

※無料プレゼント付き

%company%

%free1%

%free2%

%name\_sama%

## ■Chat GPT(無料人工知能)を活用して、ネットで売る仕組みをつくる

最近巷で噂の無料人工知能の Chat GPT

どれくらいネット営業に使えるのか？

具体的にマーケティングに使用して

効果的なネット営業プロセスの構築法をお伝えいたします

マーケット・クリエーター(MRC) 岩下一智

- ◆第1回 その前に、やるべき事がわかっていますか？
- ◆第2回 AI を使ったファネルとステップの構築法
- ◆第3回 集客の仕組み化で AI を使う
- ◆第4回 AI を使った LP の制作法
- ◆第5回 AI でライティングの合理化を

---

### 第3回 集客の仕組み化で AI を使う

目次

- ▼ネット営業の流れ
- ▼情報提供が最も有効な見込み客獲得方法
- ▼「魅力的な特典」づくり方
- ▼優先すべきは有料のクセス
- ▼選択肢が多い社会でのマーケティング

利は売上にあり、売上は見込み客にあります。

その見込み客の獲得の合理化に CatGPT や google の Bird など AI が大きく貢献できます。

今回は、AI を活用した集客の方法やそのしくみ化法を紹介し

ビジネスの成長を加速するノウハウを提供します。

▼ネット営業の流れ

まず前提として、ネット営業において小規模企業が売上を最も効率的に増やすためには、下記の3つのステップを理解し、それぞれのステップに対して適切な戦略を立てることが重要です。

#### 1. 見込み客(リード)の獲得

まず、見込み客を集めるためには、オンライン広告やコンテンツマーケティング、SNS マーケティングなどの手法を活用し、効果的にアプローチする必要があります。その際には、ターゲットの特性を明確にするとともにその特性に合った自社の強みや特徴を明確にし、その点をアピールすることが重要です。

#### 2. 見込み客を顧客に変える(コンバージョン)

次に、見込み客を顧客に変えるためには、セールスプロセスやコンテンツマーケティングの戦略を活用し、見込み客にとって魅力的な提案を行う必要があります。

その際には、購入前の不安や疑問に答えることで、顧客の信頼を得ることが重要です。

#### 3. 顧客の生涯価値(LTV)を最大化する=顧客に繰り返し買ってもらう=頻客・ファン化

最後に、顧客を得意客に変えるためには、クロスセリングやアフターケアなどの戦略を活用し、顧客との信頼関係を深め、リピート購入を促すことが必要です。

また、顧客からのフィードバックを収集し、改善点を把握することも重要です。

今回は、このうちの1.見込み客(リード)の獲得について述べていきます。

#### ▼情報提供が最も有効な見込み客獲得方法

見込み客を集めるときの考え方で重要なのは、商品そのものではなく、顧客が望んでいるものを提供する必要があるということです。自社の都合ばかりでは集客できない事を理解すべきです。

見込み客は、商品を求めているわけではありません。

自分たちの抱えている問題を解決するために必要な方法や情報を求めているのです。そこで、問題を抱えている人を集める最も効果的な方法は、情報提供です。

具体的には、

- 1.見込み客獲得のためのページ(登録用 LP)を作る。
- 2.そこに、アクセスを流す。

の2ステップになります。

その際に最重要なのは「魅力的な特典」です。

「魅力的な特典」があれば、見込み客は集まって来て、自ら登録してくれます。

- ・見込み客が知りたいもの
  - ・見込み客にとって価値があるもの
  - ・見込み客が今困っていることを解決できるもの
- を提供して見込み客を集めましょう。

その際、今一番効果的なのがチャットボット(人工知能を活用した「自動会話プログラム」)です。

名前や住所、連絡先など個人情報を書いてもらうのに  
いくら魅力的な特典や個人情報の取扱いに気を付ける旨の記載があったとしても  
見込み客は信用してくれません。

それがチャットボットを使うことによって、何を聞かれるのか前もって分かりにくくなり  
会話の流れで自然に聞くことによって登録率やその後のコンバージョン(CV)が飛躍的に高ま  
ります。

LINE 公式アカウントの「chatGPT 君」とか ChatGPT の API を使うと  
比較的安価にチャットボットを使えるようになります。

でも、住宅や生命保険、相続税の申告など  
高額だったり顧客自身が問題に気付いていない場合など売りにくい商品の場合は

自社商品に関する情報を提供するだけでなく、  
ブログや SNS、メルマガなどを活用して顧客を教育しておいてから  
顧客の抱える問題について解決策 = 自社の商品を提案しなければいけません。

この場合は、  
顧客との対話を通じて、顧客が抱える問題や課題を把握すること(リサーチ)が大切です。  
この場合も AI が活躍します。  
(AI を使ったリサーチ法は次回説明いたします)

また、自社商品を紹介する際にも、それがどのような問題を解決できるかを明確に示すことが  
必要です。

そして、AI 技術を活用することで、より効率的かつ正確な情報提供が可能になります。

例えば、自動応答システムを導入することで、顧客の問い合わせに迅速に対応することができます。

また、ビッグデータ分析を活用することで、顧客の嗜好やニーズを把握し、ターゲットに合わせた情報提供が可能になります。

こうした集客の仕組み化は、小規模企業にとっても大きなメリットをもたらします。顧客との信頼関係を築き、顧客ロイヤルティを高めることで、持続可能なビジネスの成長につながるのです。

#### ▼魅力的な特典(オファー)の作り方

「オファー」は反応の高いランディングページを作るために必要不可欠です。オファーが強ければ、買い手にとって欲しいと思えるようなものほど、反応は高まります。

「強いオファーで弱いコピーを克服することはできるが、強いコピーで弱いオファーを克服することはとても難しい」

と言う金言があります。

見込み客が「それ欲しい!」「その情報を求めてた!」と思えるようなオファーを作ることができれば、

コピーの技術が多少低くても、十分反応が取れます。

成功と失敗を分ける鍵は、いかに強いオファーを作るかにかかっています。

その場合重要な「1.分かりやすい」、「2.価値が高い」、「3.テーマが絞られている」の3つです。

オファーは以下のようなものをつくると良いでしょう。

- ・権威のある専門家のインタビュー
- ・チェックリスト
- ・繰り返し使えるワークシート
- ・セミナーやイベントへの無料または格安参加
- ・無料サンプル
- ・セミナーや講演、解説動画
- ・面白情報や興味のあるトピックネタ
- ・気を付けるべき落とし穴(ミス)リスト
- ・オープンハウスや工場・事務所見学

制作のステップとしては以下のパターンが効果的です。

1. ボリュームなのか、実績なのか、目新しさなのか訴求ポイントを決める
2. 人の心をつかむキャッチコピー・商品名を付ける
3. 特典内容の構成を決める

4. 付加価値(値段を付けて)を加算していく
5. キャッチコピーの修正

#### ▼優先すべきは有料のアクセス

LPにアクセスを集める(集客)には広告などの有料のものと SNS を使うなど無料のものがあります。

そのどちらから始めるべきかと言うと、中小企業は有料の集客から始めるべきです。有料で広告を出せば、その日のうちからアクセスを集め始めることができますが、

無料でアクセスを集めようと思うと、

ブログを毎日更新し続けたり、SNS を毎日投稿し続けたりしても、早くて半年~1 年はかかるでしょう。

それに、半年や1年かけたからと言って、上手くいくという保証はありません。

また、無料の集客は、自分たちでコントロールすることが出来ません。

Google や Yahoo、Facebook など、その媒体ごとのルールに従わなければいけません。

私は以前ネット通販をやっていた時、一晩で数百万円の資金を凍結されたことがあります。

また、今までうまく行っていたモデルが崩壊する様も多く見てきました。

プラットフォーム依存は上手く行っているときほど怖い、ということに注意が必要なのです。

では有料による集客を行う場合に一番注意すべきことは何かというと

投資対効果のシミュレーションを緻密に行い、

最低でも 300%以上の ROAS(広告の費用対効果)が出るようにモデルを組むことと

それに付随してキャッシュフローをちゃんと見ておくことです。

そのためには、ターゲティングと施策の PDCA を廻して生産性を継続的に上げることが重要ですが

どちらも ITC や AI を導入して生産性を劇的に上げることができます。

流れ的には

1. どのタイプのターゲットが CV が高いか分からないので幅広い層に配信
2. CV のデータが蓄積されるので、ユーザータイプを絞り込む
3. さらに CV のデータが蓄積されるので、もっとユーザータイプを絞り込む

ということになります。

また無料の集客についても少し述べておくと  
重要なのは「魅力的な特典」(オファー)であり  
ITC や AI を使って SNS 投稿などのアクションを多くすることになります。

#### ▼選択肢が多い社会でのマーケティング

中小企業のマーケティング戦略の王道は個客戦略であり、  
信頼関係を構築しロイヤリティを高める施策を採るべきです。

しかしそれだけでいいのでしょうか？

ある調査によると、大多数の企業では売上の半分は  
あなたの会社のブランドには興味がないライトユーザーからもたらされている  
というデータがあります。

となると、顧客で理解すべきは客観的な特徴や属性(ペルソナ)ではなく  
一見不条理に見える顧客の行動の奥にある、顧客の主観的な行動原理の理解です。

売上を上げるには購買機会、すなわち顧客接点を増やす必要があります。  
ヒットを多く打つには打席に立つ回数を増やさないといけないのです。

そのためには、購買行動の規則性・法則性を理解して、  
マーケティングで再現する必要がありますので、ターゲット行動の調査・分析が重要になります。  
つまり顧客の行動を分析し、パターンやトレンドを特定できることです。

複数のチャネルにまたがる顧客とのやり取りを追跡することで、  
企業は何が顧客のエンゲージメントとコンバージョンを促進するか  
についての洞察を得ることができます。

このデータは、よりターゲットを絞ったパーソナライズされたマーケティングキャンペーンの作  
成に活用でき、  
全体的な顧客体験を向上させ、リピーターの可能性を高めることができるようになります。

そういう意味でも AI の導入は非常に効果的です。

#### ▶無料プレゼント・サービスがあります

- (1)すぐ使えるようになる【Chat GPT 導入マニュアル】
- (2)全体像を把握しながらファネルを設計できる【マーケティングフロー設計フォーム】
- (3)ターゲット像を明確にする【共感マップとターゲット行動分析表のテンプレート】
- (4)キャッシュポイントが明確になり収益が予測できる【売上目標設定 Excel ファイル】

(5)カンタン便利【ChatGPT 君導入マニュアル】

(6)ビジネスに落とし込むための、3名様限定、【ビジネスモデル構築無料相談】  
をプレゼント！

<https://forms.gle/DC5gWYiirPqkBLRf7>

いかがでしたでしょうか？

次回は、

Chat GPT(無料人工知能)を活用して、ネットで売る仕組みをつくる

最近巷で噂の無料人工知能の Chat GPT

どれくらいネット営業に使えるのか？

具体的にマーケティングに使用して

効果的なネット営業プロセスの構築法をお伝えいたします

第4回 AI を使った LP の制作法

をお届けしていきますので、楽しみにしていてくださいね。

著者：はやぶさ 2 編集長

マーケット・クリエイター(MRC) 岩下一智

◆相談・問い合わせ等は <https://rinenkeieishi.net/contact/form.php>  
2営業日以内に、ファスト・回答を差し上げます。

担当:(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本 靖夫

本記事に対するご質問やご感想は下記アドレスまでお願いいたします。

[kazu\\_zohan@hosbiz.net](mailto:kazu_zohan@hosbiz.net)

理念に基づいた経営について知りたい方は

下記の書籍が参考になると思います。

「アフターコロナの時代の生き方＊ 理念経営実戦のすすめ」

\*\*\*料金は100円\*\*\*

平本靖夫 著 HosBiz ミロク出版舎

<https://heartgaia.clickfunnels.com/copy-of-facebookip1bf5kw>

~~~~~  
バックナンバーは下記の URL を確認してください。

■ #591 号……23・03・10 土)……バックナンバー……

[https://rinenkeieishi.net/mail\\_magazine/hayabusa.php](https://rinenkeieishi.net/mail_magazine/hayabusa.php)

~~~~~ 次回予告 ~~~~~

皆様のコメントを励みにして、航海を続けていきますので、重ねてご支援ご鞭撻を  
よろしく申し上げます。

◆次号 第593号 23・03・24(金)は、

Chat GPT(無料人工知能)を活用して、ネットで売る“しくみ”をつくる

最近巷で噂の無料人工知能の Chat GPT

どれぐらいネット営業に使えるのか？

具体的にマーケティングに使用して

効果的なネット営業プロセスの構築法をお伝えいたします

第4回 AI を使った LP の制作法

をお送りいたします。

(予告なく変更する場合がありますので了解ください)

最後までお読みいただき感謝いたします。本当にありがとうございます。

では、また次号で元気にお会いしましょう！

---

◆発信日……毎週・金曜日

◆発行責任者……Captain 平本 靖夫

◆編集長……岩下一智・(株)I&C・HosBiz センター 執行役員

マーケット・クリエーター(MRC)……CST 開発推進責任者

プロフィール

<https://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#inoue>

Facebook

<https://www.facebook.com/yasuo.hiramoto>

<https://www.facebook.com/MRCkazu/>

\*「理念営実戦のすすめ」特価(100円税込)で販売

<https://rinenkeieishi.net/contact/form.php>

ご愛読ありがとうございます

著者:(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本 靖夫

プロフィールは

<http://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#hiramoto>

◆はやぶさに関するお問い合わせ・質問は

メールアドレス:kazu\_zohan@hosbiz.net

発行責任者:Captain 平本 靖夫、

編集長:岩下 一智 MRC

\*配信解除URL:配信停止をご希望の際は、以下のアドレスをクリックしてください。

%cancelurl%