客

このように「無料プレゼント」を提供することで見込み客のリスト(連絡先)を手に入れるマーケティングを「**フリーミアム(フリー戦略)**」と言います。

この言葉は、「フリー(無料)」と「プレミアム(割増)」を合わせた造語であり、米国のベンチャー投資家フレッド・ウィルソンがジャリド・ルーキンの発案をもとに提唱しました。

- ・大手予備校の無料体験授業
- ・ドモホルンリンクルの無料サンプル
- ・LINEクリエイターの無料スタンプ
- ・保険会社の無料資料請求

これらも本質的にはフリーミアムと言えます。



①企画

②集客

③教育

④販売

## 4. 教育

次に「教育」について解説します。

実は、集めたリストに対して、いきなり有料商品の宣伝をしても全く売れません。

これは、連絡先を交換して間もない異性に対して、いきなりお付き合いをお願いするのと同じぐらい難易度が高いです。

集めたリスト(見込み客)に対してはすぐにセールスをするのではなくまずは  
**見込み客との信頼構築を優先した行動をとっていきましょう。**

①企画

②集客

③教育

④販売

## 4. 教育

見込み客との信頼を構築するための方法としては  
LINE公式アカウントを通して  
見込み客にとって有益な情報を発信します。

また、見込み客の悩みを聞いて相談に乗ったり  
アドバイスをすることも信頼構築につながります。

とにかく**無償で価値提供**することが大切です。

## 4. 教育

そして、信頼構築を進めていくと同時に  
見込み客の問題やニーズを引き出したり、見込み客に対して、  
新しい価値観やパラダイムを提示することで  
あなたの商品価値を伝えていきます。

実はこれは1回のやりとりで  
一気に伝えるわけではありません。

およそ5日間に分けて見込み客リストに対し  
LINE公式アカウントの一斉送信機能で  
教育記事として流していきます。



## 4. 教育

恋愛で例えると  
初回のデートでいきなり告白するのではなく  
ある程度の期間、連絡を取り合ったり、  
何度もデートを重ねる中で  
相手からの信頼を勝ち取っていきます。

いわば自分という商品をアピールすることで  
異性という見込み客に対して  
自分への必要性を感じてもらうのです。



①企画

②集客

③教育

④販売

## 4. 教育

また、5日間の教育記事は次のような構成になります。

- 予告
- 問題提起
- 背景・理念
- プレゼンテーション
- セールスページ

このように5つの教育記事をLINE公式アカウントの一斉送信機能で1日1通送っていきます。

最後まで読んだ上で、あなたの商品を購入したいと申し出た見込み客に対して商品の販売をします。

## 4. 販売

販売というのは商品購入希望者に対して、実際に商品購入までの手順を説明し、支払いまで誘導するアクションのことを言います。

またテキストメッセージのみで販売することもできますし、テキストメッセージと電話販売を組み合わせることも可能です。



## 4. 販売

電話販売をする場合は、教育記事を一部省いて、その代わりに電話で教育することも可能です。

- ・文章を書く
- ・電話で話す

どちらも一長一短なので  
自分にあった販売方法を選びましょう。





## 4. 収益化

---

商品購入希望者に対して決済用URLを送るのが、  
収益化までの最後の作業になります。

オンライン決済の手段はいくつかありますが、  
初心者におすすめは**BASE(ベース)**という**決済サービス**です。

BASEの商品購入ページのURL(決済用URL)を送り、  
実際に入金を確認されたら、収益化となります。



## 5. さいごに

---

以上が収益化までのフローになります。

各フェーズの具体的なテクニックや知識に関しては別のコンテンツで詳しく解説しています。

まずは**全体像をイメージすることが大切**です。

