
コンテンツ販売のやり方 ～全体解説～

目次

- 1、コンテンツ販売について
 - 2、コンテンツ販売の長所と短所
 - 3、利益が生まれるまでの全体の流れ
 - 4、発信内容（コンテンツ）の決め方
 - 5、ターゲットの決め方
 - 6、有料サービスの決め方
 - 7、Web媒体の決め方
 - 8、「メルマガ登録」と「サービスオファー」について
 - 9、全体の押さえておくべきポイントとまとめ
 - 10、あなたがすべき行動とは？
-

【1、コンテンツ販売について】

- ➡情報や知識をPDFや動画にまとめたり、直接レクチャーしたり、もしくはイベントを開催したりと、
「形のないもの」を商品にするビジネスのことをいいます。

【実際にコンテンツ販売をしている有名人は？】

「DAIGO」さん 月額500円の有料会員動画で月5000万円以上

「キングコング西野」さん オンラインサロンで月4000万円以上

「イケハヤさん」「マナブさん」もメイン収入はコンテンツ販売です。

【結論】

つまり稼いでいる人は全員しています。

これはコンテンツ販売に興味がない人も絶対に覚えておいた方がいい

【2、コンテンツ販売の長所と短所】

【7つの長所】

- 1、在庫0
 - 2、初期費用0
 - 3、利益率100%
 - 4、「定期収益化」がしやすい
 - 5、収益化が早く、1年以内に100万円稼げる
 - 6、好きや得意なことを発信することができる
 - 7、誰にもパクられない
- (他のビジネスや稼ぎ方にはない大きな特徴)
-

【短所もある】

1、 継続しないと結果が出ない

2、 専門知識が必要

- ・ 1番はしょうがない。

他のビジネスや働き方もそうだから

- ・ 2番は本当に必要

実際にやってみてもほとんどの人が脱落する

今回で専門知識を広げてみてください

【3、利益が生まれるまでの全体の流れ】

【全体の動きを設計】

- ・コンセプトメイク
- ・ターゲット設定
- ・有料サービス決め



1、Web媒体（集客）

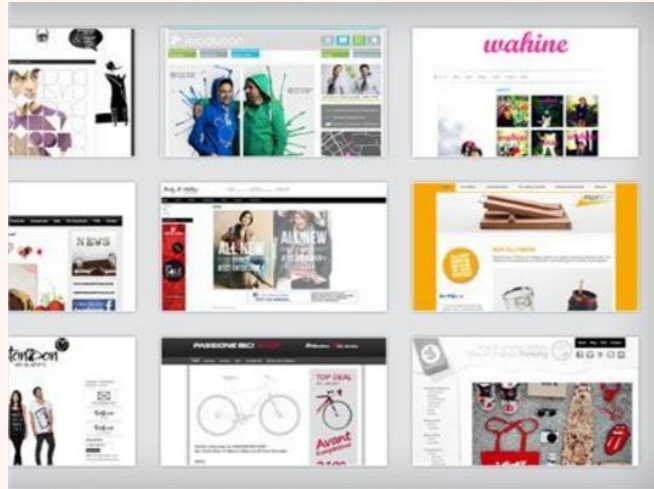


2、メルマガ登録



【単語解説】

Web媒体とは？⇒人が集まっている「サイト」や「アプリ」のこと



他にもまだまだ
沢山あります！



1、Web媒体（集客）



2、メルマガ登録



3、プロダクトローンチ



4、サービス提供
（収益化）

（リアルビジネスで例えてみた）

「美容院」の場合

Web媒体

→お店

メルマガ登録

→問診票、クーポン、お得な情報など

プロダクトローンチ

→ヘッドマッサージ（新サービス）の情報、
割引のハガキ送付など

サービス提供

→髪を切る



【4、発信内容（コンテンツ）の決め方】

「全体の流れはわかったけど、
結局なにを発信したらいいの？」

コンセプトメイクで発信内容を決めていきます
(超重要！)

コンセプトメイクとは？

→ 「全体を貫く基本的な概念」

→ 「全体を見たうえで具体的にどう見えるか？」

例)

「投資の情報を発信する」



コンセプトメイクをするとこうなる→

「お金が余っている大手サラリーマン勤務向けの、
コツコツ積み上げて資産を倍に増やすFXトレード
の情報を発信」

例)

「ダイエットの情報を発信する」



コンセプトメイクをするとこうなる→

「出産後で育児や炊事で忙しい女性に向けた、
楽しく出来る時短ダイエットの情報を発信する」

コンセプトメイクのコツ

- 誰が見ても「わかりやすい！」を意識して考える
 - 「具体的に何を発信するのか？」、
「その情報でどんな感情が生まれるのか？」
を意識して考えるといい
 - 抽象的な部分を出来るだけ削り、具体的に絞り込むことが大事
(細かいやり方は「[コンセプトメイクについて](#)」という
動画で解説しますのでそちらをご覧ください)
-

【5、ターゲットの決め方】

「ターゲット」とは→

誰にコンテンツを見せるかを定めること

【主な項目】

年齢

性別

職業

収入

悩み ここが一番重要



例)

「ダイエットの情報を発信する」 →

「**出産後で育児や炊事で忙しい女性に向けた、
楽しく出来る時短ダイエットの情報を発信する**」

どんな人に発信をしたらいい？



年齢：30才、性別：女性、職業：OL、収入：300万円

悩み：時間がない、体力がない、旦那に体重のことをバカにされるなど

- ・具体的に絞っていくことが重要
- ・ターゲットを選ぶコツ
- 1、リサーチをして需要のある人を探す
- 2、過去もしくは今の自分に近いターゲットにする



【6、有料サービスの決め方】

種類は3つ

1、情報やデータ



2、コンサル



3、コミュニティー、
イベントなど



どれを商品にしたらいいの？

- ・まずは1つだけ決める
- ・なんでもいいけど、オススメは情報やデータ
 - 理由は利益率がよく、誰でも作成ができ、お金がかからないから
 - その上、改善もしやすいのでお客様から満足されやすい
- ・値段の決め方は人それぞれ、自分で自由に決めていい
- ・相場はあってないようなもの
- ・安ければ売れやすいというわけではない

(詳しくは「商品の作り方」という動画で解説しています)

【7、Web媒体の決め方】

媒体の種類は4つ

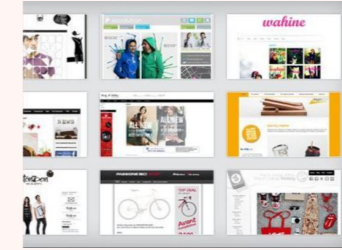
1、HPやブログ

2、SNS (Twitter、FB、インスタなど)

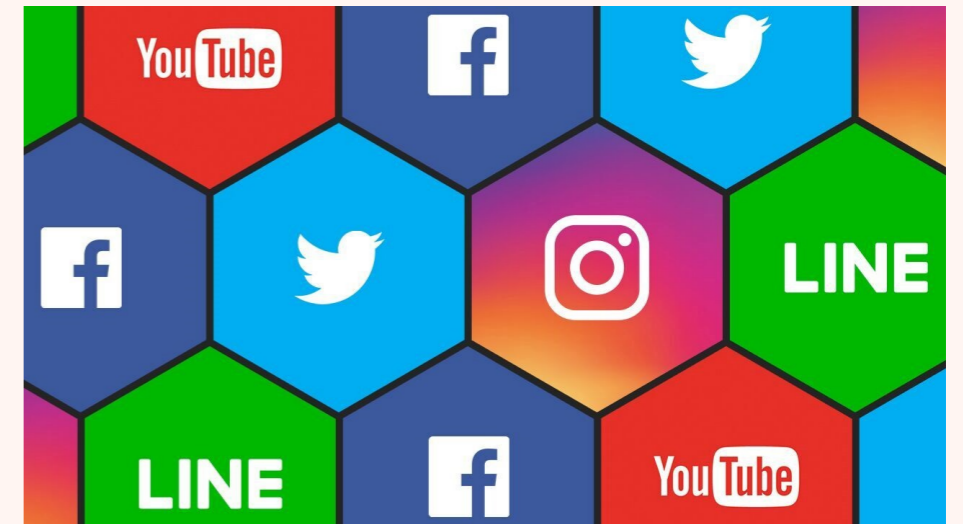
3、動画サイト (Youtube)

4、サービス提供サイト

(ココナラ、ストアカ、ランサーズ、クラウドワークスなど)



-
- どれが一番いいのか？
 - 「ターゲット」によります
 - また媒体によってユーザー層の色が違う
 - 結論：自分の発信にあったWeb媒体を選ぶべき
 - あと、流行りによってはそのWeb媒体の特性も変わります。
 - ユーザー層もガラリと変わったりするので常にアンテナを張ること
 - ちなみに僕個人としては「このWeb媒体がオススメ」とかはあります
(詳しくは「今オススメのWeb媒体はこれだ！」



という動画で解説しています)

【8、「メルマガ登録」と「サービスオファー」】について】

メルマガとは？

➡Eメールで定期的にサービスやお得な情報が届く仕組み

最近だとLINE@がはやっています

楽R天



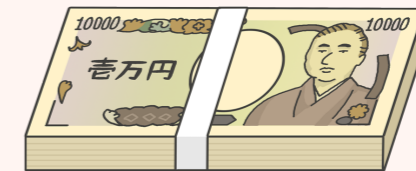
Web媒体で情報発信をした後に、メルマガ登録をしてもらう
読者に喜ばれるサービスをするためには、

絶対に必要な工程になってきます

なぜ必要???

なぜ？

- 自分に興味がある人にだけ発信が出来て、個別でやり取りができる
- 発信者のプライベートに近づける会員制ファンクラブが作る感じ
- アンチの発生も防げる
- 直接話せることで、悩みや相談に乗れる
- その問題を解決するためのサービスを探して、
コンテンツを提供する（サービスオファー） ➡ ここで**収益化**！



これで終わりではない！！！！

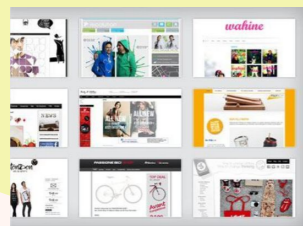
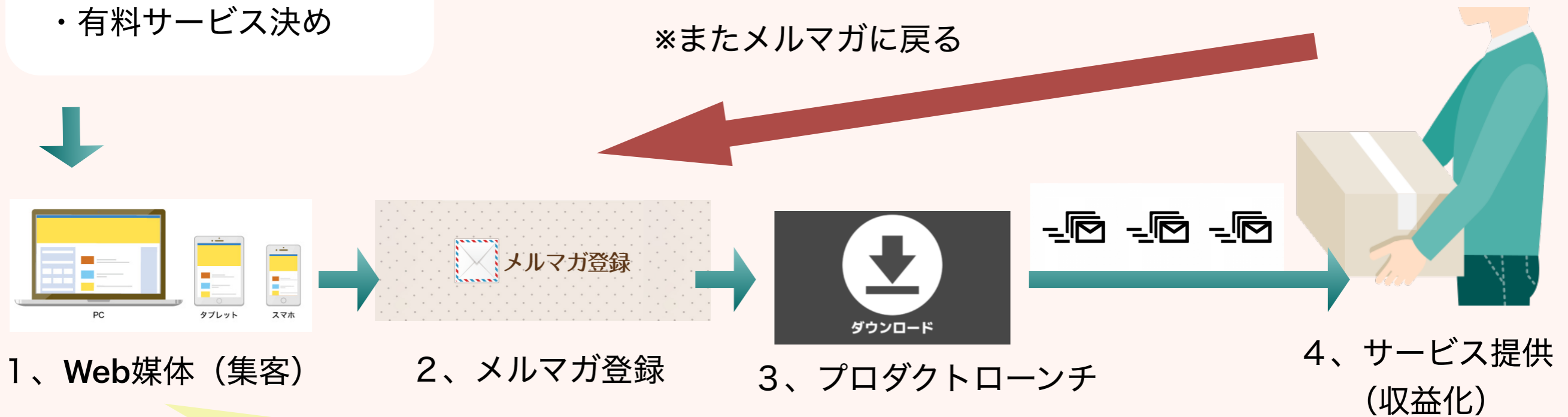
- コンテンツを購入してくれた後も、**簡単にアフターサポート**ができ、別のサービスの購入もしてくれるチャンスがある

【全体の動きを設計】

- ・コンセプトメイク
- ・ターゲット設定
- ・有料サービス決め

【以上が全体の流れです】

※またメルマガに戻る



江戸時代からある手法で、**今後もやり方は変わらない**

【9、全体の押さえておくべきポイントとまとめ】

「重要度はこちら」

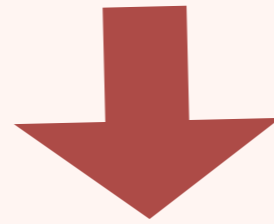
- 1、コンテンツ販売について
- 2、コンテンツ販売の長所と短所
- 3、利益が生まれるまでの全体の流れ
- ★4、発信内容（コンテンツ）の決め方
- ★5、ターゲットの決め方
- ★6、有料サービスの決め方
- ★7、Web媒体の決め方
- 8、「メルマガ登録」と「サービスオファー」について

まとめ

- ・ ビジネスで成功している人は全員、コンテンツ販売をやっている
- ・ コンテンツ販売は、お金がかからずオリジナル性が強い
- ・ 利益の流れは、リアルビジネスと変わらない
- ・ ★は**徹底的に学習**する（別の解説動画あり）

【10、あなたがするべき行動】

- 1、とにかくまずは発信をしてみること
- 2、分からなくなったらこの動画を何度も見る



- ・ 10回でも100回でも動画を繰り返し見ること
- ・ ★マークの動画も同じくらい見ること
- ・ モチベーションや集中力が下がったら、マインド系の動画見ること

「簡単にお金を稼ごう」と思っている人は絶対に挫折します

「お金を稼ぐのは難しい」と思って挑むことが重要

(それくらいしないと人生変わるわけがない)

【どうしてもわからない、できないと思った時は？】

- ・まずは動画コメントで聞くこと（多少自分でやってみてから聞いてね）
- ・一人でやりきるのは、ほんと~~~~~にエグい。頭おかしくなります
- ・僕のLINE@で直接聞いてください。

動画コメント欄にリンクが

あるのでそちらをクリック！



LINE@

今回はあくまでコンテンツ販売の全体図を解説しました。

それぞれの項目では細かなやり方を解説した動画もUPしていますので、是非見ておいてください。

以上です。

最後までご視聴ありがとうございました(^^)
