

2月無料メール講座 ターゲット客の設定と見込み客の集め方



見込み客の状況分析シート ターゲット客設定シート 見込み客が集まる発信管理シート

はじめに

こんにちは、城岡プロモーション代表の城岡です。2月の無料メール講座は「ターゲット客の設定」と「見込み客の集め方」を整理していただくためのワークシートを用意しました。

記事の書き方シートまで作ろうと思ったのですが、あまり情報を盛り込みすぎると逆に行動できなくなると考え資料をまとめました。

私も他社で提供している資料を取り寄せることがあります、情報が多すぎると実行するきがなくなるものですよ。笑

ですので、今回は説明もなるべき簡単にしたいと思います。

まず、2月無料メール講座の目的をお伝えします。集客するためにはターゲット客を決めなければいけない。

多くの専門家が同じことをいうわけですが、ターゲット客を1つに絞るだけでは効果が得られないのが現状です。

お客様には段階別の悩みがあり、商品を知ったばかりの人と、購入寸前の人では考えていることがまるで違うのです。

PDF1枚目の「見込み客の状況シートサンプル」を確認してください。

このシートでは、お客様をAからGの7段階に分けて、相手の状況や心理を整理しています。

サンプルでは、ブログ初心者ターゲット客に設定してみました。AからGの段階によって悩みの種類が違うことがわかると思います。

それぞれ、どのようなことが知りたいのか？知りたい情報をキーワードとして書き出してみました。

段階Aでは、悩みが漠然としているため、どのような方法が自分に合っているか分かっていない状態です。

しっかりとターゲット客を決めて、「こういう人がいるであろう！」というイメージを明確にして、見込み客集めへとつなげていきます。

ということで、まず、1枚目のシートの「見込み客の状態」「知りたい情報」を記入してみてください。

次に、知る機会の部分を記入します。

記入した「知りたい情報」の知る機会はどこにあるのか？知る機会を記入しましょう。

知る機会を記入したら、次は「接触方法」を記入します。接触方法とは、どこで見込み客と接触し、その情報を提供するのか？ということです。

検索エンジン、ネットサーフィン、SNS、セミナー、無料相談など、段階によって知る方法は変わってきますので、具体的に考えておくことが大切です。

数値化しよう！

機会と接触方法を記入したら、段階別で数値化する習慣を身につけてください。数値化はとても重要で、セミナー集客まではできても、販売に繋がらないという方もいます。

その場合、セミナー内容が悪いのか、集める人を間違えているのか、どちらかが考えられます。ブログを頑張っても、メルマガ読者が増えないという方もいます。

どこで離脱しているかを知るためのシートで数値化することで具体的な改善方法がわかります。このシートに記入して実行したことは必ず数字で管理するようにしてください。

伝えるべきポイントを整理すること！

数字で良い結果を出すためには、発信前に伝えるべきポイントを整理しておくことが大切です。

7段階にも分かれてるので、頭の中だけで整理することは困難です。

ここまでが1枚目の説明になります。2枚目はプリントして使える無記入のシートとなっていますので、ぜひプリントしてお客様の状況や心理を段階別に分けて考えてみてください。

ちょっと面倒ですが、必ず良い結果がでますので^^！

ワークシート3枚目はターゲット客の設定です。

理想のお客様を1人設定して、その人に向けて記事を書くと、それに近い人が集まってくるようになります。

基本情報以外にも、好きなタレントやメディアなどをイメージすることで、より人物が明確になり、伝わる発信ができるようになります。

ペルソナサンプルの記入項目は、ランキンサイトで情報収集し、好きなタレントやブランドなどを設定しましたが、ここは必ず必要な項目ではありません。

突っ込まれる前に言っておきますが、私が綾瀬はるかのファンというわけではありません。笑

ターゲット客（女性）が、こんなタレントを好む人という、あくまでもイメージです。好きな国、愛用パソコン、性格なども記入してもOKです。

4枚目は白紙のペルソナシートとなっておりますので、このシートも具体的に記入してみてください。

続きまして、5枚目が発信管理シートです。

1枚目のシートでAからGの設定をしたと思います。実はここがすごく重要なポイントで、意識しないとAの人ばかりに発信してしまったり、発信にムラができてしまいます。

そうすると、BCDの情報を求めている人に、有益な情報が届かなくなるのです。

ブログ、メルマガ、チラシ、ニュースレターなど、いろんな発信媒体があると思いますが、どこで誰に何を発信するのか整理しておくことが重要です。

こちらはサンプルは用意していませんが、見せばわかる簡単なシートですので、ぜひこちらも活用してみてください。

そして、最後6枚目のシートですが、こちらも発信管理シートなのですが、先ほどのシートとは内容が異なります。

発信すべきことは宣伝だけではなく、信頼関係の構築、教育、個性など、伝えなければいけないことがあるあります。

ここも意識しなければ、つい偏ってしまうので注意が必要です。

極限まで説明を短くしましたが、いかがだったでしょうか？説明を読むよりも、実際に記入した方が理解できて、実戦に落とし込めると思います。

ぜひ、実行してみてくださいね！