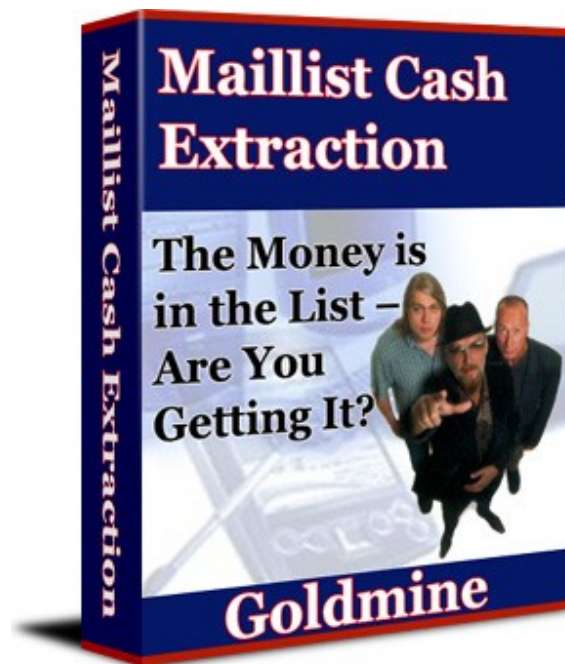


メールリストは宝の山

～お金がリストに眠っています・・・
あなたは手に入れたいですか？～



免責事項

著者はこの E-BOOK をできる限り完全、正確にするよう最善の努力をしていますが、急速に変化しているインターネット産業の性質のため、未来永劫、常にここに書かれている内容が正しいとの保証をすることはできません。

著者はこの E-BOOK に書かれている情報をもとに読者が直接、間接問わず何かしらの損害を受けたとしてもその責任は負いかねます。

この E-BOOK は法的、商的、会計的ならびに金融的助言の根拠に利用されるために書かれたものではありません。

読者は、法的、商的、会計的ならびに金融的に十分な見識のある第三者の忠告を受けてください。

利益に関する保証は一切行いません。

ここに書かれた情報をどのように利用するも読者の責任となります。

著者は事前の通告なしにこの内容を変更する権利を有します。

著者はいかなる場合も読者の利益に対する責任を負いません。

目次

はじめに.....	5
リスト管理の概略—パート 1	6
リスト管理の理解 その 1	7
常に正直でいること.....	8
リストの役割を常に念頭に置いておくこと.....	9
リストに従って報酬を得ること.....	10
評価システム.....	12
リスト管理の 4 つの方法	14
パーソナルリスト—いろいろなコンテンツ.....	20
まとめ.....	30
リスト管理の概略—パート 2	39
パーソナルリスト—アフィリエイトと広告コンテンツ.....	40
広告リスト.....	48
分割と攻略	53
パーソナルタッチ	55
すべて完了—あなたの番です	57
まとめ.....	58

リスト管理の概略 - パート 3	67
リスト構築の方法	68
量よりも質	69
開始すること	71
候補を投げ捨てたらやり直せません	73
これでリストを作っているのだろうか?	74
プロフェッショナリズムの再来	76
一番効果的なリストの出所	78
最後に試されたリスト作成者	80
販売プロセスの妨害に注意	82
売り上げを減らさずに購読を最大限にする	83
もうけなしの情報源構築	84
最後にもう少し	86
まとめ	87

はじめに

リスト管理は、オンラインビジネスにおいて最も重要なことのひとつです。

リストはあなたにとって一番大切なもので、販売促進のためには最低限必要なものです。

それは高価なうえ、集めるのに時間がかかります。

でも、高い確立で強力な資産と利益を生み出します。

こうした理由から、実際どのように機能するかを理解しておく必要があります。

オンラインビジネスでの経験から、私は様々な方法を試しました。

トップになった方法もあれば、無残にも失敗に終わったものもあります。

あなたのビジネスにぴったりの解決法がいくつかあるでしょう。

ですから、どの方法が一番現金をもたらすかを決めるために、大別して5つの方法を見ていく必要があります。

それでは始めましょう。

リスト管理の概略ーパート 1

- 最大限の効果を得るために、リスト作成に入る前に、どの方法がリストを管理するのに役立つか決める必要がある理由を説明します。
- 一度始めてしまったら、途中で変更するのは非常に難しい理由を説明します。
- 顧客の耳を傾けさせ、注意を向けさせ、クレームを避けるために、あらかじめ顧客に言うておく必要がいくつかあることを説明します。
- リストにしっかりとした目標を設定し、将来はどうしたいのかきっちりと計画します。
- 実際あなたにとってリストがどれほど効果的なものであるか、他の方法よりもどれほどたくさん稼げる可能性があるか、そして、どのように投資していくかを説明します。
- 最初の購読者が現れたときから、どのようにしてリストを管理していくか決めるのに役立つ評価システムを紹介します。
- 対象市場に対する、最初のリストのメンテナンスタイプや、一般的なメールマガジン、ニュースレターのメリットとデメリットについて話します。
- おそらく入手したいであろう最も効果的なリストのタイプを暴露します。

そして購読者にどのように対処するか、どうやって現金を引き出させるか暴露します。

リスト管理の理解 その1

多くのマーケターが成功しているリスト管理の様々な方法について、さらにそれに伴う浮き沈みについて話しましょう。

なぜなら、正直に言わせてもらえば、見ず知らずのあなたに、ビジネスのことも将来の計画も、リストを何のために使おうとしているのかも知らずに、その状況に一番いいことを、誰が、どんなガイドブックが教えてくれるのでしょうか。

これは専門的なレポートではないことを理解してください。

私はオートレスポonderを紹介したり、最適なものをどうやって使うか教えたりはしません。

これはそれよりももっと重要なことです。

将来の販売形態を大体形作り、もちろんだんな風にどれほど成功するか示すものです。

ですから、これ以上広告は出さずに、開始するのに必要な基本事項やタイプについて話しましょう。

このガイドを通して、それぞれの管理方法が反応率や、顧客の誠実、リストから稼げる額にどれほど影響するか、また、どんなタイプの販売方法、例えば、自分の商品やジョイントベンチャー、もしくは単にアフィリエイト市場などにあるか見ていきましょう。

そのリストに広告を宣伝することで得られるお金も考慮に入れます。

それが今一番重要だと思っているはずです。

常に正直でいること

では、始めましょう。

これらの方法を見る前に、何よりもまず言わなければならないことは、サインアップする人は何に申し込んだのか100%明確にしておくことです。

例えば、あなたが申し込んだことのあるメールマガジンやニュースレターが、実際はメールマガジンやニュースレターではなくどれほどただの広告リストであったか。

(正直、特定の状況では全部悪いわけではないが、すぐに悪くなり始めるでしょう。)

ここで選択したことは遠い将来のビジネスの方向性を定めるでしょう。

しかし、もっと重要なことは顧客や購読者に何を言っても、かなりの反応率があること、まさしくそれが開始から考慮してほしいことなのです。

私達は知っています。

ルール No.1、入手できると言ったり、できないと言ったりしないこと、もしくは頼んでもいないものや知らないものを送らないこと。

なぜなら、トラブルになるだけでなく、顧客や購読者の信用にも影響をあたえるからです。

これはとても重要です。

ここで作ろうとしているものは、販売しようとしているものによって許容限度を超える反応率をもつ、的確で効果的なリストです。

これはアフィリエイトも含んでいることをわすれないでください。

または大部分をアフィリエイトベースにすることもできます。

様々な marketer によるいろんなタイプのリストのための4つの主要な役立つテクニックを見る前に、もうひとつ重要なポイントがあります。

リストの役割を常に念頭に置いておくこと

リストは何のためにあるのでしょうか？

販売促進であり、作った商品を顧客に売ってお金を得るため、市場に商品を宣伝するため、ジョイントベンチャーを作るためであり、もちろん、アフィリエイトの数を増やし、質をよくするためです。

でも、もうひとつ気をつけて欲しいことがあります。

どこからこうしたすべての情報を得ているのでしょうか？

広告のトラッキングからなのは事実ですが、私のリストも非常に重要な役割を果たしています。

リストに従って報酬を得ること

顧客が欲しいものを言ってくれたので、何を売るか私はわかっています。

私は顧客に尋ねるので、ウェブサイトがつまらなくて単に嫌な感じのするものになったときはわかります。

私は購買意欲をそそるものや、一番効果的な見出し、リストに関連した広告を出すときに使う言葉、さらに対象市場に実際にいる人を知っています。

だから、利益のために宣伝しているだけでなく、同時に貴重なことを学んでいます。

リストがどんなに小さくても広告のトラッキングと同じぐらいたくさん役立つデータを提供してくれます。

これが対象市場を見据えた成功を収めるビジネスを開発する鍵であり、自分の目だけでなく一番重要な人の目で、うまくいく販売システムを作る鍵なのです。

そしてそれが顧客であり、正しく扱えば最終的にはたくさんお金をもたらす人々なのです。

だから、こうしましょう。

尋ねてください。

広告でないものやたわいもないおしゃべりのようなものをメールで送ることをバカらしく思わないで下さい。

顧客にとっては、個人的に親近感を持つだけでなく、下記のどんなテクニックを使おうと、（順番にしょっちゅう読ませるとしても）最新の商品やウェブサイト、さらには開始前にフィードバックした商品のアイデアについて本当に重要な結果をもたらしてくれるでしょう。

リストをこのように使ってください。

利益を得るためではなく、学ぶために販売してください。

そうすれば、年末には予想よりもかなり稼ぐことができるでしょう。

考えたり悩んだりしなくていいのです（そうした人はたくさんいます）。

そのうちの一人にならないでください。

お金を払う前であったとしても、成功するために必要な知識を顧客から得てください。

あなたや、あなたの評判、知識、懐にすごい成果をもたらすのです。

不確かなら、リストに聞いてください。

これは適切に使用しないと完璧にゴミになるほど非常に強力なものです。

もし、正しければ、すばらしい、そのまま続けてください。

もし、間違っていたら、リストがそういうはずです、これもすばらしいことです。

間違いを修正して、同時にお金も得ることができます。

失敗する人など考えられません。

心に留めておいてください。

リストは名前の山以上のものです。

意見の山であり、本当に大切な人達なのです。

次は、成功した人達がリストを管理するのに使っている4つの主要な方法について話していきます。

それぞれ違った使い方、目的で、それぞれメリットデメリットがあります。

仮に2つの方法に偏ったとしても、そのときになぜか言います。

しかし、言ったように、あなたのビジネスをどのように運営するか教える方法はありません。

私ができることは一番効果的な方法を教えることです。

そして、一番あなたにとって都合のいいもので、ビジネスをどうしたいか決める手伝いをすることです。

評価システム

ちょっとここで楽しみましょう。

それから面白い評価システムを紹介します。

それぞれの方法を見ていくので、使いやすさについて賛否両論話していきます。

そうすれば、自分にあっているかどうか決めることができます。

リストなどの管理に関して最も重要なことを説明するために、星をつける評価システムを使います。

各リストは変化するということを理解してください。

この星付け評価は、下記のカテゴリーにあるリストと何百という成功例についてアイデアを与えるだけのものです。

星の評価は1から5まであります。

非購読率：1つ星はメールで購読しない率が高いことを意味しています。

5つ星は最高で、メールで購読しない率が低いことを意味しています。

購読率：さまざまな方法を使って購読させるのがどれほど簡単かということです。

購読率は1つ星が一番難しく、5つ星が一番簡単だということです。

広告収入：広告収入はリストに広告を売ることによって得た金額のことです。

1つ星が最悪で、広告収入が少なく、5つ星は最高で、広告収入が一番多いことです。

ジョイントベンチャー：これは、例えば広告交換や、商品着手、特にジョイントベンチャー取引の道具として使いやすいものです。

1つ星は最悪で、ジョイントベンチャー獲得条件から見ると、最低の価値であり、5つ星は最高で、ジョイントベンチャーにマーケティングが手を差し伸べたい最も価値のあるものということです。

時間経過による反応率：時間経過による反応率はリストの質がどれだけ早く減っていくか計ったもので、例えば、支払期限以外何もないものを送ったら、時間とともに反応率は低下していきます。

1つ星は最悪で、時間経過とともに反応率は悪くなっていきます。

そして5つ星は最高で、人々は読み続けていて、毎朝メールボックスに届いていないか待ちわびてさえいます。

全体的な使いやすさ：リサーチ、調査、情報依頼、証明書などのため。

5つ星は最高で、結果を得やすいが、1つ星は最悪で、結果を得るのが難しい。

メンテナンス時間：記事ごとに編集して、送るためにかかる時間。

1つ星は最悪で、準備して送るのにたくさん時間がかかります。

5つ星は最高で、一番早くて、準備が簡単で送りやすい。

重要事項：これらは基本の形で、きっちりとした結果はそれよりも高かったり低かったりします。

正確な価値や数、保障基本報酬、反応率、収入、ジョイントベンチャーの候補数などを教えるよりも、正しい方向にあなたのビジネスを向けるような洞察力を与えるほうがいいはずです。

リスト管理の4つの方法

メルマガやニュースレター：メルマガやニュースレターはあなたが集めた人のリストで対象市場に関連した情報を毎週、もしくは週2回、2週間に一度、月1回単位で送るものです。

アイデアは役に立つ内容のもので、毎回メールを開いて読み続けたいと思わせるようなもの、反応率や読む率が高くあり続けるものを送りましょう。

ここにあります。

ヒットする前のオンラインマーケターの必需品は大きくて、時には有名なメールマガジンのリストです。

序章を読んだ時点でこの方法自体が実際たくさんの作業になるとすでに思っているのはわかっています。

ここで誤解しないで欲しいのですが、私は作業を嫌がっていません。

明らかに見てわかるとおり、ここに座って50万語のレポートをマニュアル15個広げて書いています。

でも、特定のポイントに達したとき、これ以上慎重にメールマガジンを運営しなくなるかもしれません。

しかし、時間があるなら、ここは始めるのにいい場所です。

メールマガジンの記事は毎週もしくは2週間に一度更新しなければならず、長い間離れないようにし、メールの間隔をあけすぎないようにするのは当然のこととってください。

そうしなければ、非常にあっさりとはあなたのことを忘れるでしょう。

人は無料の情報が好きだという単純な理由で始めていたら、これは素晴らしいところでは。

無料であっても他と比べると、このタイプのリストはかなり簡単に購読させます。

もちろん、通常の役立つ記事を書くために、その分野について熟練するほどたくさん知らなければならず、さらにはコンテンツとして使うために出版物から記事を抜粋しなければならないでしょう。

掘り出し物は精通していなければなりません、時にはいいコンテンツになります。

メリットは、人々はあなたのメールマガジンを待ちわびていることです。

メールマガジンがいいもので、人々が満足気に読み続けているようなら、反応率が上がり続け、購読者とパーソナルタッチでつながっているのは間違いありません。

次には信用があがり、自分の商品の購入率も高くなります。

次のメリットはお金のために広告を売ることができることです。

誰に？もちろん、購読者にです。

メールマガジンとは別の単独の大きな広告を売ることによって、現金を稼ぐ簡単で早い方法なのです。

それぞれの記事についている小さな広告や、安くて中ぐらいや小さい広告は記事に含まれます。

事実、すべて利益になります。

デメリットは多くのメールマガジンが広告リストになってしまうことです（カテゴリ4、後で話します）。

広告が役に立つコンテンツよりもどっさりとある場合、購読者は騙されたと感じ始め、さっていきます。

私も以前はそうでした。

もしそうなら、こうなる前にメールマガジンをいくつか試しに購読してください。

もうひとつここですばらしいことは候補があることです。

あなたのメールマガジンはその分野で熟練した人に魅力的であり、その人自身もリストを持っているかもしれません。

これはジョイントベンチャーに期待が高まります。

新しい出会いは時には商品に全盛期をもたらすことができます。

(例えばこのコースのような商品です。)

ニュースレターやメールマガジンについてももうひとつすばらしいことは、かなり個人的なものにできることです。

読者や購読者はあなたを発行者とみなしているのです、あなたはホワイトリストになっていて（スパムファイルや心の中で）あなたの商品に非常に興味を持っています。

なぜなら、あなたは、世間に出回っているくずをみんなに送りつけてすばやく利潤をえるようなほかのマーケターではないからです。

あなたは信用できる発行者であり、人々はあなたに耳を傾け、あなたの物を買うでしょう。

しかし、これには時間がかかります。

すべての購読者と一晩で仲良くなれると期待しないで下さい。

非購読率: ****多くのメールマガジンはコンテンツがよいのですばらしい反応率と低い非購読率のため成功しています。

しかし少しの間違いで、すべてが崩れていきます。

特に広告リストへと変わり始めたら、購読者の信頼は壊れてしまいます。

購読率: ****平均購読率より高いことはいいことです。

この理由は、人々は無料で役に立つコンテンツを手に入れることが好きだということを含みます。

いったんこの状態が証明されれば、友達に言う見込みはあります。

ロコミは強力なものです。

多くのだめなメールマガジンは単なる広告リストになっていて、質を求める人を納得させることができにくくなっています。

これに対抗するために、過去の記事で例になりそうな記事やウェブサイトを使ってください。

いったことを実行する人であると証明してください。

広告収入: ***** すばらしいです。

購読者ベースの広告収入で安定しています。

広告を売ってさえいない他のリストと比べても、これはすばらしい方法で、月に数千ドル余分にもたらしめます。

でも、やり過ぎないように気をつけてください。

そうしなければ購読者は、これは広告でむしろ無駄なものと思い始めて、メールからあなたを削除し始めるかもしれません。

ジョイントベンチャーサークル: **いくつかの理由から2つ星だけです。

主な理由は、すでに広告を売り始めているなら、ジョイントベンチャーや他のマーケター達としているはずの広告交換が、自分の広告を売る時のコストに反映されているはずで

個人的非公開リストは一般的にかなり魅力のあるもので、取引に出したとき相当価値あるものとなっています。

しかしジョイントベンチャーを通してアフィリエイト販売や無料広告の利益の分配から収入がなければいけません。

リストが特別に良くても、広告コストが十分低くても、販売者が自ら広告を買って、各売り上げの何%かあなたに支払う必要があることを無視するかもしれません。

時間経過による反応率: ***時間経過による反応率は平均よりも高いです。

もちろん、この状態は購読者があなたの送っているものに実際興味を持っているかいないかで非常に変わります。

もしそうでなければ、反応率は減っていくでしょう。

ここには別の危険があります。

それは、無料使用です。

お金を使わない人や無料好きの人のリストを手に入れてしまって、特別オファーを送りすぎると、彼らは期待するようになってしまっています。

これもまた利益に影響するでしょう。

これは外部広告にも当てはまることで、あなたが売っているものに人々は興味なくなっているかもしれません。

購読者ベースにとってこれは悪くなるだけです。

全体の使いやすさ: ***購読者にとって重要な情報をすべて手にするには非常に手ごろです。

なぜ購読者は何も言っていないのか多くの人が尋ねます。

何か問題があるか書いて欲しいと聞かれれば、書いてくるでしょうと私は答えません。

もう一度言いますが、第三者的な広告は気が散ります。

しかし、全体的に見て、コンテンツがよく、人々が読んでいるなら、これは優秀な調査資料です。

ただし、他のリストタイプよりもあんまり個人的ではないので、反応率は低いかもしれません。

メンテナンス時間: * 1 つ星。

あなたはメールマガジンを読み続けて欲しくないのですか？

読者に興味を持ち続けるようにしなければなりません。

コンテンツの量と広告の量のバランスをとり、記事を書いて、同意の上で第三者に編集してもらわなければなりません。

あなたがライターで、楽しんでいるなら、いいでしょう、そのまま続けてください。

しかし、私達の多くは他の商品やプロジェクトで忙しいので、毎週完全なメールマガジンを書く時間がありません。

しんどい仕事です。

でも、メールマガジンを楽しんで書いたり編集したりすることほど創作的なものはないと思わないなら、そのままにしておいてください。

自分の広告から得られる結果と収入、そして広告の支払いはいずれ悪くなります。

まとめ:今現在リストを持っていないなら、始めるにはすばらしい場所です。

いいコンテンツを提供している時は購読者を引き込みやすく、世間に出回っている他のタイプのリストに勝ります。

頻繁なメンテナンスと多くの時間をメールマガジンやニュースレターに当てられるなら、これはあなたにぴったりかもしれません。

しかし、時間がなかつたり、特に記事を書くことが楽しくないなら、他のリストがあなたには合っているかもしれません。

しかし、このタイプのリストの運営結果は見れば明らかで、非常に励まされるものです。

広告とコンテンツのバランスだけ気をつけてください。

それから、将来物事があまりにひどくなるようなら、ゆっくりとメールマガジンを他のリストのタイプに展開できます。

そこからどれ程多くのマーケターが開始したことでしょう。

しんどい仕事です。

でもすばらしい稼ぎ手となり、将来の投資にもなります。

パーソナルリストーいろんなコンテンツ

個人的な雑多なコンテンツリストはあなたが集めたもので、通常では外部広告として売るために使わないものです。

メールマガジンにはリサーチや、顧客のための新商品情報、執筆中の記事、いいヒントがあちこちに、証明書の要求やもちろん、自分の商品の広告も含まれます。

メールマガジンはメールマガジンにとってもよく似ています。

ただし、雑多な内容と第三者の広告売り上げが低いことを除けば類似しています。

さらにコンテンツ自身が少なくても済みます。

マーケターのスペシャリストが一番よく使っているリストのひとつは、私の個人的な意見として、一番面白くて強力なもの、それは間違いなく、くじです。

自分のリストを持っていると想像してください。

大体顧客はあなたが誰だか知っていて、あなたの言葉を信用している人で構成されています。

たいていの人が以前あなたから購入したり、リストを購読したりしています。

それは、あなたが選択した専門分野で信頼できる要素としてあなたがすることを観察し、その過程に従うためです。

こうした要素すべてが一緒になると、高反応率リストができ、ジョイントベンチャーの交渉道具のひとつができます。

こうしたタイプのリストはたいていある種の進化を遂げます。

それは以前に出版されたメールマガジンやニュースレターからです。

でも、もうかかっているなら、おそらくもうかかるとは思うのですが、もちろん、すぐにこのルートに戻ることもできます。

ここで困ることは質です。

仕事をせずに、時にはリストに送ろうとしているコンテンツが自分や自分の関係しているプロジェクトに単に関連していると思われるものを考えることなく得られる質のことです。

特に購読者があなたのことを知るようになって、あなたを信頼できる人と思うようになったら、これは最高のメールマガジンよりも個人的で高反応率を得るでしょう。

毎週ニュースレターを書くのに時間を使う必要はありません。

最低限もうかると思った、役に立つコンテンツのかたまりをまとめるだけです。

このように正しくカードを使って、時間をかけて信用を得れば、コンテンツの塊で人々を魅惑する必要なく、尊敬するマーケターから無料で何かを受け取るだけで満足するようになります。

これはすばらしいニュースです。

なぜならメールをすればするほど、教えれば教えるほど、分かち合うほど、連絡すればするほど、信用を得ることができるのです。

こうしたことはたいてい、成功するためにしていることの短い記事や、抜粋、洞察力から形作られます。

例えば、こうしたリストの多くは有名なマーケターに所有されていて、自分の受け取った手紙の抜粋や、特定のプロジェクトの広告トラック結果、ちょっとした内部情報や、購読者の興味をひく面白い話を送ります。

そこには関連した商品の広告も含まれています。

もちろん、いつもではありません。

すべては、目標が売ること、教育すること、アフィリエイトを募集すること、もしくは友達に口コミしてもらうこと（とても強力です。）などであるかどうかによります。

事実、面白いです。

リアリティーTVは規模は大きいけれども、大ヒットで、これはまちがいに教育を乗り越えて、エンターテインメントに似ています。

誰を賞賛しますか？

誰かなりたい人はいますか？

少なくとも足跡をたどりたい人はいますか？

あなたのやりたいことをすでにしていて、うまくいっている人はいますか？

選択するとしたら、毎週記事を書いて送るメールマガジンのリストか、成功するための内部情報を得ることのできるパーソナルリストかどちらをやりたいですか？

私の選択肢は決まっています。

それから、下線を引いた特別記事は同じです。

これは商品を買ってもらおうとしている人のリストです。

でも、今回はもっとあなたと、ここで購読しようとしている人のタイプにかなり焦点を絞ってみました。

あなたの発言に興味を持っている人です。

これはとても強力で、商品を売るリストの反応率の一因でもあります。

だから、気楽な作業量は別にして、商品作成に集中する時間をもっと作り、新しいアイデアを広げ、貴重な購読者から反応率を増やし、信用を得る。

他に何があるでしょうか？

この方法を選んで、ここで作ったものはただお金を稼ぐためのものだと言わせてください。

あなたのリスト、誰でもアクセスできないパーソナルリストは、あなたを信用していて、あなたの言葉をいいことだと思ってくれる人で一杯です。

そのリストは役に立つでしょうし、重要な取引道具として買う価値のあるものになるでしょう。

ここでリストを作り始める前は、販売に関連したジョイントベンチャーのために商品と高い手数料を交換しなければなりませんでした。

でも、今は、あなた以外誰もアクセスしない需要リストで、ジョイントベンチャー獲得の物々交換過程に進むだけでなく、商品売って、評価をあげて、情報源をかなり増やしてくれます。

だから、このタイプのリストをいったん始めたら、悪循環を除けば、将来リストを作成するのはかなり簡単になるでしょう。

しかし、「やっていけるだけの評判はない。評判がない限り、もしくは何か役に立つものを持っているといわない限り、人々は聞いてくれないでしょう。」というかもしれません。

確かにおっしゃるとおりです。

でも、修正することができます。

例えば、私がオンラインマーケットを始めた最初の頃、友達が無料オプションや支払いオプションのウェブサイトを始めました。

私は参加しましたが、数ヶ月なまけていました。

そのときは実際の仕事の概念がなかったのです。

のらくら過ごした数ヵ月後、友達としゃべっていました。

彼はダウンラインオプションを加えたと話してくれました。

希望するなら、1つか2つ教育シリーズをメールして、無料メンバーを有料メンバーに努力すれば変えることができると話してくれました。

私は同意しました。

問題は、その時はそんなにわかっていなかったことです。

確実にわかっていたことは、一族を率いることに関係していて、その結果、この無料メンバーはダウンラインとして増えていくということでした。

そこで、私は知っていることを教え、実際私が実践したガイドをいくつか送りました。すると、彼らは耳を傾けたのです。

その簡単な理由は、先週無料メンバーがサインアップしたメールボックスの画像を入れたことでした。

それは、「新しいメンバーが入りました」という項目とメールボックスのページの画像でした。

それだけで、みんなの耳はぴんと立ち、注意するようになったのです。

私はリストの参加依頼や、ジョイントベンチャーのオファーを受け取り始め、人々はどうすべきがメールで尋ね始めました。

人々がもっと欲しいときは、さらに記事を送りました。

私がしたことは、実際にしていることを見せただけでした。

見せているのは無料登録だけで、有料のものはないといわなくても、非常に興味を示してくれました。

その日以来、どこでもその教訓を使い、うまくいきました。

たとえ小さなことでも、他人の質問の答えを持っていると証明してください。

そうすれば、人々はあなたのことを聞いてくれるでしょう。

だから、今日がオンラインマーケット初日でも関係ありません。

1週間にジョイントベンチャーで、20件成功しており、新商品を10個考え付き、そのうち4個はすでに開発中で、それぞれ500ドルで販売する準備ができていると週刊メールで私に知らせてくれたとして、それが事実だとあなたが証明してくれたら耳を傾けるでしょう。

いくらお金を稼いでいるかなんてどれほど直接関係ないかお分かりになったでしょう？

これがこうしたリストの使い方のひとつです。

ひとまずこれぐらいにしましょう。

なぜなら人々の耳に刺激をあたえ、傾けさせる方法について後ほどもっと例を交えてすばらしいテキストの山で説明するからです。

私の考えに少し秘訣を加えて、みんながすでに信用している有名なマーケターなしでどのように始めることができるかヒントを与えていただければいいと思います。

このリストは、専門分野について話していることを知っている仲間のためにあるのでは決してありません。

すばらしいジョイントベンチャー候補がいて、誰よりも働きすぎず、すばらしい反応率をもち、信用と評判を獲得するものです。

すばらしいものです。

アップ側には強力で、ダウン側には平等なものです。

最初のうちは、実際に広告を売り始めない限り、広告収入は標準のメールマガジンと比べると徹底的に減っていくでしょう。

そして、頻繁にもしくは長期間にわたって、対象物を撃破し、ジョイントベンチャー候補の価値を下げます。

しかし、これはそんなに大きな下落ではありません。

なぜなら、メールマガジンを通して週2回単独広告を200ドルで売るよりももっと大きなものを、ジョイントベンチャーから収入と財源を得ようとしているからです。

しかし、ここに意外な難点があります。

もし、へまをしたら、大きな問題が起こります。

そして全部最初からやり直さなければならなくなります。

信頼できる人となって、時間をかけて信用を築き、その後、1つの悪い決定、1つの悪いジョイントベンチャーを間違った人としたばかりに、評判はぼろぼろになって、購読者に償いをするために頭を下げなければなりません。

マーケターの評判を傷つけられた例をいくつか思い浮かべます。

ビジネスをやめなければならないところまでなることもあります。

なぜなら、何年も築いてきたこの重要な情報源は信用できない人や、悪い評判があるとしらない人とジョイントベンチャーをしたことによって壊されてしまったのです。

調査してください。
大きなジョイントベンチャーを軽々しく思わないで下さい。

そうすれば、こうしたことはあなたには起こりません。

大きなリスクには大きな報酬が常についてくるものです。

非購読率: ***** 全体的にいったん購読者と信用を築いたら、特別怒らせるようなことをしない限り、軽率なことをしない限り、離れていくことはありません。

でも、気をつけてください。

悪いニュースはいいものよりも早く流れます。

ここでしくじったら、代償は大きいですよ。

購読率: *** ここで購読者を獲得することはかなり大変になりますが、報酬も大きいものになります。

このリストは大規模のメールマガジンよりも一般的に小さいので、発行数は少ないように見えますが、繰り返しあなたから購入する誠実な顧客が 1000 もいるリストのほうが、メールすら読まないような 100000 のリストよりも、はるかにいいのです。

質は量に勝るということを覚えておいてください。

多くの購読者があなたから購入するでしょう。

広告収入: * 実際には直接の広告収入はゼロです。

お金が不足しているなら、ちょっとした広告を売ることも可能ですが、リストが小さくて、メールマガジンよりも焦点を絞っているなら、難しいかもしれません。

同様の理由で値段を変更するのも難しいでしょう。

あちこちで広告を売ろうとするなら、たまにしてください。

非常にまれにしてください。

そうしなければ、リスト自体の目的を失うことになり、購読者は離れていってしまいます。

追跡することで反応率をあげることを忘れないで下さい。

そうしなければ、高い値段のものを少数では買わなくなり、メールマガジンの広告に固執するようになり、無教育の目で見ることによって、金額に見合う価値を提供しなくなるかもしれません。

ジョイントベンチャーサークル: *****このリストは個人的なものなので、人々と特に購読者とさえ話し始めることは簡単です。

それに同じような部門で似たようなリストを持っているマーケターのターゲットになりやすいでしょう。

もうかるジョイントベンチャーを作るにはこれは優秀なものなので、需要の高さに驚かないで下さい。

私がレポートを送っている人々、前に話した最初のメールリングリストの人々ですが、未だにコンタクトリストになっています。

たった1度のメールから？悪くないでしょ。

これがジョイントベンチャー候補の概要で、一番効果的な方法です。

時間経過による反応率: ****期間経過によるすばらしい反応率は個人的な事の人々と信頼を築くことから期待できます。

何か大きな事で台無しにしたり、信用を失ったり、怒らせたり、待ち望んでいる裏情報や知識を提供するのを突然やめたりしない限り、あなたの言っていることを読み続け、商品を購入し続け、推薦しているものを調べつづけます。

これは特にジョイントベンチャーサークルにとってあなたのリストの価値を膨らませるのに役に立つでしょう。

でも、メールするものには十分注意してください。

たった一つの失敗や悪い行動で、すべてを失いかねません。

全体的な使いやすさ:****反応しやすいのは誰でしょうか？

友達、それとも知人、もしくは通りでランダムに質問した人でしょうか？

もう一度いいますが、これが、パーソナルタッチが便利な理由です。

自分に関係している限り、何か非常に重要なものをあなたから得ているのです。

何らかの形で購読者を支援する目的で調査をしているとあって、何か尋ねるのを忘れないで下さい。

たとえそれが、購読者が使うためにその結果を発行するとしても、すぐに利用できるすばらしい調査道具になるでしょう。

メンテナンス時間:*** 3つ星。

ですが、非常に変わりやすいです。

10分でメールを書ける時もあれば、それ以下の時もあり、それ以上の時もあります。

何を言いたいかによるので、それぞれの状況を順番に見ない限りは判断しがたいです。

完璧なメールマガジンにしては悪くないけれども、まだ話していないリストと比べると早くないと思います。

時間のない時や、その日を何かもっと創作に使いたいと思ったとき、もしくは、メールマガジンを書きたくなくて、調査や他の記事に時間を使いたいときなどは、これはいいと思います。

重要事項:これらは基本の形で、実際の結果は上述よりも高かったり低かったりします。

実際の形や数、最低報酬保障、反応率、収入、ジョイントベンチャー候補の数などを提供するよりも、あなたのビジネスの方向性を正しい方向に向けるために情報を提供するほうが良いからです。

さて、スペースがなくなってきました。

パート2でお会いしましょう。

ここでは、さらに2つのリストの管理方法（最後の2つ）を見ていきます。
それから、おかしいくらいお金を引き寄せ続ける、ある一般的な非専門的秘訣を見て行きます。

この後も楽しんでください。

まとめ

- リスト管理分野のコースへようこそ。

リスト作成にはさまざまな方法があり、何年もの間成功してきました。

それぞれビジネスにおいて違った役割を持っており、それぞれメリットとデメリットがあります。

- このセクションを通して、始める前に必要なことを説明することによってそれぞれの方法を見ていきます。

なぜなら、いったん始めてしまったら、簡単には変更できないからです。

その方法を使ってすぐにでもリストを管理し始めることもできます。

最初の購読者があなたの商品にアクセスし始めたその時からあなたのビジネスに適した方法で管理できます。

- 最初に話しておきたいことはリスト作成の基本のひとつで、顧客が購読しているものを理解しているかどうかということです。

- 何度となくニュースレターやメールマガジン、もしくはビジネスのためのメールアドレスを書き込んできたことでしょう。

それも、メールマガジンでもニュースレターでもなく、ただ単なる広告リストだと気づくためだけに。

- ここでした選択はビジネスの将来を形作るもので、同時に反応率を形作るものだということを覚えておいてください。

- 前に述べたように、一番の目的は、自分の商品を高反応率で販売するためにリストを提供することであり、ジョイントベンチャーの目的でビジネスオーナーが接触し始めたときに使えるすばらしい取引道具を提供するためです。

- それから、リストを使う他の方法も覚えておいてください。

それは、ジョイントベンチャーを引き寄せたり、アフィリエイトであったり、調査であったり。

この方法を納得して選んだなら、販売と同時に、自分の商品やアフィリエイト販売を通して新しい顧客を交換するための調査をすることです。

- 調査はここでは非常に重要なポイントになります。

もし、覚えているなら、すでに上述した広告追跡ポイントに戻ってください。

追跡調査はビジネスの予想においてどれほど重要か話したはずですが。

リスト管理も同じです。

- 新商品のアイデアができあがって、最初に商品の情報を受け取っている人に合わせるのにはリストがあれば簡単だと思います。

私は顧客の欲しいものを知っています。

その簡単な理由は彼らに尋ねたからです。一番興味のある商品であるか、最高の見出しであるか、コンタクトを取るときに使うタイプの言葉かどうか、さらには、小見出しにするものや読んでもらう分野まで尋ねました。

- あなたのリストは販売と同時に追跡、試験、無料リサーチにもなります。

調査のためだけにリストに物を送ることを変に思わないで下さい。

顧客はあなたやビジネスを身近に感じるだけでなく、短期間で購読をやめようと思わないばかりか、興味のある事柄についての情報を送ってくれることに感謝をするでしょう。

これは販売率を上げることにもなります。

- お返しに新しい商品のアイデアをもらい、売り上げを増加させるのに役立つ情報ももらいます。

これは利益の代わりに学ぶことを促進しています。

ちょうど証明されている結果と調査のようなもので、自分の持っている情報を持っていない人に提供すると、毎回高い値段で売れるようになり、新しいトレンドや流行を顧客よりも先に認識して提供するようになるでしょう。

あなたのリストは本当に非常に強力な道具となっているので、広告を送るような人達のようになるべきではないのです。

- それでは、リストのタイプを見ていきましょう。

私は評論家の観点からポイントシステムを使うことにします。

こうすることで予想と結果を議論することができ、もっと面白い方法でビジネスに適したものを選ぶことができます。

- それぞれのリストのタイプを見ていく上でのカテゴリーは：非購読率、購読率、広告収入、ジョイントベンチャーサークル、時間経過による反応率、全体的な使いやすさ、メンテナンス時間です。

- 各項目はそれぞれのリストタイプによって1つ星から5つ星まで評価されます。星が多いほど評価もいいものになっています。

- **一般的なメールマガジンやニュースレターから始めましょう。**

集める人を明確にしてください。

そして対象市場に関連した役立つ情報を、自分の商品や、他人の商品の広告やアフィリエイトプログラムと一緒に送りましょう。

- **非購読率**** 4つ星:たいていのメールマガジンは成功しています。**

なぜなら購読者に役立つコンテンツをこのリストのタイプは提供しているからです。

しかし、定期的に送るようになると、不恰好な形になりかねません。

だから、送るときは広告の割合と役立つコンテンツの割合に気をつける必要があります。

- 購読率**** 4つ星:平均よりも高く、この購読率は役立つコンテンツを無料で手に入れられるという約束のおかげです。

あなたが送っているいいコンテンツについて話してもらうことは簡単で、購読者の口コミほど強力なものはありません。

あなたのことは本当のことでただの広告リストではないと可能性のある購読者を納得させるために、記事の例や抜粋を使ってください。

- 広告収入***** 5つ星:広告販売は追加収入の傾向を提供するすばらしい方法です。

顧客はすでにあるリストにいるので、簡単に販売できます。

やりすぎには気をつけてください。

広告だけのコンテンツで購読者を遠ざけたら、購読者の数と反応率は劇的に落ちるようになるでしょう。

- ジョイントベンチャーサークル ** 2つ星:定期的にすでに広告を販売しているのなら、広告費のためのリストでだれが利益を分かち合いたいと思うでしょうか？

そうするかもしれない唯一の理由は、購読者のためのいい言葉を手に入れるためです。

非常に有名な、信頼できる出版者が書いた、質の高いメールマガジンから得られる何か有益なものがあるときだけです。

- 時間経過による反応率*** 3つ星:これは購読者があなたの物に興味があるかないかによります。

もしあなたの主な方法が無料の試供品で購読者を引き寄せるものなら反応率はだんだん減っていくでしょう。

人々は無料を期待しているので、提供しなくなったら、怒らせてしまうでしょう。

ずっとたくさんの広告を送ることも反応率には役に立ちません。

- 全体的な使いやすさ*** 3つ星:購読者にとって重要な情報すべてを得るには非常に便利です。

購読者が自分達に決して書かない理由をたいていの人は尋ねます。

何か影響のあるものについて書くように尋ねる必要があると私は答えます。

そうすれば購読者は書いてくるでしょう。

もう一度言いますが、第三者的な広告は気が散りかねません。

結局、コンテンツがよければ人々は読むし、他のリストのタイプほど個人的ではないけれども、重要な調査の材料にもなります。

- メンテナンス時間* 1つ星:メールマガジンはメンテナンスが非常に重要です。

色々な広告を買って、コンテンツと一緒にして、人々が読み続けるようにして、ジョイントベンチャーのオファーも出し、購読者から要求されていないフィードバックもします。

完全に中身のあるメールマガジンにしようと思ったら大変です。

私はむしろ新商品開発に時間を使いたいです。

でも、書いて発行することが楽しいなら、これはあなたに合っているのでしょう。

続けてください。

楽しんでいるなら、メンテナンスにかかるたくさんの時間はそれほど悪いものではありません。

だから1つ星は異論があります。

- 総括して、メールマガジンやニュースレターは全然リストを持っていないなら、始めるのにすばらしいところです。

いいコンテンツを提供していたら、購読者の引き寄せやすさは他のタイプのリストを打ち負かします。

メンテナンスの高さが気にならずに楽しめるなら、このタイプのリストはあなたに合っているでしょう。

しかし、コンテンツと広告のバランスには気をつけてください。

コンテンツと無料の物が多すぎるとそのレベルを維持できなくなり、購読者はすばやく去って行ってしまいます。

その一方で、広告が多すぎると購読者を遠ざけ、コンテンツの欲しい購読者の非購読を招きます。

メールマガジンもまた、短期間で安全にビジネスを始めるには一番簡単なリストのタイプになります。

- **次は個人的な雑多なコンテンツリストがあります。**

マーケティングは調査や、顧客のための新商品情報、ちょっとした記事、いろんな秘訣があちこちにあることで構成されています。

雑多なコンテンツと第三者に対する広告販売が少ないことを除けば、メールマガジンにとっても似ています。

さらに自分のコンテンツが少なくてすみます。

マーケターのスペシャリストが一番よく使っているタイプのリストは、私個人の意見では、一番おもしろくて強力なくじのタイプのものであることは間違いありません。

- **非購読率***** 5つ星:購読者といったん信用を築いたら、非購読率は低く、購読者を失うことも少ないので、メールマガジンでさえかないません。**

なぜならすべてとても個人的なので、購読者はあなたやビジネスにかなり親近感を覚えて、何かで購読者を怒らせない限り去っていくことはめったにありません。

でも、気をつけてください。

悪いニュースはいいものよりも早く伝わります。

ここでしくじったら大変な代償を得るでしょう。

なぜならあなた以外誰も責任を負う人はいないのでから。

- 購読率*** 3つ星:ここで購読者を得ることはとても難しいですが、報酬もその分大きいです。

こうしたリストは一般的に大規模なメールマガジンに比べると小さく、発行数も少ないです。

しかし、メールすら読まない 100000 に及ぶリストよりも、あなたから何度も購入してくれる 10000 人の誠実な顧客リストのほうがはるかにいいものです。

質は量に勝ることを覚えておいてください。

多くの購読者はあなたから購入していき、商品を通してあなたに注目しています。

これによって重要な信頼と親近感は作られ、維持されます。

- 広告収入* 1つ星:実際にはゼロです。

現金不足を感じているなら小さな広告を販売することは可能です。

でも、めったにしないでください。

そうしないと、この個人的なリストを維持している理由をひそかに傷つけることになり、他のマーケターから見ると価値を下げることになり、独占的な権利や認知された価値をリストで得ることが難しくなります。

- ジョイントベンチャーサークル***** 5つ星:あなたを知っているあらかじめ資格のある購読者で一杯のリストを持っていて、だれにも広告を購入させていなければ、価値がどんどん上がっていき、いったん自分の商品を販売し始めたら、自分のサービスの需要の高さがわかるでしょう。

どれほど価値のあるものか人は知っているのです、手に入れようとするなら、お返しにとっても価値のあるものを提供しなければなりません。

これは、ジョイントベンチャーで成功するための、販売力を強力にするためのチケットなのです。

- 時間経過による反応率**** 4つ星:時間経過による反応率はすばらしいものです。

それは、個人的な方法で人々と信頼を築いてきたおかげなのです。

何かとんでもないへまをして、信頼を失って、彼らを怒らせない限り、もしくは、待ち望んでいる裏情報や知識を提供するのを突然やめたりしない限りは、あなたのことを読み続け、商品を買ひ、お勧めのものを調査し続けるでしょう。

あなたのリストの価値は特にジョイントベンチャーサークルにかなり影響を与えるのに役立ちます。

しかし、メールするものには非常に気をつけてください。

たった一つのへまや失敗で、すべてを失いかねません。

信頼は短期間では築きにくく、壊すのは簡単なものなのです。

- 全体的な使いやすさ **** 4つ星:反応しやすいのは誰でしょうか？

友達、それとも知人、もしくは通りでランダムに質問した人でしょうか？

これが、パーソナルタッチが便利な理由です。

人々は自分に関係している限り、あなたから何かとても重要なものを得ているのです。

何らかの形で購読者を支援する目的で調査をしているとあって、何か尋ねるのを忘れないで下さい。

たとえそれが、購読者が使うために結果を発行するとしても、すぐに使えるすばらしい調査道具になるでしょう。

- メンテナンス時間*** 3つ星: 10分でメールを書ける時もあれば、それ以下の時もあり、それ以上の時もあります。

何を言いたいかによるので、それぞれの状況を順番に見ない限りは判断するのは難しいです。

完璧なメールマガジンにしては悪くないけれども、まだ話していないリストと比べると早くないと思います。

時間のない時や、その日を何かもっと創作に使いたいと思ったとき、もしくは、メールマガジンを書きたくなくて、調査や他の記事に時間を使いたいときなどは、これはいいと思います。

- 重要事項:これらは基本の形で、実際の結果は上述よりも高かったり低かったりします。

実際の形や数、最低報酬保障、反応率、収入、ジョイントベンチャー候補の数などを提供するよりも、あなたのビジネスの方向性を正しい方向に向けるために情報を提供するほうがいいからです。

- さて、スペースがなくなってきました。

パート2でお会いしましょう。

そこでは、最後のリストタイプを見ていきます。

そして予想と結果について話していきます。

最後に一番強力なリストタイプをひとつ残しています。

どのようにして私が短時間で高反応率を得るパーソナルリストを管理しているのかきちんと説明します。

それではまた！

リスト管理の概略ーパート 2

- 特定のリストの管理タイプについて追加情報とランク付けを紹介します。

そして、誰が、どんなタイプのビジネスのために、いつ、どこで、どのように、なぜ使うのか説明します。

- アフィリエイトと広告コンテンツだけを含んだパーソナルリストについて説明してランク付けします。

- 最後の可能性あるリストタイプ（広告リスト）について見ていきます。

そして、あなたのビジネスに取り入れる方向を説明します。

- セクションを終えて、実践してみましよう。

リスト作成が済んでいてもいなくても、リストタイプを選んで、離れないで下さい。

今すぐ一番成功をもたらしてくれそうなものを選びましょう。

パーソナルリストーアフィリエイトと広告コンテンツ

個人的なアフィリエイトリストは以前に述べた個人的な雑多なリストとほとんど同じです。

しかし、今回は秘訣やヒント、コンテンツを送りません。

販売したいプログラムとももちろん自分の商品の広告だけ送ります。

これが広告リストとの違いです。

なぜなら、販売されている商品はすべてあなたのもので、アフィリエイトプログラムを通して販売しているものだけということをご確認ください。

リストに送る広告で出所が外部のものはありません。

コンテンツは提供されていないけれども、あなたが有名で信頼できる人がいるなら、これは特に役に立つでしょう。

これが、リストタイプ No.3 です。

特定のタイプの商品で、特定のタイプの市場で実行する特別なタイプのマーケティングにとっては、これは素晴らしい稼ぎ方法です。

この詳細を見てあなたが思っていることがわかります。

いったいどうやって購読者の興味を引き続け、広告しか送っていないのに購読者に読ませ続けられるのだろうかと思っただけです。

ここでの鍵は、前に述べたことで、送る広告は直接あなたに関係したもので、あちこちのジョイントベンチャーを除いたものです。

自分の商品を販売することになりますが、最低限の量の作業ですみます。

同時に、サインアップだけが目的ではなく、アフィリエイトプログラムに基づいてマルチレベルであなたの下にダウンができて、販売してくれるようになります。

これはおそらくたくさんお金を稼ぐことを説明するのに最高の例のリストです。

あなたは今月の売り上げを常に気にする必要がなく、自分で販売をする必要がありません。

事実、この場合、販売と同じようにアフィリエイトに力を注いだほうがかなりもうかります。

想像してください。

あなたのリストはちょうどあなたのような人、20人で構成されていて、販売目的やアフィリエイト目的のリストを持っているとします。

そして、特定の報酬プログラムに参加しているとします。あなたの広告がでると、いくらかの売り上げを得るようになり、（リストの質によりますが）、特定の量のアフィリエイトも獲得できて、あなたのダウンとなり、販売してくれるようになります。

このような感じで続けていってください。

マルチレベルプログラムの頂点にいるなら、あなたのリストは効果的で、一種のドミノ効果のようなものを得るでしょう。

そして、オリジナルの販売から分岐したさまざまな方法でいろんな人からアクセスされるようになります。

どのようにして、特定のタイプの市場にアプローチするかわかったでしょう？

いくらかオンラインビジネスにいたなら、マルチレベルシステムはそれ程悪くないことは知っているはずです。

2,3,4、またはそれ以上のレベルのすばらしいプログラムが世間にはあり、いい商品もあり、この方法で報酬を獲得できます。

もちろん、それは別の話で、あなたにとって悪いものからいいものを切り離すためのものです。

私はただ、今すぐこのタイプのリストがどのように働くのか説明したいだけです。

それから、あなたは悩んでいたはずですよ。

あなたが送るものは広告と他のプログラムの広告のみで、どうやって興味を引き続けるのだろうか。

上の例を見てわかるように、普通の人には広告を楽しみません。

しかし、同じようなリストを持っている人や、販売力を持っているマーケターは、あなたの送るものは儲かるものだと思うかもしれません。

すでに有名になっているなら、もしくは少なくともあなたのサークルの中で有名なら、言うまでもなく人々はあなたのしていることを気に入っています。

リストにいる人は賢い人です。だから気をつけてください。

どのように状況を取り扱うか、どんなソフトウェアを使うか、何をどのように販売するか気をつけてください。

掘り出し物？リストをよく知らないなら、これは自然な目で見ると単に広告リストのようなものです。

結果的に興味と購読者を失います。

ここでの私のアドバイスはシンプルなものです。

たとえ作業負担は少なくても、基本的な商品作成や、もちろん、新商品を作るための調査以外は、本当にメンテナンスをする必要はありません。

定着するまで、もしくはリストの人があなたの名前を覚えるぐらいになるまで、またはいくら稼いで、どれほどビジネスでうまくいくか確信するまで放っておきたいはずです。

もちろん、もっと早い方法も別にあります。

ジョイントベンチャーや他の人のリストを通して自分の事を知ってもらう方法です。

いったんそうしてしまっただけで、あなたのリストに人々が移動し始めたなら、離れていくことを心配する必要はありません。

なぜなら、役に立たない広告を送ってくるこのいい加減な人はだれなのか不思議に思っているからです。

このタイプのリストを使うなら、あなたのビジネスや、実行しようとしている販売タイプにぴったりだと 100%確信してください。

購読者があなたのことを知らなかったり、少なくとも聞いたことがなければ、あなたがメールで提供しているものがわからないという単純な理由で、前の2つのリストに比べると人々は早々に去っていきます。

これは間違いなくすばらしいリストのタイプです。

実際非常にうまく働くものです。

世間にはたくさんのマーケターがいて、その人達のリストは、私もいるのですが、これを効果的に使っているものなのです。

しかし、一つ一つは、市場で努力してこのリストタイプが活用されているようになったときにすでに定着しているか、もしくは直ぐに実行できる他の人のリストを通して認識され本当にすばやく定着したかどうかです。

見てわかるように作成にはきびしいバランスが必要ですが、いったん作ってしまえば、これはすばらしい稼ぎ手になります。

非購読率: ** 2つ星:残念ながら、たいていの人はこれを単なる広告リストとみなして、特にこのリストのタイプがどれほど強力になりえるかわからない場合は、購読しません。

しかし、いったん同じ興味でいい土台を作ってしまえば、購読者のリストや、その購読者の下の購読者のリストなどを通してたくさんの販売経路から大きな報酬を得ることができます。

このタイプのリストを選択するなら十分注意してください。

なぜなら、正しくコンタクトをとらないと、もしくは正確な名前や専門的技術をもっていないと、うまくいかないでしょう。

購読率: ** 再び2つ星:購読率:お返しに何か価値のあるものを得ているとわかれば、購読させるのはかなり簡単です。

もちろん、他のリストのように、一般的なフォローアップと貴重な無料情報を提供することはここでも有効です。

問題があるとしたら質のいいリストを引き寄せようとする事です。

商品に興味を持っているだけでなく、対象市場に関連したリストを持っていれば、一般的なマルチレベルのアフィリエイトプログラムで大きな収入をもたらすでしょう。

以前からの顧客やアフィリエイトはあなたのことをすでに知っているのです、ここでは最高の対象になります。

長い間購読してくれるようになるだけでなく、あなたの言っていることにより興味を持つようになり、自分の力で販売してくれるようになります。

広告収入:***ここでは3つ星ですが、判断するには難しく、どれだけうまくリストが機能しているかにすべてかかっています。

一般的にこのタイプのリストに対する広告は2つの理由から需要があります。

ひとつは誰もアクセスできないあなたのパーソナルリストであること、（常に本当の価値が追加されているもの）、2つ目は期間を問わず、この方法でうまくいくようにリストを維持していくことは前に話したことが必要となってくる事です。

すばらしいアフィリエイトと販売ステータスです。

知識のあるマーケターの多くはこうしたリストがどれほど価値あるものか正確によく知っています。

一般的に頻繁に広告を売っているようなものではなく、前に出てきたパーソナルリストのようなもので、ある日お金の困った時にすばやく解決してくれるものです。

でも、頻繁にしようとししないで下さい。

すでに話したように、購読者はお金を稼ぐためにそこにいるのです。

そこにいるのは、あなたが作成したプログラムを知っていて、お金を稼ぐために参加していて、あなたが稼ぎ方を知っているとわかっているからです。

このように非常にボーダーラインのリストタイプの人に広告を送り始めたら、購読者を遠ざけるリスクを負い、重要な販売力を持っている本当に貴重な人を失うリスクを負うでしょう。

ジョイントベンチャーサークル: ** 4つ星:**外観上はジョイントベンチャーの点で多くの価値を持っているリストのタイプです。

購読者は質のいい人達で、自分のリストを持っており、アフィリエイトプログラムを販売すると同時に商品を購入したがついて、準備ができています。

短期間の稼ぎ手も情報源の作り手もどちらも最高です。

これはあなたにとって個人的なリストでもあり、以前にあなたから購入した人か、あなたのために販売したアフィリエイトターでおそらく構成されています。

こうした要素すべてが高い価値をもたらし、リストについて話したり、新しいジョイントベンチャーを探しているときには、このリストはすばらしい取引道具になるでしょう。

しかし、価値を下げるものもあり、前のパーソナルリストと同じように、購読者に広告を売って短期間でお金を得ようとすればするほど、購読者を遠ざけるリスクを除いたとしても、ジョイントベンチャー候補の価値を下げているようなものです。

1つや2つでは傷つかないでしょうが、一定ベースで始めると、広告リストに成り下がりやすく、ジョイントベンチャーの点ではいいものではなくなることに気づくはずで

きれいに保ち続け、厳しくし続けて、アクセスを差し控えてください。

購読者やアフィリエイトター（情報源作成者）の質を上げ続けてください。

そうすれば、ジョイントベンチャー交渉で、このリストタイプはメールマガジンや広告リスト、場合によってはパーソナルリストと同じぐらいかなりの価値を持っているとわかります。

時間経過による反応率: ** 4つ星:**一般的にこのリストタイプは、前に話したパーソナルリストとかなり違うので、時間経過による反応率はあまり変わりません。

このリストタイプがつかずく時が2回だけあります。

まず、あなたが遠ざかっている場合と、上で述べたように、購読者がその目的を理解していない場合です。

こうした理由から、平均的なリストより小さく思うかもしれません。

でも、これでいいのです。

なぜなら、正直言うと、リストタイプを理解していない人にとっていいことはなんでしょうか？

またはあなたの目的をノンストップでただ質問してみてください。

この人達はあなたにお金をもたらそうとしませんし、自分で稼ごうとしません。

だから、質を求めて量に苦しむ必要があるなら、売り払うときです。

大きな情報源を集める人や、アフィリエイト、購入者、リストオーナーをいったん手にしたら、あなたの名前やゲームを知るようになり、あなたがリストタイプを変更しない限りめったにこうした人達を失うことはありません。

変更した場合、最初の場所にいたのに移されてしまったため、彼らは逃げ去ってしまいます。

全体的な使いやすさ: ** 4つ星:**このリストもまたとても個人的なものなので、購読者から重要な情報を得るのは難しくありません。

最終的にはもっとお金を稼げるようになると知っているので、彼らは喜んで教えてくれます。

もちろん、彼らの多くは単にプログラムや販売しているものに参加して、たくさんのお金を稼ぐ機会を得るためにリストにいます。

喜んで打ち明けてくれるので、4つ星です。

どんなリストを持っていようと、（おそらく次にくるものを除いて）調査はいいことだと覚えておいてください。

顧客の持っているリストが販売するのに適しているか尋ねて判断してください。

たくさん聞けば、その日の終わりには大きな成果を得るでしょう。

すぐに使えないものはこのタイプのリストのコンセプトにあまりあっていないもので、それほど時間を浪費するようなものではありません。

メンテナンス時間: ***** 5つ星:時間がなかつたり、書くのが嫌いだったり、商品の作成にもっと力を注ぎたかつたり、家族の時間、ヴァケーション、そのほか色々ある場合は、このリストタイプはメールマガジンのリストに比べれば、数時間節約できます。

唯一しなければならない調査のタイプは、信用させるものを見つけるために、そしてもちろん、販売する商品の調査のためにリストの人達に質問することです。

どうやって販売する商品を見つけるのでしょうか？

このような有名なマーケターのアフィリエイトリストを自分で手に入れることです。

どうですか？おおきなチェーンでしょう？

あなたの名前が大きくなればなるほど、よりたくさんお金を稼ぎ、より多くの購読者を引き寄せ、より多くの人と同じようにしようとして、何をどのように販売するか知るためにリストに参加して、たくさんのお金をあなたにもたらししてくれます。

重要事項:これは基本的なもので実際の結果は上記よりも高かつたり低かつたりします。

実際の形や数、最低報酬保障、反応率、収入、ジョイントベンチャー候補の数などを提供するよりも、あなたのビジネスの方向性を正しい方向に向けるために情報を提供するほうがいいからです。

広告リスト

広告リストは一般的に役に立つコンテンツのまったくない広告を作成して送るリストです。

これは今までのリスト管理の中で一番簡単で早い方法です。

非購読率は少なく、最初に購読者を獲得することは挑戦でもあるにも関わらず、広告販売で収入を得るためにいまだに広く使われています。

広告リスト、これは私にとって身震いするものです。

これは破滅を招くものです。

それもすべてあつかましい素人マーケタークラブの広告リストのせいです。

今まで使ってきたすべての例と、今まで見てきたことすべてを、関係の構築や、役に立つコンテンツ、パーソナルリスト、評判すべてを、窓から放り投げて、また取りに行き、もう一度窓から投げ捨てるようなものです。

そんなに恐ろしいものなら、なぜ批評するのかと思うでしょう。

理由は気をつけて管理をしなければあなたのリストに起こりうることを説明するためです。

バランスが崩れて、手に負えなくなったら、あなたのリストは広告リストとなり、広告販売を通してもたらされるお金しか得ることができなくなります。

自分の商品やジョイントベンチャー、他の人のプログラム販売で得ることのできるものとは比べ物になりません。

では、広告リストから得るものはなんでしょう？

本当に広告です。

ここですることは、大きなリストとともにたくさんの人を獲得することです。

「関係を忘れ、ジョイントベンチャーや、自分の商品、役に立つコンテンツやそういった類のものを忘れること。目的は最大のリストを得ることで、そうすれば高い値段で広告を販売できるからだ」と言い聞かせてください。

このタイプのリストに対する明らかな熱意の欠如にも関わらず、これが最高の方法だといまだに主張する人もいます。

おそらく、自分の商品の作り方を知らず、アフィリエイト販売で（正しく販売した時に）どれだけ稼げるか知らないのです。

もしくは単に時間がなく、短期間で収入が欲しいときは、これは一番いい選択かもしれません。

なぜ私がこのタイプのリストに厳しいのか見ていきましょう。

広告リストを持っていたり、過去に持っていたなら攻撃的にならないで下さい。

そのリストでお金を稼ぐには最高の方法ではないと私はただ知らせたいだけなのです。

非購読率: * 1つ星: 広告リストの主な目的が何度もできるだけ高い値段で広告を売ること、そのほかのコミュニケーションやコンテンツがないなら、たいていの購読者は早くに飽きてしまうのは明らかです。

おそらく私もそうでしょう。

広告を見たい人もいると主張するかもしれません。

でも、ランダム広告をランダムに選んだ人に見せるほうがよいと思いますか？

話していることのわかる、販売しているものやジョイントベンチャーのことが確実にわかると思う人に広告を見てもらったほうがよいと思いませんか？

広告リストを始めたら、上から順に購読されなくなると思ってください。

つまり、読まれる前に削除されるかフィルターにかけられるからです。

購読率: * 再び1つ星: これは1つ星をつけるしかありません。

なぜなら、正直に言うと、受け取るものがランダム広告の山では購読者をひきつけておくには簡単な方法ではないからです。

私が偶然見つけたこのタイプのリストの多くは以前からの顧客や貴重なアフィリエイトからくるのではなく、購入案内なのです。

(これもかなり身震いさせるものです)。

正直、購読する前に手に入るものを購読者に言ったら、無料好きの変わった人を除けばおそらく悩みません。

購入案内は私にとっては1つ星です。

なぜならランダムな10万人の購読者は、あなたの名前や評判を知っていてあなたを大いに賞賛する1000人の購読者にとってはなんてことないものなのです。

この方法で行くなら、本当に何も気にしない人の小さなリストを準備するか、本当に気にしないがたくさんコストのかかる大きなリストを準備してください。

彼らにとって気にかかるものはランダム広告でしょうか？

私は違うと思います。

広告収入: ** 2つ星:これはあなたが気にしている大きな欠点を補うものではなく、一般的に広告収入はリストのサイズによって0000だと思います。

10万人に対する広告を100ドルで出すことはオンライン marketer 参加者レベルや見たこともない人にとってはいい条件のようにみえます。

もちろん、私達はもっといい方法をしっています。

反応率がものをいいます。

顧客が広告に何の反応も示さないときは、彼らが賢ければ、二度と戻ってきません。長期予想では悪くなるでしょう。

ジョイントベンチャーサークル: *再び1つ星:残念ながら個人的でないリストはいい購読者がいないので、あなたから購入した人は喜んでお金を払ったり、アフィリエイトをしたり、対象市場の人の中にはいりさえしません。

ジョイントベンチャーにとっては新鮮なものではないのです。

物々交換をしてみてください。

ジョイントベンチャー候補が無経験でないかぎり、それ程期待しないで下さい。

どのような場合でも、無経験であれば、ジョイントベンチャーはあなたに向いていないようです。

時間経過による反応率: * 1つ星:リストから年中毎日さまざまな広告を受け取っていたら、開いて読もうとしますか?

マーケターをよく知っていない限り、もしくは彼らの仕事に興味がない限り、疑わしいものです。

(メールを開けさせるかどうかを決めるのは見出しとマーケターの技術によると主張する人もいます。

これは程度によりますが、自分個人が使うためにリストを作るときは、一番売り上げのあるもので、反応率ができるだけ大きいものが欲しいはずです。

広告を通してではなく、リスト作成の方法が大きな役割を担うことができるのです。

こうして物事を見ると、世間での最高の広告でさえ、おそらくパーソナルリストに送られるものと比較すると2/3の質のものでも広告リストからはいい反応を引き寄せることはありません。)

それは終わることのない大きな下り坂を転げていくようなものです。

広告を送れば送るほど、人々は購読しなくなり、気にしなくなり、フィルターにかけられ、ブラックリストに載せられ、マーケターからは重要視されなくなります。反応率は急激に落ちます。

全体的な使いやすさ: * 1つ星:残念ながら全体的な使いやすさでさえここでは最低です。

あなたのことを知らないので、あなたの発言や質問をだれも気にしないのです。

毎日毎週いろんな人から広告の山を受け取らなくなったら、あなたのことに気づくかもしれません。

しかし、それはここでは問題ではないのです。

たいていの人が読まず、あなたの質問や調査に答えようとしないのです。

結局、何も得しないのになぜ答える必要があるのでしょうか？

毎日何百といういろんな人から送られてくる、さまざまな質の広告の山は重要ではないのです。

メンテナンス時間: *****やった。

ついに5つ星です。

顧客から広告を受け取り、口座にお金が振り込まれたら、広告をペーストして送ればそれで終わりです。

一番早くて、メンテナンスは他にすることのないリストです。

しかし、これは決して他の欠点を補うものではないことを覚えておいてください。

本当のオンラインビジネスを探しているなら悩まされないで下さい。

倫理的、論理的に行う方法ではないだけなのです。

重要事項:これは基本的なもので実際の結果は上記よりも高かったり低かったりします。

実際の形や数、最低報酬保障、反応率、収入、ジョイントベンチャー候補の数などを提供するよりも、あなたのビジネスの方向性を正しい方向に向けるために情報を提供するほうがいいからです。

分割と攻略

これで、批評は終わりです。

次にうつる前にもう少し話したいことがあります。

もちろん、どのリストのタイプでやっていくか決めたいと思います。

しかし、その前にポイント1. 関連目的を追跡するためのリストを分割することを覚えておいてください。

ソフトウェアの一部を売って、購読者やアフィリエイト、売り上げなどを、サイトを通して獲得しようと思うなら、全部ごちゃ混ぜにしてオンラインビジネスに売りたくないはずです。

なぜなら、追跡しなくなり、人々が最初の場所で購読している理由を見失い、最終的には購読者を失うからです。

もうひとつの理由は、これはあなたの追跡とテストだからです。

追跡とテストのために市場調査の道具の一種としてリストを实际使うことはどれほど重要かすでに話しました。

あなたのリストがソフトウェアを基本としている時に、オンラインビジネスについて聞かれたくないはずです。

あなたの話していることをだれもわからないのです。

間違ったデータを持っているので、非購読者が増え、極端な場合は変な電話がかかってきます。

リストを分割することを不安に思わないで下さい。

違った市場や分野に関連した小さなものを2,3個作ってください。

これは全然めずらしいことではありません。

特別な作業とメンテナンスをする価値はあります。

可能性を見つけることで、明確な調査データをそれぞれの対象リストから個別に得ることができます。

もちろん、間違わないでほしいのですが、他の人が興味を持っているなら、1つのリストを紹介して、参加するように招待することは間違いではありません。

でも、適当にひとつにしないで下さい。

そうしないと人々を混乱させてしまいます。

別のメリットは、ホームにもっと近くてダイレクトなものがあり、あなたの販売している商品のタイプに特にあう人をターゲットとすることができます。

ターゲットを絞り込むことがどれほど重要かみんな知っています。

それはまるで、釣り道具に興味のある人にゴルフクラブを売ることがどれほど時間を無駄にしているか知っていることと同じことです。

もっと深いレベルでは、かなり融通を利かすこともできます。

ただ説明するためだけではありません。

適切な商品にお金を使ってくれる適切な人をもっと獲得することができます。

その上、もっとお金を稼ぐことができ、同時にアフィリエイト対象も獲得できます。

ここでは間接的に販売することを目標としていて、こうすることで将来の情報源を作って、直接販売すると同時に、さらに購読者とアフィリエイトを獲得しようとしています。

これより良いものはありません。

すべて同じところに投げ入れるよりも、適切な人に読んでもらえるようになります。

ここでのパワーは顧客にニーズを提供することです。

パーソナルタッチ

最後はパーソナルタッチです。

リストを運営していくに当たって常に重要なものです。

事実、パーソナルタッチについては、私のために作業してくれているプログラマーの一人から4ヶ月前にクリスマスカードをもらったときの事を思い出します。

それは特別なものではなく、彼の顧客全員にメールで送られたカードで、一番上に総称的に会員各位と書かれてあるものでした。

でも、素敵なので、彼にとっていいことは私がそれを覚えていることでした。

2日前の夕食に何を食べたかすら思い出せない私が覚えているのだから、間違いなく何か心に響いたのでしょう。

それ以来、私は彼のサービスを4回使っています。

同じことがあなたの購読者にも当てはまります。

例えばクリスマスカードを送ってください。

きっと彼らはあなたのことを覚えてくれるでしょう。

たいていの人はずでに何らかの形で行っていますが、ちょっとしたグラフィックなど面白いかもしれません。

でも、そこでは何も販売しないでください。

プログラマーの名前や会社の名前を覚えていることはうまくいくことの証明です。

(これに関してはもっと例があります。1つだけではありません。)

同じようなことをしている人を知っています。

そしてそれ以来ずっと彼らを覚えているのです。

3ヶ月前にメールにきた広告をどれぐらい覚えていますか？

パーソナルに、でも、プロフェッショナルになってください。

そうすれば、ビジネスに適切なだけでなく、評判や利益にもっと有力になってきます。

すべて完了ーあなたの番です

4つの重要な可能性を見てきました。

予想と結果、メリットとデメリットについてそれぞれ例を挙げたことでわかってもらえたと思います。

ここでは粗く分類しているので、修正して他のものと混ぜ合わせることができることを覚えておいてください。

私が説明したかったことは、リスト管理法を選ぶ時に何がなぜ効果的なのかということでした。

これがあなたにとって非常に簡単にいくことを期待します。

選ぶとしたらどれが一番よかったですでしょうか？

あなたとビジネスにとって一番いいものは今だけでなく将来的にもいいものです。

いったんリストの方向を決めて実行し始めたら、変更するのは簡単ではありません。

目の前にあるものをベースとして正しい決断をしてください。

そうすれば、リストを作り始めたその日からだけでなく、1,2,5年後、さらには10年後でも、その選択であなたに利益をもたらすとわかって、ぐっすりと眠れます。

選択するのはあなたです。

間違った答えはありません。

あなたとビジネスに合ったものを選んでください。

まとめ

- 挨拶とリスト管理パート2へようこそ。

批評を続けましょう。

それからリストが陥る最後の重要なカテゴリを見て行きましょう。

- パーソナルリスト→アフィリエイトと広告コンテンツ。

これは雑多な内容のパーソナルリストとかなり似ています。

しかし、秘訣やヒント、コンテンツは送りません。

自分の商品の広告や、ジョイントベンチャーを通してあなたが販売しているアフィリエイトプログラムの広告だけを送ります。

コンテンツは提供されていないけれども、あなたが有名で、自分の商品を以前に販売しているなら、このリストタイプは特に役に立つでしょう。

- 非購読率**2つ星:残念ながら、たいていの人はずっとの広告リストとみなしているため、一定期間オンラインビジネスにいないければ購読しません。

しかし、いったん経験者の土台を作ってしまうと、報酬を得ることができます。

このタイプのリストを選ぶときは気をつけてください。

なぜなら、適切にコンタクトせず、自分の商品を通して専門的意見を適切に得ることがなければ、これはうまくいきません。

こうしたことがあるなら、どんなものを送っても、人々はあなたのことに耳を傾けません。

その結果、非購読率は下がり、喜んで3つ星か4つ星に評価をあげるでしょう。

- 購読率**再び2つ星:本当のコンテンツを入手しているとわかっているときは購読させるのは簡単です。

しかし、ゴールに到達するためにこのリストは強力なものだとたいていの人は理解していません。

単にマーケターを獲得するもの、ビジネスの経営法を学ぶためのものとしてしか理解していません。

以前からの顧客やアフィリエイトはここでは最高の対象となります。

特にあなたの言うことに興味を持ち、自身のリストを持っているので、次のレベルにアフィリエイト販売する準備ができています。

でも、未経験の人がいたら、気をつけてください。

彼らはあなたのリストを単なる広告リストと勘違いしているので購読しないかもしれません。

- 広告収入*** 3つ星:これはかなりややこしくて、一般的にあなたのリストがどのように働くかによります。

このタイプのリストの広告は需要があります。

なぜなら、まず最初に誰もアクセスできないパーソナルリストであること、2番目に期間に関係なくこのようなタイプのリストを維持するのは簡単ではないからです。

しかし、うまくやり遂げれば、一番反応率のよいリストになります。

知識のあるマーケターの多くはこのようなリストが、どれほど価値があるか正確によく知っています。

一般的にこれは頻繁に広告を送るようなものではなく、前に述べたパーソナルリストのようなもので、ある日お金に困ったときにすばやく解決してくれるものです。

このような非常にボーダーラインにあるリストタイプに広告を送り始めたり提供したりしたなら、購読者を遠ざけ、販売力を持っている本当に貴重な人を失うリスクを負わなければなりません。

- ジョイントベンチャーサークル**** 4つ星:このリストは、リストを持っている人とジョイントベンチャーをしようというときに、マーケターが探し求めている典型的なものです。

質の高いリストのオーナーは商品の購入をしたがっていて、以前から購入してくれている人からなるアフィリエイトプログラムや、以前に販売したアフィリエイトでさえ販売したがっています。

こうした要素すべてがこのリストタイプの価値を高めていて、ジョイントベンチャーにアプローチしようとしたときにすばらしい取引道具となってくれます。

購読者とアフィリエイト（情報源作成者）の質を高め続けてください。

そうすれば、ジョイントベンチャー交渉でこのリストタイプは、メールマガジンや広告リストよりもかなりの価値を持っており、さらには雑多なコンテンツのパーソナルリストと同じぐらいの価値を持っていると気づきます。

- 時間経過による反応率**** 4つ星:このタイプのリストは時間経過による反応率は以前に話した雑多なコンテンツのパーソナルリストに比べてそれ程変化はありません。

唯一注意しなければならないことは、狭いスペースに第三者からの広告を載せすぎないことです。

（ここにいる人はあなたについて聞きたくて、あなたのビジネスについてきているのです。他の誰でもないということをお覚えておいてください）

それから、他のマーケターの広告を通して学ぶ方法を理解しない人なので、リストタイプを変えることになってしまいます。

リストタイプを変更したら、理由に関係なく購読していた人はみんな購読しなくなります。

これは破滅になりかねません。

- 全体的な使いやすさ**** 4つ星:このリストは非常に個人的なので、購読者から重要な情報を得ることは難しくありません。

彼らは喜んで提供してくれます。

なぜなら、最終的にはもっと儲かることを知っているからです。

もちろん、たいていの人あなたのプログラムや販売しているものに参加する機会を単に欲しくてあなたのリストにいて、多額のお金を稼いでいます。

彼らは喜んで打ち明けてくれます。

だから、4つ星です。

唯一親しみやすくないことは、このタイプのリストのコンセプトに合わない人はあまり長い時間を消費しないことです。

- メンテナンス時間***** 5つ星:時間がないときや特に書くのが嫌な時に理想のリストです。

唯一しなければならないことは、購読者が何に興味があるかを突き止めることで、これは簡単な作業なうえ、あなたにとって有利なものです。

でも、気をつけてください。

自分の商品や評判を基に購読者を集めなければ、このリストタイプはうまくいきません。

あなたのリストに参加している人はあなたやビジネス、あなたの販売しているもの、あなたの稼いでいる金額に興味があるので、リストを一種の調査として使ってください。

- **最後に広告リストです。**

今まで使ってきた全例、今まで説明してきたことすべて、関係の構築から役に立つコンテンツ、パーソナルリスト、評判にいたるまで、すべて窓から投げ捨てて、取りに行つて、何度も窓から投げ捨ててください。

これは、みんなからの広告や、自分の商品、他人の商品、アフィリエイト販売など、すべて受け入れる単なるリストなのです。

これはとても非個人的なもので、コンテンツは送りません。

たいていは、購読者が発行者を知ることはありません。

- 非購読率* 1つ星:たいていのこうした広告リストは、私が非常識な方法を偶然使うようになるか、物事を約束しても、非購読率が高いので実際送ってこないのです。

仮に広告を見たいという人がいるとしても、彼らが知っていて信用している特定の人からのものだけで、リストオーナーの市場を徐々に取り除くか、足跡をたどっていきましょう。

このリストタイプはどちらもできません。

正当な方法が使われる時でさえ、無料の物を例に与えてしまうので、こうしたリストは無料好きな人でいっぱいになっていることが珍しくなく、想像できるように、だれももうからないのです。

- 購読率* 1つ星:おそらく簡単にわかるように受け取るものが全部広告だということ購読者獲得のためにはいい方法ではありません。

一般的にこうしたリストは質よりも数が必要で、そうすることでもっと広告を買うことができるのです。

要するに倫理的に購読者を得ることは難しく、送られる広告の数とタイプの焦点をまったく絞っていないので、質が悪くなっています。

- 広告収入** 2つ星:これはあなたを悩ませているほかの大きな欠点を補うものではなく、一般的に広告収入はリストの大きさによって O000 となります。

10万人に対する広告を100ドルで出すことはオンラインマーケター参加者レベルや見たこともない人にとってはいい条件のようにみえます。もちろん、もっといい方法を知っています。

反応率がものをいいます。

顧客が広告に何の反応も示さない場合、彼らが賢ければ、二度と戻ってきません。

長期予想は悪くなるでしょう。

そしてそれがビジネスを構築しているすべてなのです。

- ジョイントベンチャーサークル* 再び1つ星:残念ながら個人的なリストではないので、購読者の質は悪くなっています。

あなたから購入した人は喜んでお金を払ったり、アフィリエイトをしたり、対象市場の人の中にはいりさえしません。

こうした理由から、ジョイントベンチャーにとっては新鮮なものではないのです。
物々交換をしてみてください。

ジョイントベンチャー候補が無経験でないかぎりはそれ程期待しないで下さい。

どのような場合でも、無経験であれば、ジョイントベンチャーはあなたに向いていないようです。

- 時間経過による反応率*1つ星:リストから年中毎日さまざまな広告を受け取っていたら、開いて読もうとしますか？

マーケターをよく知っていない限り、もしくは彼らの仕事に興味がない限り、疑わしいものです。

それは終わることのない大きな下り坂を転げていくようなものです。

広告を送れば送るほど、人々は購読しなくなり、気にしなくなり、フィルターにかけられ、ブラックリストに載せられ、マーケターからは重要視されなくなります。

反応率は急激に落ちます。

- 全体的な使いやすさ *1つ星:残念ながら全体的な使いやすさでさえここでは最低です。

あなたのことを知らないので、あなたの発言や質問をだれも気にしないのです。

毎日毎週いろんな人から広告の山を受け取らなくなったら、あなたのことに気づくかもしれません。

しかし、それはここでは問題ではないのです。

たいていの人を読まず、あなたの質問や調査に答えようとしないことなのです。

結局、何も得しないのになぜ答える必要があるのでしょうか？

- メンテナンス時間*****5つ星:ついに5つ星です。

顧客から広告を受け取り、口座にお金が振り込まれたら、広告をペーストして送って、それで終わりです。

一番スピーディーにリスト管理できる方法です。

しかし、これは決して他の欠点を補うものではないことを覚えておいてください。

本当のオンラインビジネスを探しているなら悩まされないで下さい。

倫理的、論理的に行う方法ではないだけなのです。

- 重要事項:これは基本的なもので実際の結果は上記よりも高かったり低かったりします。

実際の形や数、最低報酬保障、反応率、収入、ジョイントベンチャー候補の数などを提供するよりも、あなたのビジネスの方向性を正しい方向に向けるために情報を提供するほうがいいからです。

- これで、批評は終わりです。最後にやらなければならないことは、後々リストを管理するときにかかる問題や、反応率の問題を避けるために最初からしておくべき秘訣をいくつか説明することです。

- 関連目的を追跡するためのリストを分割することを覚えておいてください。

ソフトウェアの一部を売って、購読者やアフィリエイト、売り上げなどを、サイトを通して獲得しようと思うなら、全部ごちゃ混ぜにしてオンラインビジネスに売りたくないはずです。

なぜなら、追跡しなくなり、人々が最初の場所で購読している理由を見失い、最終的には購読者を失うからです。

- もうひとつの理由は、追跡とテストのためです。

調査とテストのために市場調査の道具の一種としてリストを实际使うことはどれほど重要かすでに話しました。

あなたのリストがソフトウェアを基本としている時に、オンラインビジネスについて聞かれたくないはずです。

あなたの言っていることはだれもわかりません。

間違っただータを持っているので、非購読者が増えるでしょう。

- 別のメリットは、ホームにより近くてダイレクトなものです。

あなたの販売している商品のタイプに特にあう人をターゲットとすることができます。

ターゲットを絞り込むことがどれほど重要かみんな知っています。

それはまるで、釣り道具に興味のある人にゴルフクラブを売ることがどれほど時間を無駄にしているか知っていることと同じことです。

もっと深いレベルでは、かなり融通を利かすこともできます。

説明するためだけではありません。

- 次はパーソナルタッチです。変に聞こえるでしょうが、クリスマスカードやニューイヤーカードをリストの人達に送ってください。

これは重要なことです。

なぜならリストがもっと個人的になり高反応率を維持できるようになるからです。

- 私のために作業してくれているプログラマーの一人からクリスマスカードをもらったときの事を思い出します。

それは特別なものではなかったのです。

彼の顧客全員にメールで送られたカードで、一番上に総称的に会員各位と書かれていました。

それはすばらしいものでしたが、彼にとって良かったことは記憶に残るものだったということです。

これで得しようと思っていないなら、待ち受けている利益を見落としているようなものです。

- これで4つの重要なリスト管理の可能性を見てきました。

予想と結果、メリットとデメリットについてそれぞれ例を挙げたことでわかってもらえたと思います。

ここでは粗く分類しているので、修正して他のものと混ぜ合わせることができることを覚えておいてください。

私が説明しなかったことは、リスト管理法を選ぶ時に何がなぜ効果的なのかということですが。

これがあなたにとって非常に簡単にできることを期待します。

選ぶとしたらどれが一番よかったですでしょうか？

あなたとビジネスにとって一番いいものは今だけでなく将来的にもいいものです。

いったんリストの方向性を決めて実行し始めたら、変更するのは簡単ではありません。

目の前にあるものをベースとして正しい決断をしてください。

そうすれば、リストを作り始めたその日からだけでなく、1,2,5年後、さらには10年後でも、その選択であなたに利益をもたらすとわかり、ぐっすりと眠れます。

- 選択するのはあなたです。間違った答えはありません。

リスト管理の概略 – パート 3

- 希望するビジネスを作るための他の方法と一緒にリスト作成の一番の方法を紹介します。
- 大金をもたらすであろう5つの主要な方法を紹介するとともに、リスト作成が、何も入力することなく自動でリストを作成するシステムを作る方法とどのように結びついているかを説明します。
- あなたの口から出てきた言葉で獲得できるもののほうが、お金を払ってリスト作成してもらうサービスよりもはるかに優れていることを説明します。
- オンラインマーケターならだれでも遭遇する最初のきびしいハードルを越えて、運営し始める方法を説明します。
- 500人ほどのリストのほうがその十倍以上の規模のどんなリストを購入するよりも、実際はるかに性能がいい事を何度も説明します。
- いつでもリストを作成する方法をいくつか紹介します。
- イニシャルリストを始めるには努力が必要だということを説明します。

いったん始めて、それがあなたに合っていれば、売り上げがそれに伴い、そして、リストは雪だるまのように増えていきます。

リスト構築の方法

これはガイドの中で一番重要なセクションです。

他のものよりも重要なセクションだというのが嫌なぐらいです。

リストの人達や仲間と話していて、オンラインビジネスに関連したことを始めた当初、何が一番大変だったか聞いたところ、リスト構築だということでした。

その理由は、リスト構築がオンラインビジネスでの最重要課題として私たちの頭に叩き込まれていて、それは事実であるからです。

リストは今から将来にわたってあなたのマーケット事業の基礎を作るものなのです。

残念ながら、正しく使う人にとってはいい部分がある一方で、間違って使う人には（注意すべきことで、私も始めた当初したことですが）、かなり高価な物となりかねません。

量よりも質

理由はたくさんリスト構築サービスが出回っているからです。

サーチエンジンを使って、リスト構築の方法を検索してみると、あらゆる種類の商品やサービスが検索結果に表示されます。

たいていのものは、言うのも嫌なのですが、うまくいきません。

古いものでは1週間の期限付きのサービスタイプの10000にもおよぶメールリストがあり、私達の何人かは始めの頃にだまされたタイプのものです。

しかし、購入案内やそういった取るに足らないものはそんなに重要でないと思われるようになります。

なぜだかわかりますか？

たった5000人のリストは、このガイドに従うなら、ゆっくりと着実に、世間にある20000に及ぶリストぐらいの働きをすると気づきます。

なぜならあなたのリストは質がいいからです。

50000人の無料好きの人や、50000人の対象ではない人、もしくは支払いさえしない人や、あなたのリストに参加するために手本構築会社のようなビジネスによって何らかの方法で賄賂を使って買収された人達の巨大なリストは、私達は欲しくありません。

何千もの決して反応しない人達にメールを送ることは、あなたにとって多大な出費となるけれども、こうした手本を購入してくれる人を獲得するためにメールを送ることが、自分がすべきことだと気づくでしょう。

頼まれもしないメールを、たくさん送ることで生計を立てている人がいるということをおこななければなりません。

こういった人はアンチスパム法のない国のサーバーを選んだり、どうにかして制限されないようにして、何百万というメールを送ってお金を稼ぎます。

しかし、私の見るところではこれはオンラインビジネスではありません。

道徳的ではないし、将来のためのしっかりしたビジネスの土台を作らないし、合法的なリストを持っている私達に悪い評判を与えます。

私達の生活を必要以上に厳しくするだけです。こうした類の情報を求めているならここでは見つかりません。

私達は本当のビジネスを探しているからです。

開始すること

まず話したいのは開始することです。

何年も見てきたことのひとつが、行ったり来たりした友人がうまくいかなかったり、最初は思いとどまっていたのに最近やり始めたことです。

話はわかりますよね。

実際に経験したかもしれないし、今現在経験しているかもしれません。

「私はたった 1000 人のリストしか持っていない」症候群です。

そんなに早く起こるものではありません。

ちょっとここで休憩しましょう。

適切に行えば、しっかりとしたい商品とジョイントベンチャーで、ひとつのウェブサイトを通して新しい交渉をして、リストのサイズや質を増やすことを直接の目的としていない商品で、数ヶ月の間に 2000,3000,5000,10000 人の購読者を獲得することができます。

私はこうしたことを見てきたし経験してきました。

もう少しこのことについて話しましょう。

でも数は関係ないということを理解してください。

では、500 人しかリストにいなければどうでしょうか。

この 500 人があなたのことを知っていて、信用していて、商品を知っていて、何よりも以前にあなたから購入していたら、メールを送ってくるランダムな誰かさよりもあなたのメールを見ていたらどうでしょうか。

私なら、ランダムな質の低い購入された方法や 10000 人からなるどんなリストよりも、500 人のリストを選びます。

何をしようと、数が少ないからといってがっかりしないで下さい。

数は何の意味もありません。

どのように影響し合い、どのように反応するかのほうが大事です。

注意としてここであなたに言いたいことがあります。

前にやったことがあったり、やろうと思ったり、まだやっていなければ、聞いてください。

なぜなら、どれほどの人と話をし、リスト作成はどうなったか聞いたら、彼らの答えは、300、400、500人しかいないので、それをやめて再びやり始めたと聞いたら驚くからです。

とにかく私に反応しないのです。

反応させるようにする方法はまったく別のレポートになります。

でも、こんな風にもう一度やり直すためにリストをどうか見捨て始めないで下さい。

候補を投げ捨てたらやり直せません

やり直そうと思って最低ラインを止めていませんか。

もしそうしていたなら、報告や非難されることなしに古い付き合いの購読者を獲得するのは遅すぎるかもしれません。

もしそうしようと思っているなら、しないでください。

500人はそれぞれが金庫のようなものです。

それにあと50人で25000になります。

やめようと思っているリストについてしようとしていることがわからないのであれば、いいでしょう。

何か新しいことを始める前に、メモを取ってあなたの組織と状況を修正してください。

そうでなければ、上のような状況で何週間か、もしくは厳しい場合は何ヶ月か販売時間と予算を無駄にしていると気づくだけかもしれません。

(実際どれだけの候補が捨てられたか驚きます。)

これでリストを作っているのだろうか？

次は、重要な情報源としてリスト構築するということが障害となり始めています。

これでリストを作っているのだろうか？

作業をする度にこんな風に自分に問いかけてください。

実際、あなたのしていることが、5つの重要な情報源のひとつを作るのに役に立っているかどうか本当に問いかけるべきです。

役に立たないのであれば、する必要はありません。

時間だけでなくお金も無駄にするようなものだからです。

常にリストのことを考えてください。

あなたのサイトを販売するためにアフィリエイトを探しているとき、自分のリストのためにアフィリエイトが送ってくる手本を集めようとしていませんか？

ジョイントベンチャーと交渉している時、長期であれ、短期であれ、リストにとって利益があるかどうか考えていますか？

さらに、メールを送るときや、アフィリエイトと接触するとき、メールマガジンの広告を載せるとき、PPC検索エンジンを扱うとき、案内を増やしていますか？

リストを大きくして、質のいい購読者でいっぱいになっていますか？

案内作成はいつでもすぐに利益を得るために奥の手を使います。

決して見失わないで下さい。

私が今本当に説明したいことは、自分の顧客のパーソナルリストを持っている人は本当の宝だということです。

たとえそれが利益のために送られた、ただの広告であるとしても、アクセスさせるためにはどんなことでも提供したいはずです。

朝起きたら新商品ができていて、まとめて直ちに今月の無料販売ツールとして自由につかえるとしたらどれほどすごいことか想像してみてください。

あなたの商品はアフィリエイトでトップのアクセスがあるばかりか、よろこんであなたとお金を分配したい人も獲得できます。

もし人々があなたの商品にお金を使いたくないようなら、率直に言って彼らはあなたのリストに必要ではありません。

リストの人達に商品の代金を分配させる確実な方法は、自分のリストを分割してあなたのリストを加えてくれるジョイントベンチャーを通すか、例えば単純に広告交換をするか、あなたの商品やフォローアップシステムに彼らのリストを送ってくれるジョイントベンチャーを通すか、もっといい方法は推薦の言葉を通して他のリストの人達に接触することです。

ジョイントベンチャーが一番基本で、一番強力なものです。

プロフェッショナリズムの再来

では、新商品ができたときに非常に強力な交渉手段を使い、無料販売で強い印象を与えて、リスト構築をするためにどれほど真剣にならなければいけないのでしょうか？

ある程度やっていたなら、リスト構築は販売よりも重要だとあなたが言っても私は驚きません。

それに場合によってはリスト構築よりも販売のほうが重要な方法でやっていたとしてもです。

経験のあるマーケターから聞いたことがあるかもしれません。

リスト構築はなによりも重要で、マーケティングにとってすべてでもあります。

これがおそらく多くの人ががっかりしてやめてしまう理由でしょう。

リストが早く増えないので成功しないと信じているのです。

これは単なる間違いです。

構築のためのいい情報源を手に入れているので、アフィリエイト、顧客、ジョイントベンチャー、長期契約の顧客、もちろんあなたのリストもそれぞれ敬意を表しましょう。

2つ目の引用はちょっと笑えます。

それは典型的なマーケターのもので、イラストで一杯の無料サイトを立ち上げた人がいて、マーケティングについて知らないことはないと説明しようとして、
(マーケティングについて知らないことはない人などいないと思うのですが、)
とにかくこうしたタイプのサイトの一般的な傾向は、マーケティングでたくさんお金を稼いでいる人がいると説得しようとしていることです。

もちろん本当のことではなく、何をしているのかわかっていないのです。

マーケターにとって一番重要なことは販売だと一般的に言われるところです。

まったく違います。

本題からそれていますね。

一番効果的なリストの出所

上記の状態の問題は、2つ目はまったく奇妙な結論となっていてまったく間違っていることで、最初の状態はある程度は本当なのだけれども、でも全部ではないということです。

一番最適なリストはどこから生まれるのでしょうか？

リードメール？

いいえ、メールマガジン広告？

いいえ。無料購読？

いいえ、ちがいます。

あなたの顧客、あなたから買ってくれた人からです。

以前に販売していたなら、考えてみてください。

その人達は、今はどこにいますか？

あなたのリストにいますか？

それとも逃げて行ってしまいましたか？

だれよりもあなたのリストにいるべき人なのです。

以前にあなたから購入した大事な人であり、あなたが見捨てなかったり、すぐに忘れてしまっていなければ、たいていの人にはまた購入してくれるでしょう。

これが面白いところなのです。

私が話すことすべてが他の4つの主要な方法を作り上げることと関係していると気づくはずです。

これは例外なく一致しているものです。

販売については、あなたの方法、この場合リストを（おそらく他の4つについても同じことですが、）作るだけの目的で購読システムやウェブサイトを開いてお金を獲得してみてもはどうでしょうか？

トップマーケターはよくわかっているものだけでも、こうした商品を購入したことがなく、係わり合いになったことがない場合、あなたの見落としがちなものがあります。

これを機会に少し考えてみてください。

あなたの情報源を構築するためだけに商品を提供できたら、どうなるでしょうか？

これに関しては、無料のものを与え、友達に話し、今日よく見かけるような電子書籍を提供することを思いつきます。

でも、退屈です。

最後に試されたリスト作成者

すぐに現金報酬が獲得できないからとってみんなが見逃していることを少ししてみませんか？

あなたの情報源を作るためだけに商品を販売するか、会員制のウェブサイトを、無料でないものを作ってみませんか？

利益ベースのウェブサイトでは利益を得ることはないか、非常に少なくなります。

奇妙に聞こえるでしょう？

おかしい顔になっているのがわかりますし、実際このことを話しているとおかしくなってきます。

でも、もう少し見てみましょう。

思い出してください。

5つの主要な手段を全部一緒にしてお金を稼ぐことについて話しましたね？

アフィリエイトシステムをホームベースとして例を挙げましょう。

上位のウェブサイトで、高い手数料のアフィリエイトプログラム（異常なほど高いもの、すなわち80%以上のことです）を持ち、ジョイントベンチャーでは100%の手数料を提供しているとします。

何が目的でしょう？

ある人がウェブサイトを持っていて、最初からサーチエンジンやメールマガジンのようなものを通して人々に物を売ってお金を得ようとする一方で、あなたはいいものをつくる方法を載せます。

この例では人々はあなたのすばらしいアフィリエイトプログラムに引き付けられます。

（他の方法でもかまいません。低価格の良くできた商品や、すばらしいオファーのようなものでも構いませんが、これが数からいって一番説明しやすいのです。）

アフィリエイトプログラムで人々を引き付けたら、それが販売するアフィリエイトの数となります。

直接あなたに支払われないけれども、すでにあなたのために働く人を獲得しています。

この人達の販売で、顧客や長期契約の顧客を作るだけでなく、同時にリストも作り、さらに彼ら自身が情報源となってアフィリエイトに加わり、あなたと一緒に将来の商品を販売していきます。

すぐにでも窓から投げ捨てたくなるような、うわべはまったく儲からないようにみえるアイデアから、陽気な情報源作成者にどのようにしてなるかわかったでしょう。

いいでしょう？

儲からないものを販売することがマーケティングでは強力な手段になるとだれが思うのでしょうか？

このようなサイトを提案するのはかなり簡単だとはいえ、次にうつる前に触れておきたいことがあります。

それはあなたのサイト自体のことで、特に縁故の集め方です（もしくは不思議なことに集めない方がいいこともあります）。

かわいらしい邪魔なステッカーがポンと出たり、ウェブサイトを開いたときにチリンと音をさせたりしてませんか。

あなたを知りませんが、こういうのを見たらたいてい私は閉じます。

古めかしいポップアップはどうでしょう？

アップデートした後ブロックをかけ忘れたときに攻撃しませんか？

こうした人はこれ以上うまく働かないでしょう。

自分の仕事をしないなら、そこにいる意味はまったくありません。

販売プロセスの妨害に注意

あなたに言うことはひとつ。

どうしようもないなら、販売プロセスを絶対に妨害しないでください。

これは特に事実なのですが、もうけるために商品を販売している時にポップアップウィンドウで顧客を逃がしたくはないはずです。

こうする以外に他にもたくさん方法があります。

売り上げを減らさずに購読を最大限にする

世間にはたくさんアイデアがあります。

例えば、始めのほうで話した簡単なシステムでは、ページの上と下を分けて、下のほうでリストを購読できる機会を提供したり、古い方法でサインアップしてもらうために何かを提供したり、ポップアップを使うこともできますが、私は好きではありません。

セールスレターを傷つけるようなポップアップよりもいいものがあります。

特に全部をきっちりと読む時間のない場合、フォローアップとして分割形式でセールスレターを受け取る機会を訪問者に提供することもできます。

いずれの方法も販売プロセスを妨害されないので、古い方法に勝ちます。

購読者を失いそうに感じたら、上に述べたように情報源の作成のためだけに商品を作ることができます。

販売のほうが重要だと思ったときが一度だけあります。

その時は訪問者や可能性のある購読者の前に非常に卑劣な購読箱をどさっと置きました。

これは高額なアイテムを売ろうとするときです。

250ドル以上のことで、正直、この値段で何かを売ろうとすると、商品を見た人は自分の信頼できるリストにあなたを加えるので、あなたのリストや情報源の一部に彼らを加えることができます。

それがアフィリエイトであれ、顧客や、長期契約の顧客、メールリスト、ジョイントベンチャー候補でさえもです。

もうけなしの情報源構築

次にうつりましょう。

儲けなしの情報源構築のアイデアを見ていきましょう。

これも別の見方があり、最初の2つは情報源構築のために儲けを犠牲にするものです。

さて、理想としてはすべての情報源を同時に構築したいはずですが。

しかし、例えばジョイントベンチャーのような特定の状況では不可能であり、もしあなたが情報源よりも売り上げをとるなら、やらないでください。

高価なアイテムを売らない限り、販売は情報源を超えます。

思い出してください。

最初に話しましたが、それぞれがわかるまで何度でもいいます。

一番強力な情報源はどこにありましたか？

ジョイントベンチャーや他の人のリスト、過去にお金を使ってくれてさらに使ってくれそうな人、最高のアフィリエイト、最高のバイヤー、最高の顧客、全部他の人のリストにすでにあります。

あなたのために働いてくれる人がいるのに、新しいものを捜し求める必要はありません。

いいリストを持っている人とジョイントベンチャーをしますか？

いいことですね。

販売よりも手がかりとして集めたほうがいいでしょう。

なぜなら、この特に貴重な宝物を手に入れるチャンスはもうないかもしれません。

情報源のために儲けを犠牲にする2つ目のオプションはメールマガジン広告を通すものです。

そうです。間違いなくいまだにうまくいくのです。

世間にはいい読み物がたくさんあります。

広告の供給源のためだけにあるわけではないのです。

広告を送ることを考える前に、いくつか購読してどんなものか見てください。

対象市場がそこに含まれているとわかったら、そこから出て、リスト構築の目的だけで有料広告を通して（一般的にうまくいくのはひとつです）メールマガジンをヒットし始めてください。

実際に商品を売っている人ですばらしい手本を見たことがあります。

エントリーページのようなものを置くのではなく、テスターを置いて、情報を入力すればセールスレターを読むことができるというものです。

この方法は販売プロセスをすぐには妨害しないけれども、低価格のアイテムを売らなければ、儲けに響きます。

情報源構築の目的でいえば、最低限の情報を入力するように説得できるコピーライターでないなら、別のリスクの少ない方法で足跡を残して実行してください。

ここで注意ですが、ある日私はエントリーページだけでもリード形式ではないウェブサイトを見つけました。

最悪なことはウェブサイトオーナーのアフィリエイトでこのページを販売していることです！

無駄に機会と可能性を与えすぎて見落とししていました。

やらないでください。

最後にもう少し

最後にいくつかやらないことと、もっといい使い方ができる疑わしいものを見ていきます。

まず、購読者に無料情報を与えることはうまくいくのか？

簡単に説明しましょう。

質は量に勝るということを思い出してください。

巧妙な広告リストのようなものから 100000 におよぶ偽のものを持つよりも、個人的なリストから 10000 におよぶジョイントベンチャーをもつほうがいいのです。

与えすぎないで下さい！

1990 年代初めに書かれた 100 冊におよぶ電子書籍を無料で与えている人を私は毎日見ます。

無料ギフトを手に入れるために実際に購読する人がいるなら、それはたった一つの理由からだといえます。

100 万の無料好きの人のリストを私は欲しくありません。

あなたも欲しくないと思います。

もし提供しているとしたら、間違いなく本物のものを提供してください。

でも、何百ドルの価値もないこともわかっていてください。

とりあえずこれですべてです。

ここでは特別の分野、リード生成について扱ってきました。

でも、お分かりのように、主な 5 つの情報源はお互い結びついているので、実践は簡単にはいきません。

何よりもこのことを間違いなく覚えておいてください。

まとめ

- リスト構築は問題のひとつで、さまざまな商品やサービスなどを通して何度も叩き込まれたものです。

それはあなたのビジネスの運命を決める5つの重要な見方のひとつです。

- たいていのリスト作成サービスは、そうしたサービスにすでにお金を払ってなければいいのですが、役に立たないもので予想以上にお金がかかり、トラブルにさえなることもあるといわざるを得ません。

古いものでは1週間の期限付きのサービスタイプの10000にもおよぶメールリストがあり、私や他の人達も始めの頃にだまされ、完全にやめてしまったものです。

- 理由は、質は量に勝るからです。

私のパーソナルリストは通常はたった50000人ほどで、以前購入したことのある何百何千人という購読者向けの広告よりも性能が優れています。

- 50000人の無料好きの人のリストや、購読のために少ししかお金を使わない何百何千という人たちのリストは欲しくないのです。

私達の求めているものとはまったく違います。

私たちはあなたのオファーに何度も答えてくれるような、ターゲットの絞られた、反応率の高いリストを目標としています。

- ここでいっておくべきことがあります。

世間にはスパムメールや頼まれもしないメールを送って質よりも量で生計を立てている人がいます。

アンチスパム法のない他の国のサーバーを選んで、どうにかして規制されないようにして、何百万というメールを送ることで、確実にお金を稼いでいます。

- しかし、私が見る限りでは、これはオンラインマーケットではありません。

倫理的ではないし、将来のためのしっかりしたビジネスの土台を作っていないうえ、筋道の通ったリストに悪い評判を与え、必要以上に生活を厳しくするものです。

こうした類の情報を求めているならここでは見つかりません。

私達は本当のビジネスを探しているからです。

- では、秘訣1、一番難しい部分は開始することです。

何年も行ったり来たりしていた人をみていてリスト関連で一番多かったことは、開始することをまず思いとどまって、そのうちやめてしまい、簡単なオプションを探し始めることです。

うまくいく簡単なオプションなどないのです。

- しかし、しっかりとした商品をベースに、教えられた知識を使ってリスト構築を正しく行えば、間違いなく数ヶ月という短い期間に2000、3000、5000、さらには10000人の購読者を獲得することができるので、いらだたないで下さい。

どうやっても簡単ではないけれども、難しくもないことは確かです。

- 次に進む前に、数は関係ないということをもう一度確認させてください。

もし500人もしくは1000人しか購読者がいなかったらどうしますか？

あなたのことを信頼していて、あなたや商品のことを知っていて、以前にあなたから購入しているか、あなたが提供しているものに興味があって購読しているとしたら、10倍のサイズの質の低い購入したリストよりも、私はこのリストのほうを選びます。

- 注意としてここであなたに言いたいことがあります。

前にやったことがあったり、やろうと思ったり、まだやっていなければ、聞いてください。

なぜなら、どれほどの人と話をし、リスト作成はどうなったか聞いたら、彼らの答えは、300、400、500人しかいないので、それをやめて再びやり始めたと言ったら驚くからです。

とにかく私に反応しないのです。

反応させるようにする方法はまったく別のレポートになります。

でも、こんな風にもう一度やり直すためにリストをどうか見捨て始めないで下さい。

やり直しすることをやめてください。

- 次は、重要な情報源としてリストを作ることが障害となり始めています。

これでリストを作っているのだろうか？

サイトを立ち上げるたびに、誰かと話すたびに、ジョイントベンチャーを獲得するたびに、商品を販売するたびに、つまり、マーケティングの方法を使うたびに自問してください。

- 常にリストの条件を考えてください。

もちろん、さまざまなタイプのリストがあります。

一般的なものでは販売のためのもの、アフィリエイトで一杯のもの、少し特別なものを手に入れるための長期契約の顧客のリストがありますが、どれかのタイプのリストを常に構築すべきです。

- 人々があなたのサイトに訪問して、あなたと話して、あなたのものを読んで、商品を買っているのに、その人達があなたのリストに参加する機会がないとしたら、あなたはお金を排水溝に投げ捨てているのと同じようなものです。

なぜなら、将来の販売やビジネス成長に欠かせない質のいい購読者を失っているのですから。

- 朝起きたら新商品ができていて、まとめて直ちに今月の無料販売ツールとして自由につかえるとしたらどれほどすごいことでしょう。

あなたの商品はアフィリエイトでトップのアクセスがあるばかりか、よろこんであなたとお金を分配したい人も獲得できます。

これが私達の目的なのです。

- あなたの商品にお金を使いたがらない人は、正直言って、あなたのリストに必要な人です。

リストの人達に商品の代金を分配させる確実な方法は、自分のリストを分割してあなたのリストを加えてくれるジョイントベンチャーを通すか、例えば単純に広告交換をするか、あなたの商品やフォローアップシステムに彼らのリストを送ってくれるジョイントベンチャーを通して他のリストの人達に接触することです。

ジョイントベンチャーが一番基本で、一番強力なものです。

- 何度も訪ねられた質問があります。

「リスト構築は販売よりも重要なのか？」違うという人もいますが、まったくポイントを間違っています。

販売することがリスト構築なのです。

あなたのものを購入する人が一番重要なリストなのです。

以前に私から購入してくれた人のリストは、新しく顧客になって私のものを購入してくれたリストよりも10倍ほど多く購入してくれるようです。

これが一番重要なリストの出所です。

- 情報源構築の目的だけに商品を提供することができたら、どうなるでしょうか？

これに関しては、無料のものを与え、友達に話し、今日よく見かけるような電子書籍を提供することを思いつきます。

でも、退屈です。

- すぐに現金報酬が獲得できないからといってみんなが見逃していることを少ししてみませんか？

あなたの情報源を作るためだけに商品を販売するか、会員制のウェブサイトを、無料でないものを作ってみませんか？

利益ベースのウェブサイトでは利益を得ることはないか、非常に少なくなります。

奇妙に聞こえるでしょう？

おかしい顔になっているのがわかりますし、実際このことを話しているとおかしくなってきます。

でも、もう少し見てみましょう。

- 思い出してください。

5つの主要な手段を全部一緒にしてお金を稼ぐことについて話しましたね？

アフィリエイトシステムをホームベースとして例を挙げましょう。

上位のウェブサイトで、高い手数料のアフィリエイトプログラム（異常なほど高いもの、すなわち80%以上のことです）を持ち、ジョイントベンチャーでは100%の手数料を提供しているとします。

何が目的でしょう？

ある人がウェブサイトを持っていて、最初からサーチエンジンやメールマガジンのようなものを通して人々に物を売ってお金を得ようとする一方で、あなたはいいものをつくる方法を載せます。

- みんなが同時に正面玄関に押し寄せている一方で、あなたは裏から廻って、質問されることなく中に入ります。

スムーズでかなり仕事の少ないものです。

- この例では人々はあなたのすばらしいアフィリエイトプログラムに引き付けられます。

(他の方法でもかまいません。低価格の良くできた商品や、すばらしいオファーのようなものでも構いませんが、これが数からいって一番説明しやすいのです。)

アフィリエイトプログラムで人々を引き付けたら、それが販売するアフィリエイトの数となります。

直接あなたに支払われないけれども、すでにあなたのために働く人を獲得しています。

この人達の販売で、顧客や長期契約の顧客を作るだけでなく、同時にリストも作り、さらに彼ら自身が情報源となってアフィリエイトに加わり、あなたと一緒に将来の商品を販売することになります。

- すぐにでも窓から投げ捨てたくなるような、うわべはまったく儲からないようにみえるアイデアから、陽気な情報源作成者にどのようにしてなるかわかったでしょう。

いいでしょう？

儲からないものを販売することがマーケティングでは強力な手段になるとだれが思うのでしょうか？

- 次にうつる前に縁故集めとその方法について話しておきたいと思います。

毎回かわいらしいポップアップが出てくることをどう思いますか？

未だにうまくいきますが、ポップアップ貼る場所に注意してください。

- 特に高価なアイテムを売ろうとしている時に販売プロセスを妨害するようなものは避ける必要があります。

世間にはこの方法に関してたくさんのアイデアがあります。

殺到するシステムでは、購読することで商品に関するセールスレターや情報を受け取るためのチャンスやトップナビゲーションバーを提供するだけでいいのです。

- セールスレターでリスト構築を完成させるのはどうでしょうか？

始めた場所で読者を得ることができれば、直接自分のメールボックスに極秘情報を送ってもらうためにたとえ詳細を入力しなくても、読者は継続するでしょう。

私のビジネスでの銀行明細と販売数を使って証明したいと思います。

案内作成のためだけにデザインされたエントリーページでは価格の低いアイテムしか手に入りません。

アイデアはたくさんあるので、できればポップアップは別の機会に使うとして、新しいアイデアを探したほうがいいでしょう。

- いずれの方法も販売プロセスを妨害されないので、古い方法に勝ちます。

購読者を失いそうに感じたら、上に述べたように情報源の作成のためだけに商品を作ることができます。

販売のほうが重要だと思ったときが一度だけありました。

その時は訪問者や可能性のある購読者の前に非常に卑劣な購読箱をどさっと置きました。

これは高額なアイテムを売ろうとするときです。

250ドル以上のことで、正直、この値段で何かを売ろうとすると、商品を見た人は自分の信頼できるリストにあなたを加えるので、あなたのリストや情報源の一部に彼らを加えることができます。

それがアフィリエイトであれ、顧客や、長期契約の顧客、メールリスト、ジョイントベンチャー候補でさえもです。

- 次にうつりましょう。

儲けなしの情報源構築のアイデアを見ていきましょう。

これも別の見方があり、最初の2つは情報源構築のために儲けを犠牲にするものです。

さて、理想としてはすべての情報源を同時に構築したいはずですが。

しかし、例えばジョイントベンチャーのような特定の状況では不可能であり、もしあなたが情報源よりも売り上げをとるなら、やらないでください。

高価なアイテムを売らない限り、もしくは、情報源の土台をすでに作り上げていない限り、販売は情報源を超えます。

- ジョイントベンチャー：これがたくさんの強力な情報源の出所です。

的確性がある、ターゲットの絞られた顧客は以前に購入しているか販売しています。

最高のバイヤーで最高のアフィリエイトである人達は、他のマーケターの個人リストにすでにいるのです。

いいリストを持っている人とジョイントベンチャーをしますか？

いいことですね。

販売よりも手がかりとして集めたほうがいいでしょう。

なぜなら、この特に貴重な宝物を手に入れるチャンスはもうないかもしれません。

- 選択を与えられていないからといって失敗したと思わないで下さい。

どれかを使っていれば失敗はしていないのです。

それぞれの役割を満たすことでお互いに効果があるのです。

～終～

最後までご覧いただき、ありがとうございました。