

バンドマーケティングZ.0

【著作権について】

当電子書籍は著作権法で保護されている著作物です。

使用に関しましては以下の点にご注意ください。

- ・本電子書籍の著作権は作者である雷僧にあります。
著作権者の書面による事前許可なく、本レポートの一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。
- ・本電子書籍の一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど）により複製、流用および転載することを禁じます。

【使用許諾契約書】

本契約は、本教材をダウンロードした法人・個人（以下、甲とする）と作者（以下、乙とする）との間で合意した契約です。本教材を甲が受け取ることにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第 1 条 本契約の目的 乙が著作権を有する本教材に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第 2 条 禁止事項（第三者への公開の禁止） 本教材に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本教材から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により、いかなる第三者にも公開することを禁じます。

第 3 条 契約の解除 甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約を解除することができるものとします。

第 4 条 損害賠償 甲が本契約の第 2 条に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、 違約件数と販売価格を乗じた金額を支払うものとします。

バンドマーケティングZ.0

第4章

あなたの「商品」を売るための セールス戦略（DRM）

- 1 – [第4章を読む前に](#)
- 2 – [メルマガジンこそ最強のセールス媒体である](#)
- 3 – [メルマガの具体的な目的と機能](#)
- 4 – [メルマガを始めるタイミングはいつがいいの？](#)
- 5 – [メルマガを始めてみよう](#)
- 6 – [メルマガでどんなことを書いたらいいの？](#)
- 7 – [メルマガで配信するべき内容10項目](#)
- 8 – [具体的なライティング方法](#)
- 9 – [メルマガ登録者を増やす方法](#)
- 10 – [メルマガ登録、商品成約が上がるライティング方法](#)
- 11 – [圧倒的開封率を誇るLINE公式アカウント活用方法](#)

【第4章を読む前に】

いよいよ最終章です！

ここまで読んで、理解したあなたは、もう立派なマーケッターです。

だんだん戦略を立てていくのが楽しみになってきていませんか？？

改めて、集客の本質をまとめますと・・・

1. まず知ってもらう→認知
2. 関心を持ってもらう→関心
3. お客様のリストを獲得→集客
4. メルマガ、LINE で関係構築→教育
5. 商品を販売する→販売

この5ステップです。

今まであなたがライブ動員が1桁だったりするのは、ファン化ができていないままライブ告知をし続けていたからです。

いいですか？

この3番目のファン化が重要なのです！！（キッパリ）
ここまで読んだあなたは、どのようにファン化を進めていくのか？

は、もう理解できているかと思います。

再度、バンド集客のマーケティング10ステップも記載します。

1. バンドを結成する
2. バンドコンセプトを決める
3. ターゲット（客層）を決める
4. ネット媒体（SNS、YouTube など）を構築する
5. 各媒体で情報発信をし、関心を持つターゲットを増やしていく
6. そのターゲットにあなたのバンドの情報、ドキュメントを発信する
7. あなたのバンドのコミュニティを形成し、信頼関係を構築する
8. 商品（ライブ、グッズなど）を販売する
9. 買ってくれた人、買わなかった人へのフォローをする
10. 5～8 を繰り返して実践し、規模を拡大していく

おさらいすると、

5番目と6番目が、「知ってもらう」と「関心を持ってもらう」部分にあたります。

そして、これからお話しする内容が、7番目、8番目、9番目の項目になります。

関心を持った人“だけ”を収束させる場所を作る

まず大前提に、

SNS のメッセージ（DM）でライブ告知をしてはダメです。

理由としては2つあります

- ・ 距離が近くなりすぎて「友達」になってしまうこと
- ・ ちゃんと相手に届くかわからない可能性があること

1 つずつ説明しますね！

1つ目。

まず、メッセージのやり取りをしていくと、
相手があなたに対して「気心知れた友達」になってしまうと
きがあります。

こうなってしまったら、もうその人はファンではありません。
「友達」です。

友達はあなたの何かお誘いがあっても、用事があったら断り
ますよね？

友達は、あなたのことが好きですが、憧れの存在にはならな
いのです。

あなたは相手から見て「会いたいけどなかなか会えない
人」、そんな憧れられる存在にならないといけないからで
す。

2つ目。

SNS のメッセージというものは、人によっては通知を切っ
ている人もいます。

あるいは、メッセージは嫌がって使わない人もいます。

特に女性なんかが多いですが、SNS 上で会ったことも話し
たこともない人からいきなり DM が届く…なんてこともあ
ります。

これ、フツーにおっかないですよね??

なので、SNS のメッセンジャーは人によって使っているか
どうかかわらないワケです。

そんな微妙なツールで大切なライブ告知を見逃させるわけに
はいきません！

必ず相手が見るツールで、
あなたのライブのお誘いをしてあげることが必要です。
これはわかりますよね？

そこで使うのが、
メールマガジンと LINE 公式アカウントです。
これらが「ファンを収束させる場所」の正体です。

【メールマガジンこそ最強のセールス媒体である】

メルマガは、「プッシュ型」のメディアと呼ばれています。

※プッシュ＝こちら主導ということです。

メルマガだけは、ブログや SNS と違って
あなたが伝えたい内容を、相手に直接届けることができます。

これを「プッシュ型」といいます。

一方、ブログなんかは「プル型」と言われます。
ブログはあなたが伝えたいことが書かれているけど、
アクセスを“待たないと”いけませんよね？
要は、読者が検索してクリックしてもらわなきゃ読まれませ
ん。

この違いをしっかりと理解してくださいね！
これは、あなたも僕のメルマガを読んで、本教材を手にした
ことから理解できると思います。
メールというものは、当面なくなりません。
そして、インターネットを使っている人、スマホを持っている
人はほぼ100%の確率で個人のメールアドレスを持っ
ています。

いわゆる「顧客リスト」と呼ばれるものが、メールアドレス
です。

こんな話があります。

江戸時代、
日本は火事が非常に多い国でした。

当時、服を売ったり食料を売ったりしていた商人。

そんな商人たちは、火事があった時、
真っ先にあるものを手を持って逃げたと言われています。

その「あるもの」こそが、**顧客帳簿**です。

この話からもわかるように
万が一商品が焼けて灰になってしまっても、
「顧客帳簿」さえ持っていれば、何度でも商売を復活させる
ことができる…という意味です。

スタジオなんかで会員登録しますよね？
あれも実は、防犯対策も勿論ありますが一番の目的は、
顧客情報を入手して売り上げに繋げることなんです。

そのくらい、お客様の連絡先というものは**貴重**なのです
よ！

で・・・

今の時代の顧客帳簿こそがメールアドレスであり、
それを効率的に配信する機能がメールマガジンです。
これ以外には存在しません。

21世紀、ネット時代になった今、最強のツールと思ってく
ださい。

【メルマガの具体的な目的と機能】

メルマガの目的は、

あなたへのファン化を促進させることです。

具体的には・・・

あなたの価値観をわかりやすく提示して
共感してくれる読者を増やすことです。

なので、お得な情報を流すことでもなく
ライブチケットやグッズを売りつけることでもありません。

結果的にお客さんがライブチケットやグッズ、
あるいはあなたのレッスンや楽曲が欲しくなる、
そういうメールを配信して、
あなたはそれらをそっと紹介するだけなのです。

ちょっとわかりにくいですね。苦笑

要するに、

メールで押し売りをするのではなく
相手が欲しいものをアンケートなどでリサーチして
それを作って提供するんです。

僕のメルマガもアンケートをお願いしましたよね？
あれはこういう理由からなのです。

また、価値観を共有して、相手のファン化を促すために必要なのが、「ライティング」というスキルです。
(これは後述します)

ウェブメディア（ブログや SNS のこと）からメルマガに流れていく際の具体的な流れとしては以下です。

1. ブログや SNS であなたを知ってもらって
2. 関心を持った人にメルマガ登録をしてもらう
3. メルマガであなたの価値観、音楽性などを語る
4. ライブや CD など、顧客が求めるものを販売する

という感じです。

「あ、じゃあメルマガでライブ告知をしていけばいいのね？」

と思ったかもしれない。

もちろん正解なんだけど、厳密には不正解です。

先ほども話した通り、押し売りしてはダメです。ライブ告知のメールはただの押し売りと思ってください。

また、SNS だけではファン化はなかなか進みにくいのです。

SNS は知ってもらうことを目的としていて、ファン化には非常に時間が掛かります。

次ページのお客さんを想像してみてください。

A さんがいます。

- ・ A さんは Twitter を 1 日に 2 ～ 3 回開く程度です。
- ・ ごく稀に YouTube を見ます。
- ・ Facebook、Instagram はやっていません。
- ・ その A さんがあなたのバンドを Twitter で見かけてフォローしてくれた。
- ・ でも、別に Twitter を開く頻度は別に変わらない。

このような人があなたのファン化になるのって、相当時間がかかりそう…

っていうのは、なんとなく想像できましたか??

つまり・・・

A さんのような、そこまで SNS に興味を持っていない人って、Twitter 開いた瞬間に表示されているタイムラインしか、基本的には観覧しませんよね?

そんな人に、あなたの動画を見てもらったり、ブログを読んでもらったりすることって、SNS だけではほぼ不可能です。

なのでメルマガに登録してもらうことで、あなたが届けたい内容を、届けたい日時に、相手のスマホに直接届けることができる!!

これ、相当すごいことだ! っていうのはわかりますよね??

なので、メルマガを使わない手はないです。
そして、使わないと集客することも叶わないと思ってください。

そのくらい、重要なツールです。

次ページでウェブメディアとメルマガを使って具体的に
どういった流れで売り上げが成立するのか？
をもう一度詳しく解説します。

ブログ・SNS であなたを知る



関心を持ってもらい、メルマガに登録してもらう



メール配信であなたのことをより深く知ってもらう
1 通目→〇〇 2 通目→〇〇 …といった感じで
日々メールを配信していく



あなたに興味を持ってもらったお客様に
あなたの商品を紹介する

- ・あなたの得意なジャンルでブログ記事を書く
- ・アクセスを集めて、メルマガに登録してもらう
- ・メルマガ内で実際の商品を購入していただく。

↑こうなります。

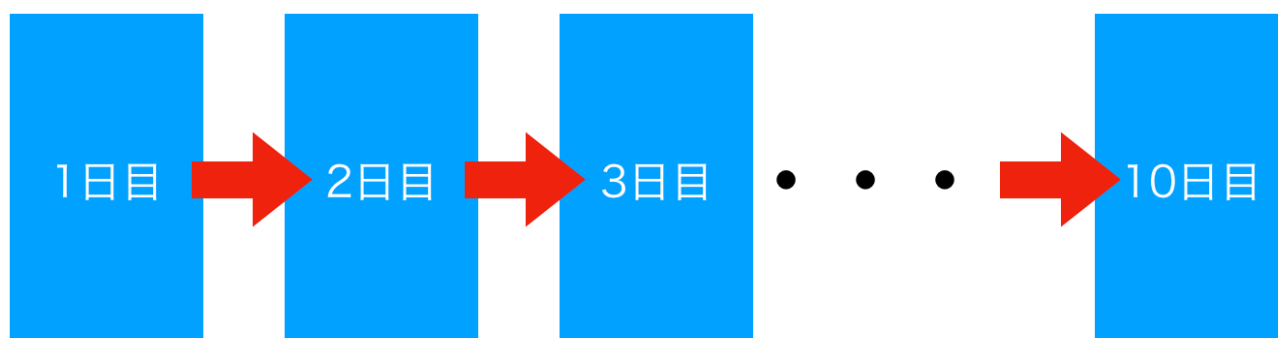
で、メルマガの自動配信システムを活用すると

1. アクセスが勝手に集まって、
2. 勝手にメルマガに登録されて
3. 事前に作ったメルマガが勝手に流れて
4. 放ったらかしで自分の商品が売れる

このような状況をつくることができます。

メルマガには「ステップメール」という機能があります。
これが最大の武器です！

メルマガ登録してもらったお客様に、あらかじめ書いておいたメールが日時を指定して自動で配信されるシステムです。



↑こんなイメージです。

このステップメールでいかにお客様の関心をあなたに向けて、

商品販売につなげるか？

という商法こそが、ダイレクトレスポンスマーケティングです。

メルマガが無いとこのマーケティングが成立しないと言っても過言ではありません。

もちろんメルマガ無しでもやろうと思えばやれます。

ですが、とてつもなく手間がかかります。

というか、今回のバンドマーケティング 2.0 の手法は限りなく不可能に近いと思ってください。

(作業を考えると、結果的に SNS でライブ告知をするだけになるからです)

それでは、
メルマガを使った場合と使わなかった場合を比較してみます。

メルマガを使った場合

1. ブログ直や SNS 経由であなたの記事にアクセス
2. メルマガに登録が入る
3. 自動でメールが流れる
4. 自動で商品の販売が行われる

メルマガを使わなかった場合

1. ブログ直や SNS 経由であなたの記事にアクセス
2. コメントなり DM なりで相手からアクションをもらう
(アクションが来るまでこちらは何もできない)
3. コメント・DM が来た人に個別にコミュニケーション
を取り続ける
4. 商品を売りたいタイミングで商品を販売する

この違いでもっとも大事なことは、
相手があなたに何かしらコメントが来ない限り
相手に商品を紹介することができないということです。

また、仮に 2 日に 1 度誰かからコメントが来るとします。
その場合、あらかじめ送信したい内容を
個別にスケジュールを管理して
個別に連絡を取らなければなりません。
この手間は尋常じゃありません。

・・・いかにメルマガが重要かがわかってもらえたか？

補足すると、「メルマガ」という見え方じゃなく、相手にコンタクトを取る場合、個別に連絡先を交換するか、SNS上のメッセージ機能でやり取りすることになりますよね？

そんな状況で、
何回も何回もあなたのことをメッセージし続けたら
相手はどう思いますか？？

普通にキモくないですか？（笑）

「メルマガ」という見え方があって、
相手が自身の判断でそこに登録してくれたからこそ、
あなたが配信したい内容を送っても相互関係的に見ても何ら
問題ないワケですよ。

【メルマガを始めるタイミングはいつがいいの？】

これ、とてもよく聞かれる質問です。

結論から言うと、**一人でも読者がいたら始めてください。**

僕自身の経験談として、
読者が現れたらメルマガを契約しようと思って、しばらくエキスパの契約をしていなかった時期がありました。

これ、永久にメルマガ始められません。（笑）

なぜかという、
読者が1人現れるって、いつなの？？
それ、こちら側ではわからないですよ？？

なので僕は、読者がゼロで、ブログ自体もアクセスがそんなに集まっていない段階で、エキスパを契約してメルマガを配信できるように始めました。

いいですか？

正直読者ゼロでもメルマガは書いていった方がいいです。

日常の中でメルマガを配信するというルーチンワークが染み付くようにするためです。

で、新規読者が1人でも現れてくれたら、
過去に配信したメールを改めて読み返して
自信があればそれを配信すればいいんです。

では次ページで、実際にメルマガを始めるまでの流れを説明しますね！

【メルマガを始めてみよう！】

まず最初にやることは、メルマガ配信スタンドと契約することです。

メルマガ配信スタンドも、今はけっこうな種類の会社がありますが、本教材では以下の会社で進めていきます。

《エキスパ》

<https://ex-pa.jp/et/cdR/1r>

個人的にいくつか試しましたが、ここ 1 択で OK です。

エキスパを推奨する理由

- 初期費用が安い
(他の会社だと 1 万円以上ですが、エキスパなら 5,000 円程度です)
- 初心者でも扱いやすい&サポートが早い
- LINE 公式アカウント (旧 LINE@) をステップ化できる**
↑これが一番デカイです。

注)

他のメルマガスタンドを契約した場合、
僕自身が現在活用していないのもあり、サポートし切れないため、申し訳ないですがチャットワークサポート対象外とさせていただきます。

**あなたがすでにバンドを活動中なら、
エキスパをすぐに登録しておきましょう！**

この程度の投資額は、固定費と思って割り切った方がいいでしょう。

光熱費、スマホ代、メルマガ代・・・

こういう感覚になることが、絶対に成功の近道です。
ここで変にケチると、あとあと結局面倒なことが待っています。

エキスパも無料で出来るんですがオススメしません。
1日の配信数が非常に少ない上に、フォローもなければバックアップ也没有せん。
それこそ、江戸時代で火事になっても顧客帳簿を持って逃げる事ができません（笑）

そうになってしまうと、
結局何のためにメルマガやってたの？！
ってハナシになるからです・・・。
ここは絶対にケチらないでください。
（すでに僕が失敗を実体験済みですので、間違いありませんw）

では次ページから具体的に登録方法を解説します。

まず、こちらのリンクからサイトにアクセスします

→ <https://ex-pa.jp/et/cdR/1r>

Mail × LINE × SMS 全部できる。

ネットビジネスを 自動化する

オールインワン配信ツール



メール配信
LINE
ショートメール

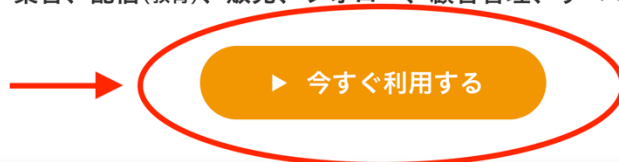
LINE配信
0円

フォーム
ランディングページ
会員サイト

商品販売
継続決済
アフィリエイト

セミナー募集
ZOOMセミナー
デジタルチケット

集客、配信(教育)、販売、フォロー、顧客管理、すべて自動化！



安心の30日間返金保証（無条件）

細かい返金条件は一切不要です！ご利用をしていただき、少しでも違うと感じたら、ご連絡をいただくだけでOKです。初期費用と月額料金を全額返金させていただきます。

↑次に、「今すぐ利用する」をクリックします



安心の30日間返金保証（無条件）

細かい返金条件は一切不要です！ ご利用をしていただき、少しでも違うと感じたら、ご連絡をいただくだけでOKです。初期費用と月額料金を全額ご返金させていただきます。

	使用感のお試しに 無料プラン	最安値！ 5千通プラン	オススメ 1万通プラン	一番人気！ 2万通プラン
機能	初期費用 0円 月額 0円 申し込む	初期費用 5,000円 月額 3,800円 申し込む	初期費用 5,000円 月額 8,140円 申し込む	初期費用 5,000円 月額 16,170円 申し込む
メール配信数	50通/日 1500通/月	5千通/日 15万通/月	1万通/日 30万通/月	2万通/日 60万通/月
専用ドメイン	—	◎ 1つ無料	◎ 1つ無料	◎ 1つ無料
LINE連携	◎ 無料	◎ 無料	◎ 無料	◎ 無料
ショートメール	◎ 1通7.7円	◎ 1通7.7円	◎ 1通7.7円	◎ 1通7.7円
フォーム作成	◎ 無料	◎ 無料	◎ 無料	◎ 無料
サイト作成	◎ 無料	◎ 無料	◎ 無料	◎ 無料
オンラインサロン	サイボンゴールドプラン 以上で利用可能	サイボンゴールドプラン 以上で利用可能	サイボンゴールドプラン 以上で利用可能	サイボンゴールドプラン 以上で利用可能
セミナー開催	◎ 無料	◎ 無料	◎ 無料	◎ 無料
決済・販売	◎ 決済手数料2.8%～ 売上金の入金 最短2営業日	◎ 決済手数料2.8%～ 売上金の入金 最短2営業日	◎ 決済手数料2.8%～ 売上金の入金 最短2営業日	◎ 決済手数料2.8%～ 売上金の入金 最短2営業日

表記価格はすべて税込みとなります。

↑ 一番安い「5千通プラン」を選択してください。

※ 「最初だから…」という感覚で無料プランは絶対に選ばないでください。

エキスパ

ご契約内容

サービス名	エキスパ
配信プラン	5千プラン 読者数/1メルマガ：100万リスト メルマガ数：20個（オプションで追加可能） 配信数上限/日：5千通 配信数上限/月：15万通 LINEシステム：無料 ショートメール：基本使用料無料（1通10円） フォーム作成：20個（オプションで追加可能） セミナー受付：無料 決済システム：決済手数料 2.8%～
保証	30日間返金保証付き（詳細）
価格	月々：¥3,470（税別）

初回決済（税別）	¥5,000（初期費用） + ¥1,272（日割り分） + ¥3,470（次月分）
----------	---

お客様情報入力

メールアドレス	必須	メールアドレス
パスワード	必須	パスワードを入力 ※任意の半角英数字8～20文字を入力してください。 ※-(ハイフン)_(アンダーバー)が使用できます。
会社名(全角)	任意	会社名
お名前	必須	姓 名
ふりがな	必須	せい めい
携帯番号	必須	例) 080 1234 5678

支払方法

支払方法	必須	☒ クレジットカード ☐ 銀行振込
カード番号	必須	カード番号（ハイフン無し） 
セキュリティコード	必須	半角数字のみ セキュリティコードとは？
カード名義人	必須	例) TARO YAMADA
有効期限	必須	月 年

規約への同意

規約への同意	必須	☒ 利用規約 及び 個人情報の取扱い に同意する
--------	----	--

戻る

次へ（確認画面）



決済情報はSSL通信で暗号化され安全性を確保しております。

POWERED BY エキスパ

↑ 必要事項を全て入力します。

【エキスパ】 本登録メール ➤



エキスパサポート <support@ex-pa.jp>

To 自分 ▼

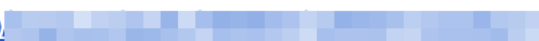
本メールは自動返信メールです。
お問い合わせは下記までお願いします。

<https://help.ex-pa.jp/support/af.html>

 策

エキスパアカウントのご登録
誠にありがとうございます。

下記のURLをクリックして
本登録を完了させてください。

<https://ex-pa.jp/> 

ひと通り入力完了すると、このようなメールが届くと思います。

本文の通り、本登録を完了させます。

（このメールのキャプチャーは、僕が数年前に初めて登録したもので、もしかしたら現状ではメール内容や仕様が変更されている場合もありますのでご容赦ください。）

【エキスパ】 アカウント発行完了のお知らせ



エキスパサポート <support@ex-pa.jp>

To 自分 ▼

本メールは自動返信メールです。
お問い合わせは下記までお願いします。

<https://help.ex-pa.jp/support/af.html>

ビジネスID : [REDACTED]

[REDACTED] 様

エキスパアカウントの本登録が完了しました。

下記にログイン情報を記載しております。

アカウント発行完了のメールまで届いたら
ログイン URL はブックマークし、
ログイン情報は必ず控えておきましょう。

【エキスパ】 本人認証が完了いたしました



エキスパサポート <support@ex-pa.jp>

To info ▼

※こちらのメールは送信専用アドレスから配信されております。

※お問い合わせは下記までお願いいたします。

<https://expml.jp/contact.html>

様

日頃からエキスパをご利用いただき、
誠にありがとうございます。

■本人認証が完了いたしました

ご提出いただいた資料と、契約内容を照合した結果、
情報が一致していることを確認いたしました。

この度は資料をご提出いただき、誠にありがとうございました。

商品を販売する際は必ず本人認証が必要になります。
これは、よくある免許証をアップして送信、みたいな感じで
本人確認を済ませておきましょう。

配信する



公開する



注文履歴を見る



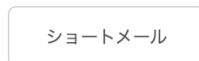
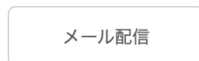
販売する



アフィリエイトで稼ぐ



旧配信システム



ログインして、このような画面になれば完了です！

- 「メール配信」 →メルマガを発行する画面です
- 「フォーム」 →メルマガを登録してもらうための登録フォームを作成できます。
- 「商品販売」 →あなたの商品を登録して販売できます。

●メルマガ登録フォームからステップメール作成までの流れ

1. 「メール配信」からメルマガを作成
2. 「フォーム」から登録フォームを作成
(同時に解除フォームも作成しておくトベスト)
3. 作成したフォームをメルマガと連携させる
4. ステップメール作成→ステップメールを作成

簡単に流れを解説するとこんな感じです。

全部僕の方で解説してもいいのですが、
本教材では作業マニュアルではなく、あくまでノウハウをお伝えしたいので、あまりページ数を増やさない方向で考えています。そのため詳しい解説はここでは省きます。

詳しいやり方は、
次ページで紹介するエキスパのヘルプ画面でほぼ全ての手順は網羅されています。
このヘルプ通りに実践した方が、僕が万が一間違った手順を話してしまうよりも、よっぽど安全です。

更新情報

[一覧を見る](#)

2020年04月30日	エキスパ全般	「ゴールデンウィーク休業」のお知らせ
2020年04月27日	サイト	「パスワード保護」機能追加のお知らせ
2020年04月24日	サイト	「ファイル」機能追加のお知らせ

ヘルプ一覧

購入者さまヘルプ	運営者さまヘルプ		
購入者さま - 操作マニュアル - 逆引きマニュアル - よくある質問	フォーム - 操作マニュアル - 逆引きマニュアル - よくある質問	サイト - 操作マニュアル - 逆引きマニュアル - よくある質問	LINE@ - 操作マニュアル - 逆引きマニュアル - よくある質問
限界突破	ショートメール - 操作マニュアル - 逆引きマニュアル - よくある質問	メール配信 - 操作マニュアル - 逆引きマニュアル - よくある質問 - 到達率について	商品販売 - 操作マニュアル - 逆引きマニュアル - よくある質問

↑ エキスパの「ヘルプ」画面です。

赤丸したところがそれぞれのヘルプがまとめられています。僕自身、初めてエキスパを使った時は右も左も分からない状態でしたが、ここのヘルプだけで全部いけました。あなたもぜひ頑張ってメルマガを配信できる状態までもっていきましょう！

【メルマガでどんなことを書いたらいいの？】

さて・・・。

ここからはあなたがすでにメルマガを始めたという前提で話していきます。

一般人に未だに根付いているメルマガというのは、
「飲食店などに多いお店のサービス案内のメール」というもの。

これ、あなたも配信されたことはありませんか？？

ありますよね？？

そして実際問題、メールが届くこと自体、正直ウザくなかったですか？（笑）

僕はウザかったです。

次ページで、あなたが現時点でこんなメールを配信するんだろうな…

と思っている内容をあえて書いてみますね。

●やっちゃダメなメルマガ配信例

ここから…

こんにちは！〇〇です。
暑い日が続いておりますが、体調いかがでしょうか？
さて、〇〇のライブが迫ってまいりました！
さっそくライブ情報をお知らせいたします。

〇月〇日
渋谷〇〇「〇〇ライブイベント！」
（ライブハウスの住所を記載）
料金：2,500 円+1 ドリンク（前売・当日とも）
開場 17:00～ 開演 17:30～
※〇〇の出演時間は20時です！

あなたのご来場、お待ちしております！！

〇〇メンバー一同

…ここまで

はい。いかがだったでしょうか？
もう、完全にダメです。

こんなメールばかりを毎回毎回送られる身になってください。
ただのスパムメールですこんなの（笑）

何がダメなのか？というと・・・

単純にコレだけ言われても行きたいと思えないんです。
そう思いませんか？

僕のメルマガを思い出してください。

仮に僕が1通目から・・・

「バンドマーケティング 2.0 という教材があるんです！
バンドの集客に悩んでいる人は絶対に買ってください！
お願いします！
購入はこちらから→URL」

こんなことばかり配信していたら、買いたくなくなりませんか？

買いたくないですよ？

メルマガでの目的を忘れないでください！

メルマガの目的は、ファン化を促進させることが目的なのです。

ブログや YouTube、SNS を通じてようやく「顧客リスト」
に入ってくれた大切なお客様。そんなお客様ともっともっと
信頼関係を構築して、
もっともっとあなたのことに興味を持ってもらうために、
あなたはメルマガを配信しなくてはならない。
つまり、こういう内容を配信してください。

【メルマガで配信すべき内容10項目】

- 1、あなたが音楽を始めた理由は何ですか？
- 2、あなたが音楽を通じて、最も良かったことはなんですか？
- 3、あなたは老後にどのような生活を送りたいですか？
- 4、あなたは何をしている時が一番幸せですか？
- 5、あなたが「最も贅沢だ」と思う事は何ですか？
- 6、あなたは何をしている時が一番ストレスを感じますか？
- 7、あなたが許せない事はどのような事ですか？
- 8、あなたは友達が多い方がいいと思いますか？少ない方がいいと思いますか？その理由は？
- 9、あなたは家族とどのような関係であり、今後はどうしていきたいですか？
- 10、音楽や仕事においてポリシーとしている事は何ですか？

以上の10項目。

これはどういうことかというと、

あなたの価値観が最も相手に伝わりやすい内容、ということですよ！

いいですか？

例) 今日は子供を預けて夫婦水入らずで旅行に行った

という内容があったとします。

まず、この内容で意見が2つに分かれます。

1. 「夫婦いつまでも仲が良くステキですね！」
という共感と、

2. 「子供を放ったらかしなんて、ヒドイわ！」
という反感です。

この場合、**あくまでも前者の価値観の人と“だけ”交流をしていけばいい**んです。

無理やり後者の人に自分の価値観を刷り込もうとする必要なんて全くないのです。
そういう人がメルマガを解除しても落ち込まなくて大丈夫です。

むしろ解除してもらった方がいいです。
メルマガ解除＝メールをちゃんと読んでいる証拠ですから。

もっともマズイのは、「メールを読まれていない状況」です。

なのであなたがメールを配信して、
しばらくしてから解除がたくさんあったとしても
それは相手の感情を少しでも動かした証拠です。

まったく気にしないでいいし、むしろ喜んで OK。

あなたが本音で感じていることに共感する人だけが、あなたのファンになっていきます。

ですので、先ほどの 10 項目をうまく使ってメルマガを配信してってください。

【具体的なライティング方法】

1. 普通に日常生活で気づいたことがありますよね？
2. そこから、先ほどの10項目の
どれかに当てはめていく。
3. そして最終的に
自分のビジネス（音楽活動）につなげていく。

この3ステップが、もっとも書きやすいテンプレートになります。

例) 普段の生活ですごく嬉しいことがありました。
それはあなたの中で10項目中の4「あなたは何をしている
時が一番幸せですか？」に該当します。
幸せなことと、嬉しかったことを交えて話します。
で、自分の音楽活動においても、自分や相手が嬉しい気持ち
になるように、こういうところに気をつけています。

…みたいな感じの内容を書くワケです。

・・・と言っても、まだわかりにくいですね？

次ページで例文を書いてみますね！

【メルマガの例文】

こんにちは！〇〇です。

今日、会社で取引先と打ち合わせがありました。

相手の人間の会話が本当に苦手だったんです。

自分のことばかりダラダラ話して、しかも話が本当に長い。
そして結論もない。。。

でも、仕事なので我慢してその時間を乗り切るしかなかった
んですよ。

↑ **なんとなく日常で感じたことがココになります。**

私は、自分と波長の合わない人間と過ごす時間が本当にスト
レスなんですよ！！

↑ **ここが10項目の部分（この例文では6番目ですね）**

ライブやメンバーなんかもそうです。

ライブで苦手な人間が見にくる日のライブは、
思い切った表現ができないんです。

「どんな目で見られてるんだろう…」って不安になりながら
演奏しているんですよ。。。

だから、なるべく呼ぶ相手にも気をつけていますし、
そういうライブハウスでは出演しないようにしています。

↑ **こうやって音楽活動の話にもっていく**

例があまりうまく書けていないかもしれませんが、
こういう感じです。

何も難しいことはありません。
ただ、気をつけて欲しいのが、
「読み手のことを考える」ということです。
いいですか？

自分の日記になっちゃダメ。
相手と会話しているように書いていってください。
相手がこれを読んでどう感じるか？を常に考えていきましょう！

僕がよく使いますけど、
「そう思いませんか？」とか
「～～ですよね？」とか、
このような疑問文を1つと書き足すことで、
対話形式になる。

わかりますよね？ ←これです（笑）

まあ、最初は誰だってうまく書けません。
まずは「書いてみること」つまり「始めてみること」が重要
です！！

【メルマガ登録者を増やす方法】

流れから言うと、
SNS、ブログ、YouTube、あらゆる媒体で
あなたのメルマガ登録フォームを設置します。

僕の例を紹介します。
このメルマガは簡単に言うと「売れるバンドになる方法」
をメルマガで学べる、という内容です。

「売れるバンドマンになるために売れない特徴を4つ覚えておけ。」という記事で解説します。

→ <https://raizo-guitar.com/features-of-unsoldbands/>

ここでは売れないバンドマンの特徴を書いています。
で、それを反面教師として逆にこうすれば売れるようになる
よね！っていう内容が書かれています。
で・・・記事の途中でこういう文章を入れています。↓

もっと知りたい人は、
リストを活用した売れるバンドになる方法「バンドマーケティング2.0」
を、メルマガで配信しています。

メルマガではより具体的に動画で解説しているので

知りたい方はこちらからどうぞ↓

*メールアドレス

無料で登録する！

メールアドレスを登録後、1分以内にあなたのメールにお届けします！
もちろん、**すぐ購読を解除することができます**ので、ご安心ください。

こうやって、自分が配信するメルマガ内容に関連する記事には「もっと詳しく知りたい方はメルマガをどうぞ！」

といった感じで誘導しています。
もう1つ事例を紹介します。



↑ こういうバナーをブログ内に貼り付けています。
(貼る場所は、テストを繰り返しているなので記事のド頭の時
もあれば、記事の一番最後の時もあります)
もしかしたらあなたも見たことがあるかもしれません。

これ、タイトルが気になりませんか？

「500 円でも売れない理由?? 何それ? 知りたい!」

っていう気持ちになってくれた人が、この画像をクリックします。

実際に読んでみてくれた方がわかると思うので URL を載せておきます。↓

<http://raizo.net/lp/band-marketing2-0/>

読むとわかると思いますが、
記事内の僕が主人公で、共感されやすいストーリーが書かれています。

具体的には・・・

- ・ 僕が高額はたいて買ったチケットを友達にバカにされた話
- ・ ライブの誘いをお金が理由で断られた話
- ・ 友達が 30 万円の時計を買ったことを批判したら自分がバカにされた話

こういった内容が書かれています。

それらをストーリー形式で書いていて全部読み進めていくと

- ・ 「お金の価値を決めるのは自分ではなく買う側である」
ということがわかるようになっていきます。

で...

- ・ 「あなたのライブを断った人はあなたのライブに 1 円の価値も感じていない」ということがわかります。

- ・ じゃあ逆に、あなたのライブに 1 万円以上の価値を持ってくれたら、バンバンライブチケット売れるよね？っていうことがわかります。

で・・・その方法知りたいですよね？

であれば、メルマガで具体的に解説しているのでぜひ登録してください！

という流れです。

1 つ目の記事内にフォームを埋め込んでいるパターンは、「バンドで売りたい」と思っている人がターゲットで、

すでにそういう記事を読んで、詳しく知りたい人が登録してくれます。つまりメルマガの内容に直結する読者です。

2つ目のパターンは、
バンドマンをやっていたら、必ず共感してもらえるであろう
内容が書かれているワケです。
ターゲットとしてはバンドマン全般という感じですね。

だからバナーをクリックした時点では、
メルマガの登録の必要性は感じていない人ということ。
で、読み進めていくことで
メルマガの登録の必要性に気付かせて
メルマガに誘導しているというカラクリです。

ライティング的なことを言うと、
この2つの事例がまさにそうです。
次ページで一般的に使われるライティングを紹介します。

【メルマガ登録、商品成約が上がるライティング方法】

1.問題提起

あなたのメルマガや商品を必要とする人が持つ問題点を具体的に書く

2.共感する内容

あなたの実体験でもいいし、あるあるな話ネタでもいいので共感する内容を書く

3.解決策

それを解決する方法をあなたのメルマガで紹介している or あなたの紹介する商品で解決する

4.限定性、希少性

このページからしか登録できない、
ここで買うと半額以下、などを書く

5.行動を促す

以上のことから、このページでメルマガ登録した方がいい、商品をこのページで買った方がいい、そういった「背中を押してあげる」ニュアンスの最後の一押しを書く

僕の「[先ほどの記事](#)」を読んでくれたらわかりますが、

問題提起→チケットが売れない、ライブ動員が増えない

共感する内容→記事に書かれているストーリー

解決策→僕のメルマガに登録して学ぶこと

限定性→読者限定でしか公開していないこと

行動→今すぐこちらから登録してください！と後押し

わかりますか??

実はスラスラと読ませているけど、
このようなカラクリといいますか、ちゃんとブロックごとに
記事が「型」通りに組まれていたんです。

これらすべてを盛り込むことによって
人は初めて行動をします。

なので、よくあるパターンですが、

- ・ 適当なブログを書いて
- ・ 適当に「メルマガやってます！」みたいなバナーやリンクを貼り付けて
- ・ いつまで経ってもメルマガ登録されない・・・

こういうことにはならないでくださいね！

では具体的にアーティストの場合と裏方の場合を先ほどの5
つの「型」に当てはめて例を作ってみますね。

【アーティストの場合】

1.問題提起

あなたの音楽コンセプトを必要としている人が持つ悩みを書くことが最重要

例) コンセプトが恋愛であれば、恋愛で悩んでいること

例 2) コンセプトがジャンルだけなら、そのジャンルを聴く人を想像して抱えていそうな問題を書く

2.共感する内容（以後、“恋愛”で行きます）

フラれた実体験やよくある恋愛ネタ、
「あーわかる！」と思われる内容を書いていく

3.解決策

それを私なりに歌った楽曲がこれです。
私のメルマガでは恋愛に悩みを持つ人が
ハッピーになれるような歌詞、曲を紹介します！

4.限定性、希少性

私個人的なことも盛り込むので
このページから登録した人にしか公開しません

5.行動を促す

ぜひ、こういう恋愛で悩んでいる人、
私の歌詞や楽曲で少しでもハッピーになってください！

こう言う感じですかね。
では次、裏方の場合を書いてみます。
わかりやすく、ギターレッスン講師にしてみましよう。

【ギターレッスン講師の場合】

1.問題提起

YouTube や教則本を読んでも全然上達しない、
どうやったらギターが上手くなるのか知りたい

2.共感する内容

僕自身がレッスンに通っていた頃、こんなことがあった
レッスン生でよくあるパターンはこんな感じだった
↑「あーわかる！」と共感してもらえる内容を書く

3.解決策

僕のメルマガでは誰も教えていない、
ギター上達するために絶対に必要なことを無料で配信
しています！

4.限定性、希少性

無料公開なので期間限定です！
このページからしか登録できません、など。

5.行動を促す

この機会に、本気でギターを上達させてみませんか？
メルマガを読んでいくことで、本当に必要な上達方法が
理解できると思います！

こんな感じです。

ポイントは、いきなりレッスンを売らないこと。

最初はメルマガで無料で上達ノウハウや練習動画などを公開
して、「実際に学びたい人はレッスンをどうぞ！」
という具合に、メルマガ内で最終的にレッスンをオファーす
る、という流れです。

●メルマガ登録を促進させる方法

ここもとても重要です。

まず、相手はメールアドレスを入力して登録！という作業自体がそもそも慣れていないということをしっかり意識してください。

つまり、**たかがメールアドレスとはいえ、顧客リストを獲得するのはハードルが高いという前提**だということ。

あなたも、自分の立場になって考えればわかると思います。
たかがメールアドレスだけど、
やたらと興味のないメールがバンバン通知されるのはウザイ
ですよね？（笑）
なので、極力メルマガ登録はしたくないんです。

じゃあ…どうすればいいか？？

それは・・・

相手が欲しい物をプレゼントする代わりに、メルマガ読者になってもらうのです。

先ほどの僕の事例を思い出してください。

1つ目のパターンも2つ目のパターンも「詳しく情報を教える」ことが欲しい物に該当します。

これだけじゃなく、「さらに今だけ〇〇な情報を特典でプレゼントします！」
というイメージです。

小ワザとして解説すると、もともと配信する予定だった内容を意図的に PDF や動画など、形を変えて特典ぽく見せるだけで OK です。

その代わり、メルマガ内容が稚拙になってはいけないので、

- ・何を特典にして、
 - ・何をメール配信本文にするか？
- を、しっかり考えていってください。

「私はそんなプレゼント用意できません・・・泣」

と思ったかもしれません（笑）

でも、大丈夫です。

SNS やブログ、YouTube であなたは情報発信をしていますよね？

すると、必ずあなたに興味を持ってくれる人が現れるわけです。

その人からすれば、あなたはれっきとした「タレント」なんです。

- ・あなたのことがもっとわかる情報だったり、
 - ・あなたの過去のライブ動画や CD 音源、
 - ・これから発売する予定の音源の一部を先行プレゼント
- などなど、

あなた主体で相手にプレゼントできそうなもの。

これを、考え付く限りブワーーッと紙に書き出していってください。

いいですか？

次ページで必ず書き出してくださいね！

ワーク

あなたが提供できるものを書き出してみましょう！

．．．

さて、書き出しましたか？？

その中で、客観的に見て

「もっとも欲しがってくれそうなもの」を1つ、ピックアップしてください。

それができたら、

「〇〇を期間限定でプレゼントします！」的な文言を添えて、そのプレゼントをもらうことで相手が想像できそうなイメージに合った画像素材を添えて、
1つの画像形式として完成させます。

そして、その画像をクリックしたら、メルマガ登録フォームに飛ぶように、
各媒体を構築していきましょう。

次ページで、実際に僕が実践した事例を紹介しつつ解説しますね！

まず・・・

①文言を決める

「10万円相当のギターを“無料”で手に入れる方法！」
これ、ギタリストだったら絶対知りたいですよね？（笑）

②次に画像を用意する

タイトルがビックリするような内容なので・・・



こんな画像を見つけてきました。
サンタクロース＝プレゼントをイメージ。
かつ、そのサンタが驚いてる表情。
タイトルと一致しますよね？
で、文言と画像を重ねてバナーと呼ばれる画像を作ります。



はい！こんな感じですね！

（これはパワポで作って、その状態をキャプチャして画像化
させました。いたって難しいソフトは使っていません）
で、この画像をクリックすると・・・↓↓↓

こんな感じで、メール登録フォームに飛びます。赤く囲った
部分にメールアドレスを入力してもらうワケです。

この仕組みを

ブログでも、YouTube でも、SNS でも、いたるところに設置していきます。

- ・ブログなら、記事の一番最後にリンク付きの画像を貼っておく。
- ・YouTube なら、説明文の欄に「文言」を書き足して、その下にメルマガ登録フォームの URL をコピペ。
- ・SNS なら、定期的に画像＋文言というツイートや投稿をする。

ここの具体的なやり方は割愛しますが、なんとなく、どうやるかはわかりますよね？

ちなみに今回の例は、

**「お金を浮かせて高額な商品が手に入る！」
という欲求を刺激した方法です。**

この場合、これを特典としたら
バンドマーケティングのメルマガはミスマッチです。

わかりますよね？

ギター欲しいのにマーケティングをいきなりガツガツ配信されてもウザいだけです。

この場合は、ギター関連の悩みを持つ人が登録してきます。
よって、あなたはギター関連で商品にできる何かを販売するということになる。

よって、メルマガもギターに纏わるノウハウやあなたのギターへの価値観を配信していくという流れになります。

この例のように、
決してお金だけを天秤にかける必要なんてまったくありません。

第1章でお話した、「8つの欲求」を思い出してください！

あの8つの欲求から、あなたのファン、ファンになりうる人がどんな欲求が強く持っているか？

あるいは、あなたに対してどんな欲求を持ってくれそうか？

それをよーーく考える。

そして、**その欲求を満足させられるプレゼントを、あなた自身で作る！**

たったこれだけです。

プレゼントの形ですが、**動画**でも**音源**でも**写真（画像）**の詰め合わせでも、**PDF**でも、どんなものでもOKです。

例) アイドルや女性であれば
ちょっとイヤらしい話ではありますが、
メルマガ読者限定配信の動画や写真は、
男性ファンからすれば喜ばれるのが
想像しやすいと思います。

なるべくなら、このようにデジタルコンテンツがオススメです。

なぜなら、**1回作ればあとはいくらでも複製可能だからです。**

逆にオススメしないものは、オフラインでしか実現しないものです。

例えば・・・

先ほどの例でいけば、あなたがアイドルで
「ライブで2ショットのチェキをプレゼント！」
ってというのは、ハードルが高いです。

なぜなら、
必ずあなたはチェキを撮ってあげなきゃならなくなるし、
そもそもあなたのライブに来てくれないと実現しないから
です。

こういうプレゼントはあまり効率的とは言えません。
あなたがいちいち行動しなくても、予め設定しておけば勝手に
プレゼントが配布されるようにしたほうが、効率的ですよ
ね??

なので、**YouTube の限定公開の URL** でもいいし、
あなたの秘蔵音源 でもいいし、**限定写真** とかでもアリです。

あなたが何か特別な情報を知っていれば、それをまとめた
PDF でも **音声** でもいい。

こういったものをメルマガ登録の代わりに「無料」でプレゼ
ントしてあげてください。

特に重要なのは

「え?! これ無料でもらっちゃっていいんですか??」
って思ってもらえるくらい、クオリティーが良いものだと
な おさら喜ばれますし、メルマガ登録の頻度も全然違ってきま
す!

このようにして、
SNS、ブログ、YouTube、あらゆるネット媒体であなたは
情報を発信して、
あなたのことを知ってもらい、関心を持った人を増やす。
そしてその関心を持った人だけを集める媒体＝メルマガを運
営するワケです。

【圧倒的開封率を誇る LINE 公式アカウント活用方法】

メルマガだけでも十分破壊力がありますが、
もっともっとあなたのことを好きになってもらいましょう！
つまり、もっとファン化を促進させていきましょう！！

次に使うのが LINE 公式アカウント（旧 LINE@）です。
ちなみに、普通の LINE とは違います。
まず、こちらから LINE 公式アカウントの登録を済ませてく
ださい。

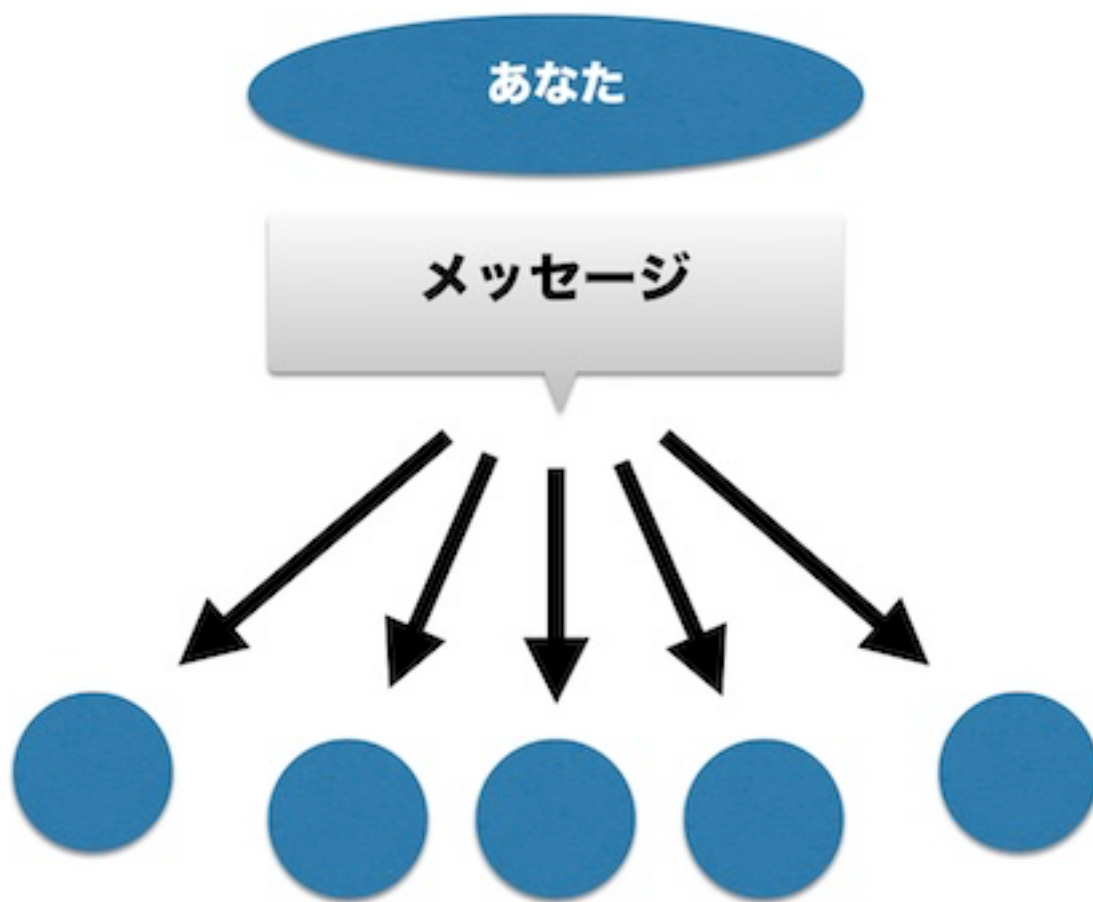
→ <https://www.linebiz.com/jp/service/line-official-account/>

これは、普段の LINE とは違って、**あなた対複数**のやり取り
になります。

でも、相手には普段の LINE で通知が行きます。
しかも、まるであなたと 1 対 1 で LINE のやりとりをしている
ように表示されます。

なので、メルマガとスタイルは似ていますよね？
あなたの LINE@に集まった人に対して、特定のメッセージ
を一度に流す…というイメージです。

なので、グループ LINE と近いイメージですね！
決定的に違うのは、相手はその他の LINE@登録者となつな
ることができないということ。



この図のようなイメージですね！

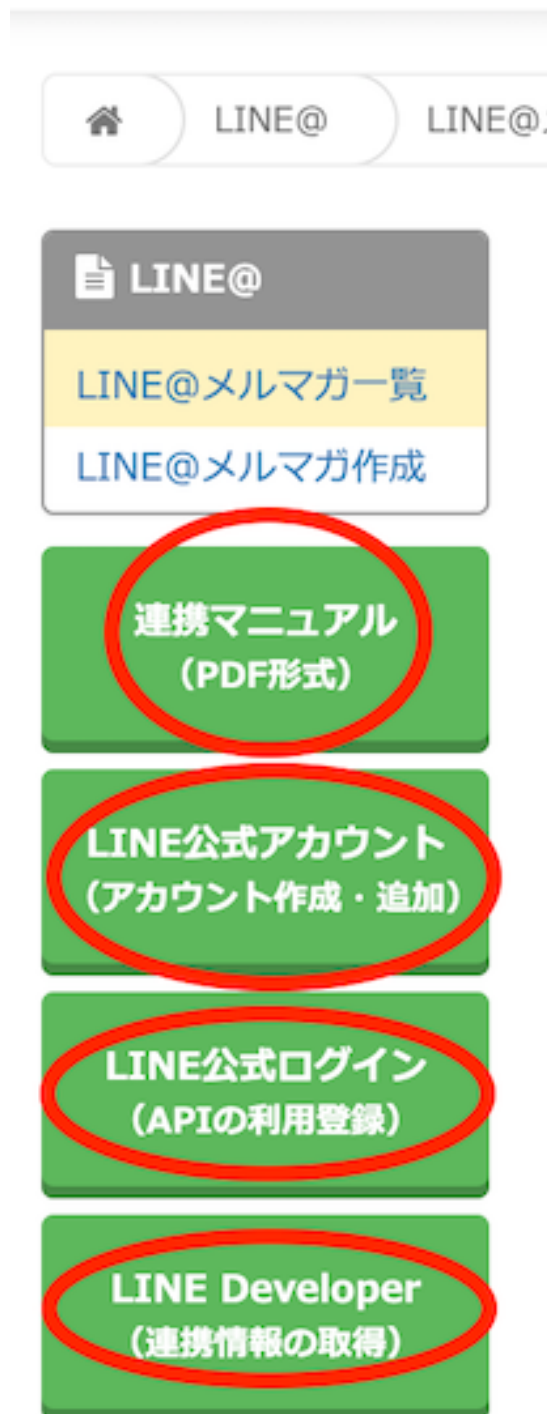
この「メッセージ」は、あなたが発信したいメッセージです。

それを **日時を指定して配信することができます。**

要するに、**ステップメールの LINE 版が作れます。**

これがエキスパの強いところです。

エキスパのヘルプでとてもわかりやすくアカウント開設方法から設定方法まで事細かに解説されていますので、最初は難しいかもしれませんが、必ず開設・設定しておいてください！（次ページ参照）



エキスパの「LINE@」から入ると
左側にこのようなバナーがあります。
こちらから開設～設定完了まで
ひと通り開設されています。

どのようなメッセージを LINE@で配信すればいいか？

あなたが日頃 LINE を使っていて、
どういう LINE が嬉しいか？楽しいか？
また、どういう LINE がウザイか？笑

一般的に言われているのが、
2～3行程度の短いメッセージ+画像 or スタンプ
これが一番喜ばれます。
つまり、うれしいという感情を動かすと言われています。

逆に・・・
やたらと長文のメッセージはとても嫌われます（笑）
なので、ここらへんがメルマガとちょっと違う部分ですね。

まあ、想像すればわかりますよね？
LINE で超長い文を送ってこられたら、引きませんか？？
（笑）
引きますよね？？
なんか、文字の壁がドンッ！とある感じ・・・。
少なくとも、僕なら超絶にウザイです（笑）

なので、LINE@では、なるべく画像を押していきましょ
う！
というか、必ず画像を1つだけ一緒に添えることがポイント
です。
なので、こういう感じです。

①一言メッセージ

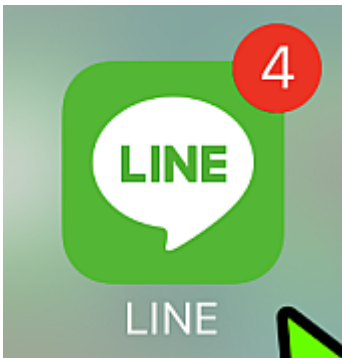
「こんにちは！今日は〇〇をしてきました！」
それに対しての簡単な感想、見解など。

②それに関連する画像をアップ

③最後にスタンプ

この「型」を崩さずに配信し続けることがポイントです。
するとどうということになるかというと・・・

①相手には必ず LINE のアイコンに赤く数字が付きます。



こんな感じで。

②仮に相手が、あなたの LINE@の内容がそんなに興味がなかったとしても、
この赤い通知を消すためにとりあえず LINE を開くという行動をします。

③そして、あなたが「型」を崩さない限り、相手も
「必ず何かしら画像が送られてきている」ことは認識します。

④ ちゃんと読む・読まないに関わらず、**必ず画像を見るんです。**

だって、どんな画像なのか？は、最低限気になるワケですよ。

文章よりも圧倒的に気になりますよ、画像は。
だから、興味が無いけどついつい登録しちゃった…程度の相手にでも

あなたの画像を見せることが超高確率で可能、ということ。
これを繰り返すとどうなるか？

第1章でもお話ししましたが、頻繁に接触頻度が高い人間には
ザイオンス効果というものが働きます。

つまり、**自然とあなたのことに好意を持ち始めるようになります。**

これが、LINE@の1番の目的です。

あなたも僕もそうですが、LINE はもはや生活に根付いているアプリですね？

むしろ、メールアプリよりも頻繁に使う人のほうが多いかもしれない。

そういう媒体では、あまり真剣過ぎる内容を送ってもシラけるんですよ。

真面目、というよりは五感に直接働きかける行動を心がけるワケです。

つまり、画像を必ず添付するということです。

これを繰り返していくことで、必ずあなたのことが気になってきます（笑）

これは、何百年も前から証明されている心理操作ですから、間違いありません。

LINE@の登録者を増やす方法

LINE@も、基本的にはメルマガと同じ戦略を使ってもらって大丈夫です。

初めのとっかかりは、やはりプレゼント系のオファーが一番効果的です。

ちなみに僕のLINE@の誘導は、これ。



僕は、LINE@ではギター講座をオンライン上で無料でやってあげる

というプレゼントにしているワケですね！

（メルマガと同じプレゼントでも別にいいと思います。）

LINE@も、同じくブログ、YouTube、SNS で登録用リンクを貼って、

相手に「欲しい！登録したい！」と思わせる感じです。

メルマガ、LINE@のまとめ

メルマガも LINE@も、ザイオンス効果を効果的に狙うための最強ツールです

メルマガ→基本毎日定時配信がおすすめです

そうすると、「あ、そろそろメール届く頃だな」と思ってもらえるようになります。これ、相手の1日の生活リズムの中に、あなたのメルマガ配信が意識されているということですよ！

すごくないですか？？

ここまでくると、本当にあなたのファンになっています。

LINE@も毎日でもいいですが、メルマガも毎日来て、LINE も毎日来たら、さすがに若干うっとおしく思われることもなきにしもあらず。ですが、なるべく定時配信という部分は心がけていくといいですね！

この2つのツールで、直接的なライブ告知をしていきます。

LINE@でライブに来てもらいやすくする方法

あなたは、メルマガも LINE@も使い方が見えてきたから、
なんとなくこれも分かってきたのではないのでしょうか？

そうです！

何かしら「特典」をつける…ということです。

人は、欲求という部分で「限定性」「希少性」に弱い生き物です。

ですので・・・

「このライブに行かないと手に入らない」

「このライブじゃないと見れない、聞けない」

こういった限定性、希少性のある特典を毎回用意してあげると、

何気ないライブ告知なんかより圧倒的に、何倍以上の確率で
ライブ動員を確保できるようになります！

その特典も、デジタルコンテンツでも十分ですし、

実際ライブに来てもらうワケだから、

何か有形物（＝グッズなど）でも OK です。

仮に、この特典がまったく反応されなかったとしても、

その特典は次回に回すことだってできます。

（だって、来ていない人からすれば前回の特典が何だったかはわからないワケですからね（笑））

さて・・・

ここまで読みきったあなたは、

もう立派なマーケッターです。

うまく戦略立てて、メルマガ・LINE@に誘導して、日々の発信でファン化を促進して、「ライブに行きたい！」と思わせる状況を作っていきましょう！