



Make The FAN

100名以上の個人起業家が月商7桁8桁に到達できた！
集まる集客®ファンメイク講座

99%の起業家・経営者が間違えている！
～ほんとうのフェイสบック戦略とは～



Make The FAN

どのようにしたら
フェイスブックから
集めるのではなく

『**集まる**集客』ができるのか？



はじめまして！

集めるのではなく「集まる集客」を科学式にする
集まる集客®プロデューサー長瀬葉弓です。

本書では、起業家・経営者のための、ほんとうの
Facebookの使い方 集まる集客 ” Facebookオペレー
ション ”を徹底解説します。

テーマは、**Make The FAN**
与える達人となり、
未来のお客様＝ファンを創ろう！

単なるノウハウの提供ではなく
私自身が起業してから今まで果敢に
挑戦してきた「集まる集客」を
本質からお伝えしてまいりたいと
思います。



《巻末に特典のご案内があります》



100名を越える起業家が結果を出した集まる集客を学び

月商7桁~8桁のビジネスを創りだす

集まる集客®ヒットコンテンツ創造個別相談会

通常55,000円のところ、

今月限定**10名**様**8,888円**（運氣未広り）で行います。**次に、月商7桁の売上を獲得するのはあなたです！**

ここをクリックしてください

集まる集客®ファンメイク講座

99%の起業家・経営者が間違えている！
～ほんとうのフェイスブック戦略とは～



はじめまして！長瀬葉弓です。

まず私の自己紹介をさせていただきます。

私はWEBの仕事を一筋に

21年続けてきたWebプロデューサーでした。

少し長くはなりますが、

私がなぜ「集まる集客」を伝える志事をしているのか、
順を追ってお話させていただきます。

なぜ私がWEBの志事をするようになったのか？

私は富山県の田舎で高校生時代を過ごしました。

「早く親元から離れたい、一人暮らしをはじめたい」
という一心で、**東京学芸大学の美術教員養成課程(油絵
専攻)**に進み、念願の東京での一人暮らしをはじめま
す。

「学校の先生になる、公務員になる」というと親が安心
して東京行きを許してくれたのです。（笑）

私の学生時代は、美術の先生になるための勉強や絵を描
くこと全くなく、ロックバンドのサークル活動やマクド
ナルドのアルバイトに明け暮れる日々。授業もまともに
受けず就職活動もしないダメ学生でした。

1995年2月の卒業間際、学生課の掲示板に張り紙を
みて応募した、**IT系会社に、たまたま滑り込みセーフ
で入社**が決まります。

1995年は、Windows 95が発売され、
日本にインターネット元年が訪れた年。

たまたま新卒入社した **IT系会社**で、

『君は“油絵”が描けるならWEBが向いている』

と上司に言われたのがきっかけでWebのシゴトをするようになったのです。新しいモノ好きの私にWebのシゴトはピッタリでした。

いまやWebは私の天職だと想っています。

ホームページデザイン、SEO対策、システムプログラミング、Webプロモーション、コミュニティサイト運営、システムのプロデュース、Webコンサルティング、Webマーケティングなどなど、WEBに関わるすべてにチャレンジし経験を積みながら、1995年から現在に至るまで21年没頭し続けることになります。

2005年、私は戦略的にホームページをコンサルティングするWebコンサルティング会社に入社しました。

2人の子育て中で、保育園送迎生活をしながらでしたが、同僚の男性には負けたくないという意地を持って、**Webプロデューサーとしてトップの営業成績**を残します。

3年半でコンサルティングでクライアントを成功させ、思う存分実践し経験を積んだ後、

2010年12月、38歳の頃、「起業したい」という私の心の中にしまっていた夢を、口に出すようになった自分に自分で気がつきます。

「私には二人も子どもがいるから」

「自分のやりたいことがはっきりしていないから」

「私にはまだ実力が無いから」

いろんな言い訳や不安を人一倍持っていた私ですが、

2010年12月23日

起業したいという気持ちを、恩人である前職の社長に相談したところ、あっさりと会社を辞めることが決まり、3日で退職日まで決まってしまいました。

2011年1月31日

人脈なし、資金なし、商品なし、事業計画なしの状態にも関わらず、思い切って起業します。

その頃の手持ちの貯金は100万円、人脈も、経験もなく、起業することだけは決まった状態。会社の登記を済ませたらほぼ貯金はありません。

これまでは会社のブランドでシゴトをしていただけのサラリーマンですからお客様はひとりもいません。

そんな頃、あるセミナーで偶然出会った鉾立由紀さん（現在最も信頼している起業家仲間です）の紹介で現在の私の師である相葉力哉さんに出会うこととなりました。

そして『**真型起業家**』となることを決意し、
企画創造からなる起業家のビジネスプロデューサーを
目指しはじめます。

セミナーを開くことも
人前で話すことも全く経験がなかった私ですが
起業して7年の間に、
2400回以上のセミナーを自主開催したり
個別コンサルティングを行い、
これまで累計5000人以上の方に
Facebook、ブログ、メルマガを用いた
お客様が集まる仕組みをお伝えしてまいりました。

相葉力哉さんに師事してから約5年で、
集まる集客®プロデューサーとして、月商2000万円
をいただけるようになるまで自分のビジネスを成長させ
ることができました。

現在は、**WEBが苦手な起業家／経営者**の方や、
コンサルタント、先生業、講師業の方、著者の方、協会の代表理事の方を対象に、
半年間100万円以上のコンサルフィーを頂き、
「Facebook＆ブログ＆メルマガ」を動線でつなぐ
「**集まる集客**」のヒットルート創造や、新ビジネスとしての**ヒットコンテンツのプロデュース業**、そして「**集まる集客**」を受け継ぐ**プロデューサーの人材育成**をしています。

集まる集客 導入事例紹介



集まる集客®のメソッドを使い、

現在 100名以上の起業家が月商7桁の成果

に到達するという成果があがっています。

宝地図ナビゲーター 望月俊孝氏、

輸入ビジネスアドバイザー 大須賀祐氏

マインドブロックバスター 栗山葉湖氏、

USPプロデューサー 鉾立由紀氏、

アントレランド主宰 相葉光輝氏、

炎の講演家 鴨頭嘉人氏、

うるおい漢方の専門家 大塚まひさ氏、

シンメトリー美人プロデューサー Roe氏、

フィーリングリフォーム主宰 山岸加奈氏、

など

業界の第一線で活躍する専門家の方々の

プロデュースを数多く手がける中で、

お伝えしている集まる集客のセオリーを

本書では惜しみなく公開してまいりたいと思います。

**与える達人となり
未来のお客様を創ろう**

どんなに集客が苦手でもそのままやれば到達できる！

私がWEBの仕事をはじめたのは19年前の1995年。そのころは、まだ日本中の誰もがWEBからの集客やインターネットの活用法を知りませんでした。



わたしは当時から、WEBが苦手でわからない経営者の方々に、**どのようにしたら、WEBからの売上獲得に活**

かすヒットルートを構築することができるのか、WEB
の魅力をお伝えし続けてきた経験があります。

WEBの話はとにかく難しくなりがちですが、
私のお話はできるだけ
「**とにかくわかりやすく！**」を心がけています。

ですから、WEBが苦手でも大丈夫です。
ご安心ください。

どんなに苦手でも「やればできる！」
わたしはそう信じております。

日頃メルマガやFacebookで応援していただいている皆様に感謝の気持ちを込めて、わたしの主宰しているセミナーを体験体感していただけるよう実際にセミナーでお伝えしているスライド画像と解説を書き下ろししています。

集まる集客の原点『真型起業家』とは？

集まる集客の本質となっているのは
師である相葉力哉さんから受け継いだ
「真型起業家」「7つの教え」という2つの教えです。

空前の起業ブーム、少子高齢化、終身雇用制度の変化、
2017年以降も、起業する人が増え、新しい教育コン
テンツやサービスは今よりも、加速度を増して増えてく
ると私は見えています。

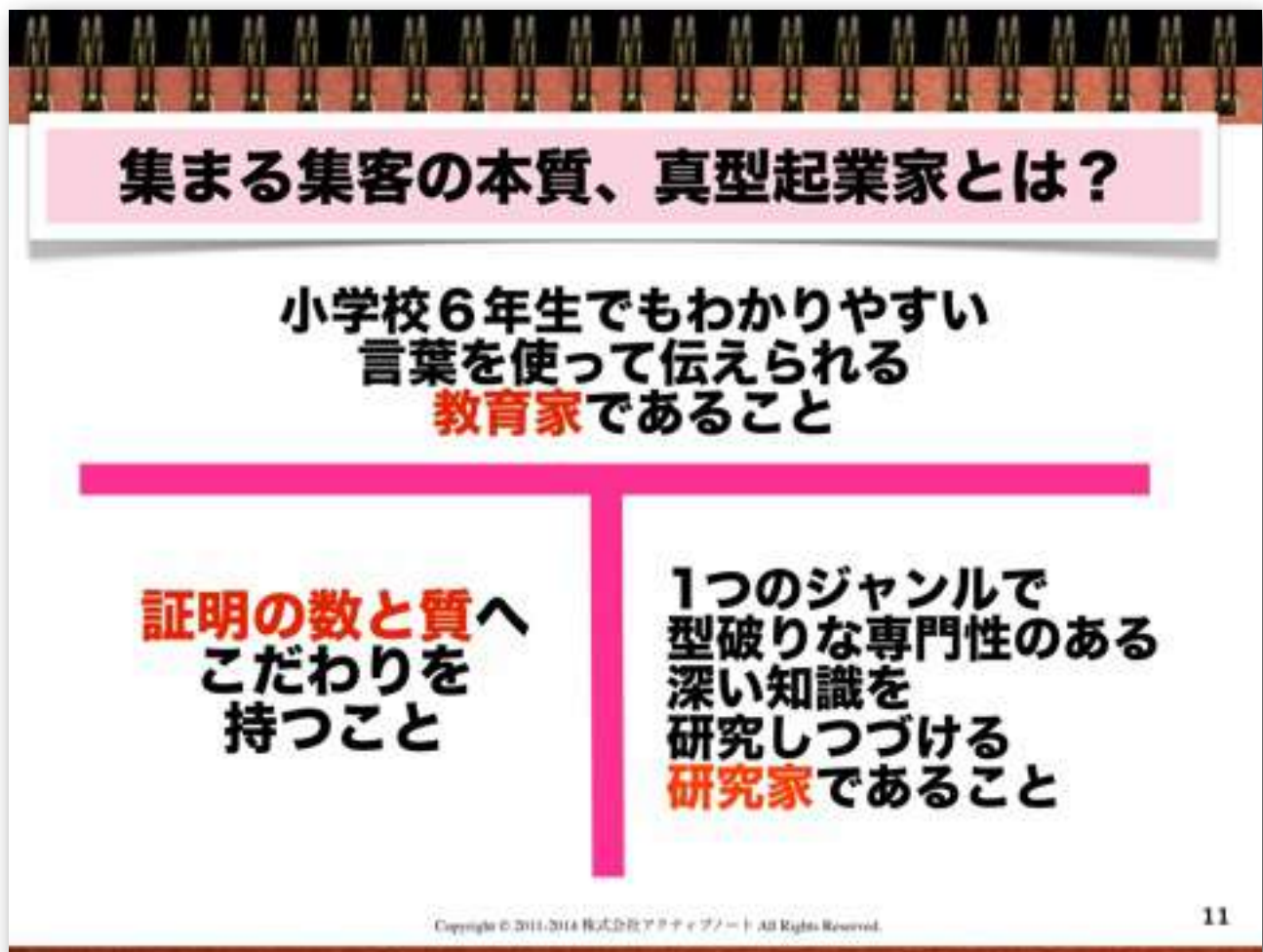
あなたの周りにも、独立起業する方は増えていきま
せんか？

誰もが資本金0円で起業することができ、
名刺さえ用意すれば
誰もが明日から社長／経営者であり、
コンサルタントになれますよね？

そんな時代だからこそ、ニワカ型の起業家ではなく
『真型起業家』となるためのビジネスの本質を

わたしは学び実践しています。
ご紹介させていただきます。

<真型起業家とは>



真型起業家とは、この3つから成り立ちます。

1つ目は、

**1つのジャンルで型破りな専門性のある
深い知識を研究をし続ける『研究家』**であること。

2つ目は、
小学校6年生でもわかる言葉で伝えられる
『教育家』であること。

そして、**『証明の数と質』**を高めること。

Webを使って、「集客」をしていくためには、
「与える達人」となり、良質のコンテンツを
常に生み出せる起業家である必要があります。

自分の今持っている知識や経験の切り売りだけで、
勝負できるほど、この情報過多時代は甘くはありません。
そうは思いませんか？

この情報過多時代に勝てる戦略とは、
まず、常に研究をし続けることです。

『このジャンルなら誰にも絶対に負けない！』
そんな専門性のある深い知識を研究し続けること、

そしてその研究の成果を
小学校6年生でもわかりやすい言葉を使って
教えはじめることです。

未来のお客様に伝わる言葉で、
未来のお客様に会う前に教育をしはじめることです。

そしてあなたのビジネスに、**「お客様の声」**
という、証明の数と質が高まってきたら、

売り込みせずにお客様からお願いされる
集めるのではなく『集まる集客』が
自ずと成り立ちはじめるのです。

私が真型起業家を目指してからはどうだったのか？

私は、「真型起業家」であろうと、
学び実践しはじめましたが、
はじめから順調にはいきませんでした。

1 億円以上の売上が見込める大きなプロジェクトを実践しようとして失敗させたこともあります。

8 ヶ月間ほど売上がなく、1 家 4 人の家計をクレジットカードのリボ払いで支えていましたし、ストレスのあまり顔面神経麻痺となり入院してしまうこともありました。

「失敗」と「新しい企画創造」、
「研究」と「実践」を繰り返しながら、

わたしは集めるではなく集まる集客®を創り上げます。

起業した 2011 年 12 月には 260 万円の売上、

その翌年には550万円の売上を上げられるようになりました。

現在、

宝地図ナビゲーターの望月俊孝さん、

輸入ビジネスアドバイザーの大須賀祐さん

USPプロデューサーの鉾立由紀さん

マインドブロックバスター主宰の栗山葉湖さん、

そのほか

沢山の協会の代表理事の方々やコンサルタントの方、

一言で言うなら、志の高い方、

人に教えるシゴトをなさっている方

その方の教えた生徒さんがその先生の志を受け継ぎ、

人に教え始めている方々のために、私自身が誰よりも研究し、実践し、「集まる集客」を科学式にして教えることを志事とし、

月商8桁を常態でいただけるほどに

変化成長することができています。

集まる集客®の未来への展望

わたしは師である相葉力哉さんの教えである
真型起業家となり、
「集まる集客」の戦略を
体系化してまいりました。

研究し、人に教え、
その証明の数と質を高めてきたのです。

なぜわたしがそれを没頭して行ってきたのか、
実践できたのか？

それは「7つの教え」があったからです。

本書を読むあなたにもぜひ、
私の起業物語からご自身のビジネスへ置き換えていただ
きたいと想ってお話します。

【7つの教え】

- ①自ら投資し
- ②学び
- ③実践し
- ④記録し
- ⑤人に教え
- ⑥パートナーを募り
- ⑦共に豊かになる

まず、自己投資をすること、

私は起業したての頃に相葉力哉さんの主宰する起業家のためのチームコンサルティングに参加しました。

そこで学んだことを、誰よりも素直に実践しました。

どのくらい素直だったかというと、

「人の前に立って話すなんてできない」

「セミナーを開くのは絶対いやだ」

「メルマガなんて書けない、書きたくない」

そんな私でしたから、相当です。（笑）

自分を変化させ、学んだことを

素直にやってみること（実践すること）から

はじめたのです。

私が師である相葉力哉さんから学び、

実践し、記録に残したことを、

つまり「集まる集客の実践方法」を

人に教えることで、収入を得ています。

そして起業してから最初の一年は
数々の集まる集客の導入事例を持ち、
つまり証明の数と質を高めることに、
没頭します。

そうして「集まる集客i-Web戦略」を
ヒットさせることができました。

その成功を持って

次に

6つ目の教えである
パートナーを募り始めました。

私の主宰する

**集まる集客®プロデューサーズ・ラボラトリーが
それにあたります。**

集まる集客®プロデューサーズ・ラボラトリーとは、
私と同じ志を持ち、集まる集客をプロデュースするプロ
デューサーのための起業家支援制度です。

プロデューサーズ・ラボラトリーのメンバーは
わたしが伝承したメソッドを使い、
集まる集客を人に教えはじめ全国展開をするようになり
ました。

プロデューサーズ・ラボラトリーの
メンバーとともに、
全国に400万社と言われる中小企業に
この『集まる集客』を伝えていくため、

共に学び共に応援し共に豊かになる仲間を発掘し
育てていきたいと想っています。

わたしの夢は、
『選択できる人生を手に入れること』



自分が組み込まれなくてもシゴトが回る仕組みを作り
1ヶ月のヴァカンスに行ける日本人になること。

自分も、夫も、子どもたちも
私に関わる方々をも豊かにしていくこと。

誰よりも「起業家」を支えたプロデューサーとして
子どもたちの記憶に残る親となり、
夫に「葉弓と結婚して良かった」と言ってもらって
老後を暮らすことを目標にしています。

そのためにまず、
わたしは関わる方を豊かにすることができる
「集まる集客」をもっともっと広げていくこと
世の中から売り込みをなくすことが私の目標です。



集まる集客の 2つの 考える軸

前置きが長くなりましたが、
本書で身につけていただくのは、

集める集客ではなく
集まる集客を仕組み化するための
起業家・経営者のための、ほんとうのFacebook使い方
集まる集客 “ Facebookオペレーション”です。

本題に入る前に「2つの考える軸」をお渡しします。



潜在顧客、顕在顧客の2軸思考のアプローチ

まず本題のフェイスブック戦略に入る前に

お客様を“集める”から“集まる”に変える仕組みを創る
全体像からお話をさせていただきます。

集まる集客とはこの3つから成り立ちます。

1：世に露出し自然と顧客が集まるための『集客戦略』

2：顧客の心を掴み『顧客獲得戦略』

3：顧客とのコミュニティを持つ『顧客のファン化戦略』

起業家が「広告予算や人件費を多くかけず」に実現できる
ビジネス展開の大きなチカラ備えること。

それが『集まる集客』なのです。

もう少し掘り下げてお話しておきます。

この私の自己投資、学び、実践、記録、
クライアントへの再現からなる新しい理論
「集まる集客®のセオリー」は、

巷のコンサルタントさんやウェブマーケッターさんが
過大表現している“ウェブ業界の勘違いの常識”と
“稼ぐためのHowTo”とは大きく異なります。

皆さんも薄々気付き始めているかもしれませんが、
多くの過大表現には限界があります。
悪く言えば、嘘が多くみられます。

売上が1ヶ月で10倍アップした●●ノウハウ

とか、

誰でも億を目指せるインサイダー的ノウハウ

といったプロモーションをみかけたことがある方も多いと思います。

これらは、単品の商品や単発で再現性の少ない商品であることがほとんどです。

ですので、ビジネス全体の売上からみると、
いっても瞬間的な2倍などの成果が上がっても
他者へ再現がしづらいものがほとんどなのです。

もちろん、海外にはあって日本にはないヒットコンテンツを独占販売したり、
日本では買うことのできないヒットコンテンツを創り上げている、アパレルや食品系やゲームなどのウェブ戦略もありますが、それらはほんの一部です。

ほとんどのコンサルタントさんやウェブマーケッターさんは、ビジネス全体の売上を突出させたという成功事例をもっていません。

なぜ私がこのようにお話できるのか？

**そして、なぜ私や私に関わる起業家が
突出した成果が達成ができるのか？**

この理由について、
ごくごくシンプルな理論で説明ができ、
皆さんに置き換えて成果につなげていただける。

それが、今日お話しする『集まる集客』なのです。

成果に繋がる本質やHowToを
実際の事例を交えてお話しますが、

そもそも今からお話しする「2つの考える軸」が重要となります。



1つめの軸は、

潜在見込み客へのリーチ

×

露出注目頻度

×

アクセスクリック率

×

購買率

×

顧客単価

×

顧客年齢

2つ目の軸は、

顕在見込み客へのリーチ

×

露出注目頻度

×

アクセスクリック率

×

購買率

×

顧客単価

×

顧客年齢

つまり、私の脳の動きには、
「潜在見込み客」と「顕在見込み客」

という「2つの未来のお客様を創りだす」という軸を
中心に常に動きまわっているわけです。

数式のような公式となると、
「難しそうだなあ」と感じる方もおいでかもしれません
ね^^;

しっかりと小学6年生でも分かる言葉で紐解きま
す！！！！

もう1つ、後ほど皆さんの脳をガツガツ^^;
動かしやすくするためにメモをお願いします。

↓の構造をメモ

1 : 世に露出し自然と顧客が集まるための『集客戦略』

→集まるプラットフォームの創造

2 : 顧客の心を掴み『顧客獲得戦略』

→顧客獲得 0 円の商品の創造

3 : 顧客とのコミュニティを持つ 『顧客のファン化戦略』

→顧客ファン化コミュニティの創造

この「3つのヒットコンテンツ」を創ってしまうことで、驚くほどの成果の速度が上がっていくわけです。



本日は、この「2つの未来のお客様を創りだす軸」と「3つの動線」を皆さんのビジネスに置き換えて、

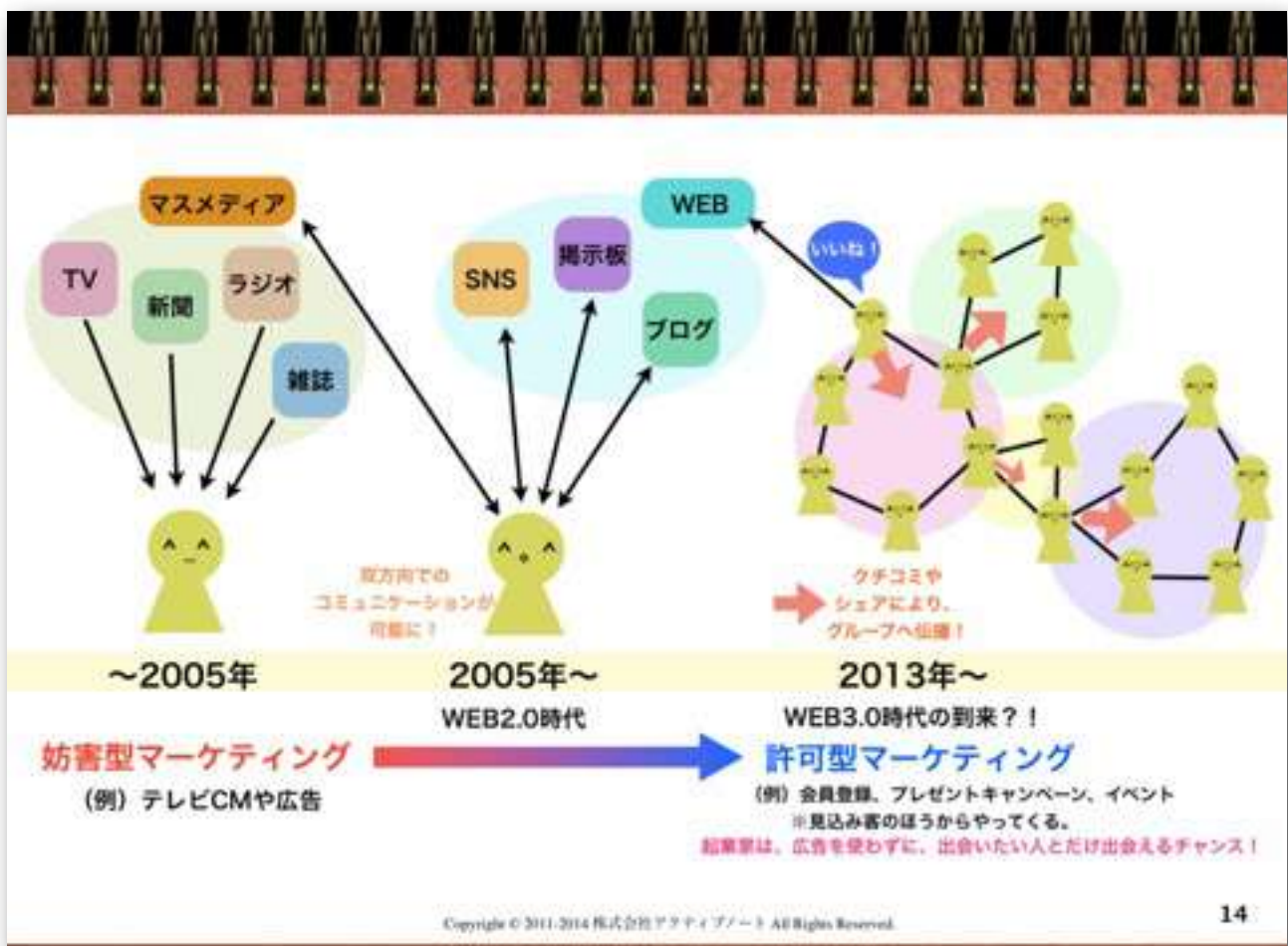
お客様を“集める”から“集まる”に変える仕組みを皆さんのビジネスに置き換え、成果を創り出せるチカラを養うこと。

そこまでを目標にお話していきたいと想います。

なぜ今、集まる集客が必要なのか？

なぜ今「集まる集客」が必要なのでしょう？
順を追ってお話してまいりたいと思います。

これまでの日本のWEBマーケティングの流れを時系列に沿って見てまいりましょう。



私がWEBのシゴトをはじめた1995年の当時の日本のホームページは、情報提供側が一方的に情報を提供す

るだけの『**一方通行**』の時代でした。まだまだ紙の出版物と同じでした。

このころ行われているプロモーションは
妨害型マーケティングが主流です。

月曜9時のドラマを見ている間に差し込まれるCM、ドラマが見たい私たちの妨害をすることで露出するマーケティングです。

2003年頃から
mixiをはじめとするSNSやブログや掲示板など
情報が企業からの一方通行ではなく
ユーザーとユーザーがやりとりできる
『**相互通行**』の時代が訪れます。

ですが、当時mixi疲れがYahoo!ニュースもなりましたが、ブログを書いている人、SNSを利用している人はまだごく一部でした。

2013年の今、

ソーシャルメディアの時代の到来で
情報の伝達の流れが急激に変化しました。

東京では現在Facebookをやっていない人に出会うこと
自体が難しいという現状です。ネットユーザーのほぼ全
員が個人としてのメディアを持っている、そんな時代と
なったのです。

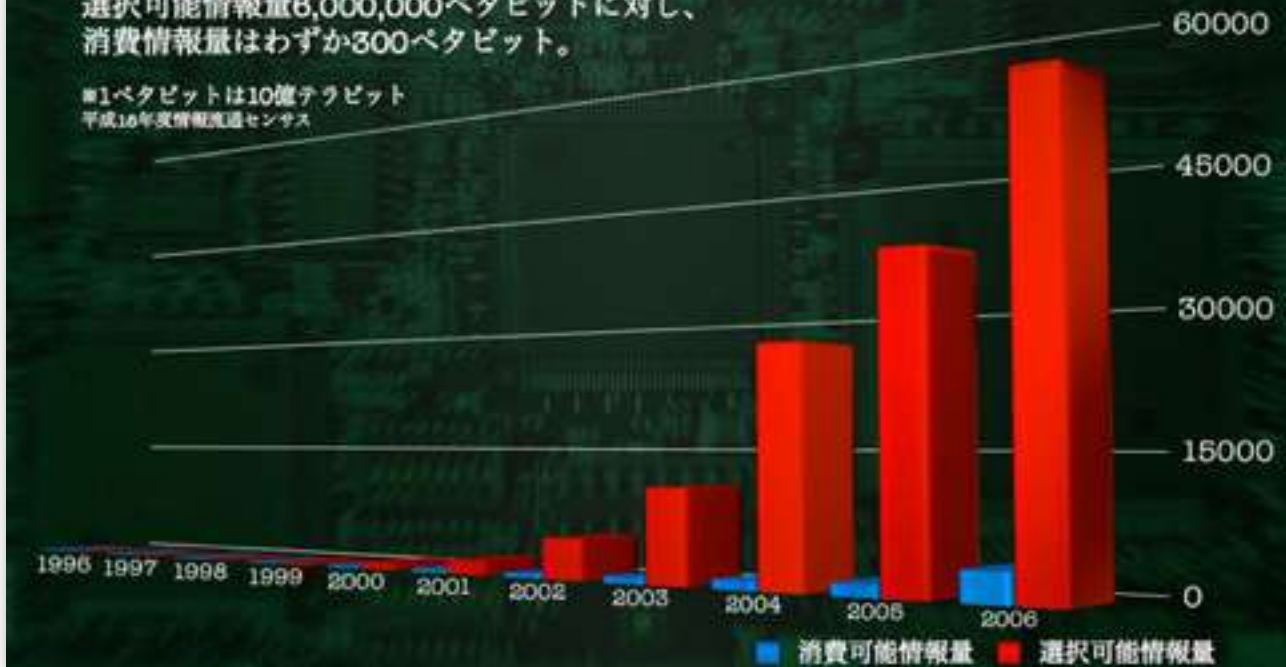
一方で、テレビ局の数、新聞社の数、ラジオ局の数、雑
誌の数が減ったわけではありませんし、
毎日200冊以上の本が出版され続けています。

情報洪水と呼ばれる時代

選択可能情報量は消費可能情報量の **2万倍**

選択可能情報量8,000,000ペタビットに対し、
消費情報量はわずか300ペタビット。

※1ペタビットは10億テラビット
平成16年度情報流通センサス

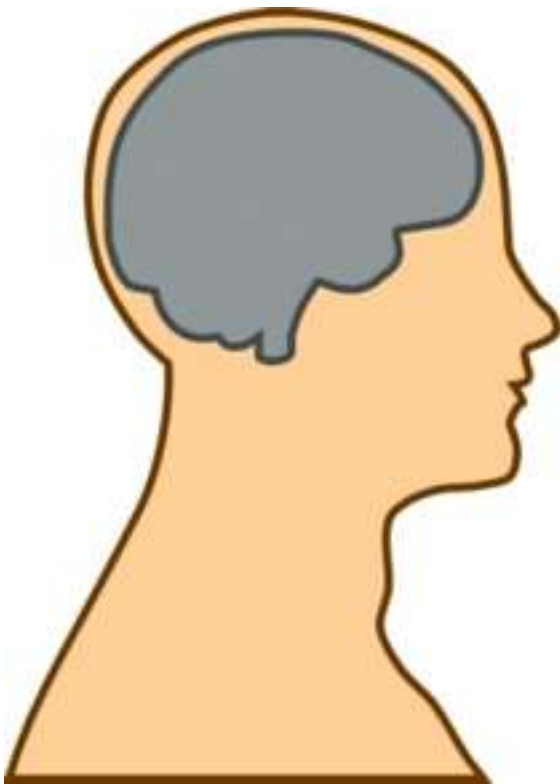


10年前のお客様が受け取る情報量と
今のお客様のが受け取る情報量の差が2万倍を超えると
言われています。

空前の情報過多の時代が到来しています。

WEBを通じた情報量はこれからも増幅していきますが、一方で、私たちの『脳みそ』の情報処理速度や記憶力はさほど進化していません。

10年前に比べて**人間の記憶力が2万倍**になったかというと



そうではないですね？

この情報戦争に勝っていくために、
企業や私たちのライバルは、
あらゆる集客プロモーションを仕掛け、

お得感や自身の売りを
これでもか、これでもかと必死で売り込んでいます。

情報の流通量が多すぎて、いくら集客を行っても
お客様の目に留めてもらえない、
お客様に覚えてもらえないからです。

モノやサービスが非常に売りづらい、
集客が困難な時代だということですね。

戦後のモノがなかった時代は
何でもモノがあれば売れた時代でした。

戦後の復興で先人の方々が
がんばってくださったおかげで
いまは日本は大きく大きく経済成長を果たし

made in Japan と言えば、
いまや世界一のクオリティを誇ります。

改良に改良を重ねて、
商品の質も、サービスの質も最上級に高まりました。

私たちの住む日本では、良いモノを探すのは簡単で、
良くないモノを探すことのほうが困難な状況です。

商品もサービスも成熟している現代の日本では、
右を向いても左を向いても、商品やサービスの質の
『差』はありません。

Facebookの利用者が2 0 0 0万人

アメブロのユーザー数は2 8 0 0万人

YouTube日本のユーザー数は3 2 0 0万人

無料ノウハウ配布による リスト獲得合戦が起こる

ノウハウが世の中に溢れ出し、今やノウハウは無料の時代。
無料でもお客様に振り向いてもらえない。
だから、2013年は無料ノウハウ配布によるリスト獲得合戦が始まる。

Facebookでも、Twitterでも、検索画面でも、ブログでも、
無料のノウハウの売り込み合戦。

アフィリエイトを用いたプロモーションがさらに活況になる。
そうなるとうまく知らない商品なのに、アフィリエイト（紹介）でする人が増える。

ユーザーには無料ノウハウを得た直後から届く、売り込みメールが増える。

Copyright © 2011-2013 株式会社アクティブノート All Rights Reserved.

10

毎日、毎日、情報がテレビ、新聞、雑誌、ソーシャルメディアから、洪水のように溢れています。

お客様は、どれを選んだらいいのか、
何を信じたらいいのか誰の言うことなら正しいのか、

自分では判断がつかない、わからない状態となっているのです。見込み客を獲得することを目的に、無料ノウハウ配布によるリスト獲得合戦がはじまっています。

ノウハウが世の中に溢れ出し、今やノウハウは無料の時代です。無料であってもお客様に振り向いてもらえない、まるで、駅前のティッシュ配りのような状況です。

Facebookでも、ツイッターでも
Googleの検索結果でも、ブログをみても

無料のノウハウの売り込み合戦となり、
さらにアフィリエイトも活況になることでしょう。

アフィリエイトを用いたプロモーションがさらに活況になれば、紹介している商品のことをよく知らないのに
ただお金をもらえるから紹介するという人も増えてしまいます。

お客様には、無料のノウハウを得た直後に届く、売り込みのメールが多数届くようになります。

お客様は、むやみに煽ったり過剰な表現で衝動買いを誘ったりする売り込み型の集客に慣れ、嫌い、警戒するようになりました。

ネット上でのお客様は一度煽られて買ってしまったとしても二度目はだまされません。

**また買わされるのではないか、
また売り込みされるのではないか、**

そんな想いがパソコン離れ、テレビ離れ、新聞離れを加速させていると言って間違いないと私は考えます。

消費者は賢くなったのです。

では一体、どうしたら良いのでしょうか？

集まる集客® 2ステップマーケティング

それでは、情報過多の時代に
どのようにお客様を集客していけばいいのか。

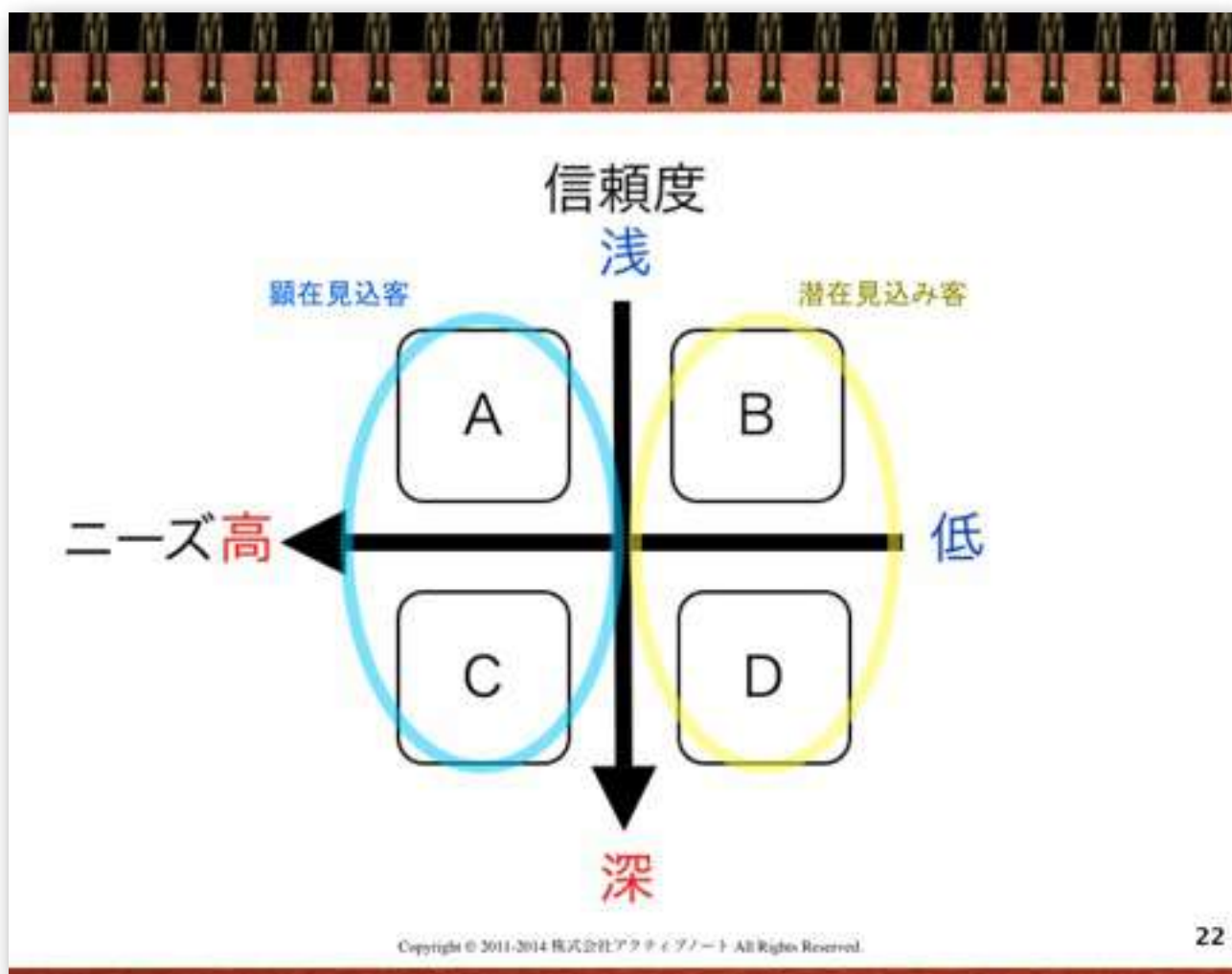
集まる集客の「本質」である2ステップマーケティング
を解説してまいります。

U S Pプロデューサーの鉾立由紀さんは
2ステップマーケティングを実行することで、
クロージング率が80%という成果が上がっています！

2ステップマーケティングは
お客様から、
「ぜひ買わせてください、お願いします」
そんな理想的な顧客獲得が実現可能なのです。

※ちなみに鉾立由紀さんは、
クロージング率90%越えと現在も記録を更新中、快進
撃を続けていらっしゃいます。

顧客獲得が80%という実績を持つ、
2ステップマーケティング
それが叶うにはちゃんと理由があるのです。



それでは解説する前にひとつワークを行っていきます！
縦軸に信頼度（お客様があなたを信頼しているどうか）
横軸にニーズ（お客様が欲しいと思っている度合い）と
します。

Aゾーンは、
あなたへの信頼度が浅いが、ニーズが高いお客様

Bゾーンは、
あなたへの信頼度が浅いし、ニーズも低いお客様

Cゾーンは、
あなたへの信頼度が深く、ニーズも高いお客様

Dゾーンは、
あなたへの信頼度が深く、ニーズは低いお客様

あなたのことを信頼してくれていて、
しかもあなたの商品を欲しいと思っているお客様である

Cゾーンを狙うのは至極当然でしょう。

ではその次は？？？

**あなたなら、Bゾーン、Cゾーン、Dゾーンのお客様の
どこを狙っていきますか？**

このワークをすると約80%の方が
Aゾーンを狙うと答えます。

また世の中の多くのコンサルタントさんは
このAゾーンを狙うことをおすすめしているはずです。

なぜならば、Aゾーンを狙えば成果を出しやすいから。

成果を出して契約を継続していくことが
コンサルタントの収入となりますから、
当然のことと言えるでしょう。

世に出回っているマーケティング手法は
ほぼこのAゾーンのためのノウハウばかりです。

Aゾーンにはライバルが多く存在するために
リスクがあります。

Aゾーンを狙おうと想っていた方は、
どんなリスクがあるのか考えてみてください。

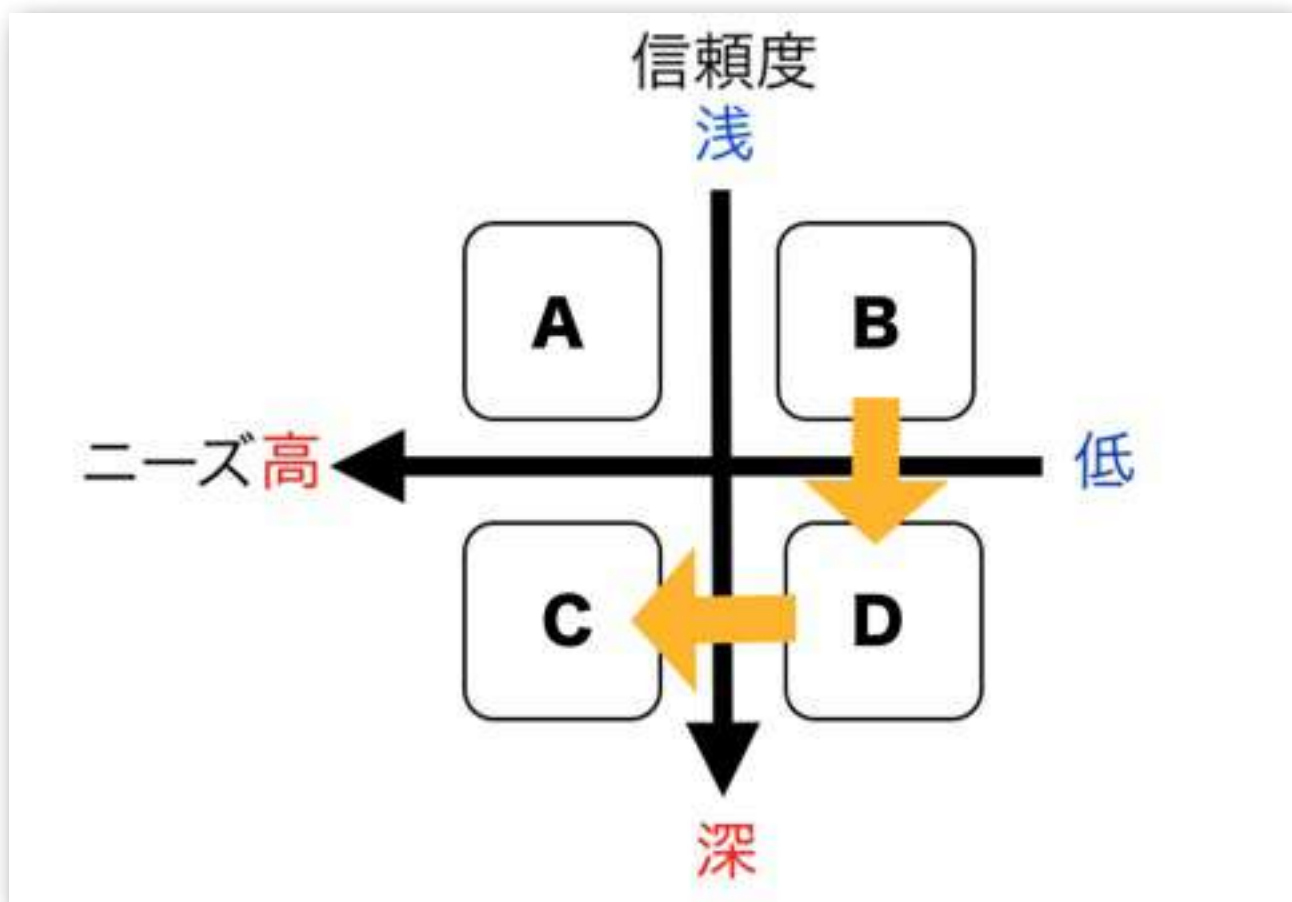
ライバルが多く存在するということは
価格競争がおこる可能性があります。

たとえ価格競争がもし
おこらなかったとしても
認知露出のためのプロモーション合戦が待っています。

広告費を多大に使った消耗戦に落ち入れば
資本のある大企業しか生き残ることができなくなってしまうのではないのでしょうか？

私は、Aゾーンを狙うことは、
非常にリスクがあると捉えます。

商品選びを即決させるプロモーションではなく、
未来のお客様をコツコツと育てる
ファンづくりが必要だとは思いませんか？



私は日頃からこのような動線を提案しています。

BからDへ

DからCへと

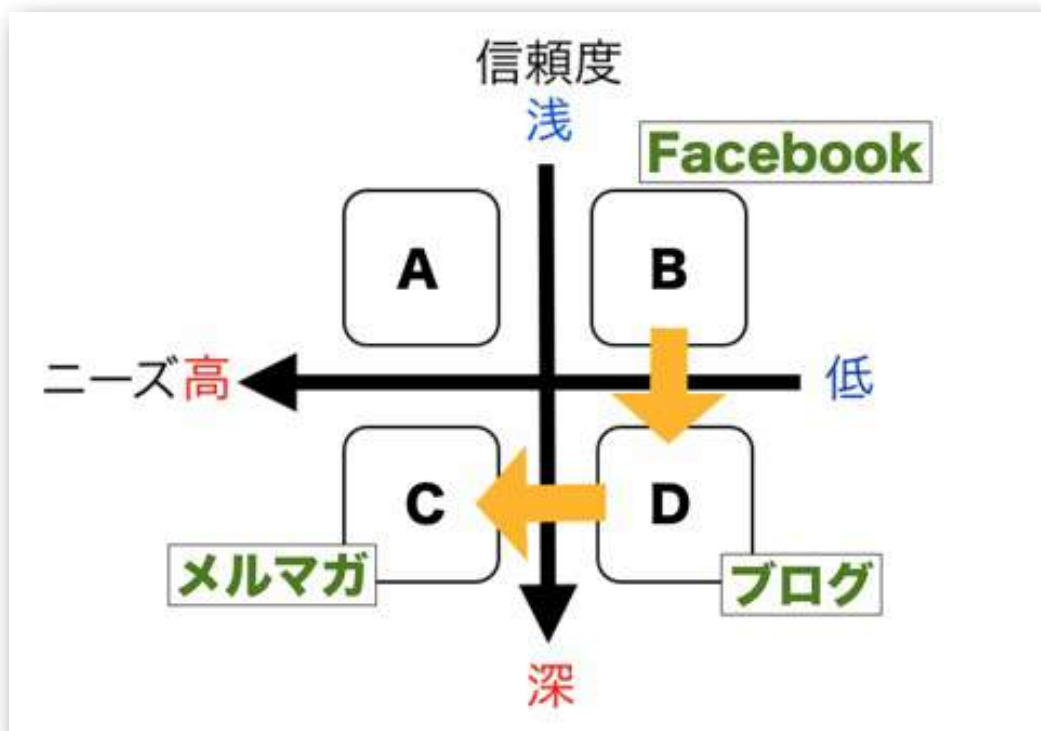
2ステップでお客様を育てること！

お客様の信頼を高めた上で

お客様をコツコツ教育しながら
欲しい気持ちをかきたてるのです。

Facebookでファンとのエンゲージメントを高め
WordPressに動線をひき
メールマガジンに登録する流れを創る
2ステップを組んだり、

潜在顧客層にアプローチするプラットフォームとしてブ
ログを作りメールマガジンで顧客を育てる2ステップを
組み、お客様が集まるルートを構築しているのです。



2ステップマーケティングを用いるとは、具体的にどう いうことか？

お客様が売り込み型の集客を嫌うようになった時代だからこそ、今、私たちが『頭』を使うべきなのは、
2ステップマーケティングを用いて、

お客様をあなたのことを『好き！』『大好き！』
と言ってくれるファンを創り、育てることです。

ファンが集まる集客を仕組み化することが急務だということなのです。

お客様の悩みを解決する情報や お客様の欲を満たす情報

これらのお客様に喜ばれる「教育コンテンツ」を与え続けること。これが『出会いの動線』です。

「いいね！」と言ってくれるだけのお客様は、
いずれ他の情報に流されて、去っていつてしまいます。



とにかく与え続ける
与える達人となることが、

この情報過多時代に
勝てる唯一の戦略なのです。

Make The FAN



与える達人となるための
フェイスブックどのように使うのか？

具体的に解説してまいります。

集まる集客®

Facebook戦略とは

集まる集客Facebook戦略とは？

あなたにとってFacebookとは何ですか？

いまどのように使っていますか？

近況報告に使っているだけ、

見ているだけ、なんて言う経営者の方も多いのでは？

(^_^)

なぜ起業家・経営者がFacebookの使い方を間違えるのでしょうか？

ずばり、Facebookの捉え方が違うからです。

ではその前に、

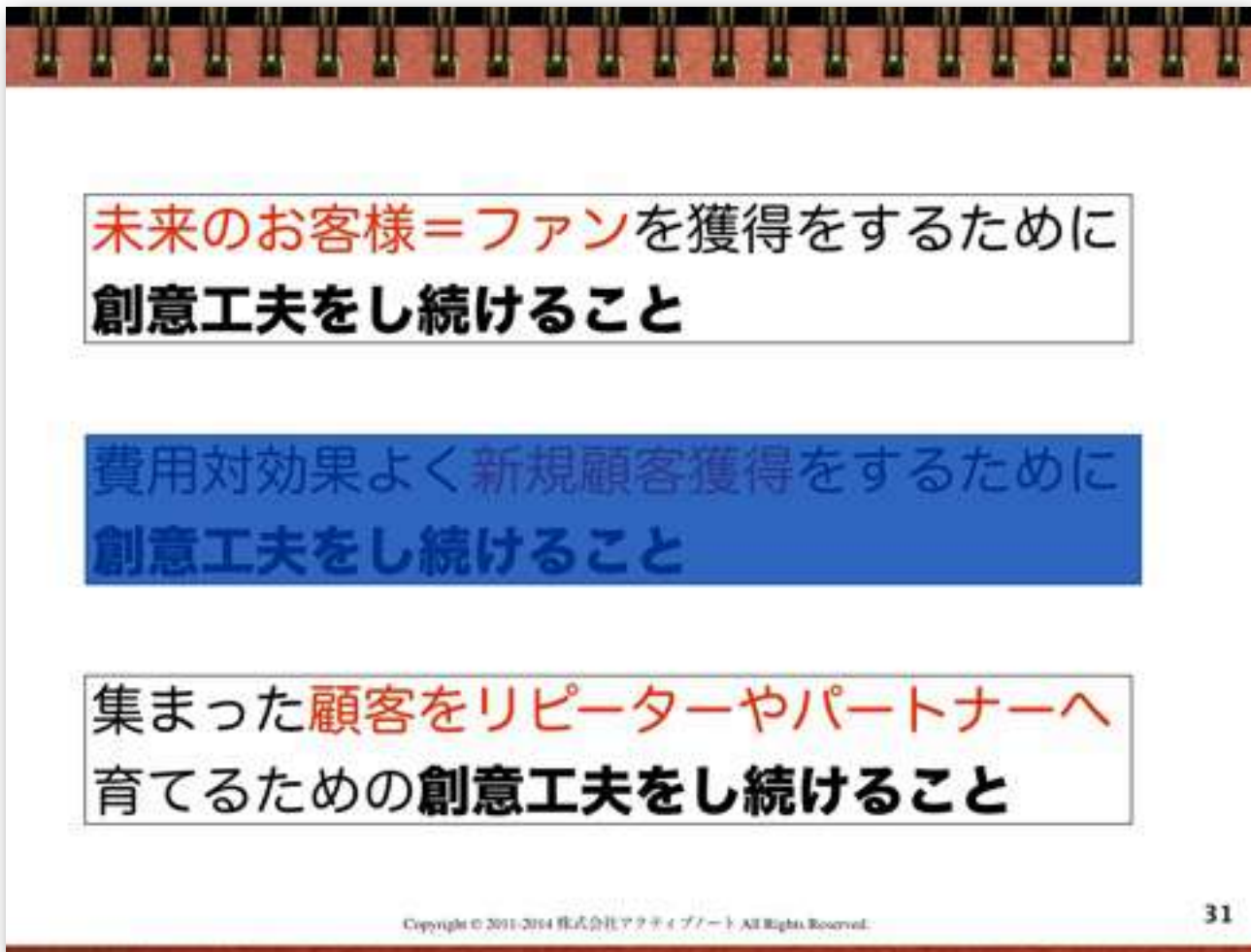
なぜFacebookを使うのか考えていきましょう。

ビジネスで最も重要なこと、

それは「お客様を創ること」です。

**新規顧客開拓＝売り込みををなくすために、
未来のお客様を創ろう、**

それが集まる集客i-Web戦略のテーマです。



未来のお客様＝ファンを獲得をするために
創意工夫をし続けること

費用対効果よく新規顧客獲得をするために
創意工夫をし続けること

集まった**顧客**を**リピーター**や**パートナー**へ
育てるための**創意工夫をし続けること**

Copyright © 2011-2020 株式会社アクティブノート All Rights Reserved.

31

では、
未来のお客様を創るにはどうしたらいいのでしょうか？

まずお客様の目の前に現れること、
すなわち「**露出**」することが
最も重要なのです。

そもそも知らなければ、ファンになれません。
あなたの商品を欲しいと思うことすらできませんよね？

私は先日、ラグジュアリーな温泉宿に
起業家仲間と合宿に行きました。そもそもは

「熱海に全室スイートルームの温泉宿がある。」

その温泉宿の存在を知っていてはじめて、
「行きたい！」「行こう」と想い、予約をし出掛ける
ことができたのです。

どんなに素晴らしい温泉宿があっても
どんなに素晴らしい商品やサービスであっても

**知らなければ、
行きたい、買いたいと想えない。**

ですから、
「情報を流通させる」ことこそが
ファンを創るためにもっとも重要なことなのです。

どうやったらすべてのお客様候補に、
情報を伝えることができるだろうか？

と私たちは悩みそを使う必要があるのです。

皆さんは
お客様候補に、情報を伝えることができているでしょう
か？

テレビで一度紹介された、
雑誌に一度出た、

それだけでは上手くいきません。

一度「露出」しただけで、
お客様に覚えていただける（認知される）でしょうか？

たとえばテレビCMで何度もみかける
ソフトバンクのお父さん犬。

一度や二度の露出だけでは、こんなに日本全国で愛される
キャラクターにならないですよ？

「露出しただけでは認知されません」

「露出し露出頻度をあげる」が必要なのです。

何度も何度も露出して、
認知していただくことが必要です。

露出すること
露出回数をあげることで、

そこではじめて
あなたやあなたのサービスが認知されるのです。

ここで一旦、まとめますね。

情報の流通させるために、
できるだけ多くのお客様候補の

目の前に露出すること

何度も何度も露出回数を増やすことが大事です。

テレビCMを打つのが一番得策かもしれませんが、
予算が1億円以上かかりそうです。

しかも、テレビの視聴率が下がり
新聞の購読数が下がり
ラジオの視聴率が下がる時代です。

さてどうしましょうか？

そこでFacebookなのです。

あなたはFacebookで何を目指していますか？

Facebookを使いたければFacebookを理解するところからシステムを知らなければ、使いこなすことはできません。

まずシステムを使うなら、システムの仕組みから覚えましょう。

あなたが、Facebookで目指しているものは何ですか？？

Facebookで重きをおいていることは？？

今さら聞けないFacebookの仕組み

- Facebookは世界中の人と無料で会話することができるメディア
- Facebookは世界一のコミュニティ



あなたはFacebookをどのように捉えていますか？

Facebookは1 3 億人が集まっている、
世界で一番大きなコミュニティです。

●無料で世界中の1 3 億人と会話ができるメディア
なんです。

●無料で5 0 0 0 人とお友達になれるツールです。

あなたがもしお友達との「近況報告」のツールだと捉えて日々使っていたとしても、それは間違いではありませんが、

しかし、

起業家としての目で
経営者として目で見たら、

目の前に広がる大きな新しいチャンスを感じませんか？
そう、ここまで私の話を聞いていれば閃いたはず！！

**「世界中の13億人に無料で露出できるチャンスが
広がっている！ マーク・ザッカーバーグさん、
Facebookの中に13億人を集めてくれてありがとう！」**

そのように感じませんか？

※マーク・ザッカーバーグさんとは、
Facebookの創始者です。



マーク・ザッカーバーグ

マーク・ザッカーバーグは、アメリカ合衆国のプログラマーであり、実業家である。ハーバード大学在籍中にソーシャル・ネットワーキング・サービスサイト、「Facebook」を開設した。 [ウィキペディア](#)

生年月日： 1984年5月14日 (30歳)

生まれ： アメリカ合衆国 ニューヨーク州 ホワイト・ブレインズ

配偶者： プリシラ・チャン (2012年から)

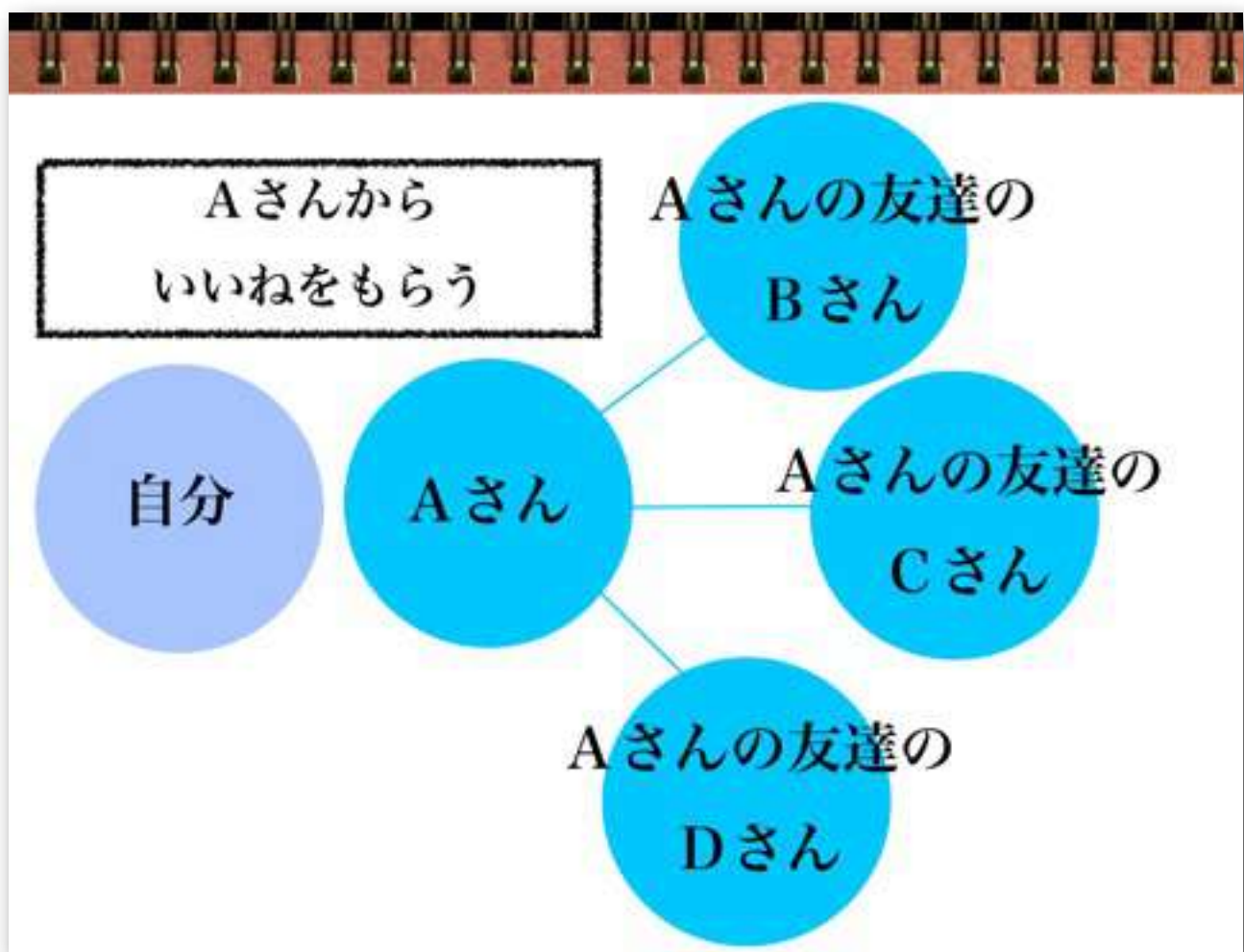
学歴： フィリップス・エクセター・アカデミー (2000年 - 2002年), [もっと見る](#)

兄弟： ランディ・ズッカーバーグ、 ドナ・ズッカーバーグ

親： カレン・ズッカーバーグ、 エドワード・ズッカーバーグ

それでは、Facebookのシステムの基本機能のおさらいからまいりましょう。

お友達から「いいね！」をもらったり、コメントをもらうと、その友達のお友達にその情報が伝わります。



友達が100人いるAさんから、いいねや

コメントをもらうことで、
Aさんのお友達100人の目の前に
露出することが可能です。

そして、Aさんのお友達のCさんが「いいね！」を押し
たとしたらそのCさんのお友達の500人の目の前に露
出することが可能です。

そのまたCさんのお友達の、お友達のお友達のお友達ま
で、理論上はFacebookに登録している10億人に露出
可能です！

その情報の伝達にかかる時間はといえば、
「いいね！」を押す、ほんの一瞬だけ！

この情報伝達の速度を
他のメディアや、例えば口コミと比べてみてください。

Facebookの情報の伝達（伝染性）に
驚くほど優れたツールだとうことが
わかりただけたでしょうか。

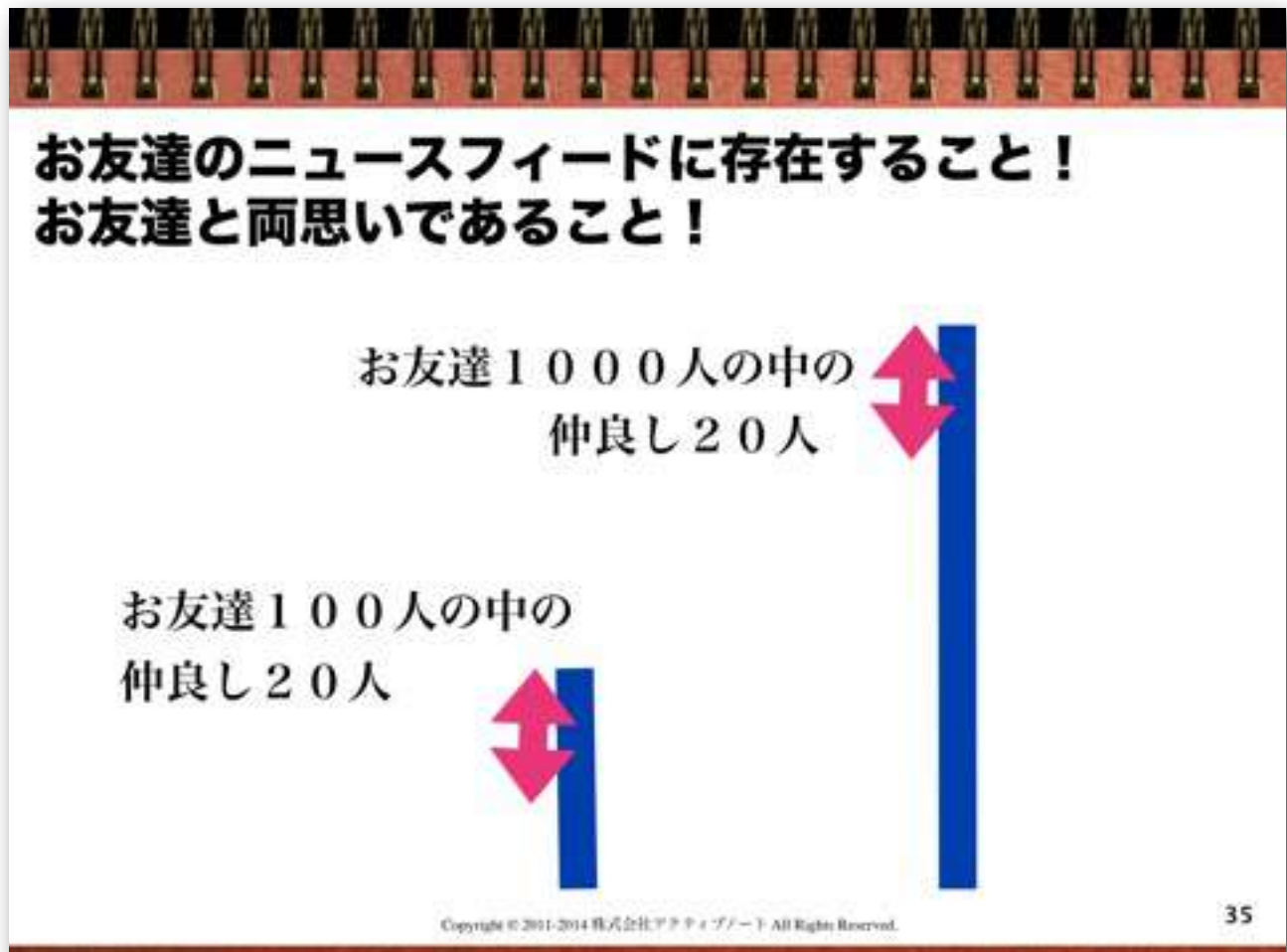
もしあなたのFacebookの投稿に
1日5000人集まるとどうなりますか？
想像してみてください。

もし100万人が、お店にアクセスが集まると
お店にモノをおかせてくださいという人が出てきたり
その方法を教えてくださいという人が出てくるもので
す。

ゴルフでもいつか100がきれたらいいなという人より
今月中に100きれたらいいなという人の方が
上達しますよね。

Facebookで目指していることを数値化しましょう。

**期日と目標フォロワー数を決めること
からはじめましょう。**



Facebookは世界一のコミュニティーです。
コミュニティーで何をするのか？

Facebookでは「会話」をしてください。

Facebookを見ている人は
ニュースフィードを見えています。

Facebookで露出するとは、すなわち、
お友達のニュースフィードに存在することとなります。

あなたが大好きなお友達がいたとしても、
相手にとってあなたが重要なお友達でなければ、
そのお友達のニュースフィードにあなたは現れません。

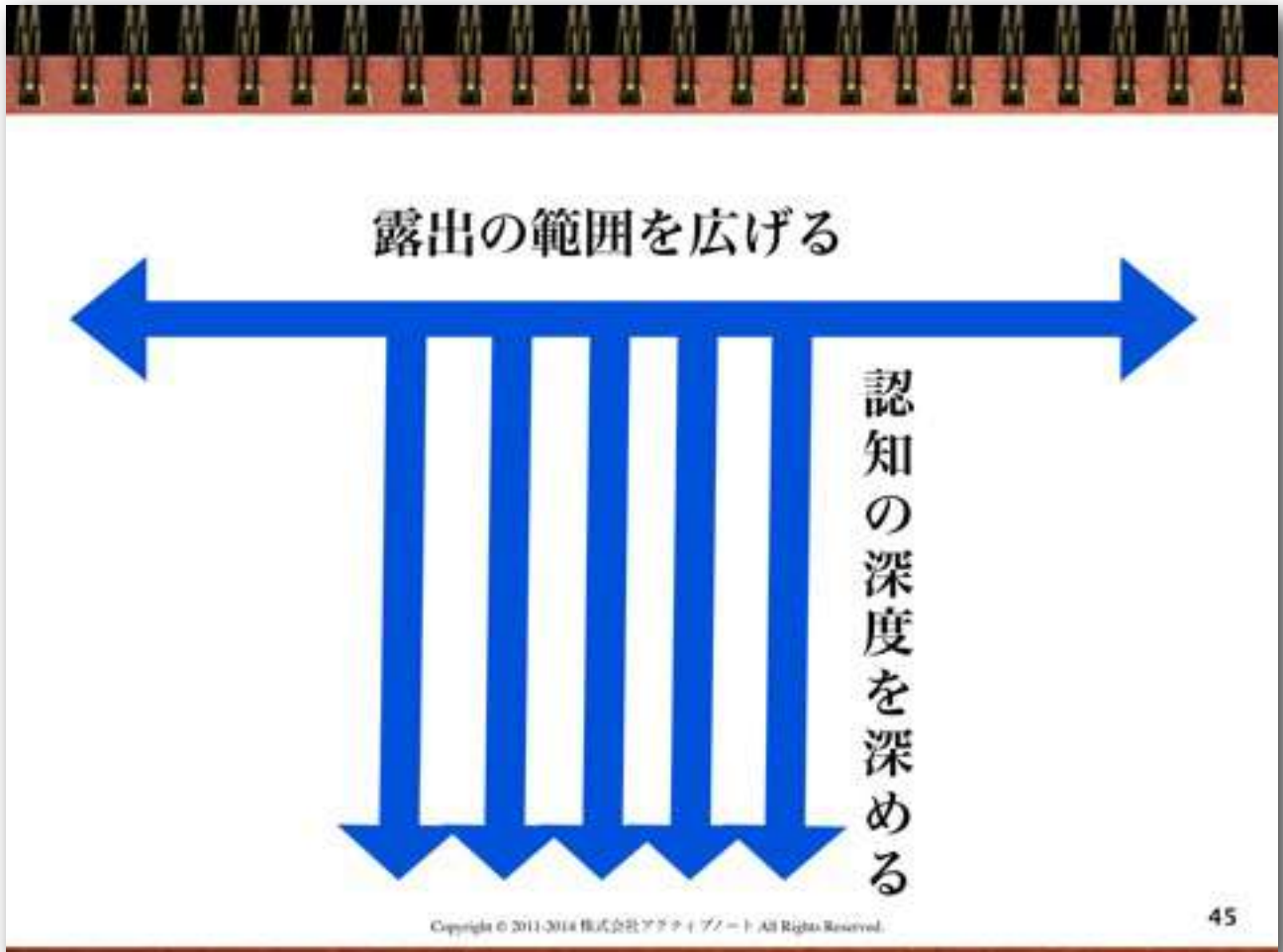
自分のニュースフィードには
毎日20人から30人ほどのお友達しか
見えていないことに
あなたは気がついていますか？

つまり、あなたが、あなたのお友達とについての重要なお
友達20人～30人の枠の中に入っていないと、お友達
のニュースフィードに存在できていません。露出ができ
ていません。

露出するのは、お友達と両想いの状態にならないければな
らないんです。

どうやってFacebookで両想いになるのかというと、

リアルなコミュニティとやることは一緒です。
とにかく「会話をすること」です。



会話をすることで、
あなたはあなたのお友達だけではなく
お友達のお友達の先まで、
露出の範囲を広げ、

何度も会話することで露出の回数を増やし
認知の深度を深めることができるのです。

そして、ぜひFacebookで
自分の価値を下げないてくださいね。

告知や、売り込みを一方的に行う場所ではなく
双方向での会話をする場所なのです。

「今日はなんとなく気分がブルーです」など、
自分の気分を吐露しうっぷんをはらす場所ではなく、

相手を気遣いコミュニケーションをする場所、
会話をする場所なのです。

あなたは、こんな投稿をしてしまっていないですか？

●「終電に乗り遅れてしまった」

この投稿を見て、ファンにどんな印象を与えたいのでしょうか？！あなたの価値は高まりますか？(^_^)

●「今日のランチ！」

どこのどなたとお食事ですか？その相手の方のティーアップがなければ誰なのかわかりません。

●「夕日がきれいだ」

これだけで専門家としての自分の価値が高められるのでしょうか。

Facebookはお友達と近況報告する場所ではなく、コミュニティである。会話をする場所です。

今日からぜひこのように捉えてみてください。

**自分のウォールは
自分のコミュニティだ！**

あなたのファン、すなわち未来のお客様と

コミュニケーションをするコミュニティーなのだと。

あなたが今何をしているのか、
誰と付き合っているのか

あなたの未来のお客様が見ています。

いまのあなたの「近況報告」の投稿を
見直してみる必要はありませんか？

あなたは今日から、
Facebookでファンサービスを行うのです！！

Facebookからのメルマガの登録率は60倍になった！

Google検索してブログに来た方の
メルマガ登録率よりも

Facebookからブログに来た方のメルマガ登録率が
60倍に高くなったという事例があります。



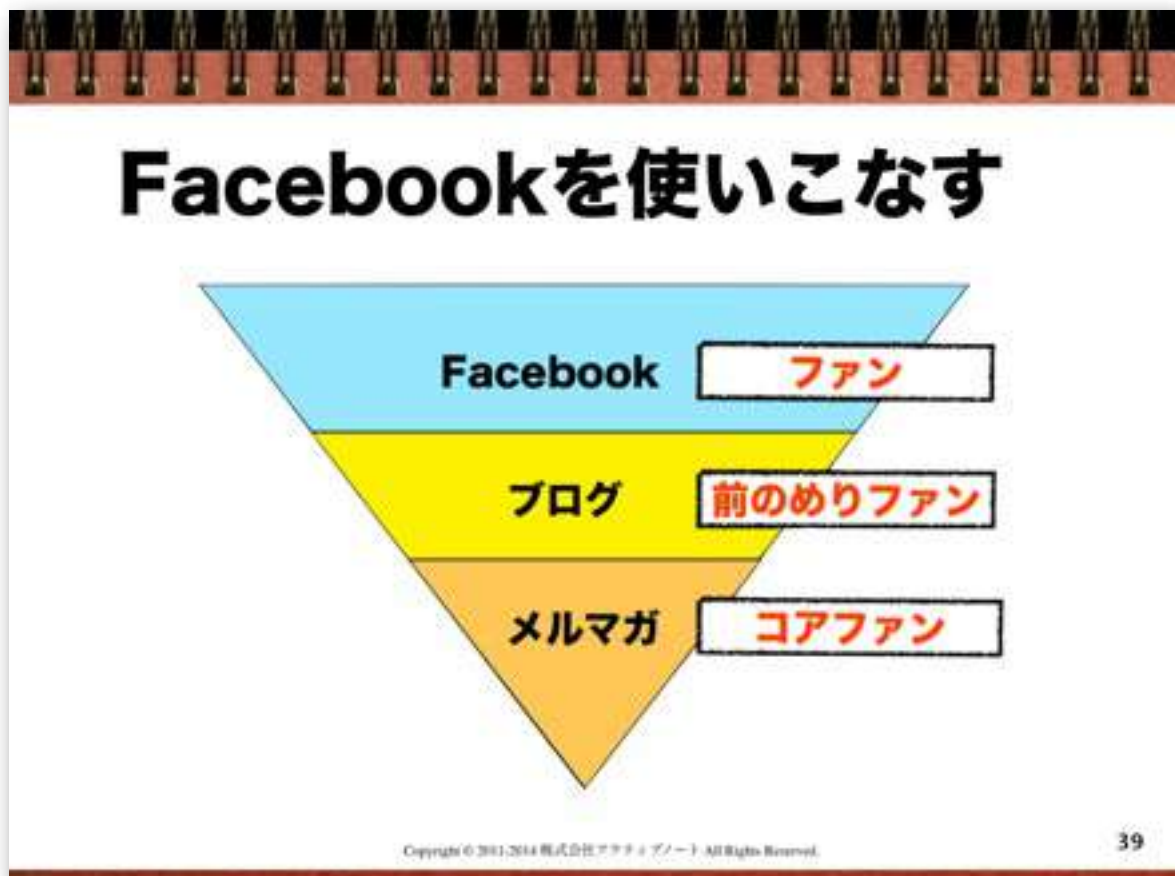
わたしがあなたにお伝えしたい「集まる集客」は、

のです。



こちらは起業家のためのU S Pプロデューサー鉾立由紀さんの集まる集客の事例です。

Facebookから本命商品にまで、
集まる集客のヒットルートをつなぎ
多くの門下生との出会いやご縁をつなぎ続けている
動線です。特別に許可をいただき掲載しています。



Facebookのファンを、ブログへ
ブログに来てくださった前のめりなファンをメルマガへ

動線を創っていくこと。まずそこからです。

そしてその動線がヒットルートと成長させることを目指してください。

Facebookを使う理由を逆算して考えてみましょう。

メルマガの読者 = コアファンを創るためには、
ブログに来てもらわなくてはなりません。

ブログに前のめりなファンに来てもらうには、
そもそもFacebook内での露出を
増やさなくてはならないのです。

だからこそ、毎日の**Facebookオペレーション**による
露出と認知が重要になってくるのです。

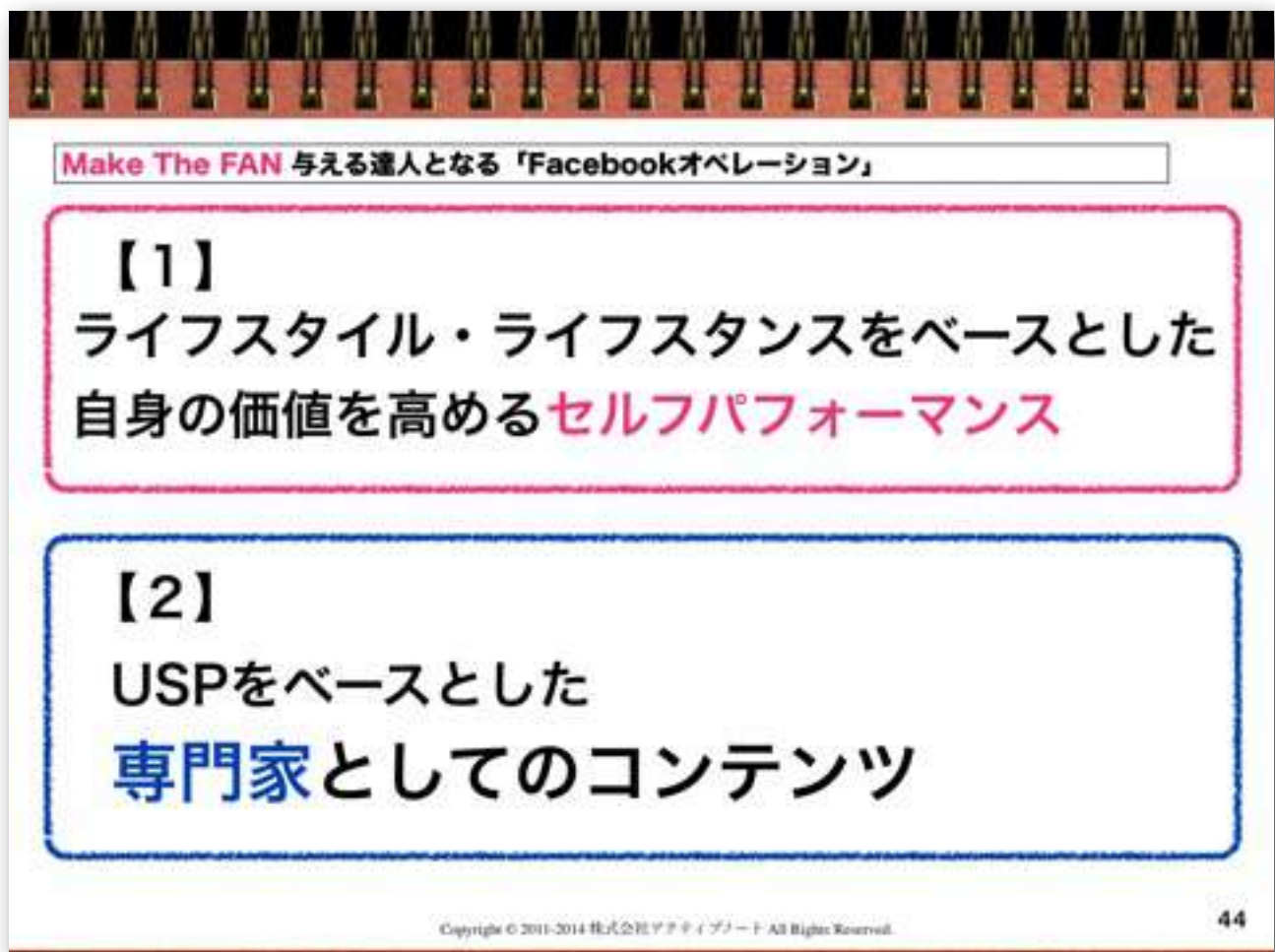
集まる集客®

Facebook

オペレーション

集まる集客 ” Facebookオペレーション ”

未来のお客様を創るために、Facebookで
起業家・経営者が具体的に行うべき、ある2つのこと。
それはこの2つと定義します。



Make The FAN 与える達人となる「Facebookオペレーション」

【1】
ライフスタイル・ライフスタンスをベースとした
自身の価値を高める**セルフパフォーマンス**

【2】
USPをベースとした
専門家としてのコンテンツ

Copyright © 2011-2014 株式会社アクティブノート All Rights Reserved.

44

＜1＞ライフスタイル、ライフスタンスをベースとした
自身の価値を高めるセルフパフォーマンス、と

<2> USPをベースとした専門家としてのコンテンツ

この2つです。

<2>のUSPをベースとした専門家としてのコンテンツを未来のお客様に、露出し認知していただくことが、本当のFacebook戦略の目的です！

<2>の投稿から、ブログ→メルマガと動線をつないでいく、そのために<1>を行うのです。

<2>の投稿ばかりになってしまうといくらあなたが普段は有料で教えていることを無料で与え続ける「与える達人」となったとしても、残念ながら「売り込み」と感じてしまうファンが出てきてしまいます。

ですから次はバランスを考えます。
常に与えるばかりでも反応は良くなりません。

動線があって売り込みばかりになっていく
つまらない投稿になってしまいます。

投稿の割合はこのように考えてください。

<1> セルフパフォーマンスの投稿を 80%

<2> 専門家としてのコンテンツの投稿を 20%

<2> の投稿にはブログへの動線を入れたり、
メルマガを予告するのもよいでしょう。

なぜこれを行うのかというと、

Facebookを動線とした

**未来のお客様（＝ファン）開拓の
テストをするためなんです。**

Facebookでビジネスをするには、
Facebook広告を使うのは、もはや必須です。

でも私は、あなたにやみくもに
広告費をつかって欲しくないのです。

無料でテストをして反応が得られたら
Facebook広告をかけていく。

**「無料でテスト」をして
「有料広告で拡散」**

この流れを創って欲しいのです。

通常＜2＞のコンテンツを

Facebookで行うと「いいね」が減ります。

Facebookのあなたのファンは必ずしも

あなたのビジネスに興味があるとは限りません。

最初にお伝えしておきます。

あなたが＜2＞のコンテンツを

どれだけ一生懸命書いたとしても、

全員には届きません。

だからこそ、

＜2＞は定期的に何度も行う必要があります。

そしてファンにとっての習慣になることを目指すので

す。どうやって定期的にするのかというと「毎朝の8

時！」というように時間や日程を決めることなんです。

そうすることで専門家としての価値が高められます。

ライフスタイル、ライフスタンスをベースとした自身の 価値を高める「セルフパフォーマンス」の具体例



あなたは今日から、近況報告ではなく
未来のお客様＝ファンに向けて
セルフパフォーマンスを行ってください。

※もちろん投稿は「公開」の設定にして
おいてくださいね。

ライフスタイルとは、
このようなことを投稿してみてください。

いつもどんなメディアを見ているのか？
誰と一緒にいて、どんなことをしているのか？
どのお店で食事をしているのか？
本を読んでどんな感想、見解を持ったのか？
ワインはどのお店で買うのか？
あなたのお客様はどんな人なのか？
どこでいつどんな志事をしているのか？

これらの風景の切り取りをするのです。

セミナー講師であれば
セミナー風景をアップすることで
あなたがセミナー講師であることを露出認知させること
ができますよね？

ライフスタンスとは、
日頃何を想って生きているのか？
夢や目指しているものは？何が一番楽しいのか？等々
あなたの価値観を知らせる投稿をしてみましょう。

※こちらは私の息子の誕生日です。
志事をしながらも家族でゆっくり過ごす時間が
わたしにとって最高の至福の時間です。

特に女性なら、美しくあることへのこだわり化粧品やネイルの話題もいいでしょう。

<1の>投稿は、<2>の投稿と違って、
いいねがもらいやすく、会話を生み出しやすいもので
す。

だからこそバランスを良くする必要があります。

重要なので、繰り返しますね、

＜2＞のU S Pをベースとした専門家としてのコンテンツをよりたくさんの方に届けるためために
＜1＞のセルフパフォーマンスを行うのです。

＜1＞セルフパフォーマンスの投稿を 80%

＜2＞専門家としてのコンテンツの投稿を 20%

と先程お伝えしました。

＜1＞ 1日4投稿ーセルフパフォーマンス
ー続きを読むのはないもので5行完結

＜2＞ 1日1投稿ー専門家としての記事
ーブログ記事内容の一部を書くのがおすすめです！

Facebookの5行ルールとは？

Facebookはデジタル新聞を目指しています。
写真付の投稿がもっとも
アクセスされ、シェアされているのです。

またFacebookに投稿した文章は、
上部の5行しか表示されず、
『.....続きを読む』というリンクが表示されて
省略されてしまいますので、
ほとんどの人が、最初の5行しか読んでいません。

ですから最初の5行に工夫が必要です！

1行目にメインキーワードとなる見出しを入れましょ
う。

見出し部分は、【 】を入れて読みやすくしましょう。

写真にもっとも伝えたいメインキーワード
(ゴールのキーワード)を入れましょう。

《5行ルールを守って投稿してみましょう。》

- 【 】を入れ、目に留まる見出しを書くこと
- 5行以内に続きが読みたくなる動線を入れること
- 写真には、見出しと同じメインキーワードを入れること

【USPをベースとした専門家としてのコンテンツ Facebookの投稿の具体例】

< 1 メッセージ 1 アクションの掟 >

Facebookでは5行以上だと
「続きを見る」が出てしまいますよね。

ここでは「続きを読む」ではなく、
「いいね」を押させたいのです。

だからFacebookの投稿は
5行以内にします。
「続きは書かないこと」をおすすめします。

いいなとおもったらいいねを押す、
いいなとおもったらコメントする、
人間はいくつものことを同時に行動できません。

「続きを読む」をクリックさせることで
いいねやコメントの反応率、ブログへの誘導率が下がる
可能性がありますので気をつけましょう。

「無料でテスト」をして「有料広告で拡散」

Facebookの＜2＞の専門家として
コンテンツの投稿で反応がでたら

たとえばメルマガ登録が10件～20件あったら
すぐに広告を出しましょう。

得られた反応を見て広告を出す。

このパターンで動くと傾向がみえてきます。

そもそもFacebookは
何のためにするのかというと
露出を広めたいから、でしたよね？

＜1＞のセルフパフォーマンスの投稿

ここでは顧客対象者ではない可能性のほうが高いですから、まず露出範囲を広めることに徹していきます。

「嬉しいコメントをしてくれた人に、
愛を持ってコメントをお返しする」

「いいなと想ったコメントにだけ返信する」

このようなオペレーションを続けていくと
去っていく人もいますが、熱狂的なファンが
増えることにもつながります。

このオペレーションは、
ファンを創るアイドルと同じなんです。
ブログに約3000件のコメントをもらっている元AKB
の前田敦子さん（あっちゃん）から、コメントを返し
ている人がいるんです。

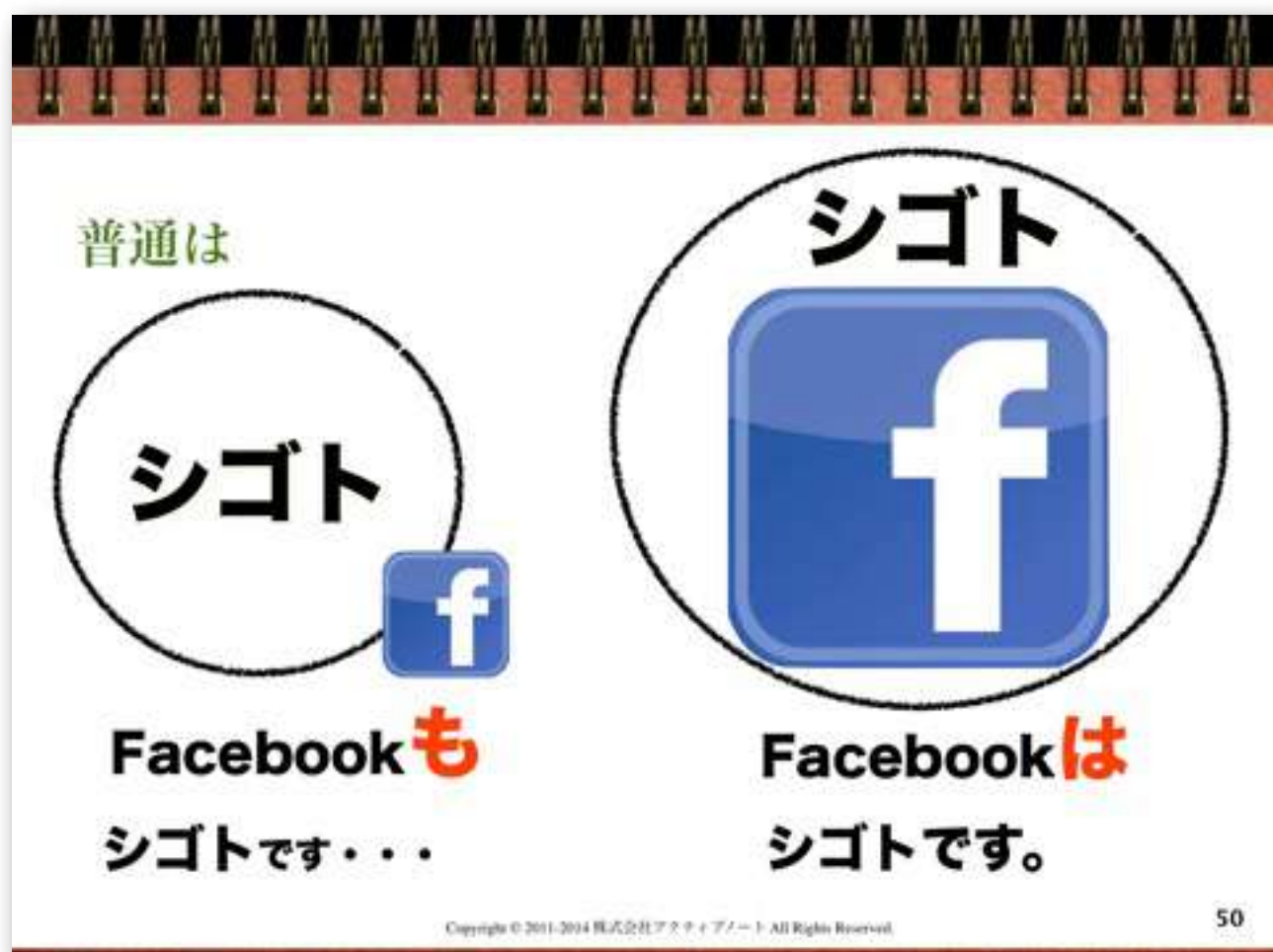
それを見て、一生懸命コメントを書いてくるファンが続
きます。これはファンを「嫉妬させる」戦略です。

あなたもFacebookでのファンとの交流からなる
露出を広げ、認知を深める戦略を行ってみましょう。

99%の起業家が間違っているFacebook戦略と題して、私が何がお伝えしたかったのかというと、

空いた時間にFacebookをやる

なんて発想自体が間違っていたということです。



Facebookをシゴトの合間にやっている
Facebook **「も」** シゴトですという方が
日本の起業家・経営者の99%！！

ですが、「未来のお客様を創ることが
これからの経営にとっていかに重要なのか」
これを理解することができたら、

Facebook **「が」 シゴトです！**
とモノの見方・捉え方変わるはずなのです。

圧倒的な早さで成果を上げたいあなたには、
こうおすすめしておきますね。

1日4投稿 セルフパフォーマンス投稿
1日1投稿 専門家としての投稿
すなわち、1日5投稿を目指してください(^_^)

そしてお友達の投稿にコメントをして会話することも
お忘れなく！！

「なんでそこまでFacebookをやるんですか？」

ともし聞かれたら、こう答えてください。

Facebookは未来のお客様＝ファンを
創ることができる素晴らしいツールだから！！

売り込みをする新規獲得開拓をやめたいなら
売り込みをご法度にしたいなら、Facebookです。

未来のお客様＝ファンがいれば、
「お客様からお願いします」と
言っただけで集まる集客の動線を持つことができ、
新規顧客開拓を実質0（ゼロ）にすることができます。

本書が、あなたの集めるのではなく、**集まる集客**
にお役立ちできましたら幸いです。



100名の起業家が結果を出した集まる集客を学び
月商7桁~8桁のビジネスを創りだす

集まる集客®ヒットコンテンツ創造個別相談会

通常55,000円のところ、

今月限定**10名**様**8888**円で行います。

次に、月商7桁の売上を獲得するのは、あなたです！

ここをクリックしてください

＜注意＞『ファンメイク講座読者特典』と
お申込みフォームの備考欄に書いてお申込みください。
書き入れがない場合は、通常価格での受付となります。

ご自身のビジネスで、**具体的にどのように**
集まる集客®の仕組み創りやFacebookのオペレーショ
ンを行ったらよいのか？

長瀬葉弓に直接質問したり、
集まる集客の仕組み化について『**個別に相談したい**』
理解度に合わせて『**もっと詳しく戦略を立てたい！**』
というあなたにおすすめです。

オリジナルビジネスを創りたい起業家を対象に

コンサル・講座ビジネスで
7桁到達の結果が出た
94人の事例をお伝えしています。

わたしは、5年間で3400人以上の
個人起業家・経営者様に関わりながら、
95%の方が抱える問題は、
実はみな同じだと感じています。

今資格を持っていて講座を開講しているが
そろそろ自分のオリジナルビジネスを
作ってみたい。

実績や技術はたくさん持ち合わせているが
どう差別化してオリジナルビジネスを
生み出していいのかわからない。

いま行っている仕事から
新しいビジネスにすぐには移行できないので、

きれいに絶妙に
シフトチェンジしていくプランが描きたい。

同じような優位性を持つライバルが多いため
業界内での自分のポジションやUSPを
持っていない。

このような切実な『問題』であり
『悩み』は あなたにはありませんか？

あなたただから創れる “新しい講座”
あなたにしか創れない “ヒット商品”
あなたが生み出す感動が続く “伝承者制度”

を創るためのセオリーをお伝えします。

自分のオリジナルビジネスを持ち、
**仕入れ0で月商7桁を実現した起業家の
94の成果の実例**

を元にあなたが抱える問題を
その場でディスカッションしながら、

世の中をワクワクさせる
デジャブ感のない魅力的な物語を描く

オリジナルビジネスの企画創造のセオリーを
を使って解決できる機会を
"期日" 及び "人数限定" で募集します。

人に与えられて行う立場から
与える（生産する）立場 への
シフトができる
特別な個別コンサルティングです。

集まる集客の成果事例はこちらから確認してください！

個別相談会のご感想をいただきました！

シンメトリー美人プロデューサーのRoeさん



からのご感想です。

Facebookで知人が長瀬さんにいいね！
を押していたことと

「集まる集客」というタイトルに
惹かれてメルマガ登録をしました。

フィットネスインストラクターの
契約講師をしながら、
頭蓋骨美容を打ち出しセラピスト業も
兼ねていたのですが、

セラピストの集客は、
ネット検索してくれた方が月に数人程度。

新規の集客をどう行く方法を手探りで
探しておりました。

真型起業家をプロデュースする
真型のプロデュースが
まず与えてくれたのは「思考の整理」でした。

私が長瀬さんの元でビジネスの神髄である
「売り込みをしないからこそお客様が集まってくる」

その仕組みを創るヒットルート創造の中で
幾度と長瀬さんに与えて頂いていることが

思考を明解にさせてくれます。
やるべきことが明確になります。

私をもっとも苦手としている”売り込み”
この売り込みをしないからこそ
お客様が集まってくる仕組みを作る。
とてもシンプルな指標なのに、

どうやるかが明確でないと、何をすればいいのかが行き当
たりばったりになってしまいます。

そして動いて行くと、いつの間にか自分の頭の中に
選択肢が増えて行くのです。

選択肢に迷い、何をすれば
いいのか分からなくなってしまう、
私の頭はこんがらかってしまうのです。

そんな状態が長瀬さんとのディスカッションで
払拭することができるのです。

長瀬さんのもとには、
志の高い起業家の皆さんが集まり、
同じくして臨むことで、

それぞれの経験から得られた道筋、
情報のシェアが出来ることで、
進むべき道が明確になります。

明確に何をすればいいのかが
分かってくるのです。

長瀬さんのお話しされる言葉は、
すべてに無駄がなく

ビジネスにおけるマインドであったり
道を間違えてしまいそうになるところでは、
常に引き戻して頂けます。



宝地図ナビゲーター

望月俊孝さんから

集まる集客のご感想をいただきました。



2013年、僕自身の長年の夢だった
サイトがオープンしました。
夢実現の大辞典「シェアドリームワールド」です。

中学2年の頃から、40年ほど研究してきた、
「夢実現」「自分らしく幸せに生きること」

そして、「成功する」ための、
ありとあらゆる情報を1つにまとめて
本にしたいと思っていました。

1000ページ・・・
いや、もっと多くなるかもしれない。

世界中に笑顔を広げていくためには、
新しいことにチャレンジしなければならない、

そう感じていたときに、
出会ったのが、長瀬葉弓さんでした。

インターネット上の環境を使えば、
ページ制限もなく、
世界中の人の夢をかなえる手助けができる！

そのヒントをいただくことができたのです。

長瀬さんが20年のWEBの経験を持っているところもありますが、何より、僕が共感したのは、

**『集める』ではなく
『集まる』という思想でした。**

決して売り込みをしない手法、
コツコツとお客様のココロを掴み動かす
本質的な戦略だったことです。

人のお役にたてる
情報提供をすることによって、
自然と集まる集客を
提唱されていることに感動し

プロデュースをお願いすることに決めました。

長瀬さん、集まる集客®戦略プランナーの
田畑あかねさんと進めている
シェアドリームワールドは、

夢を持ち、
相手の夢を応援できるドリームメーカーを
世界に10万人作るためのプロジェクト
『10万人プロジェクト』です。

夢実現の大辞典サイトを通じて、
叶えたい夢と情熱を持った
6万人以上の方とたったの半年で
出会うことができたことは、何よりの財産です。

長瀬葉弓さん、田畑あかねさん、
僕を含めヴォルテックスの
チームメンバーと定期的に行っている
WEB戦略ミーティングでは、
毎回新しいヒントやご提案をいただきます。

ミーティングが終るころには、
ワクワクがとまりません！

おかげさまでヴォルテックスの
売上が2倍となり新オフィスに移転も叶っています。

いつもいつも本当にご支援、
ご指導心より感謝しています。

WEBを通じて、世界中の人のお役に立ち、
自分の夢を叶える加速をしたい方は、ぜひ長瀬さんに
会ってみてください。

オリジナルビジネスの企画創造のセオリーを
を使ってあなたの集客の悩みを解決できる機会を
"期日" 及び "人数限定" で募集します。

人に与えられて行う立場から与える（生産する）立場
へのシフトができる特別な個別コンサルティングです。



94名の起業家が結果を出した集まる集客を学び

月商 7 桁～ 8 桁のビジネスを創りだす

集まる集客®ヒットコンテンツ創造個別相談会

通常55,000円のところ、

本書の読者様今月限定 **10名**様 **8,888円**で行います。

次に、月商 7 桁の売上を獲得するのは、あなたです！

ここをクリックしてください

＜注意＞『ファンメイク講座読者特典』とお申込みフォームの備考欄に書いてお申込みください。
書き入れがない場合は、通常価格での受付となります。

集まる集客の成果事例はこちらから確認してください！



Make The FAN

**与える達人となり
未来のお客様を創ろう**



発行著者 長瀬葉弓

発行所

株式会社アクティブノート

東京都新宿区新宿5-1-1

information@active-note.jp

(販売・ライセンスについてのお問合せ)

(C) 株式会社アクティブノート

本教材、および収録されているコンテンツは、著作権、知的財産権によって保護されていることはもちろんですが、購入・ダウンロードされたコンテンツは、あなた自身のビジネスのために役立てる用途に限定して提供しております。教材に含まれているコンテンツを、その一部でも、書面による許可(ライセンス)なく複製、改変するなどして、またあらゆるデータ蓄積手段により複製し、オークションやインターネット上だけでなく、転売、転載、配布等、いかなる手段においても、一般に提供することを禁止します。コンサルタント業の引用、転載、教育を希望する場合には別途ライセンス契約が必要となります。