



Winning The Affiliate War

**How To Stay On Top Of
The Affiliate Marketing
Competition!**

アフィリエイト戦争勝利法

アフィリエイト競争を勝ち抜くには

法律上の注意

出版者は、本レポート作成に当たり、正確な情報を提供するように努めておりますが、日々急激に進化するインターネットの性質上、いかなる場合でもその正確性を保証できるものではありません。

本出版物の内容に正確を期す努力はしておりますが、記載内容の誤りや読者の誤解釈によって生じたいかなる損害においても、責任を負わないものとします。

特定の個人、国民、あるいは組織に対する誹謗中傷を意図しているわけでもございません。

人生において、保証できるものなどありません。

実用的なアドバイスブックを読まれても、100%儲かるという保証はありません。

読者の方は、ご自分の置かれた状況をご自分で判断した上で、本書の内容に従うべきか否かをご判断ください。

本書の目的は、法律、ビジネス、会計、あるいは金融上のアドバイスを行うことではありません。

そういったサービスがお望みなら、その方面のプロの方をお雇いください。

また、本書は、ご自由にプリントしてお読みください。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

目次

アフィリエイトマーケティング…競争は熾烈極まる	9
ボーナスインセンティブ	9
リベートをケチることなかれ！	12
アフィリエイト戦争勝利法	15

アフィリエイト戦争勝利法

アフィリエイト競争を勝ち抜くには

熾烈極まる アフィリエイトマーケティング競争



テレビでアメフトの試合で、スクリーンラインで繰り広げられる戦いを見れば、雌雄を決する方法がかんたんにわかります。

攻撃側は、クォーターバックを守り、ディフェンスの隙をついて攻め込もうとします。

守備は、攻め込まれないようにクォーターバックを取り囲むか、その進路をふさぎます。

勝利の榮譽も敗北の責任も、クォーターバックとコーチに向けられがちですが、試合の勝敗は、実は、攻撃と守備の総合力で決まります。

アフィリエイトマーケティングも、アメフトの試合によく似ています。

打撲や筋肉痛がないだけの違いです。

アフィリエイト marketer は、アフィリエイト戦争で勝利すべく、攻撃と守備の配置を決めなければなりません。

同種の消費者に同種の製品を販売する同業者がいるとしても、その中で勝ち抜いて利益を上げていかなければなりません。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

インターネット上のニッチ市場に、は競争相手がたいへん多いものです。

逆に、競合相手がいないということは、売れる顧客層があまりない、つまり、たいてい売れないということです。

インターネットマーケティングおよびニッチとは、実にそういうものです。

ところで、あなたは、膨大な購入者リストをお持ちでしょうね。

素晴らしい！

それだけでもう、アフィリエイトマーケティング競争で勝利を収めたも同然です。

問題は、リストに書かれた顧客を、虎視眈々と狙っている marketer がいるということです。

あなたのリストと彼らのリストは、重複する部分もあるでしょう。

つまり、リストだけを持っていても、必ずしもアフィリエイト製品が売れるというわけではありません。

攻撃をうまく組み立てて、顧客がライバルからではなく、あなたから製品を買ってくれるようにしなければなりません。

それならば、どうやったら自分から製品を買ってくれるんだろう。

そうお考えでよすね？

その応えは、このひとことです。

「ユニーク！」

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

人とは違ったことをする必要があるので。

ライバルとは全く違ったものを提供する必要があります。

ライバルより魅力のある製品やサービスを提供すれば、あなたから買ってくれます。

販売促進メールを送って同様の製品サービスを宣伝しているアフィリエイト marketer は、山ほどいるのです。

あなたのリスト会員に送っている人もいるかもしれませんよ。

その上で、あなたから買ってもらうためには、人と違ったことをするしかないでしょう。

独自の方法は、いくつかあります。

ひとつは、製品サービスを販売している分野で、専門家としての地位を確立する方法です。

知名度だけでなく、信頼度も得られます。

知名度や信頼性は、たやすく得られるものではありません。

手間ひまかけて、懸命に努力して創り上げていくものです。

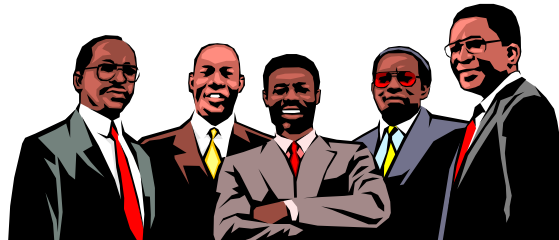
知名度や信頼性は、アーティクルや **E-BOOK** を書いて世に出したり、ブログやフォーラムに投稿したり、テレビセミナーやオンラインセミナーに専門家として出演するうちに得られるものです。

人々があなたのことを知り、あなたを信頼するようになれば、あなたから製

品を買ってくれるでしょう。

そうならばしめたものです。

ライバルの製品やインセンティブのほうがすぐれていても、あなたから買う気になるでしょう。



人は、知らない人より、知っている人から物を買いたがります。

インターネットは、非人間的で怖い場所だと思っている顧客が多いのです。

製品やサービスの購入先をよく知っていると思いたいのです。

信頼できる相手だと感じたいのです。

知名度と信頼性を勝ち取るためにつぎ込んだ時間と労力は、じゅうぶんに報われます。

インターネットマーケティング業界では、世間の評判がすべてです。

信頼性を勝ち取れば、差が付きます。

そのほかにも、重要な点があります。

製品やサービスを、ライバルからではなくあなたから買ってもらうためにどうするかということです。

方法は、こうです。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

販売製品の価値を高めるような、付加価値をつけましょう。

どのニッチでどんな製品を販売するにせよ、製品価値を高めるような無料ギフトをつければ、売れるでしょう。

例：インターネットマーケティングに関する E-BOOK を販売されているなら、インターネットマーケティングを幅広い側面からとらえた E-BOOK を無料サービスするのはです。

E-BOOK は、PLR サイトや、E-BOOK バンク、あるいはリポジトリから、無料でダウンロードできます。

人々がまだまだ欲しがるといえる無料ギフトに、無料ユーティリティがあります。

無料ユーティリティは、インターネット上にたくさん出回っています。

販売されている製品サービスにちょうどいいものも見つかりますよ。

類似品を扱っているマーケターが、せっせと販売促進メールを送っている間に、無料品をつけて製品価値を高めるのです。



付加価値をつけましょう！無料ギフトをつけましょう。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

製品やサービスに付加価値や無料ギフトをつけて販売すると、実によく売れます。

製品やサービスの購入者が、無料テレビセミナーを受けられるようにしてはどうでしょう。

前以上に製品価値が上がり、しかもお客さんが使いやすくなりますよ。

このプランが軌道に乗れば、あなたのイベントに製品を提供してくれる人が増えますよ。

みんな、テレビセミナーが大好きです。

無料にも飛びつきます。

無料のテレビセミナーなら、もう言うことなしです。

アメフトなら、タッチダウンで得点ゲット、大勝利といったところでしょう。

ボーナスインセンティブ

アフィリエイト marketer が、自分のアフィリエイトマーケティングビジネスのピックに関連した製品やサービスのアフィリエイト marketer として、[Clickbank](#) や [Commission Junction](#) に登録したら、最初に何をしますか

まず、自分のウェブサイトに製品ロゴを貼り、リスト会員に販売促進メールを送って製品&サービスの宣伝をするでしょうね。

そんな平均並みのアフィリエイト marketer なら、なんとかして、できるだけ巧妙にセールスレターを作ろうとするでしょうね。

セールスレターには、製品やサービスを手にすればどんなよいことがあるのか箇条書きにして、リスト会員に名指しで送ります。

あとは運を天に任せ、じっと売り上げを待つのみです。

確かにこういうプランもあるにはありますが、いいプランというわけではありません。

並みのアフィリエイト marketer が、たまたま新製品の発売に一枚かむというツキに恵まれても、同じ宣伝を繰り返すだけに終わります。

たいてい、発売予定の製品リストを事前に送り、さらに、発売時に販売促進メールを送信します。

だいたい、あらかじめ準備してあったメールを送るだけの作業です。

こんな方法では、ほとんど売れはしません。

著者 : K. Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

もちろん、たいした労力は使っていませんし、自分では並みのアフィリエイトマーケターでいけば満足なのでしょう。

しかし、並みでは困るのです。

並みの人が多すぎるからです。

並み！

なぜみんな、平均並みで手を打ってしまうのでしょうか。

average（並み）というのは、「ありふれた」「並みの」「普通の」といった意味ではないのですか？

平均並みのアフィリエイトマーケターでは満足できないというあなた。

続きを、ぜひお読みください。

どうすれば、人並み以上のアフィリエイトマーケターになれるのでしょうか。

その答えは、このひとことです。

「ユニーク！」

ユニークというのは、ほかの誰とも違ったという意味です。

人並み以上になりたければ、誰もやらないようなマーケティングテクニックを磨く必要があります。

そうすれば、人並み以上のアフィリエイトマーケターになれるのです。

平均並みのアフィリエイトマーケターにはわからないのです。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

製品を売るためには、ライバルの製品よりももっと価値があるものにしなければ
ならないことがね。

ほとんどのアフィリエイトマーケターは、数ある同業者の中から自分を選んでも
らえるような、インセンティブを示したりしません。

ボーナスインセンティブを提供するアフィリエイトマーケターもありますが、その
インセンティブは相当ありふれていて、あまり価値がないものが多く、販売製品
に関連ないものである場合もあります。

ひと味違うアフィリエイトマーケターなら、そんなばかなことはしません。

ほかのマーケターよりいいものを、ボーナスインセンティブとして提供します。

しかも、販売製品に直接関連のあるものを選びます。

一流のアフィリエイトマーケターは、顧客に、ここで買ったほうが得！と思わせ
るのです。

顧客によいインセンティブを提供するという考え自体は、使い古されたありがち
な考えです。

Aさんは、とうもろこし**2本20円**で売っています。

Bさんは、とうもろこし**2本20円**で買ってくれば、バターを無料でつけると
言っています。

さて、どちらからとうもろこしを買いますか？

アフィリエイトマーケティングも同じです。

ボーナスを提供するとしたら、ほかのアフィリエイト marketer よりもいい品を選ばなくてはなりません。

例：E-mail マーケティングに関する E-BOOK をアフィリエイトするとしましょう。

E-mail マーケティングの第一人者が書いた E-BOOK です。

10,000 円で販売し、1 部売れるごとに、5,000 円のコミッションを支払います。

ライバルは、E-BOOK か、E-BOOK とボーナスインセンティブを提供しているとします。

いったいどこで、差をつければよいのでしょうか？

そうです。

ライバルが提供していないものをつけばいいのです。

発売後数日以内に、購入者向け無料テレビセミナーコーナーを設置し、30 分の無料オーディオテープをダウンロードできるようにしてはどうですか？

E-BOOK の内容が、さらに詳しくわかるようにしておくのです。

これで、ライバルに差が付くこと請け合いです。

確かに、製品自体はまったく同じものです。

しかし、ボーナスが違うのです。

忠告：「無料」パワーをあなたにやることなかれ！

みんな、ただでものをもらうのは大好きなはずです。

著者：K. Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

だれも持っていないものが手に入るなら、なおさらでしょう。

そこが、ボーナスインセンティブを提供するゆえんです。

製品関連の無料テレビセミナーのようなものを提供する場合、ボーナスを受け取る人数を限定する必要があります。

そうすれば自分たちだけの特典であるという感が強まり、必ず成功します。

実にトリッキーです。

顧客をいたずらに混乱させるだけではとお思いですか？

しかし、ボーナスを受け取る側に、ほかの人がもらっていないものを受け取ったと思わせたいでしょう？

「購入者 200 名まではテレビセミナーに生で参加、残りの購入者は、テレビセミナーの録画をダウンロードできます。」

うたい文句はこのようにします。

申し上げたとおりトリッキーですが、うまくいきます。

要は、こうです。

並み以上のアフィリエイト marketer になりたければ、ライバルよりもたくさん、よいボーナスインセンティブをつけるのです。

アフィリエイト marketer はみな、基本的には同じ顧客層に販売しているのです。

とはいえ、顧客の数は限られています。

並み以上のアフィリエイト marketer になりたいければ、アフィリエイト製品につけるインセンティブボーナスを工夫することです。

リベートをケチることなかれ！

リベート！

市場では、今、リベートが大ブレイクです。

どこもかしこもリベートです！

店舗販売では、コンピューター、家庭電化製品、車にいたるまで、「メールイン」リベートやインスタントリベートというシステムで、値引きが行われています。

インターネット上では、リベートは当たり前です。

プログラム、ソフトウェア、製品&サービス。

あらゆるものにリベートが提供されています。

リベートとは、かんたんに言えば、高級な服を値引きすることです。

基本的な考え方は、これと同じです。

顧客は、プログラムを買うにせよ、ソフトウェア、製品、サービスを買うにせよ、表示価格より安い値段で買うわけです。

顧客は、格安で購入できたことになります。

おわかりですか？

しかし、ここで問題です。

売り手には、何の得があったのでしょうか。

その答えはかんたんです。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

まあ、商品が売れても、定価で売るほど儲からないわけです。

プログラム、ソフトウェア、製品およびサービスに**50%**のリベートをつけて販売すれば、定価販売の**2倍**の個数を売らないと、儲けが同じになりませんよね。

アフィリエイトマーケターがそんな商売をすれば、利益を度外視しているとしか思えません。

アフィリエイトマーケターが顧客に提供するリベートは、コミッションから出ているからです。

例：20,000円の製品を販売して、儲けが10,000円とします。

つまり、5,000円のリベートを払えば、コミッションはわずか5,000円になってしまうこととなります。

これでは、たいした利益が上がりません。

これは、得策ではありません。

幸いなことに、高額リベートを出すよりも、もっといい方法があります。

多額のリベートに飛びつくのは、「ケチ」な客だけです。

ケチな客は、どんな場合でも、定価で買ったりしないものです。

単に、タダでものを手に入れたがっている人たちです。

そんな人たちのために、自腹を切るのはばかげています。

そんなケチな客とは、すっぱり手を切りましょう。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

リベートに関する結論：客に定価で買ってもらえるような動機づけをしましょう。

インセンティブボーナスは、リベート提供よりもいい方法です。

上客をつかまえることができます。

ずっと商品を買ってもらえるようになりますよ。

アフィリエイトマーケターの多くは、こう考えます。

インセンティブボーナスを提供して、定価で買ってもらえるようにするなんて面倒なだけだね。

ボーナスインセンティブを探すよりも、リベートを提供するほうがずっとかんたんで手っ取り早いと言うのです。

どうお思いますか？

いいでしょう。

それは私も認めましょう。

リベートや値引きは、確かに手っ取り早い方法です。

ボーナスインセンティブをつけて、顧客に定価で買う価値ありと思わせるよりずっとラクでしょう。

しかし、最善の策というわけではありません。

大幅プライスダウンなど、50%のリベートに飛びつくのは、ケチな客だけです。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

しかも、一度おいしい想いをすれば、次も、また次もと、同じ要求をしてくるでしょう。

peanut gallery（棧敷席）全体で働けるのに、その中のわずかな **peanut** のために働くことになってしまいます。

大幅プライスダウンとか、高額リベートを提供するような生ぬるい仕事をするアフィリエイトマーケターのことなど、忘れてください。

時間のむだです。

こんなぬるいマーケターの相手になるのは、ケチな客ばかり。

あなたのライバルにはなりません。

苦勞して苦勞して、素晴らしいインセンティブボーナスを探し出してこそ、顧客が定価で買いたくなるのです。

だらけたアフィリエイトマーケターたちなど、放っておきましょう。

製品やサービスのリベートや値引きについて考える前に、そもそもあなたがアフィリエイトマーケターになった理由を考えてみてください。

かつかつの生活をするために、アフィリエイトマーケターになったのですか？

定期的に相当な収入を得て、あなたとご家族の暮らしをよくしようとお考えになったのではありませんか？

ようやく暮らしていける程度の収入なんて、求めていますでしたよね？

このようにお考えください：定価以下で製品を販売するごとに、当然受け取るべき正当な報酬が削られているのです。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

あなただけでなく、あなたのご家族にも影響してきます。

不満に思いながら、その状態に甘んじる必要は断じてありません。

質の高い製品やサービスを販売するのですから、高額リベートや大幅値引きは必要ありません。

人々は、その製品やサービスが欲しいから、代金を払うのです。

顧客が製品やサービスを買いたくなるようなインセンティブボーナス探しに奔走すれば、当然もらえる利益をみすみすふいにしなくてすみません。

値引きやリベート提供はやめてください。

かわりに、製品価値を高めましょう。

これだけは覚えておいてください。

製品やサービスを安く売るよりも、製品価値を高めることです。

人々は、必ずしも値引きやリベートに価値を見出しませんよ。

うまいことを言って、製品を買わせようとしているのだと思われまますよ。

始めから、定価どおりの価値なんかないだろうと言われまますよ。

リベートや値引きに飛びつくのは、ケチな客だけです。

上客は、最高のインセンティブがつく場所で買います。

最高のボーナスインセンティブをつければ、得意客をつかむことができます。

そうすれば、製品やサービスをいつも定価で買ってもらえますよ。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

アフィリエイト必勝法

アフィリエイト戦争に勝つのは容易ではありませんが、戦争と違って、必ず勝てます。

ただし、生ぬるい方法を使っている場合は、アフィリエイト戦争は勝ち抜けません。

アフィリエイトマーケティング戦争に勝利するためには、労力を惜しまない、アグレッシブな戦術家になりましょう。

アフィリエイトマーケティングは、気弱な人には向きません。

競争がどんなに激しいかご承知の上で、アフィリエイトマーケティング戦争に参加されたんですよね？

それならば、問題はありません。

今や、あなたは戦いの真ただ中。

もう、逃げ出すことはできません。

あとはただ、勝利あるのみ。

大勝利をその手に収めるのです！

アフィリエイトマーケティング戦争に勝ち抜くには、日々の小さな小競り合いをひとつひとつ消化し、決定的な勝利を収めるしかありません。

スーパーアフィリエイトになりたいのでしょうか？

最終的な目標は、10万以上の収入が定期的に入ってくることですよね。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

それなら、周到な準備が必要です。

準備は必要以上に入念に、全力を尽くして行ってください。

アフィリエイトマーケティングにおいては、何をおいても、評判が大事です。

アフィリエイトマーケターは何千人といますが、その中で成功するのは、知名度を高め、大きな信頼を勝ち取った人だけです。

信頼性や知名度を、並行して確立しましょう。

両者が備われれば怖いものなし。

必ずやライバルに勝利できます。

信頼性と知名度を確立する方法は、いくつかあります。

信頼性や知名度を確立する上で最も重要なことは、次の点です。

販売製品やサービス関連のアーティクルや **E-BOOK** を書いて、市場に出しましょう。

専門家、第一人者としての地位を確立できます。

情報や疑問に関する回答が欲しくなったとき、相談できる人になるのです。

アーティクルや **E-BOOK** を書けば、その内容関連の質問に答えてくれる人だという評判が広まります。

もちろん、アーティクルは自分で書いてもいいですし、ゴーストライターに依頼してもかまいません。

用意したアートをアートのバンクにアップロードして、メールマガジンを出しているウェブサイト所有者が無料でダウンロードして複製できるようにしましょう。

300~400 ワードのキーワードリッチなアートを投稿し、リソースボックスには、名前とウェブサイトアドレスを入れましょう。

そうすれば、あなたの名前とあなたがその手の知識をお持ちだということが、インターネット上で顧客になってくれそうな層に知れ渡ります。

E-BOOK は、**10~12** ページ程度にして、ウェブサイトへのリンクを全ページに貼り、リソースボックスにもリンクを置きます。

E-BOOK を、**E-BOOK** リポジトリにアップロードし、アートの同様、誰もが自由にダウンロードして複製できるようにします。

E-BOOK のダウンロードや複製の際に、**E-BOOK** の内容は改変しないことになっていますし、**E-BOOK** のダウンロード時にリソースボックスに情報を入れる必要があるため、あなたのその分野での専門家としての評判はどんどん高まっています。

ほかにも、インターネット上で知名度と信頼性を構築する方法はあります。

販売製品やサービス関連の話題を扱うブログやフォーラムに投稿するのです。

ここで、ブログやフォーラムの探し方が重要なポイントとなります。

やりかたはかんたんです。

お好きな検索エンジンの検索ボックスに関連キーワードを入力して、+と「ブログ」や「フォーラム」という語を続けます。

たくさんヒットするはずですよ。

著者 : K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

アクティブメンバーの多いブログやフォーラムを 3、4 個選んで入会しましょう。

ここで、注意が必要です。

効率よくブログやフォーラムに投稿するには、週に数時間が目安です。

ですから、投稿先が多すぎてもいけません。

ブログやフォーラムに入会しても、あくどい広告をばんばんばらまいてはいけません。

ここで考えるべきことは、信頼性と知名度の確立です。

新しく引っ越して来た人のような態度で自己紹介をしましょう。

投稿の下につける署名タグには、名前だけでなく、ウェブサイトのリンクも書きましょう。

コミュニティの投稿者と仲良くなり、メンバーとしての評価が上がるまでには時間がかかります。

それでも、いつかは信頼性と知名度を勝ち取ることができ、あなたの名前が取り沙汰されることになるでしょう。

信頼性と知名度構築には時間がかかります。

また一方では、製品やサービスの宣伝にも力を入れ、購入者との関係を良好に保つ必要があります。

よい情報を、よいサービスを、そして要望があれば、保証もつけましょう。

著者：K.Imahayashi

<http://keima-infobiz.com/>

<http://blog.keima-infobiz.com/>

顧客から、安っぽいとか、手抜きしているなどと思われないように、全力を注ぎましょう。

顧客を最高に価値ある存在として扱きましょう。

製品やサービスを値引きしたり、リベートを提供したりしないことです。

大安売りする人だなんていう評判はいらないでしょう。

そんなものに飛びつく顧客層も、こちらから願い下げですよ。

値引きやリベートを提供する代わりに、販売製品やサービスにボーナスインセンティブをつけて、付加価値を高める努力をしましょう。

アフィリエイト戦争の勝利者は、素晴らしい専門家であり、公正で誠実な商売人であるとの評判を得た人だけです。

時間をかけて苦勞して信頼を勝ち取った人だけなのです。

人は、インターネット上でも、旧知の信頼できる人から製品を購入したいと考えます。

誰しも、専門家としての呼び声高く、購入者のことを考えてくれるインターネットアフィリエイト marketer から、製品を買いたいと思うでしょう。

ポジティブで勤勉で、しかも公正な商売をするという噂が広まれば、日々の小競り合いに勝ち、最終的には、完全勝利をおさめることができるでしょう。