

もしもチャレンジ 第1号

もしもドロップ SHIPPING 通信講座

Road to Million (Volume.1)

**ショップできすぎくんで
誰でも10万円売る秘訣**





有カショップオーナーインタビュー ～鳥羽敦さん～

「人生の脇役に甘んじていました」 – もしもドロップ SHIPPING のショップオーナー数十万人、その頂点を極める鳥羽敦さんは考えながらゆっくりと話す。高校は中退。来る日も来る日もバイトを繰り返す毎日。未来に希望が持てなかった。

「ネットビジネスなら逆転できるかもしれない」 – スポーツも勉強も苦手、職場でも取り立てて目立つことのない人生を歩んできたという。実家で暮らしながら様々なネットビジネスに挑戦した。必死で取り組むが成功は見えてこない。ジレンマに苦しむ毎日だった。

そんな試行錯誤を続けていた鳥羽さんに、ある日転機が訪れる。だれでもショップが作れるサービス「できすぎくん」を見つけたときだ。

これなら自分でも売れるかもしれない。たまっていたエネルギーを爆発させた。売れそうな商品を探し、ひたすらページを作る。「デザインや技術では勝てないから、とにかく量で勝負しようと思って」 – 朝起きるとすぐにパソコンに向かう。作業は深夜 4 時に及ぶこともあった。自分が何かを実現できることを証明したかった。



「嬉しかったです。これで生活できれば最高だと思いました」 – 2週間で作ったページは300ページ以上。そのページから注文が入り始めた。メールボックスに「注文が入りました!」という文字。受信する度に何通も何通も注文のメールが届く。ドロップ SHIPPINGで生活していくことが現実的に思えた。

売上は順調に上がり続け、1ヶ月目の売上は170万円を超えた。有力ショップと紹介され、書籍や雑誌の取材を受けるようになった。世界が少しずつ変わってきた。「月に1000万円売ります」 – ドロップ SHIPPINGでは自分が主役になる。その思いを込めて宣言をした。

その後の道のりは平坦ではなかった。売上が数百万円以降なかなか伸びない。毎日毎日新しいページを作り、関連書籍を読みあさり、テレビの情報番組を未来のヒット商品の宝庫だと欠かさずに見た。売れる商品と売れない商品の特徴が分かってきた。広告の出し方もつかめてきた。あとは、もう一度売上を飛躍的に伸ばすきっかけが欲しかった。

ある日、鳥羽さんが日課の情報番組を見ていると不思議な商品が放映されていた。タバコの煙のように水蒸気の煙が出る「電子タバコ」だ。鳥羽さんの目が輝いた。「タバコの増税が騒がれている今、この商品は売れる」 – もしもに仕入依頼のメールを送った。販売を開始したとたん爆発的に注文が入った。2回目の飛躍をはっきりと感じた瞬間だった。

2009年1月、ついに鳥羽さんの売上は月間1000万円を超えた。今後2000万円、3000万円とまだまだ売上を伸ばせる感触がつかめているという。「学校や会社では一回も主役になれなかった。そのまま惰性で、自分自身の人生の脇役に甘んじていたと思う」－ドロップ SHIPPINGでは自分が主役だ。写真撮影を受けるときには指を1本立ててナンバーワンをアピールする。「恥ずかしいし、誰かに抜かれるのも怖いけど、主役を張ることの覚悟を表しているんです。」

鳥羽さんはいまでも自分の手でページを作り続けている。取材や仕事の依頼も来るが、あくまで自分の売上を伸ばすことが一番だと言う。「努力の結果が売上にはねかえるのが嬉しい。次は誰よりも先に月商1億円を突破して、個人でもここまでできる、ということ世に知らしめたいと思っています。」



～有力ショップオーナーインタビュー完～

もしチャレ通信第1号目次

【売上を上げるためのキホンのキ】

1. 売れている人に共通する2つのポイント
2. ネットで商品を守るための大原則
3. キーワード広告とは？

【最速で売するためのページ作成方法】

4. 最速で売上を上げる方法 ～最速売上のモデルケース～
5. 売れる商品の選び方 ～あなたの「売りたい」ものは「売れない」もの～

Point! 鳥羽さんの商品選定方法を紹介！

6. ペルソナの作り方 ～お客様を絞れば絞るほど売上は上がる～
7. 販売ページの作り方 ～最速で売するためのページ作り～

【最速で売するためのキーワード広告】

8. キーワードの選び方 ～商品名に特化して高利益率を確保～

コラム キーワード増加術

9. 広告文の作り方 ～5原則と5フォーマットで簡単キャッチコピー～

Point! 決して忘れてはいけないキーワード広告文の5原則

Point! 誰でも簡単に強い広告文が作れる5フォーマット

10. 予算設定方法 ～有力ショップに習う予算設定方法～

コラム キーワード広告のクリック率は？

Point! 鳥羽さんのキーワード広告実績を公開！

11. 分析と改善 ～売上と利益率を上げ続けるためのポイント～

Point! 品質インデックスとは

1 売れている人に共通する2つのポイント

もしもチャレンジにお申し込みいただきありがとうございます！ もしもチャレンジではもしも大学スタッフが総力を挙げて作った「販売ノウハウ」を全12回に分けて、できる限り丁寧に伝えて行きます！

全12回を終えて、もしチャレバインダーがいっぱいになるころには、皆様がダイヤモンドランク（月商100万円以上）になれるよう、全力で教えていきますので、がんばって付いてきてくださいね！

今回は「ショップできすぎくんで誰でも10万円売る秘訣」と題して、ショップできすぎくんとキーワード広告を使って売上を上げる方法を説明します！
というと、



「僕はまだ1円も売れてないんだけど本当に売れるの？」

という疑問を持つ人が出ると思います。実は売れている人に共通する2つのポイントは「正しいノウハウ」を持って「作業を継続」していることです。

特に難しいのが「作業を継続」すること。ほとんどの人はすぐに成果が出ないことで、もう一步のところであきらめてしまいます。繰り返しますが、作業を継続していれば必ず売上は上がっていきます。地道な努力が報われることを信じて頑張ってください！



なお、この教材では「ショップできすぎくん」と「Yahoo!リスティング広告」を使って売上を上げる方法を教えていくので、基礎知識として以下の3つを読んでください。

- ショップできすぎくん完全マニュアル

<https://www.moshimo.com/shop/guide/sd/easy>

- Yahoo!リスティング広告（旧オーバーチュア）完全マニュアル

https://www.moshimo.com/download/overture_manual.zip

- Yahoo!リスティング広告（旧オーバーチュア）公式ガイド

<http://web-tan.forum.impressrd.jp/l/2359>

※2009年10月より「オーバーチュア」は「Yahoo!リスティング広告」となりました
※Yahoo!リスティング広告のページは変更が加えられることがあるため、上記のマニュアルとはページやページ遷移が異なる場合がございます。実際のページを正しいものとしてご認識ください

また、より理解を深めるために次の本もおすすめします。

- 1億稼ぐ「検索キーワード」のを見つけ方

<http://www.amazon.co.jp/dp/456964967X/>

そして、作業のスピードをあげるために、ブラウザはぜひ Firefox を使ってください。ショップできすぎくんの表示などが早まり、作業スピードが早くなります。

<http://mozilla.jp/firefox/>

これで準備は OK！今回は「最速で売るための具体的なノウハウ」をどんどん教えていきます！がんばって付いてきてくださいね！

2 ネットで商品を守るための大原則

「集客1番・ページは2番」これがネットで商品を守るための大原則です。どんなにページをきれいに作っても、お客様にショップを見てもらうことができれば商品はありません。逆に、ページの作り方はある程度ラフでも、たくさんのお客様に見てもらえることができれば商品はある程度売れていきます。

ネットショップに来たお客様の商品購入率は1%程度と言われます。言い換えれば、100人に見てもらわないと1個も売れないのは当然のことなのです。



「そんなこと言ってもどうやって集客すればいいかわからないよ？」



「それじゃ、一度お客様の気持ちになって考えてみようか。」

肩こりに悩んでいる人がゲルマニウムのブレスレットを探すときにどうするでしょうか。多くの方がヤフーで「ゲルマニウム ブレスレット」などと検索します。

そのとき、ヤフーの検索結果の上位にあなたのショップが表示されれば、お客様があなたのショップを訪問し、あなたの売る商品を気に入ってそのまま購入する可能性が非常に高いことは想像できますよね。

ウェブ | 画像 | 動画 | ブログ | 辞書 | 知恵袋 | 地図 | 一覧 ▼

YAHOO! JAPAN

ウェブ検索結果 ゲルマニウム プレスレット で検索した結果 1~10件目 / 約2,380,000件 - 1

ゲルマニウム プレスレット 検索 検索オプション

Q ゲルマニウム プレスレット 購入, 英語 ゲルマニウム プレスレット で検索

<p>最高級ゲルマプレスが1万円-! スポンサーサイト</p> <p>ゲルマニウムプレスレット&ネックレスが激安。アフター保証も万全♪ www.el-jewell.com</p> <p>安心の日本製。本物ゲルマニウム</p> <p>プレスレットとネックレスが半額以下！高級ケース付でプレゼントに最適 vivatime.jp</p> <p>ゲルマニウムプレス特集</p> <p>噂のゲルマニウムプレスが楽天に登場ゲルマニウムの力をお試しください www.rakuten.co.jp</p> <p>ジャパンライフ株式会社<公式></p> <p>医療代替産業を創造して33年。皆様健康をこれからもサポートします www.japanlife-net.co.jp</p>	<p>ゲルマニウムプレスレットの販</p> <p>高純度のゲルマを使用したオシャレな プレス。オシャレにも最適！ cosmique.jp</p> <p>アサイゲルマニウムサプリメント</p> <p>開業30年浅井ゲルマニウム研究所の サプリメント・ビレモを提供 nusho.jp</p> <p>①スポンサーサイト (ここに広告が表示)</p> <p>じんわりあったかシート</p> <p>遠赤ゲルマニウム入り 電気入らずでじ んわりあたたかい www.daian.co.jp</p> <p>ゲルマニウム飲料・サプリな</p> <p>ゲルマニウム水や有機ゲルマニウムサ プリなど、ゲルマ食品の総合サイト www.granream.com/gerumasapuri</p>
<p>ゲルマニウム プレスレット 選りすぐり商品【ケンコーコム】</p> <p>ゲルマニウム プレスレットの通販ならケンコーコム。厳選されたゲルマニウム製品を 商品を取り揃えております。... は、純度99.999%のゲルマニウ 金粒(直径3.5mm)を7粒使用したゲルマニウムプレスレットです。(キーワードに関連 www.kenko.com/product/seibun/sei_714017.html - ブック キヤッシュ ②ウェブ検索結果 新合 するサイトを表示)</p> <p>ARROW8ゲルマニウム専門激安ストア</p> <p>ゲルマニウム温浴器 プレスレット ネックレス等の販売。皆さんもどこかで耳にした事</p>	



「確かに！でもヤフーの検索結果に表示することなんてできるの？」



「そのための方法が『キーワード広告』と『SEO』なの。キーワード広告
は『①スポンサーサイト』の部分、SEO は『②ウェブ検索結果』の部分に表示
させる技術よ。今回はキーワード広告を徹底的に解説するね。」

3 キーワード広告とは？

こんな場面を想像してください。

ついさっき、あなたの家の鍵が壊れてしまいました。このままでは不安で、おちおち買物にすら出かけられません。あなたは、タウンページで鍵屋を探そうと思います。黄色い分厚い冊子を開いて・・・さて、鍵屋一覧のページのどこから電話をかけますか？



「そう言えば、無意識に広告の中から選んでかけてるな。」



「広告を出しているんだから真剣に営業をしてるんだろうし、情報も詳しく載っているからついそっちに電話しちゃうよね。」

実は、タウンページは非常に効率よく集客ができる「魔法の広告媒体」と呼ばれています。なぜならタウンページを開くときは、『鍵が壊れた！』『お腹がすいた！ 今すぐ出前を取りたい』など、**差し迫った必要性がある方が多いため、商品の購入につながる可能性が非常に高いのです。**

では、インターネットでのタウンページに相当するものとは何でしょうか？
そう、それこそがヤフー・グーグルなどの「検索エンジン」です。キーワード広告とはタウンページの広告のように**検索エンジンの検索結果の上位に格安で出稿することができる広告**なのです。



たとえば、人が「エピオン 購入」¹と検索するのは、例えば「友達が勧めてくれたエピオンを買いたい」と思っているときです。いよいよ購入しようとするそのとき、多くの人は検索結果の一番上にある

エピオンが今なら送料無料！

スルンと脱毛痛みナシ！エピオン底値10500円で販売 送料無料

という広告にまず目がとまります。「ここで買うのが一番早くて安そうだ！」と思わずクリックし、そのまま購入してしまうのです。



「広告を出しているサイトなら、目当ての商品を売っていなくてムダ足になることもないと思って、クリックしちゃうね。」



「そうそう。購入意欲が高い人ほど広告をクリックする傾向があるみたい。」

¹ エピオン：人気の家庭用脱毛器

4 最速で売上を上げる方法 ～最速売上のモデルケース～

それでは、いよいよ売上を上げる具体的な方法の説明に入っていきます。今回の教材で説明する「最速で売上を上げる方法」は4ステップになります。

■最速で売上を上げる4ステップ

- 1) ライバルが少なく利益の出る商品を10商品探す
- 2) ショップできすぎくんを使って10商品の販売ページを作る
- 3) Yahoo!リスティング広告を使って商品名をキーワードに広告を出す
- 4) 費用対効果の改善を続けて右肩上がりに利益を伸ばしていく



「難しい言葉が出てきたぞ。広告費がかかるんだよね？」



「はじめに広告費はかかるけど、その投資は必ず利益やスキルという形で返ってくるから、できる範囲でぜひチャレンジしてみてね。」



「このやり方だと時間と利益はどれくらいになるんだろう？」



「今回のやり方のモデルケースを紹介するね。もちろん作業量や広告費は自分の好きなように調整してもらって構わないよ。」

■スケジュール

- ・ 1週間目にもしもチャレンジ第1号を読破して演習を終わらせる
- ・ 2週間目にショップできすぎくんを使って販売ページを作成
- ・ 3週間目にYahoo!リスティング広告に出稿
- ・ 以降、1日1回ペースで管理画面をチェック
- ・ 広告出稿後3日目で初注文。以降週に4～5件の注文が入る
- ・ 広告出稿後1ヶ月で注文数20件、月間売上16万円達成

■利益と費用

- ・ 1日500円（月15000円）の広告費を投資
- ・ 1日500回の広告表示
- ・ 1日33クリック（月1000クリック）の広告クリック
- ・ 1日0.6件（月20商品）の注文
- ・ 月間売上16万円。利益2万5000円。広告費を引いて1万円の最終利益。



「商品名で検索する人は購入意欲が高いし、1回にいくつも買うお客様もいるから、1000クリックされると20個くらいが売れるよ。」



「だいぶイメージがわいてきた。がんばってみよう！」

※キーワード広告サービスには『Google Adwords』もありますが、今回は利用者の多いYahoo!リスティング広告に絞ります。Google Adwordsについては次号以降詳しく説明していきます

5 売れる商品の選び方～あなたの「売りたい」ものは「売れない」もの～

もしもの商品を見てみましょう。電子タバコ・羽根布団・エアロバイク・・・
数万点の商品があります。どの商品が売れるか見分けられますか？



「僕は買い物好きだから、売れるものを選ぶセンスなら負けないよ。」



「それには気を付けて。センスに頼ると当たり外れが大きくなるよ。」

大規模ネットショップを運営する仕入のプロでも売れる商品を当てることはなかなかできません。しかも彼らは売れないものを仕入れたら大きな損害になってしまいます。ところが、**ドロップ SHIPPINGならばある商品売ってダメならすぐにやめられます。**たくさんの商品をリスクなしに扱えるのがドロップ SHIPPINGの大きな強みです。



「でも商品がたくさんあるからどれを売ればいいのか迷うなあ。」



「実績があってライバルが少ない商品が狙い目よ。次の方法で絞り込むと
見つけやすいわ。」