

# コーチが自分のビジネスに インターネットを使うため の戦略と戦術

コーチのための、インターネット集客の考え方

# 今日のセミナーでは・・・

原則、「オフラインの1対1」をおすすめしていますが、今回はインターネットの使い方です。

いわゆる「SNS集客」「ブログ集客」などのノウハウが出回っていますが、それをそのまま実行すると、かなり大変です。

以前もお伝えしましたが、ネット集客では、ネット集客ならではの技術や方法を新たに学ばなければならず、それを習得するのは大変です。

コーチング（＝コミュニケーション）のスキルを応用することでネットをうまく使っていくための方法をお話します。

# コーチのネット戦略の基本

多くの人々が、オンラインだけで完結しようとする。  
これは【長距離戦】になり、効率はいいようで悪くなる。

ランチェスター戦略の基本：

強者は広域戦で長距離戦

弱者は局地戦で接近戦

ただし、ネットには長所がある。

- ・スピードがある
- ・地域の制限を受けない
- ・動きながら修正できる

この長所を活かすことが、コーチの戦略に重要。

# コーチのネット戦略の基本

オンラインとオフラインを組み合わせる。

オンライン

つながるきっかけ、広く知ってもらう

つながったとのフォロー、接触頻度を増やす

オフライン

相手との深いコミュニケーションをとり、つながりを強化する

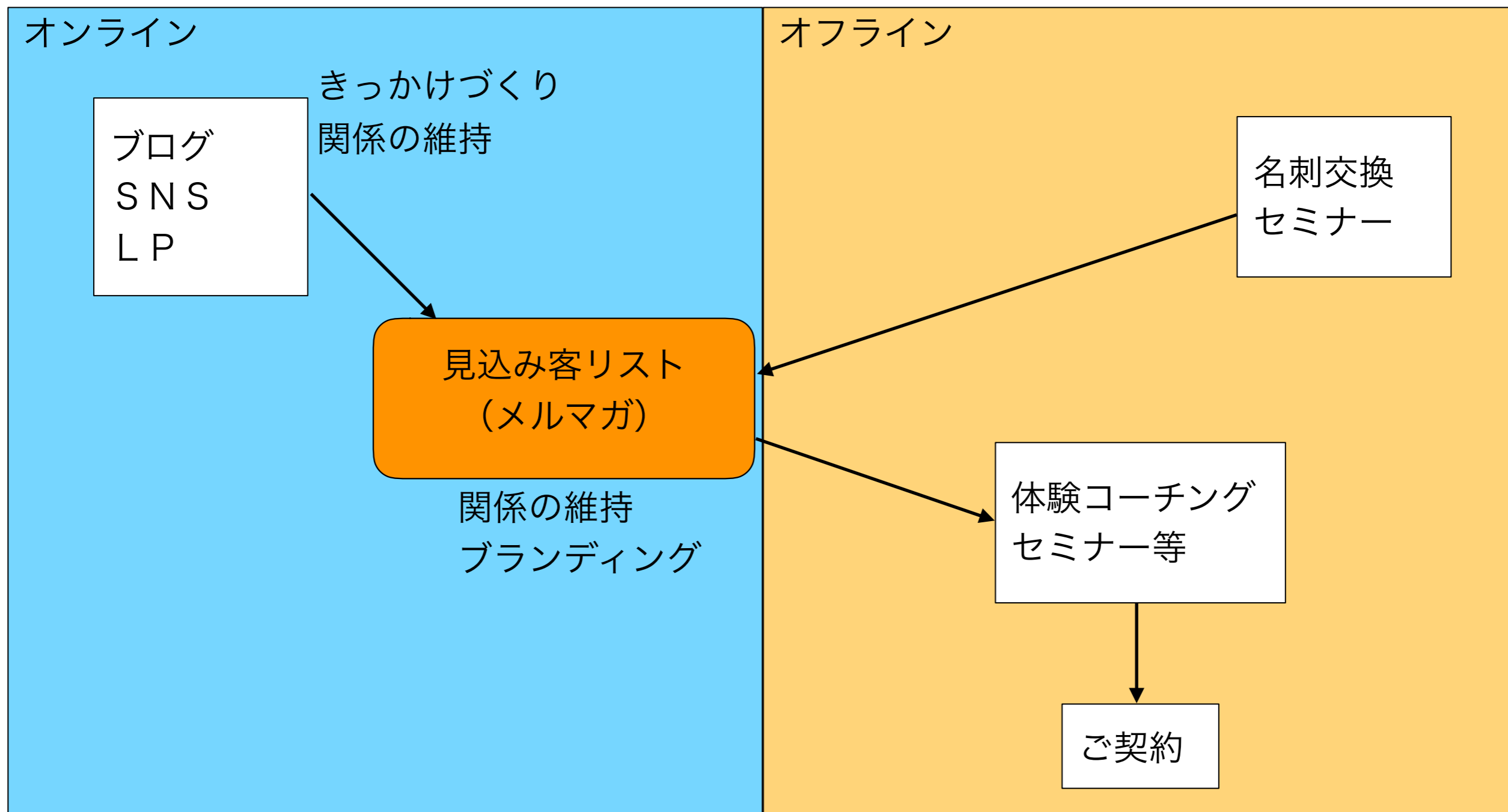
重要な話（契約など）は、できるだけ会ってする

ネット上だけでは、与えられる影響力に限りがある。

「知らない人のコーチングを、ネットだけで受けたいと思いますか？」

「ネットで気軽に買えるサービスの価格上限は5,000円」

# ネット戦略の基本の流れ



# ネット戦略の基本の流れ

オンラインでのクライアント獲得において、  
最も重要なのが【リストどり】

こちらから情報を届けられる見込み客を集めること。

戦略は、【リストどり】から逆算して構築する。

リストの基本は「メルマガ」になるが、  
別のメディアでも機能すればOK。

ただし、メディアの特性を理解した上で決めること。

# オンラインメディアの特性

ホームページ

ブログ

無料ブログサービス

Wordpress

SNS

Facebook

twitter

Instagram

Pull型メディア

LINE@

メルマガ

Push型メディア

# オンラインメディアの特性

ホームページ

公式感があり、持っているプロっぽい。

ブログ

頻繁に更新することで、「活動している」感を出す  
良質な情報を発信し、検索からのアクセスを期待する

無料ブログサービス

簡単にできる、ユーザー同士で繋がれる仕組み

「自分のメディア」ではない。削除リスクや規約リスク

Wordpress（自前のブログ）

始めるのに少し手間と知識が必要

全て自分のものなので、自由に運用できる



# オンラインメディアの特性

## Facebook

サークル的な人間関係。シェアによる拡散が期待できる。  
顔が見える距離感で、「人同士のつながり」が強め  
イベント機能等を使って集客できる。

## twitter

FBより距離がある。匿名性がやや高い。  
ユーザーが多く、話題やネタによっては大きく拡散する。

# オンラインメディアの特性

## LINE@

スマホで簡単に登録できる。登録へのハードルが低い。  
マーケティングに使える機能がある。  
他人のプラットフォームなので、削除リスク等がある。

## メルマガ

幅広く誰にでも情報を届けられる。  
登録への心理的ハードルが高い。迷惑メールリスク。  
リストを自分で持てる。

## どのメディアを使うのか？

一番のおすすめは、【メルマガ】です。

Push型メディアなので、相手に情報が届きます。

メルマガに集めてくるために、他のメディアを使います。

拡散力があって始めやすいSNSから始めるのがいいですが、

「自分のメディア」を持つことも重要なので、

ゆくゆくはブログ（Wordpress）も使えればより良いです。

（SEOが大変なので、メインにしなくても良いと思います）

## どのメディアを使うのか？

メディアを選ぶ際には、「ターゲット」に届くメディアにします。

たとえば、経営者はFacebookを使う人が多いようです。  
twitterだと、ネット系以外の社長さんはあまり見かけません。  
LINE@を受信している経営者は、かなり少ないようです。

逆に、20代個人だと、twitterユーザーが多いです。  
LINEも少し下火、Instagramのほうが多いかもしれません。  
Facebookは、若い世代だとあまり使われないようです。

オンラインの場合は、広くつながる必要があるので、  
主なターゲットがたくさんいる市場を選びましょう。

## メルマガにリストを集めるには

通常ネットマーケティングで言われる方法では、難易度があまりに高く、実施が困難です。

なので、「個別攻略」がおすすめです。

- ・名刺交換した人に送る
- ・友達に「登録してもいい？」と聞く
- ・セミナーやイベントに来た人に送る

余力があれば、「無料レポート」を提供してもいいでしょう。

# メルマガはどう書けばいいか？

- ・とりあえず、まずは「出すこと」。完璧は求めない。
- ・文章量は多すぎないように。  
今は情報過多の時代なので、処理しきれない。
- ・頻度は週1回以上。それ以下だと覚えられない。

理想的な内容は、「見込み客が困っていること」

または、「コーチングの実際の事例」

(守秘義務に配慮してください)

難しければ、自分の気付きやコーチングの話でもいいが、  
数を重ねながら、理想に近づくようにしてください。

## ネットの情報発信で最も重要なこと

ネットには情報が溢れているので、中途半端な情報では強い信頼を勝ち取るのは難しいです。

そんな中で、われわれが発信すべきなのは、  
【あなた】です。

「あなただから、相談したい」と思ってもらえるのが究極の差別化になります。絶対に他者には真似できません。

コーチは、知識や専門性ももちろんですが、  
【人柄】 【人格】 【人間性】 で選ばれます。

「この人、好きだなあ」「このコーチに相談したいな」と思われるような、自分の個性を発信し続けることが重要です。