

AI時代に
売り込みゼロで
力強く収益を伸ばす



7つの切り札

AI×リストで自然体ビジネス設計士
長嶺 圭一郎



このセミナーを通じて お伝えしたいこと



- ✓ 「売り込みが苦手」の劣等感を、
AI×リストマーケで最強の武器に変える方法
 - ✓ 自然体のまままで高額商品が高成約率で売れる、
論理的かつ現実的な方法
 - ✓ AI時代に突入したあとも選ばれ続ける
力強いビジネス体制の作り方
- 💡 このセミナーを見終わる頃には、
あなたが明日から
るべき行動が明確になってことをお約束します。**



プロローグ：なぜ、僕がこの話をできるのか？



AI×リストで自然体ビジネス設計士 / WEBセールスプランナー 長嶺圭一郎(ながみねけいいちろう)

AIとリストマーケを活用して、
自然体でも高効率×高単価に売上が上がる仕組みづくりの専門家

Mission 『きれいごとだけで食べていく人を増やす』

セールス歴21年(元トップセールス)

愛知県商工会連合会
経営・技術強化支援事業エキスパート

岐阜県ペライチ認定サポーター

- ・ペライチ公式セミナー最優秀講師賞受賞(2023)
- ・ペライチサポーター全国MVP表彰(2025)

主宰リストマーケコミュニティー【ゼロリス】会員100名以上

チャリティー企画FutureGreen祭り主催 (公益社団法人国土緑化推進機構公認)



実は
とんでもなく人見知り



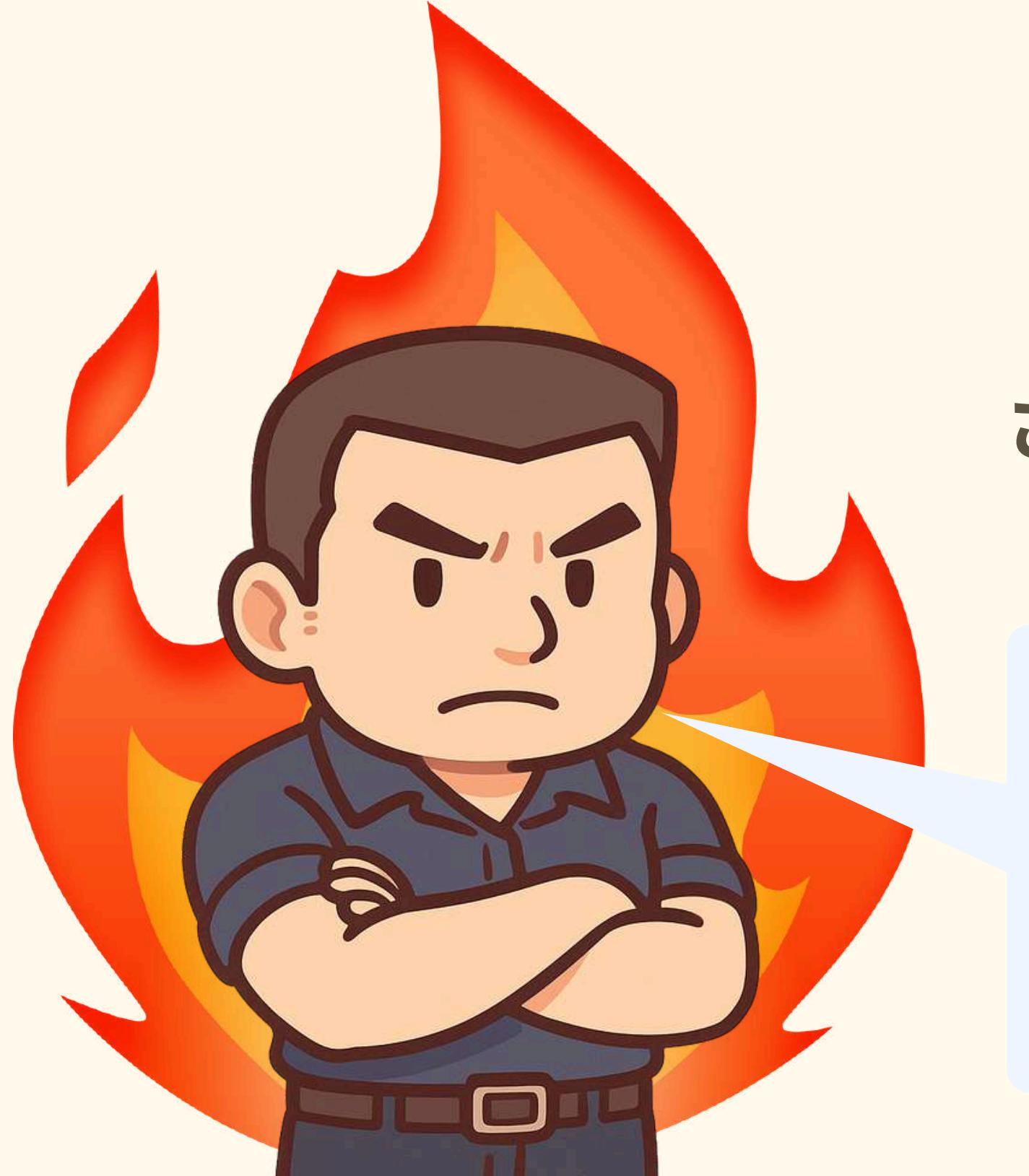
電柱の陰に
3時間いた……





手紙って
いいなあ・・・





さらに上司の一言が人生を変えた

長嶺・・・お前は本当にネガティブだな。

だがな、ネガティブは武器だぞ。
ポジティブな奴は問題点に気づけないが、
ネガティブな奴は、あらゆる問題点に気づく才能がある。
そして問題点に気づけるからこそ、事前に対策が行えるんだ

お役立ちレター 管理対象位置読み

開拓取扱いに関してはまだ勉強中という表現。2階の予定だった面倒を、お客様の要望で1階に変更することになったときは苦労したと言う。「面倒部分が出来てしまつたため、どうしたら外観のかっこよさを保てながら、悩みました。ところが上司に相談すると、とても簡単に解決。僕は窓の後ろ側に配置することばかり考えていましたが、上司は横に開け出させて、出っ張りをデザイン化してしまったんです。顧客の引き出しの大切さを学びました」。

登場人物図 長嶺 圭一郎

春岐屋支店 営業課 ホームエンジニア
2005年入社
名古屋産業大学建築学科ビジネス学部建築情報ビジネス学専攻

子どもの頃から理科、特に生物が好きで、大学では生態系の復元などを学び、環境関連の仕事を目指していました。日本にはほとんどなく、次に機会に手がけたのが営業。住宅や自動車など、増えつつある多くの業種の説明会に参加する中で「売りっぽなしではなく、使ってからもお付き合いが続く」点と、営業が開拓するまで行き先、始元で販売できる点に惹かれ、ミサフホーム東海へ。環境に対する意識は今も強く、社会人となった現在でも、休日にはゴランティアでの活動に参加している。人にも環境にも優しい男である。

—
EPISODE
2

黄金の笑顔を持つ男。

お客様に夢を語っていただくのが好きなんですよ。「こんな開拓をして、こんな暮らしをしたいな」と話すように話してくださるのを聞いていると、こっちも嬉しいなってきます。あるお客様の夢は、吹き抜けをつくること。海外で暮らしていらっしゃった頃に手に入れたじゅうたんを吹き抜け部分に組し、スポットライトで照らしたいとのこと。この方は家づくりにとても熱心で、夜遅くに「今、すごくいい開拓を思いついたから!」って営業所に飛び込んでこられたこともあるほど。結果としてはおお上そご意向に沿う開拓になりましたね。もちろん吹き抜けも実現しました。ほかにも「忍者屋敷みたいな家にしたい」と、1階に窓のある開拓を選ばれたお客様もいらっしゃいます。僕のお客様はなぜかこんなふうにこだわりと思い入れの強い方が多いんです。もちろん、僕の方から「このお客様なら、こんなこともしたいだろうな」と考えついでアイデアを提案して、夢を膨らませたりもしますけど、いろんな要望を網羅やすい顔をしているとはよく言われますね(笑)。

僕は学生時代、ラーメン屋でバイトしていたんですが、常連さんはかなり、ラーメン屋というより居酒屋みたいな感じの店でした。それがきっかけで、人と接する楽しさに目覚めました。住宅営業という仕事をも、人としゃべりたくて選んだようなものです。商談の際は、「僕の親戚、全員ハゲてるんですよ。だから僕もヤハゲです…」といひ自虐ネタを披露して笑っていたりしたり。とにかく楽しく雑談しながら本音を語っていただきやすい雰囲気をつくっています。専門的な知識はまだ上司に教えることが多いのですが、そのせいで「担当を教えてくれ」という厳しいクレームをいただいたこともあります。1年目の終わり頃、ある程度自信もあっただけに、堪えました。高額商品を売る以上、楽しいだけの商談では信頼は得られない。専門知識の大切さと責任を感じました。現在では最も完成し、良いお付き合いをさせていただいているが、改めて気づかされた出来事でした。

専門知識をつける努力は当然ですが、僕が目指すのは、やはりお客様と深い関係を築ける営業。たとえば現在の上司は、お客様から「圭ちゃん」と親しまれ、電話の会話を聞いていても、友人としゃべっているのかと思うほど。そういう関係を使も値たいんです。昇格するより、ずっと営業をやってみたいですね。



表彰状

半期最優秀営業

長嶺 圭一郎 殿

あなたは平成二十年度上期において最も優秀なる成績を修められました
よってここにその功績を讃え
表彰致します

平成二十年十月三日

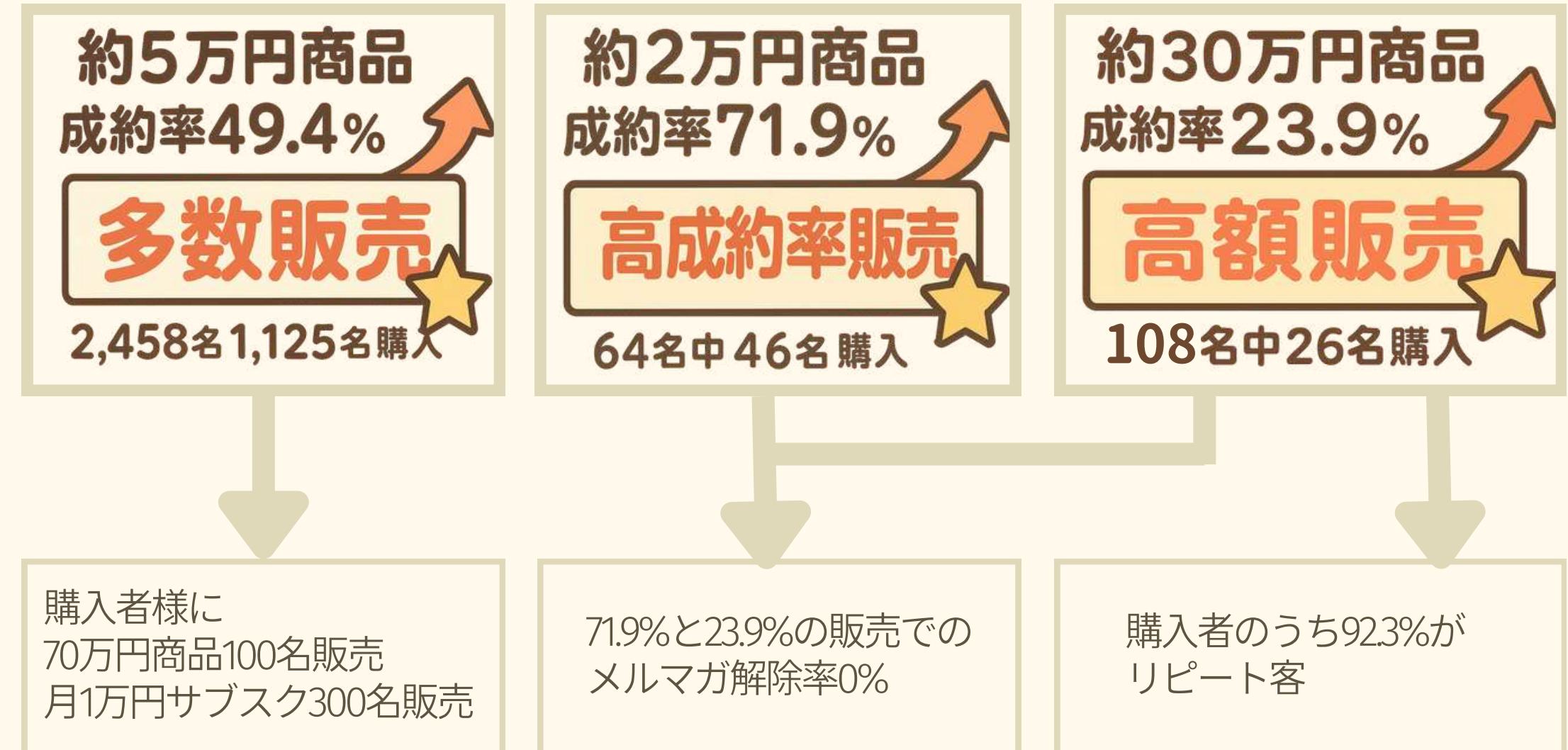
株式会社岐阜支店

執行役員 支店長 山本 修巳



長嶺の得意技
メールや手紙を送って
お客様に来てもらう
販売手法

最近の販売実例



多数販売・高額販売・高成約率販売・高リピート販売
これらの実績を、強い売り込みをすることなく達成できています。
今でも僕は人見知りで引っ込み思案です。

だから、断言できます。
あなたのその『繊細さ』は、
弱点ではありません。

今回ご提案するのは、
売り込みが苦手な人への『妥協策』ではなく、

その繊細な性格を武器に、
売り込み上手をも超えた
力強いマーケティング切り札です。



あなたの努力が報われない 構造的な問題

無意識に囚われている
「集客の常識」に潜むミスマッチ

AI時代の到来で**加速する、**
従来型マーケティングの限界



次章では、
あなたの売上低迷の原因を明らかにし、
その解決策への明確な道筋をお見せします



第1部：その努力が報われない構造的な理由



なぜ頑張っても結果が伴わないのか

?





その答えは、
多くの人が無意識に囚われている
『集客の常識』にあります。

構造的な問題、その1

常に“新しいお客様”を探し続ける
『新規頼り』なビジネスモデル



え・・・新規客は
常に探さないといけないのでは？

そう思ったあなたは優秀です。
確かに新規客は常に探さないといけない。

・・・しかし。





ぶっちゃげ、
新規客探し。ツラくないですか？

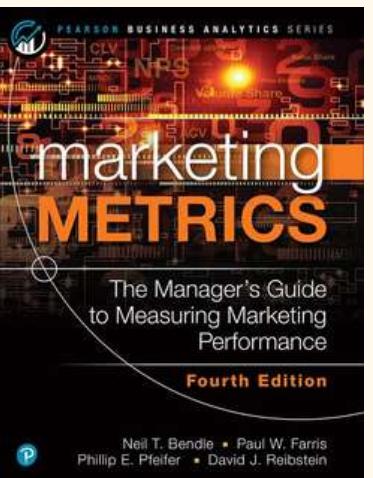
そもそも論として、
僕のように人見知りで、初対面のお客様にうまく対応するのが苦
手な人間にとて、常に新規のお客様を相手にし続けなければな
らないビジネスは精神的にも非常に地獄な立ち回り方なんです

新規客便りのビジネスが非効率である事を示す客観的データまとめ



消費者のほぼ4分の3が特定のブランドや企業に対して忠誠心を抱いている

(出典:Zendesk Customer Experience Trends Report 2020)
<https://d1eipm3vz40hy0.cloudfront.net/pdf/cxtrends/cx-trends-2020-full-report.pdf>



新規顧客からの成約率は5~20%に対して、既存顧客からの成約は60~70%となり最大14倍の開きがある。

(出典: 書籍「Marketing Metrics」のデータとして記載)

<https://www.forbes.com/sites/patrickhull/2013/12/06/tools-for-entrepreneurs-to-retain-clients/>



顧客維持率をたった【5%】改善するだけで、利益は最大【95%】も向上する。

(出典: Bain & Company / Harvard Business Review 'The Economics of E-Loyalty'※2021年発表)
https://hbr.org/2001/07/the-economics-of-e-loyalty_



気ままなアルゴリズム変更



広告費の高騰

突然のアカウント凍結。



そして、この厳しい状況に、
さらに追い打ちをかける存在が・・・



2023年1月
AIの爆発

AI時代到来により変わりつつある検索の常識



イギリスの通信メディア監督機関
Ofcom（オフコム）

10代～20代の約36%が、まずChatGPTやAI系Botで回答を探すことが増えたと回答。(2024年3月)



アメリカに本社を置くITリサーチ＆アドバイザリー企業
Gartner（ガートナー）

2026年までに従来型の検索エンジンからのトラフィックは、現行比で最大25%以上減少する可能性がある。(2024年7月)

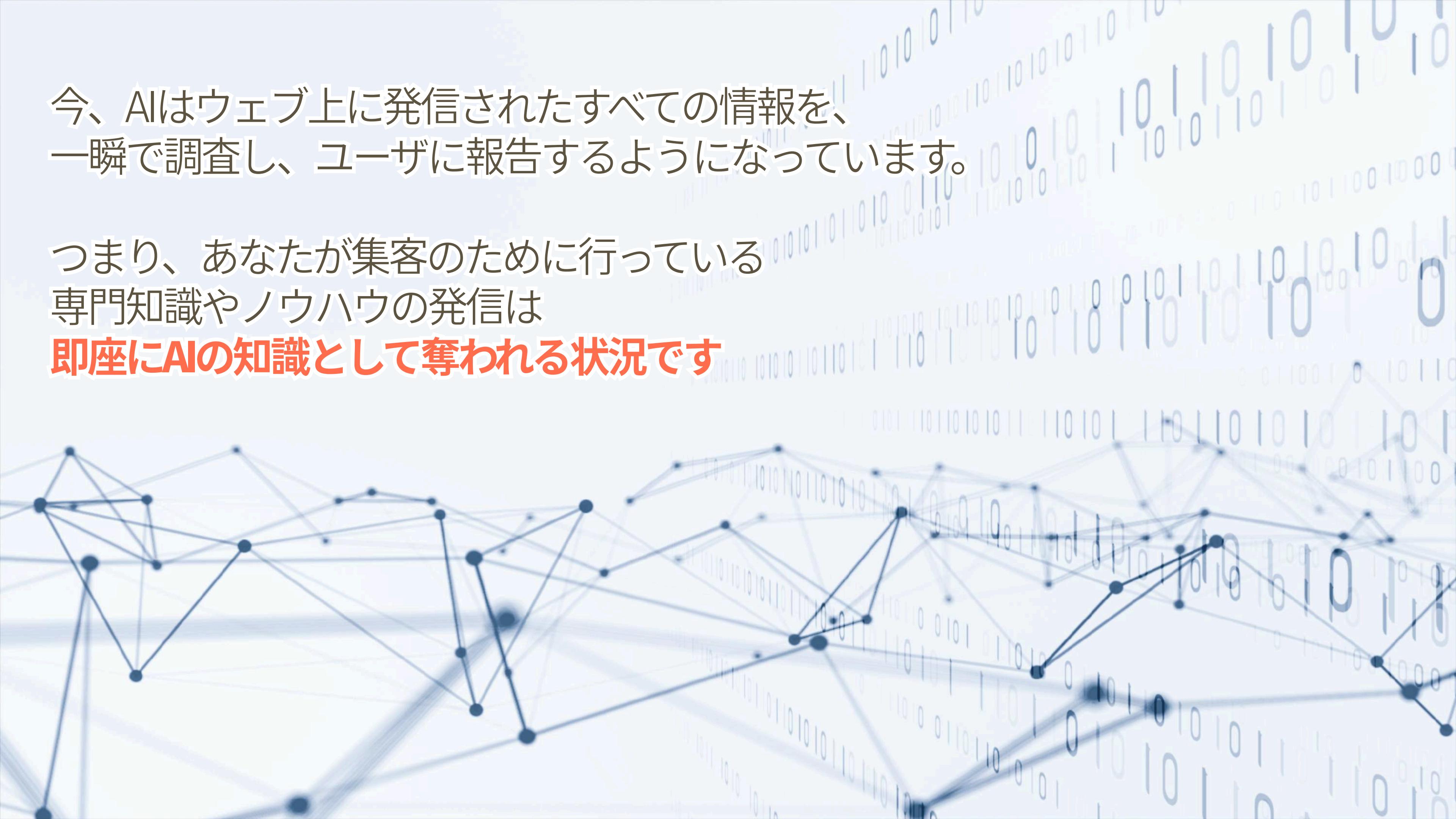


海外のSEO系ニュースサイト
Search Engine Land（サーチ・エンジン・ランド）

AIによる要約が表示されるとクリック率が平均20～30%下がると試算。(2025年2月5日)

今、AIはウェブ上に発信されたすべての情報を、
一瞬で調査し、ユーザに報告するようになっています。

つまり、あなたが集客のためにに行っている
専門知識やノウハウの発信は
即座にAIの知識として奪われる状況です





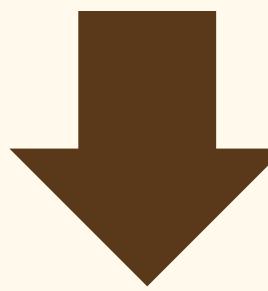
AIの影響で Zero-Click Searchが急増

クリック不要検索

答えがサッと得られ、ユーザーはサイトを読まなくなる。

検索行動の変化

「普通の検索」が激減中



有効なサイトアクセス数の減少は確実

今後、人がサイトに来る可能性は著しく低くなる



ただでさえ大変だったのに
閉ざされつつある新規客へのアプローチの道。

この、敗北必死の盤上から、
私たちは抜け出さなければなりません。

その抜け出すための方法とは…！

このあと第2章にて、「7つの切り札」をお話しします



第2部：消耗戦から抜け出す7つの切り札

では、どうすれば抜け出せるのか?
その、要となるのが…

リストマーケティング

です

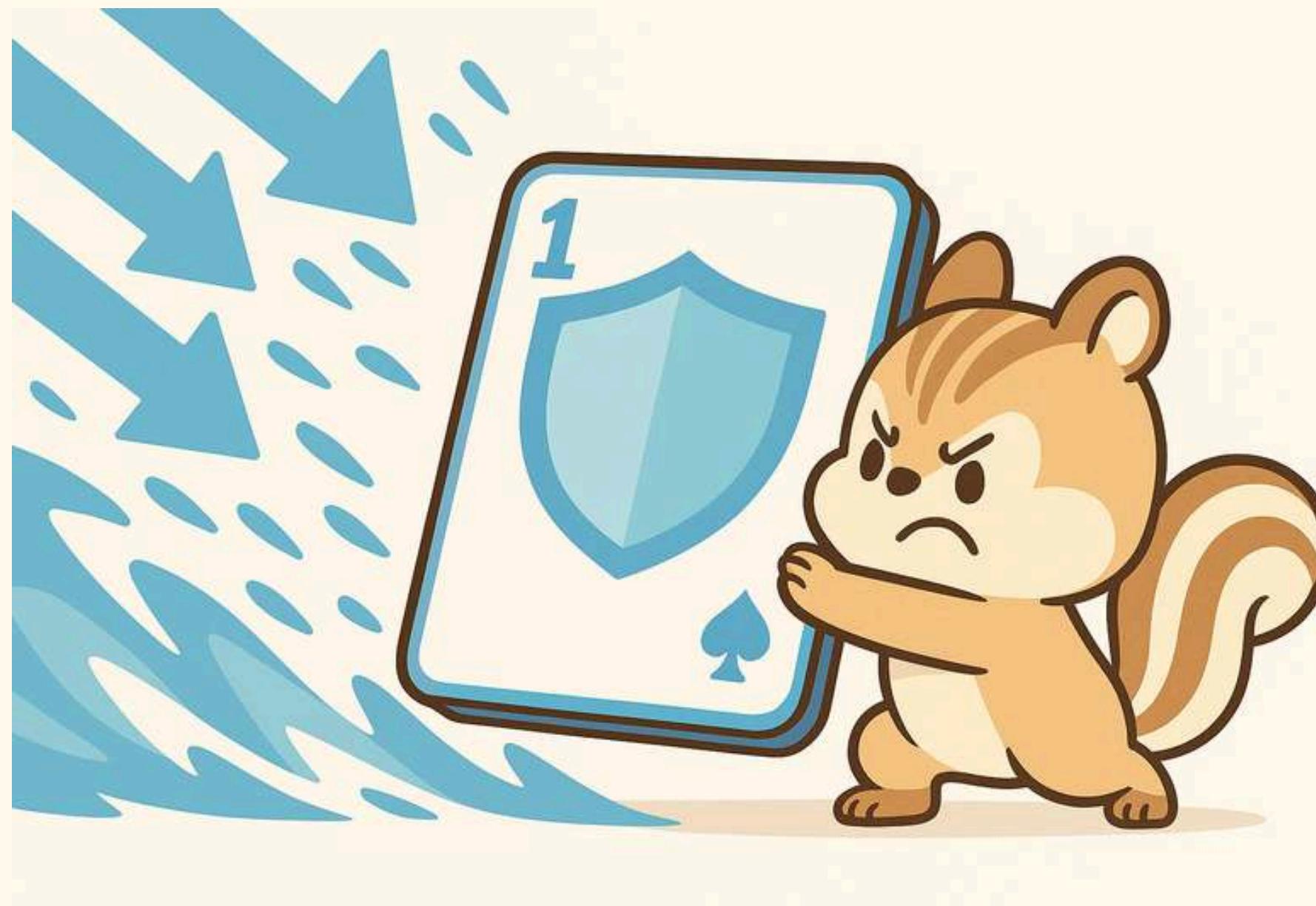


リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

- 1.理不尽な『変化』に潰されない切り札
- 2.集客力を20倍にする切り札
- 3.売上をコントロールする切り札
- 4.嫌われずに「成約率」を上げる切り札
- 5.AIに侵略されない切り札
- 6.AIを最大の味方にする切り札
- 7.AI時代に選ばれ続ける切り札

リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

1. 理不尽な『変化』に潰されない切り札





リストマーケティングは
最先端ノウハウっぽい響きですが
**江戸時代には
商売の基本だった
伝統ある手法**





江戸全体が全焼し約10万人が亡くなった世界三大大火『明暦の大火』をはじめ、267年間に49回もの大火が発生。
※江戸以外の大都市では、京都9回、大阪6回、金沢3回

大火とは火元から焼けどまりまでの直線が約1,635メートル以上に達したもの
(東京帝国大学の『理科会粹・第三帙』)

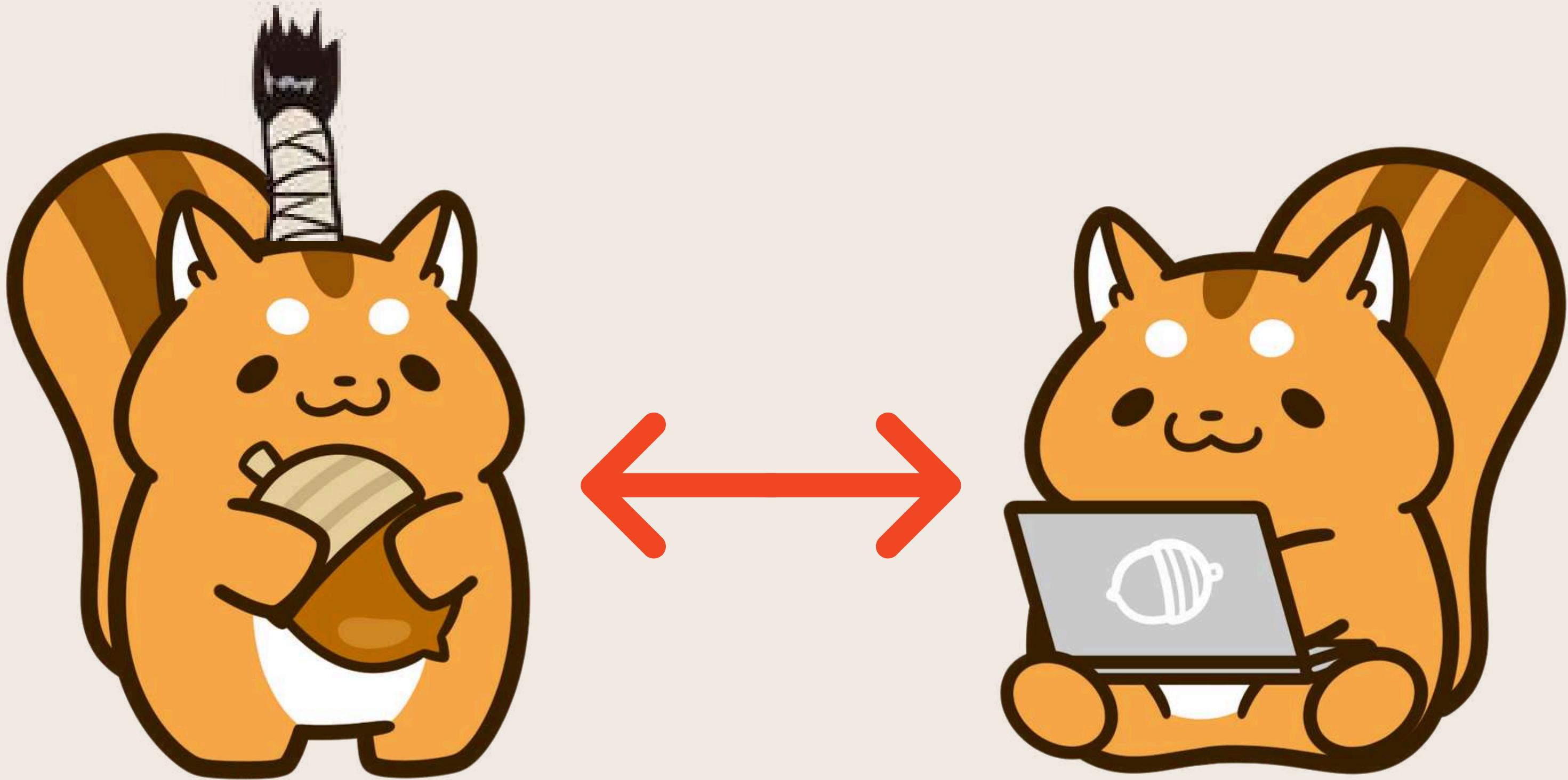


江戸の商人は常に集客口を失う恐怖と戦っていた

だから江戸の商人は
顧客名簿を大切にした







この状況、
我々も他人事ではありません

WEB集客のトレンド移り変わり概要

- 2012 mixi集客
- 2013 twitter集客
- 2014 Facebook集客
- 2015 ブログ集客(はてぶ)
- 2016 ブログ集客(SEO)
- 2017 Twitter集客
- 2018 instagram集客
- 2019 YouTube・MEO集客
- 2020 note・TikTok集客・コロナ大流行客層変化
- 2021 Clubhouseが流行って即消火・外出自粛でECサイト急拡大
- 2022 ショートムービーが急拡大・TwitterをXが買収
- 2023 ChatGPT強襲AI時代へ・Threads開始5日でユーザー1億超
- 2024 AI検索急増・mixi2リリース
- 2025 note・Threads・Instagramアルゴリズム大変動

江戸よりひどい!





さらに・・・。

プラットフォームの気まぐれな仕様変更。
突然のアカウント凍結。

あなたの努力は、常にリスクと隣り合わせです。

この男、1年間に3回 集客媒体を失っています。

2020年6月 BBQイベントが本格的にできなくなる

2021年2月 Twitter乗っ取り(3500フォロワー)

2021年5月 ブログハッキング(月間5,500PV)

※こちらはギリギリで防衛





こんな中でも、
僕がさほど集客活動に振り回されず、
ビジネスを成長させ続けられた理由。

それは

**顧客リストが
あったからです。**

顧客リストは、あなたのビジネスを守る、
唯一の「保険」です。

集客できている内に
顧客リストを蓄えておけば
集客破綻してもビジネスは破綻しない

集客トレンドに
振り回される日々を辞めるため
リストマーケティングを始めよう！

どんぐり蓄えるの大好き!!
↓



リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

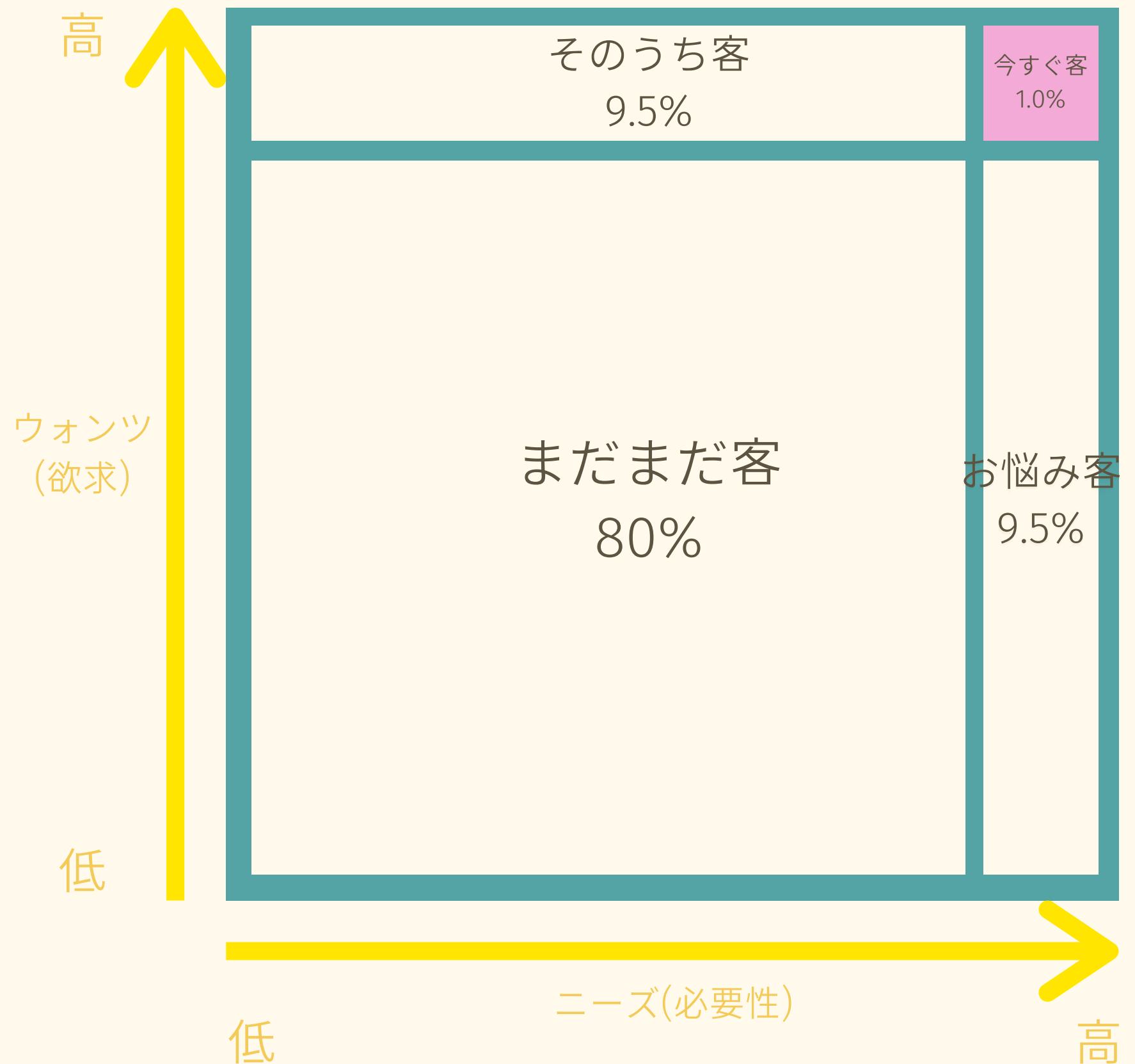
1.理不尽な『変化』に潰されない切り札

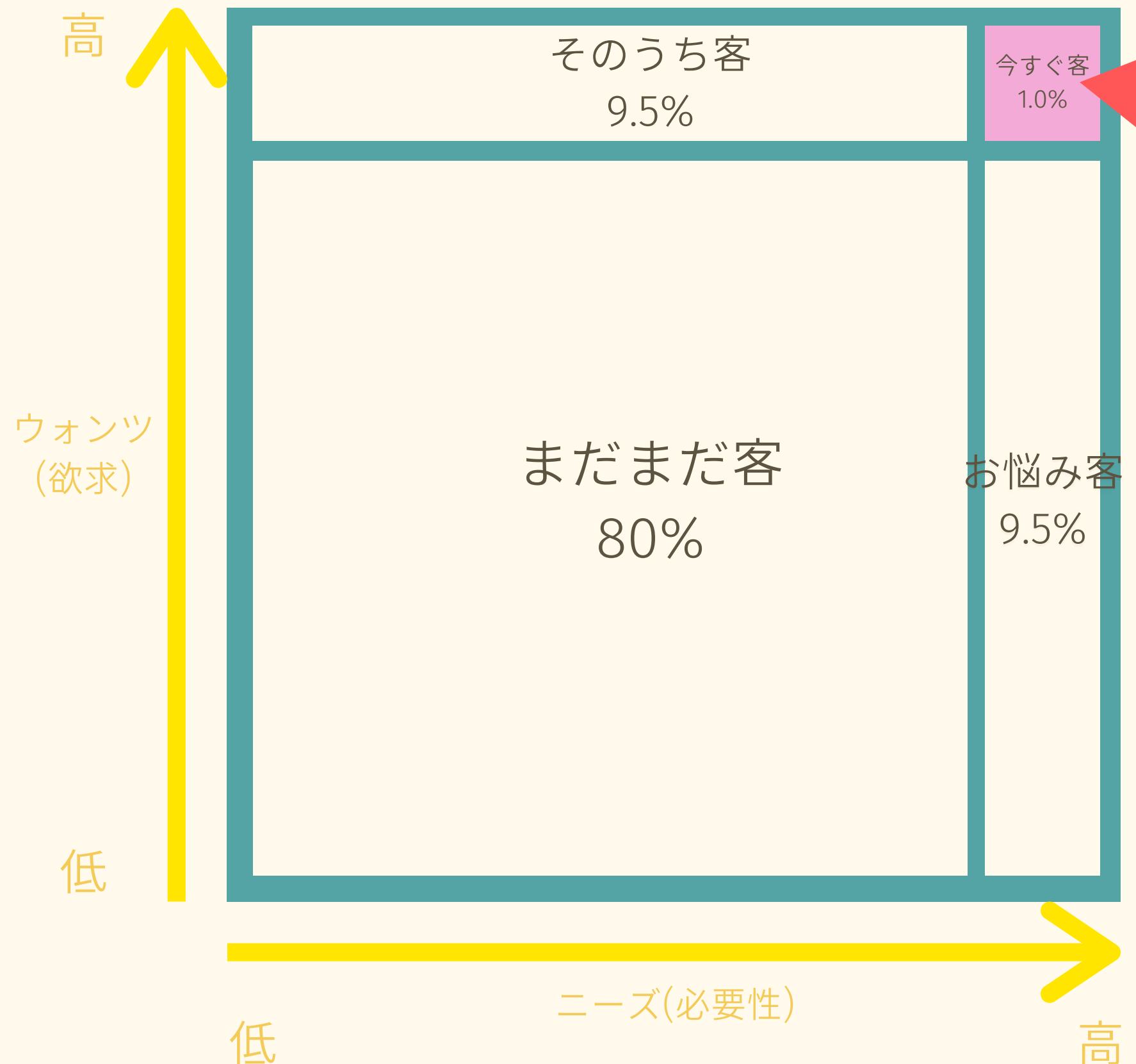


リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

2.集客力を20倍にする切り札







ライバルが
この1%を取り合っている
レッドオーシャン

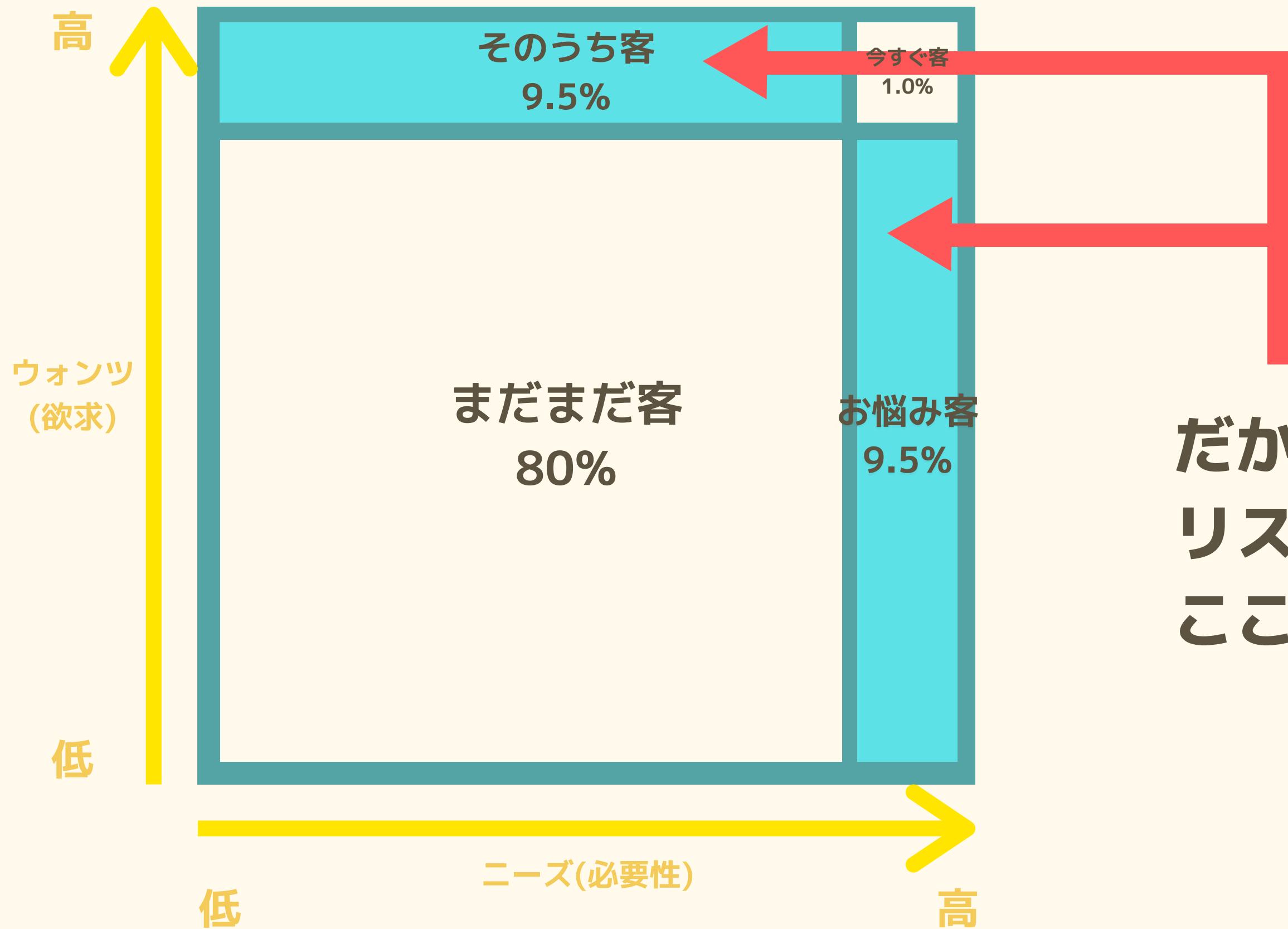


1%を奪い合う商域の厳しすぎる現実。

『今すぐ客』はゆっくり検討しない。

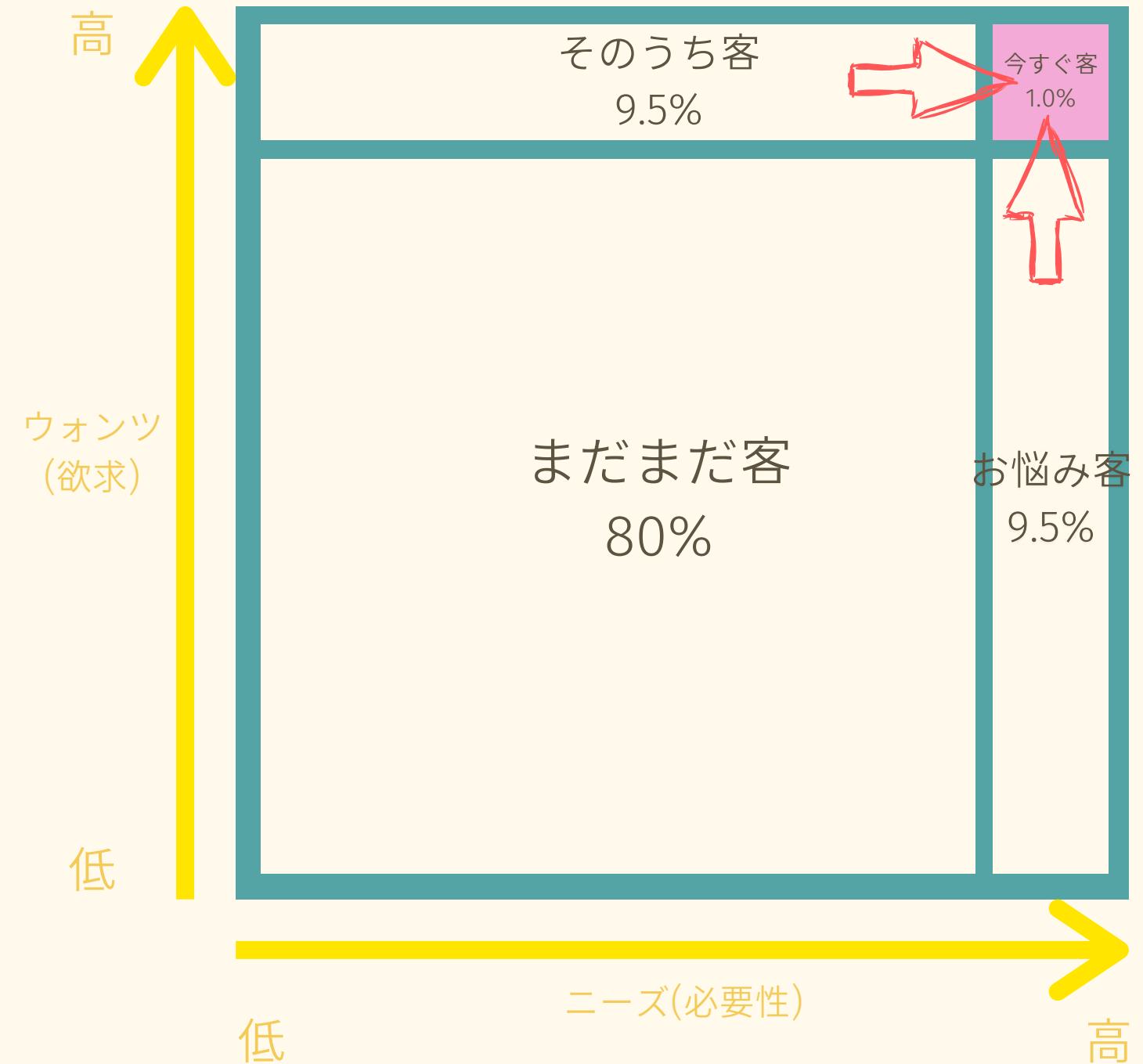
そのため基本的に
『有名企業』 or 『一番お値打ちな商品』
が有利な商域となる





だから
リストマーケティングでは
ここを狙う！

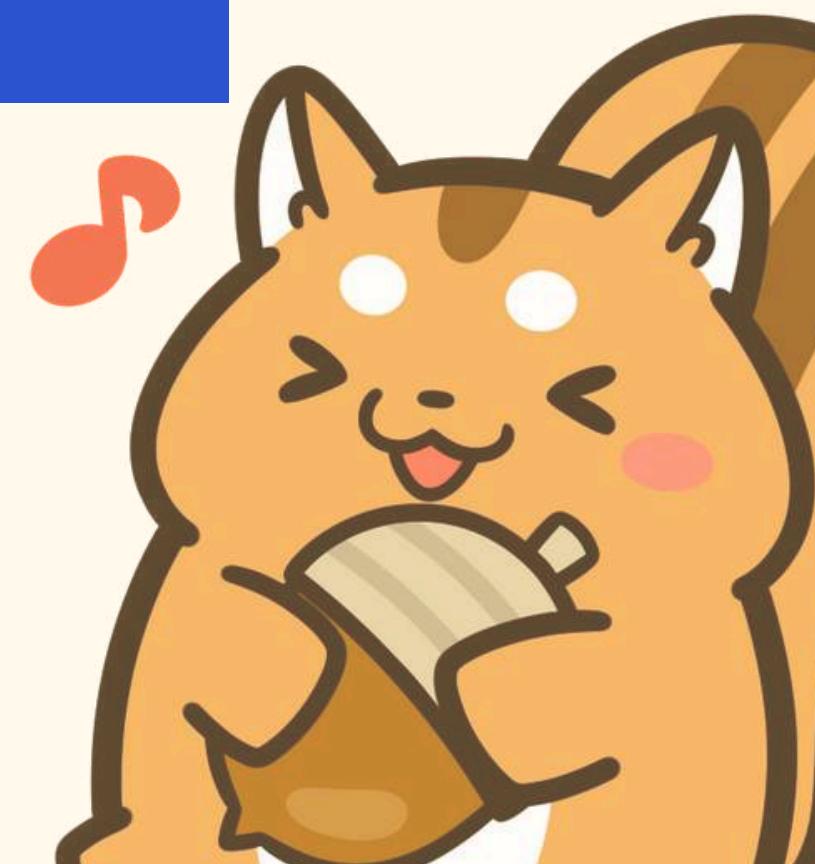




1%しかいない『今すぐ』より
19%いる『そのうち』『お悩み』のほうが
購入前にアプローチができる



信頼度が上がり
差別化にも繋がる





そのために必要なのが…
無料プレゼント

メルマガで大きく集客するなら

基本はフリー戦略!!



- ・電子冊子プレゼント
- ・限定動画プレゼント
- ・体験レッスン
- ・試供品
- ・無料オンラインセミナー

集客用無料プレゼントは
複数作ると集客効率が大幅UP！！



「無料プレゼントで集客したい」
でもアイデアが出ない… そんなあなたへ。

AIが一気に40通りの
“プレゼント企画”をご提案！

瞬筆IDEA GIFTS



40アイデア
大量生成



顧客の“欲しい！”
を的確に



プレゼント構成も
同時に提案



プレゼントを量産する
カスタムAIも
販売しています。
(後ほどご紹介します)



リストがあるからできる集客の裏技。

集客のための無料プレゼントやイベントをメルマガでもご案内する。

すると、メルマガ読者=ファンが我先にと登録してくれて、初動から一定数での申込みを期待できる。

そして新規客はこの申込数を見て申し込んでくる。

『人は人が集まっているところに集まります』

リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

2集客力を20倍にする切り札



リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

3. 売上をコントロールする切り札

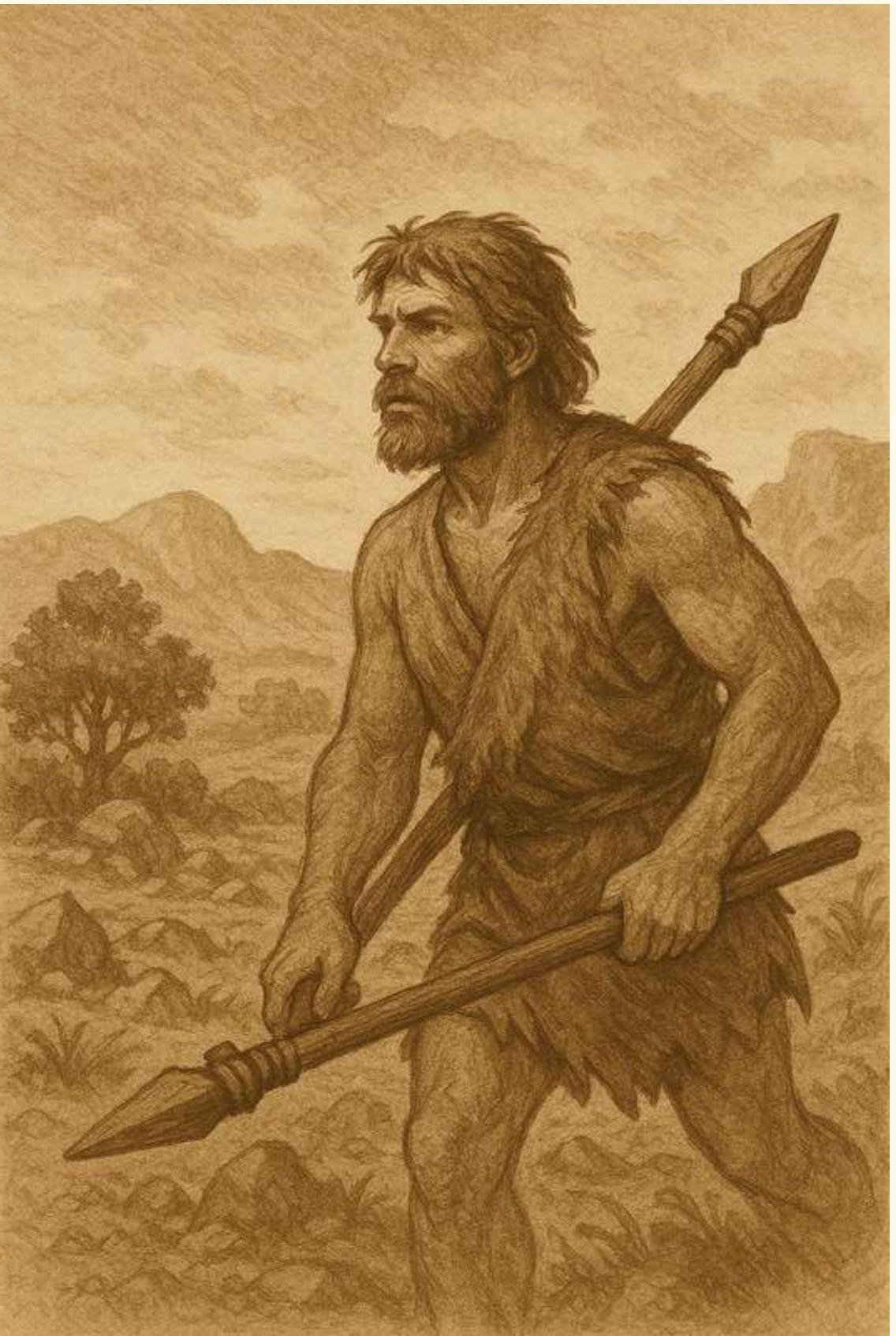




ここで一つ、
人類発展の勉強をしましょう。

なぜ、人類はここまで発展できたのか？
その答えは「狩猟」から「農業」への移行にあります。

この歴史こそが、あなたのビジネスの未来を左右する、
重要なヒントを教えてくれます。

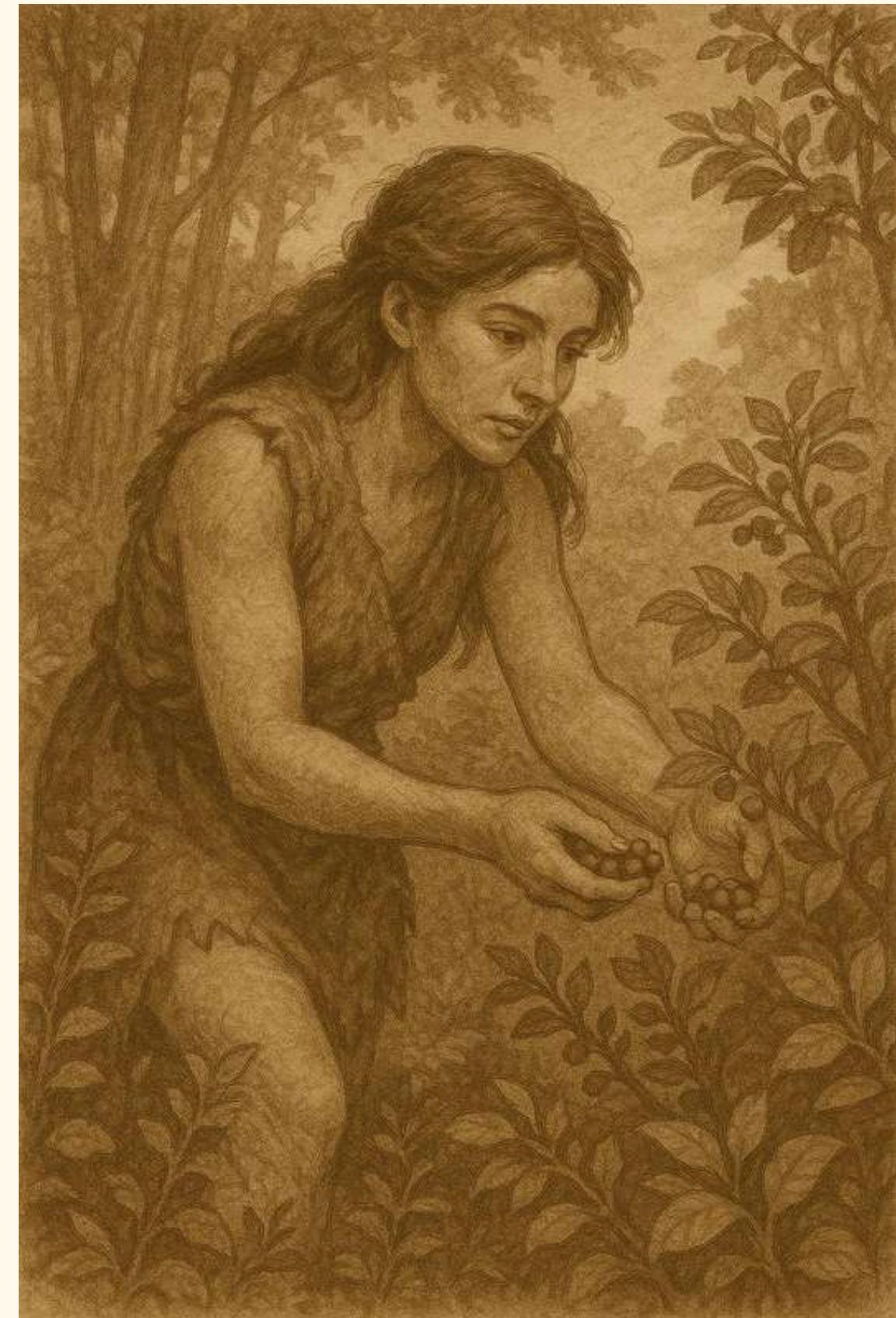


狩猟・採取の時代 食料は常に不安定でした

いつ獲物にありつけるか分からない。
常に探し続けなければ、飢えてしまう。

そして怪我のリスクも高い

この生き方は常に死と隣り合わせの、
過酷な生存競争でした。



「食」を制する者が、世界を制す。



出典：『Dr.STONE』 11巻（原作：稻垣理一郎 作画：Boichi／集英社）

人類は「農業」を手に入れ、 爆発的に発展しました。

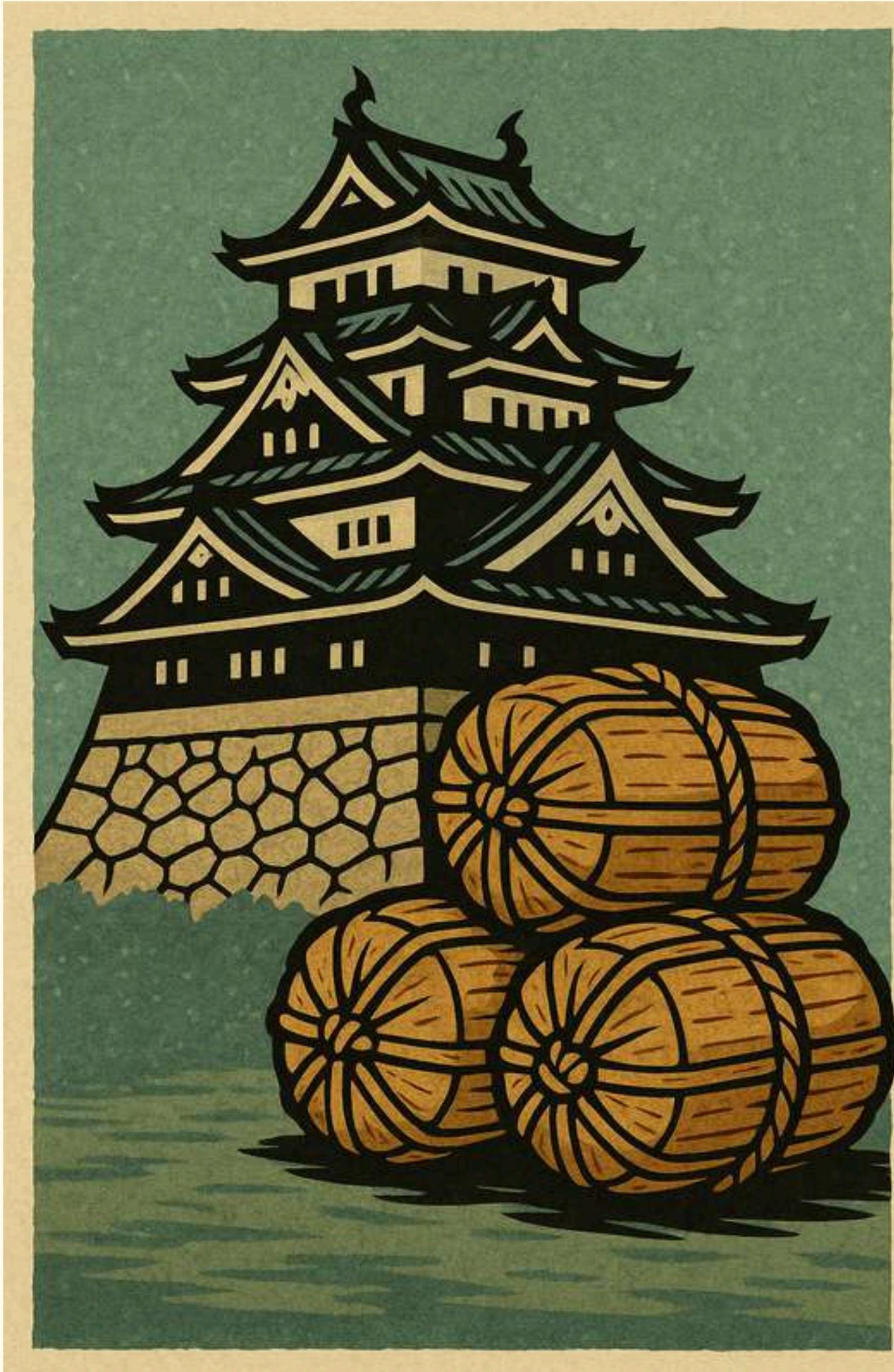
運任せではなく計画的に食料を育て、収穫する。
それが農業です。

農業を始めた人類は大きく食糧問題を改善し、
一気に人口を増やすことになります。

さらに、場所を転々とせず、定住できるようになったのも、
この頃からです。

人々は、農作業に適した場所に定住するようになり、
大きな集落が生まれてきました。





農業の発展が『統治』を生み出した。

定住が始まると、その土地を守るためにや、秩序ある社会維持のために統治者が生まれていきます。

そのうち**どれだけ多くの農作物生産量を獲得するかが、統治者の力の指標**として示されるようになりました。

戦国時代に「○万石」なんて言葉がありました。この言葉は「面積」でも「人口」でもなく、その土地の年間のお米の収穫量を意味しています。



ちなみに現在は…

昔の世襲制とは異なり、現在は民主主義で、支配者ではなくリーダーを国民が選ぶと言うスタイルになっていきます。

ただ、現在も生産量の多さが国の強さを示すのは変わっていません。それをGDP(国内総生産)と呼びます。

いわばGDPとはかつての石高と同じ意味です。

世界4位の 小さな島国！

ネガティブに流されず、ビジネス成長！

ガンガン行こう！

世界4位！



余談ですが…

現在日本のGDPは世界4位です。

かつては2位だったこともあって、悲観的に言われがちですが、そもそもこの海に囲まれた小さな島国が4位ってとんでもなく凄いことです

僕たちはビジネスをすると言う点においてかなり恵まれた環境にいます。

ネガティブで悲観的なニュースに引っ張られず、ガンガンビジネス成長させましょう！！



さて、勘の良い人はもう気づいてると思います

人類の歴史は、僕たちが目指すべきビジネスモデルの流れ
そのものです。

さああなたは今どの段階にいますか？

『狩猟型』

→常に新規客を追い求めて走り回るビジネス

『農耕型』

→お客様を大切に育てて育むビジネス

・・・それとも…。



目指すべきは、ステージ3：統治型ビジネス

常に安定しない『狩猟型』でもなく、
安定はするが労力がかかる『農耕型』でもない。

私たちが目指すのは、その大量の農耕すらコントロール
し、自らの意思で王国に豊かさをもたらす『統治型』です

その「統治」を可能にする唯一の技術。

それがリストマーケティング。

そして『売上をコントロールする力』の正体です

広告やSNSだけのビジネスは、
いわば「農業型」ビジネスです。

ずっと頑張り続けなければならぬですし、
トレンドなどにも左右されます。



WEB集客のトレンド移り変わり概要

- 2012 mixi集客
- 2013 twitter集客
- 2014 Facebook集客
- 2015 ブログ集客(はてぶ)
- 2016 ブログ集客(SEO)
- 2017 Twitter集客
- 2018 instagram集客
- 2019 YouTube・MEO集客
- 2020 note・TikTok集客・コロナ大流行客層変化
- 2021 Clubhouseが流行って即消火・外出自粛でECサイト急拡大
- 2022 ショートムービーが急拡大・TwitterをXが買収
- 2023 ChatGPT強襲AI時代へ・Threads開始5日でユーザー1億超
- 2024 AI検索急増加(LLMO)・mixi2リリース
- 2025 note・Threads・Instagramアルゴリズム大変動

江戸よりひどい!



しかし、顧客名簿があれば、

**届けたいタイミングで、
届けたい情報を、
一斉配信で届けられる。**

それが統治型ビジネス
『リストマーケティング』です。



今月は売上を伸ばしたいと思えば
キャンペーンを仕掛ける。

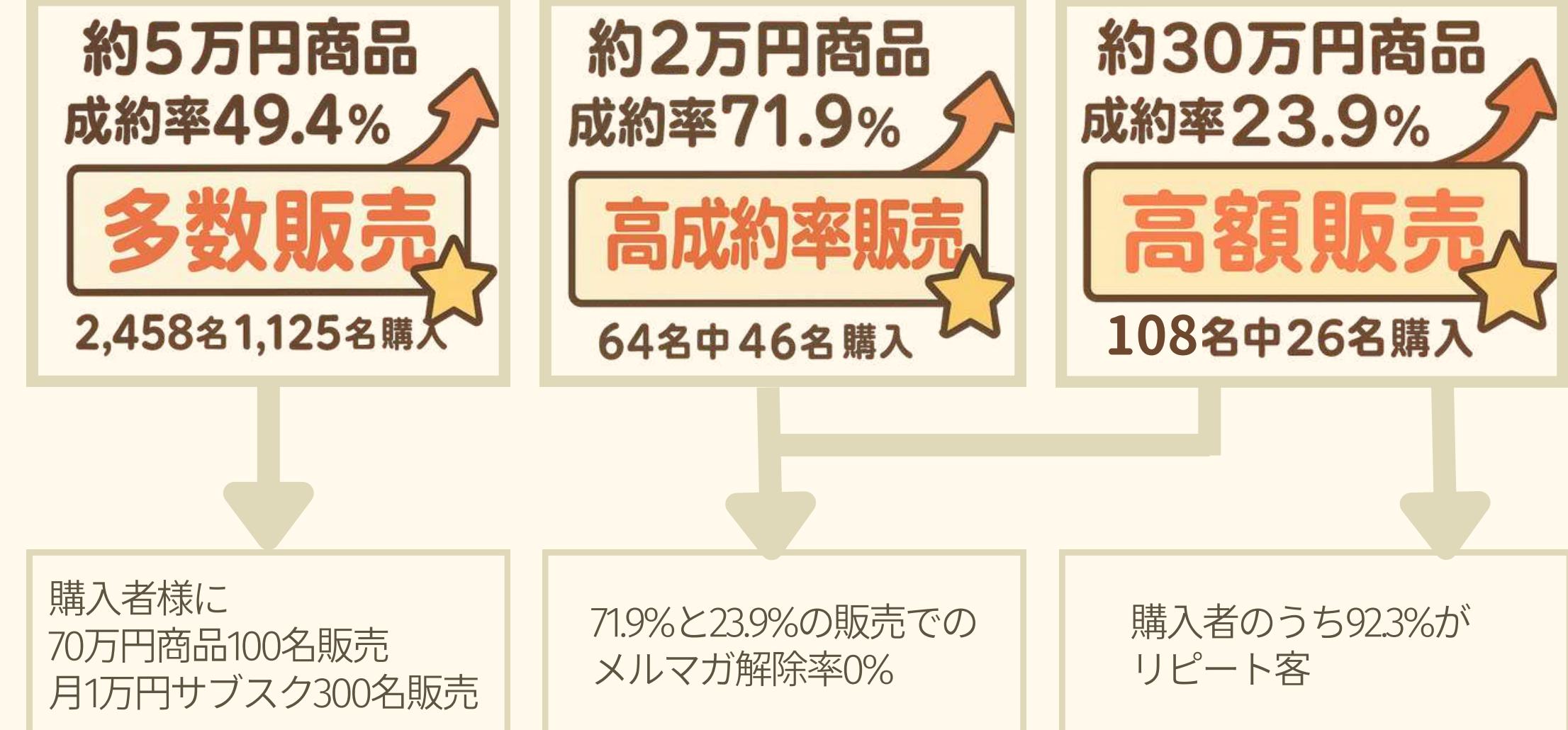
逆に今月は忙しいから抑えたいと思えば、
何もしない。

農業だけでなく、様々な切り口で収益化もできる

収益を増やすも抑えるも自由自在。
ビジネスの主導権を、あなたが握るのです。



統治型だからこそ このような結果が出せています。



多数販売・高額販売・高成約率販売・高リピート販売
これらの実績を、強い売り込みをすることなく達成できています。
今でも僕は人見知りで引っ込み思案です。

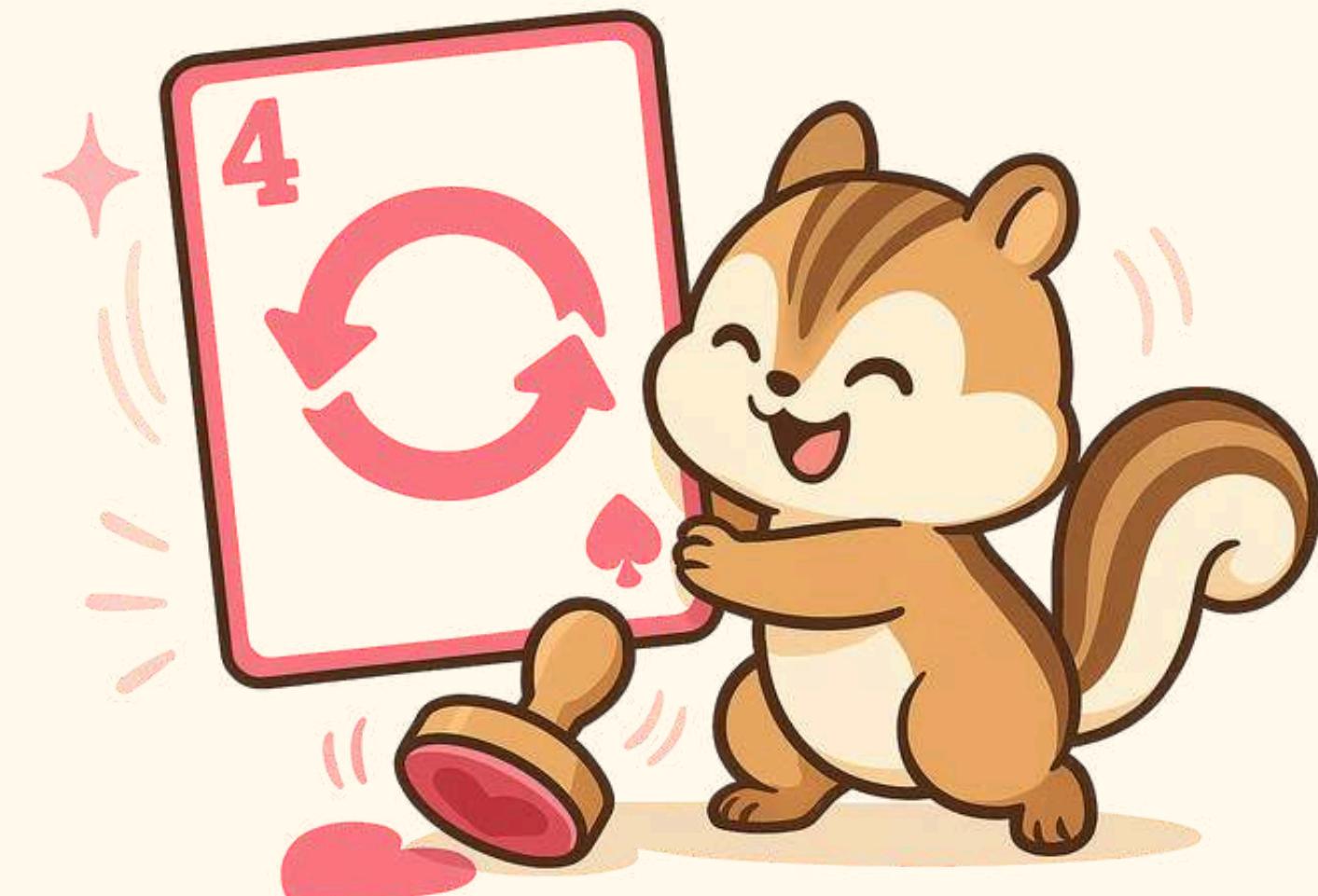
リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

3. 売上をコントロールする切り札



リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

4. 嫌われずに「成約率」を上げる切り札



統治型だからこそ
このような結果が出せています。



71.9%と23.9%の販売での
メルマガ解除率0%

↑
注目

なぜこれが
可能なのか

【重要】
セールス許可を得てから
届けているから



ケイイチさんのメルマガは自分のモチベーションが落ちている時でも、追い詰められた感じがなく読めるのですずっと見続けています。
他の人の発言は全部解除してしまいました。
(朝ビジリスナー様より)



そもそも、
この男はなぜ
電柱に隠れていたのか



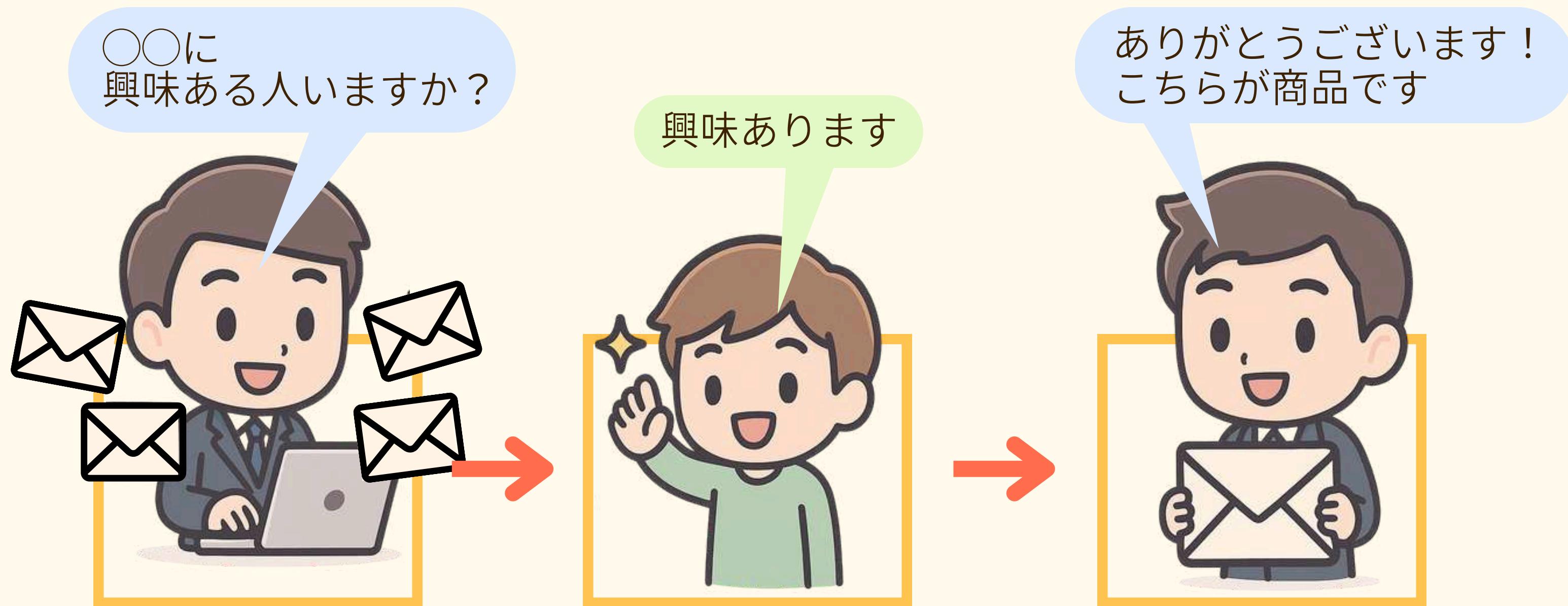
それはお客様の望まないタイミングで
お客様の時間を奪うのが

大っ嫌いだったから

買い物と押し売りの違い
それはセールス技術の優劣ではなく、
買いたいタイミングで声をかけるか否かである

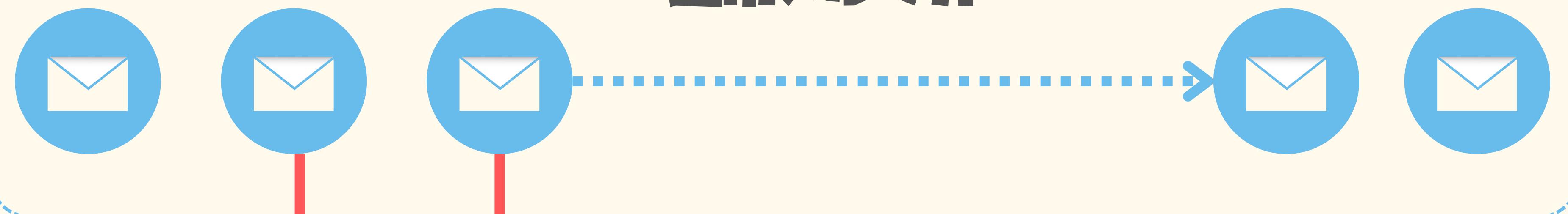


リストマーケの奥義 ダブルオプトイン



リストマーケの奥義 ダブルオプトイン

通常メルマガ



販売メルマガ(自動or手動)



売る人を限定するんだ



こうすることで嫌われずに 高成約率なセールスが可能になった



リストマーケの成約率が高いその他の理由



- 1 12個卖れた
- 2 4個卖れた
- 3 7個卖れた
- 4 2個卖れた
- 5 11個卖れた

ダブルオフだから
繰り返しもOK



リストマーケの成約率が高いその他の理由



別の商品を
同じお客様に販売



別の商品なら
売れるかも!



リストマーケの成約率が高いその他の理由



時間をおいて
同じ商品を再販売



1ヶ月～半年

(間におくるメール数も重要)



タイミング合えば
売れるかも!





ダブルオヤトで
より効果的に!!



『LPを書くのが苦手で憂鬱…』

もう悩まなくて大丈夫！

【実測19分55秒で提案】

14の質間に答えるだけで **AI** が
あなた専用セールスページを自動提案！

瞬筆 LANDING PAGE



14個の質問に
答えるだけ



提案まで
20分以下



ターゲットに刺さる
構成を自動提案



セールススキル
一切不要



LPを量産するカスタムAIも
販売しています。
(後ほどご紹介します)

リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

4. 嫌われずに「成約率」を上げる切り札



リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

5. AIに侵略されない切り札





2023年1月
AIの爆発

今、AIはウェブ上に発信されたすべての情報を、
わずか数分で調査し尽くし、
ユーザに報告するようになっています。

つまり、あなたが集客のためにに行っている
専門知識やノウハウの発信は
即座にAIの知識として奪われる状況です

REMINDER

AI時代にAIから侵略されない戦略とは

まず、AI相手に「情報量」「情報スピード」「情報の質」で勝負しても絶対に負けてしまいます。

これからどんどん広がるAIの力に勝つためには
いかに『AIが入り込めない領域でビジネスするか』が重要になってきます。

では、AIが入り込めない領域とはどこなのでしょうか？





聖域の入り口：シークレットメディア

発信しなければ届かない。
しかし発信すればAIに奪われる。

このジレンマを解決するのが
情報を指名送付できるリストマーケティングです。

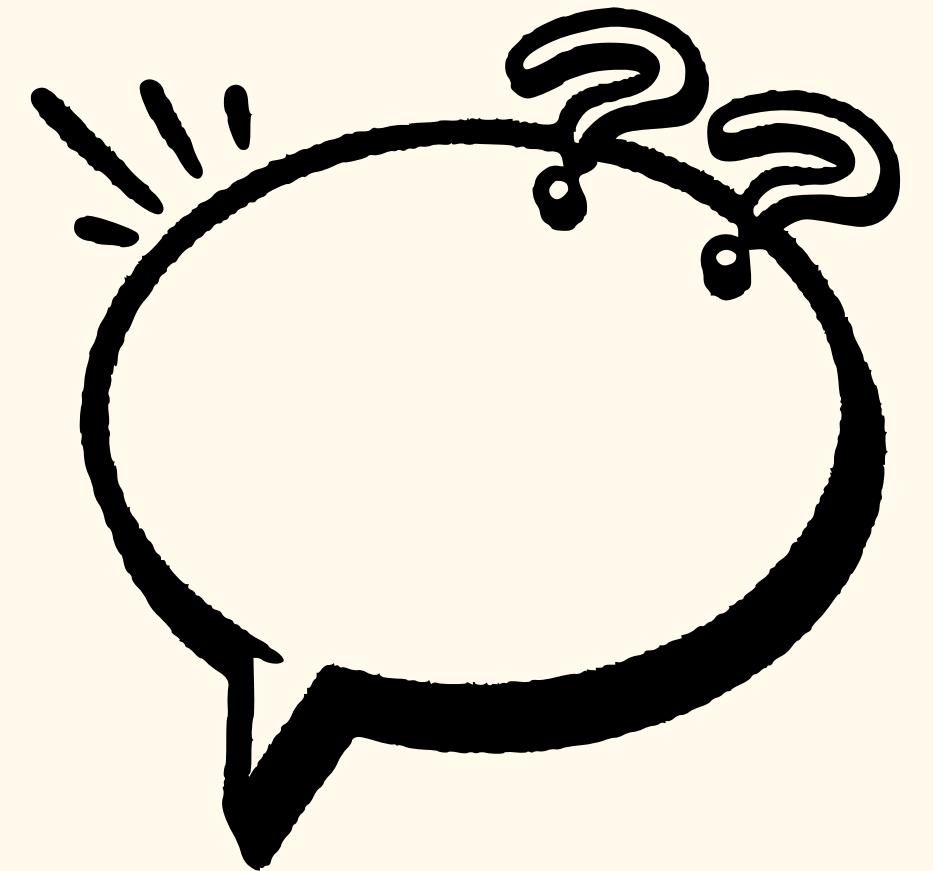
メルマガ・手紙などがそれに当たります。



ブログやSNSでの発信は接点づくりに必要ですが、それだけではAIに聞けばよい存在になってしまいます。

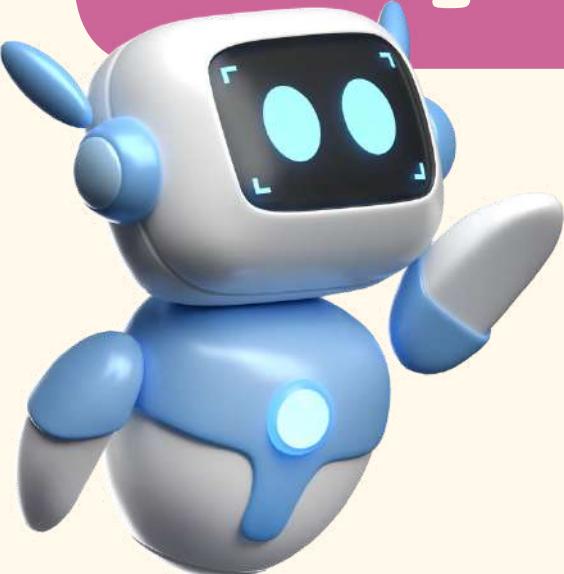
ここにプラスしてシークレットメディアを持てば
「AIでは拾えない情報を持つ」可能性を期待されます。

この可能性の期待こそが「選ばれる理由」となります。



さらに・・・

以前、僕はAIにこう尋ねたことがあります。
**「あなたがどれだけ進化しても奪えない
受注の流れは何ですか？」**



Answer

「私(AI)が奪えない受注の流れは、販売者への好意や信頼から生まれる受注です。

情報や性能ではなく、人の信頼から生まれる受注に私の介入余地はありません」

聖域の核心：高リピート戦略

リピート受注は元々強力な一手でしたが、AIが発展した現在において『他と一線を画す最高の一手』となりました

今後AIがどのように進化しようとも、その影響を一切受けない『あなただけの商圈』がリピーター商圈です。



高リピート戦略

僕が22年以上セールスの最前線において見つけた リピート受注を得るための方程式

1. 嫌われない（マイナスをゼロに）
2. 繋がりを絶やさない（ゼロをプラスに）
3. 良い商品を作る（プラスを最大化する）



今回のセミナーの話は、
すべてこの方程式に繋がっています。



『嫌われない』ための、ダブルオプトイン（切り札④）

『繋がりを絶やさない』ための、シークレットメディア（切り札⑤）

そして『良い商品を作る』ための、AIによる分析＆効率化（切り札⑥&⑦）

リピート受注を運任せにしない為に大切なこと

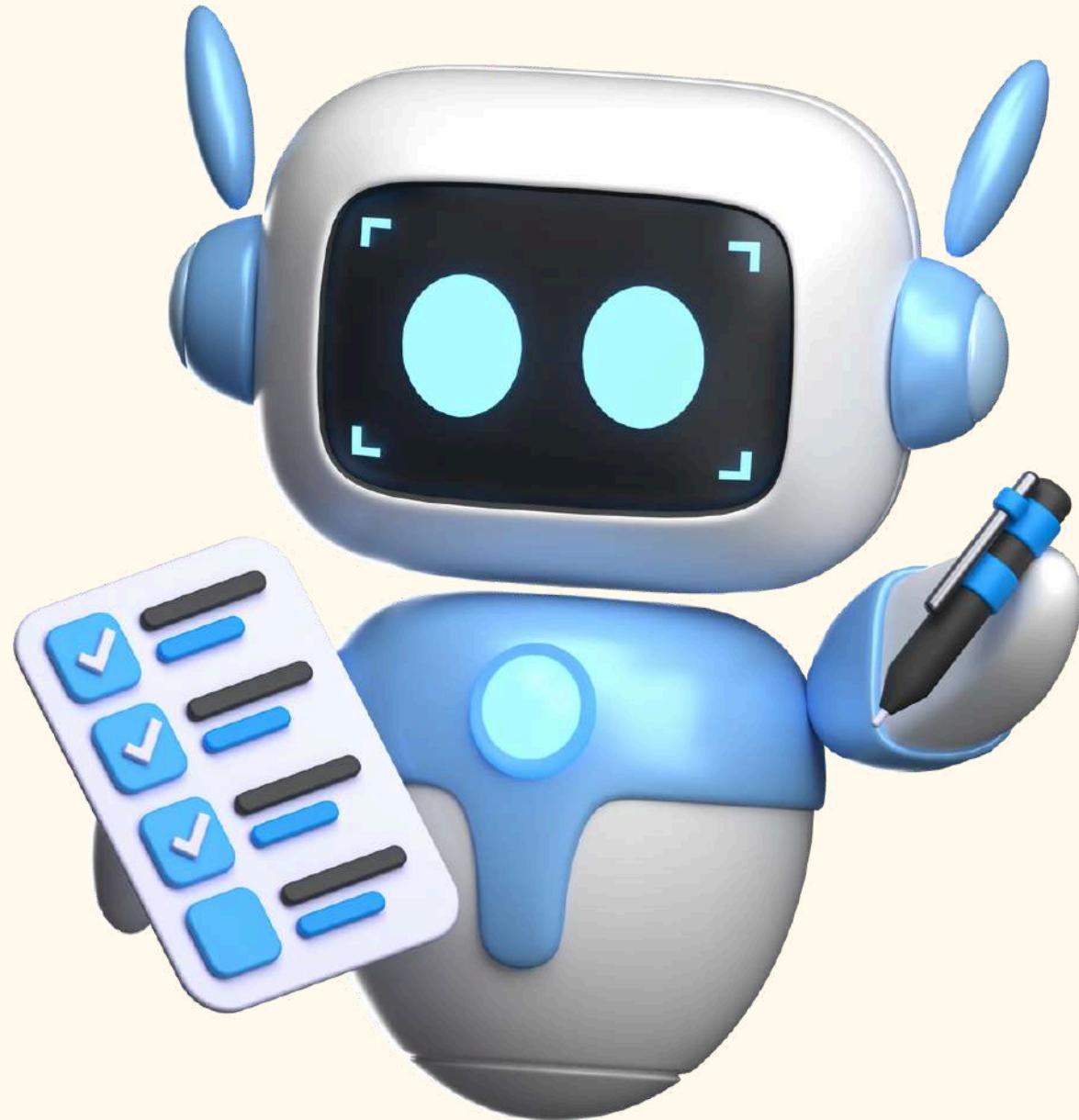


それはお客様と
繋がり続けること。

定期的にアプローチし続けられる関係の構築がリピート受注率アップのためには必要不可欠です。

ここでもメルマガは大活躍します。

2つの切り口で築く、AIに侵略されない領域。



システム的な障壁で
AIに介入させない『シークレットメディア』

古来より人の営みの礎だった
AIには介入できない『リピート受注』

この2つにより、
AIに侵略されない領域は成立します。

メルマガが重要なのはわかっている。
でも時間がない。そんなあなたへ

最短5分でAIがメルマガを完成。
瞬時に届ける、あなたの想い。

瞬筆MAIL

最短5分で
完成

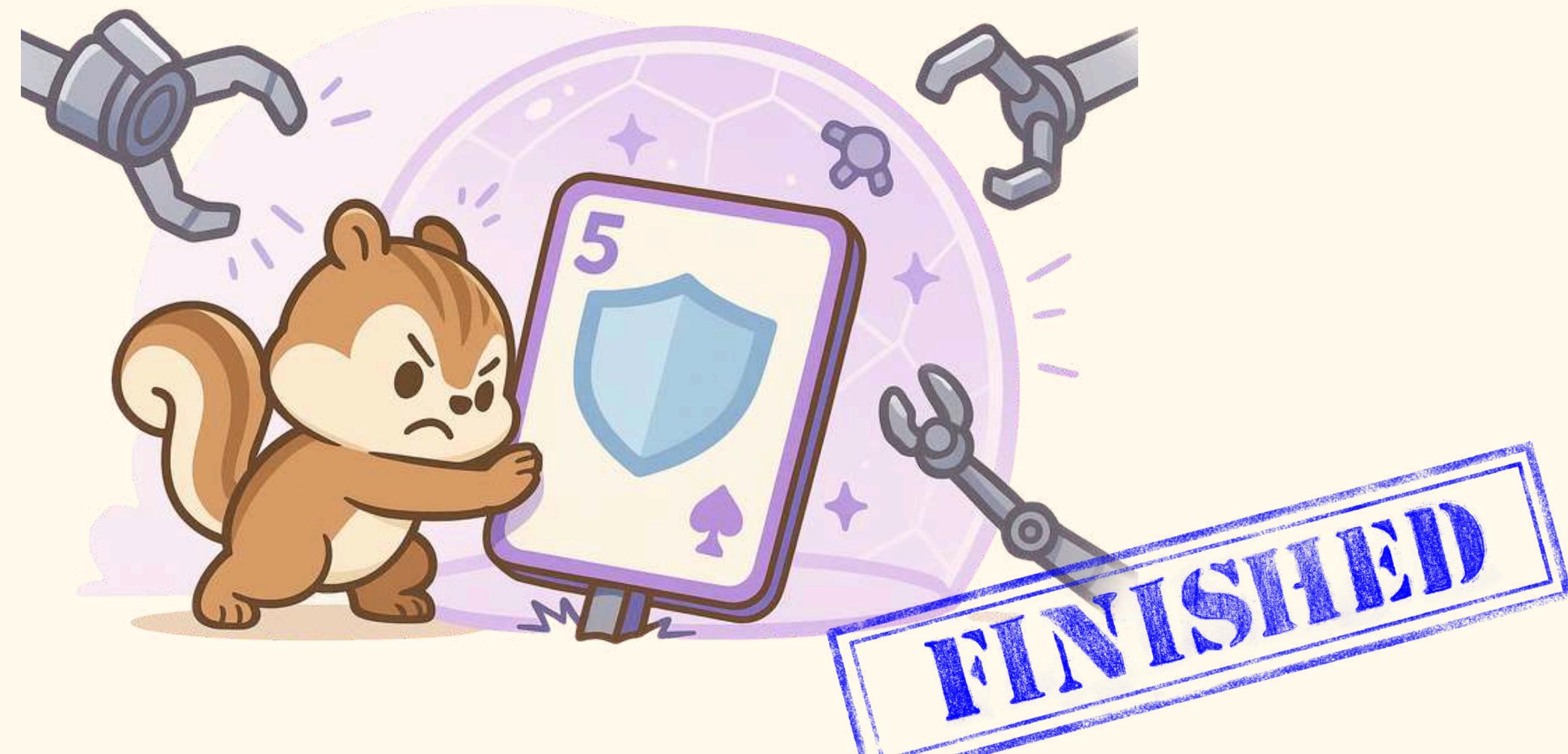
あなたしさを
そのままに

SNS告知も
自動生成

メールを量産する
カスタムAIも
販売しています。
(後ほどご紹介します)

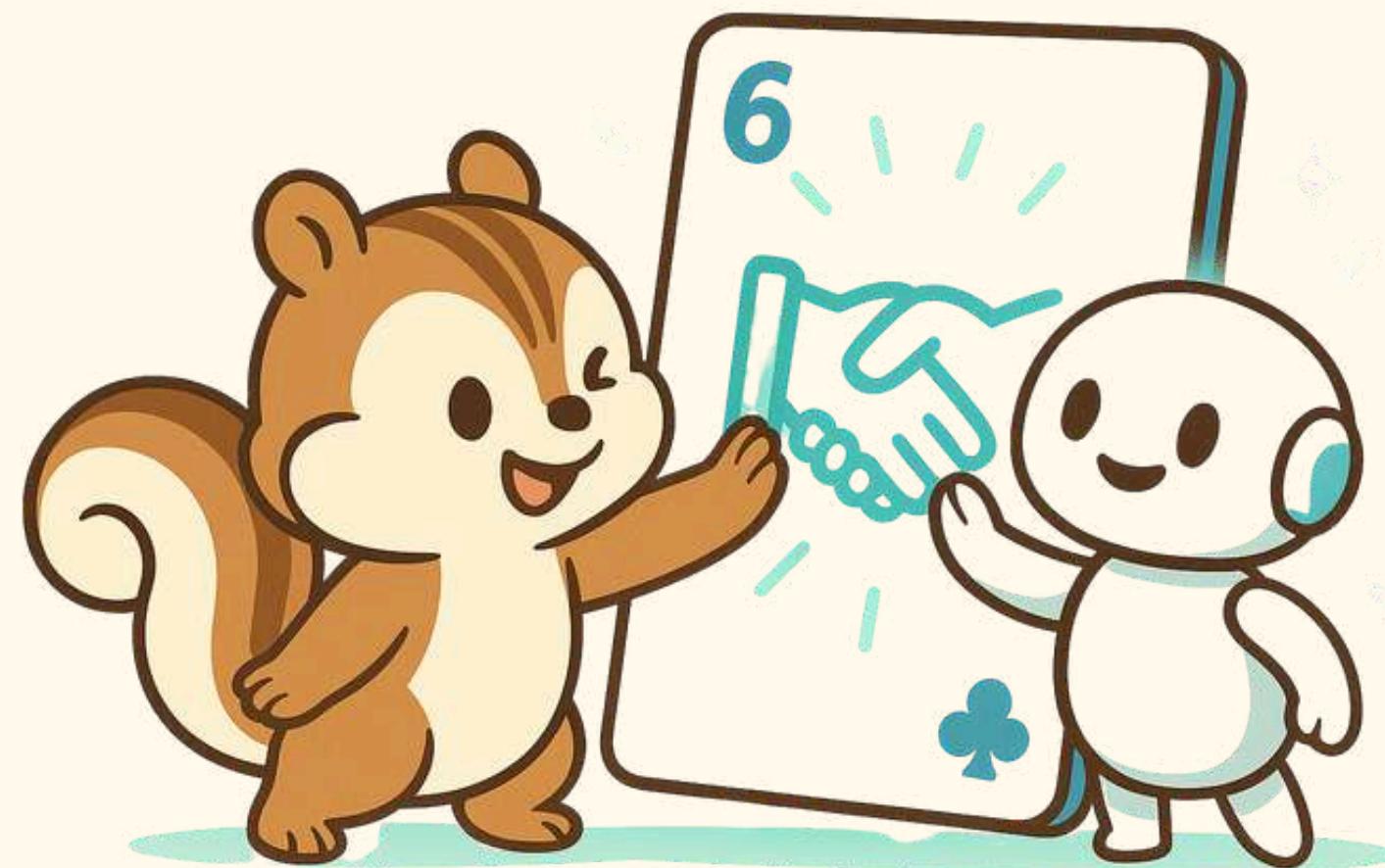
リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

5. AIに侵略されない切り札



リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

6. AIを最大の味方にする切り札





**最恐の敵を
最高の相棒に**

最恐の敵を最高の相棒にしよう

ここまで脅威の対象として紹介してきた『AI』

しかし、味方にすれば
これ以上なく頼れる存在となります。

でも、ただAIをビジネスに使えば
それで「頼れる」わけではありません。

今後AI活用が当たり前になっていく中、
よそのAIより高性能なAIを味方にしなくては、
有利なビジネスは展開できないのです。



『AI』 VS 『AI』 の
時代到来



AIを高性能にアップデートするには？

まず第一に、あなたの情報をAIに読み込ませることです。それでAIはあなたに最適化された動きをするようになります。

しかし、それでも不十分です。

さらに、AIを高性能にさせたいならば、『あなたの顧客の行動データ』をインプットすることが大切です。

そしてこの『顧客の行動データの収集』は
メルマガによるリストマーケの得意ワザです

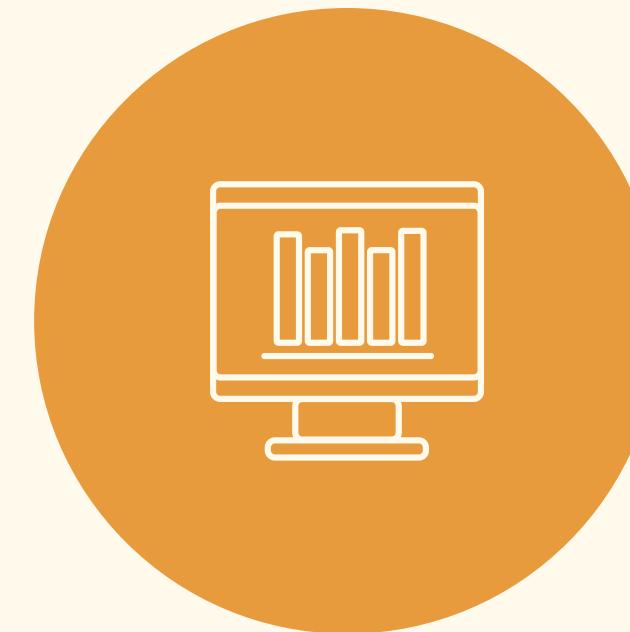
メルマガで分析できる『お客様の隠された行動』



開封率



クリック率



開封時間



行動追跡

※利用システムによって取得できないデータもあります

そもそもお客様は販売者に
自分がお客様であることを
隠しながら行動している。



なぜなら セールスされたくないから



営業されるかも

噂になるかも…

馬鹿にされるかも

とりあえず
身バレしたくない

本心知られるのが怖い



開封率



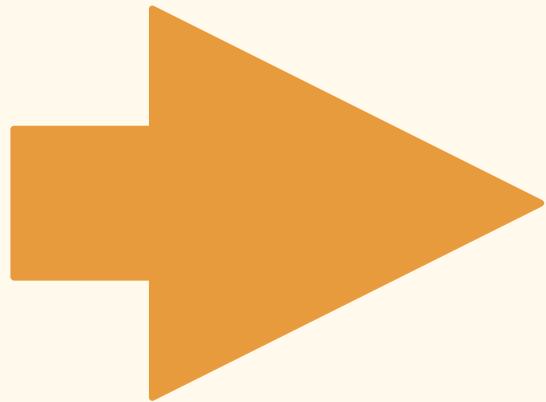
クリック率



開封時間



行動追跡



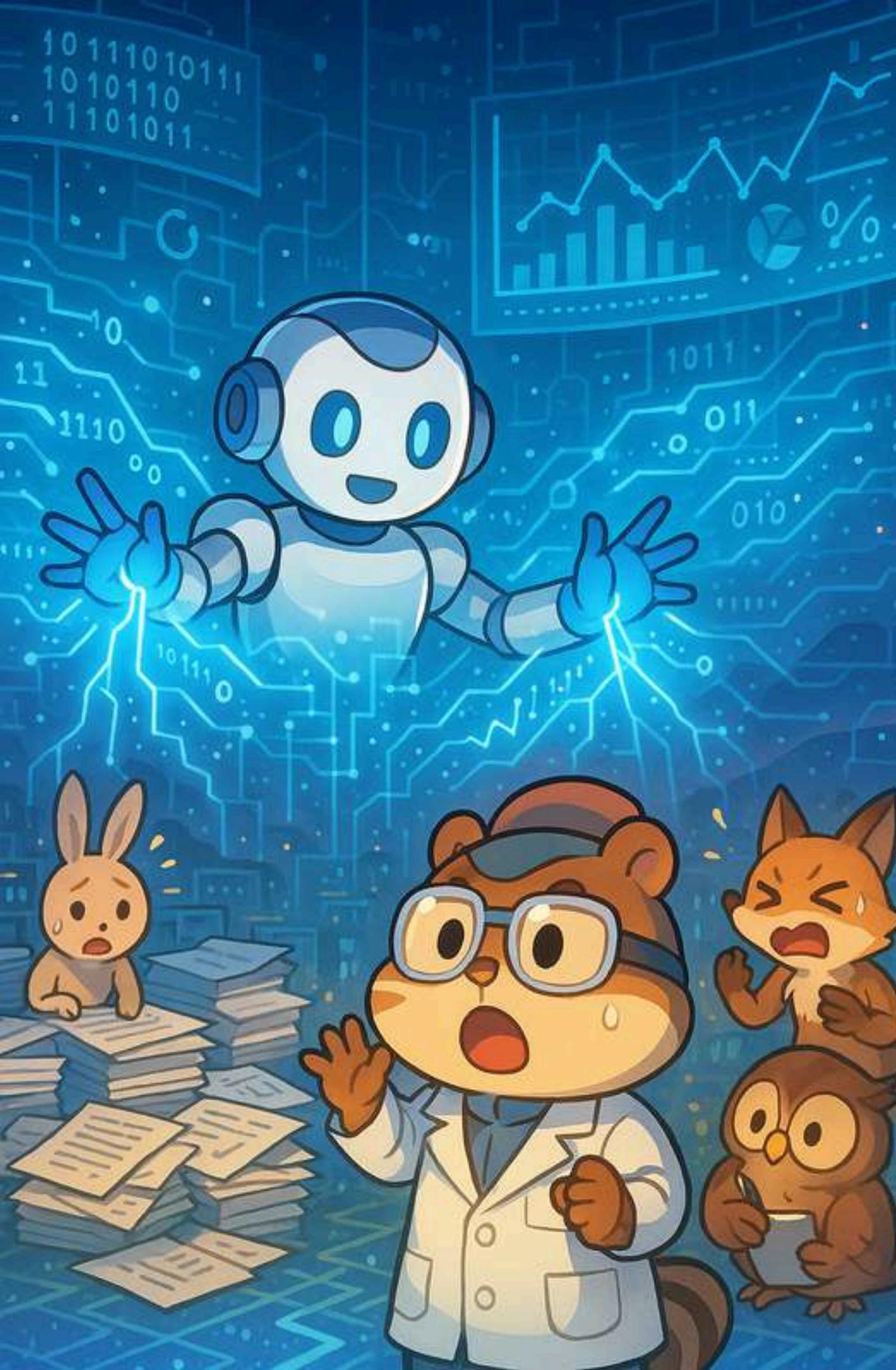
お客様の
反応が分かれれば
改善しやすい

実は少ない名簿の時こそ大切
反応率を上げるヒント満載



重要なのはわかるけど
正直、めんどくさそうだなあー





ご安心ください！！
膨大かつ複雑なデータ分析こそ
AIの得意とする分野です

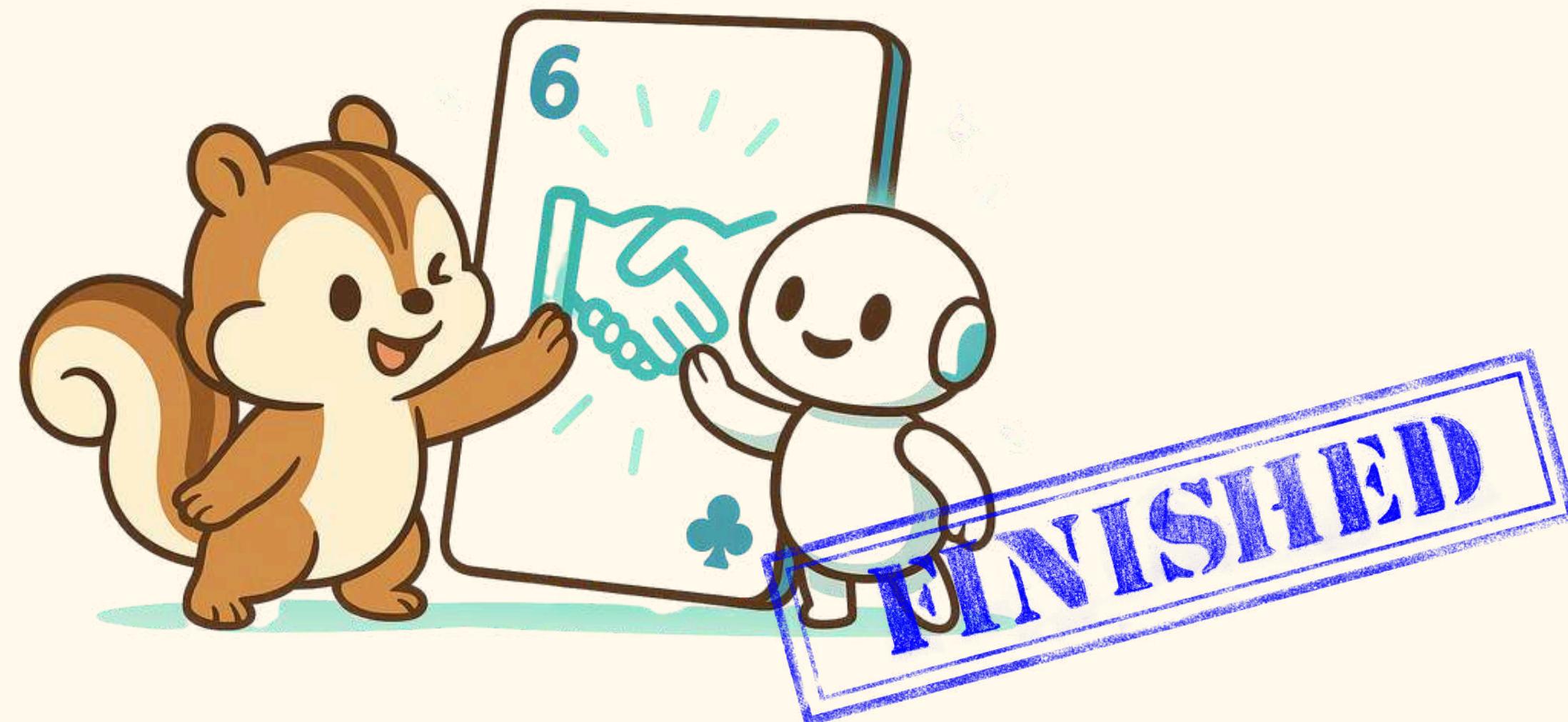
AIは10年分の延べ100万通以上のメール解
析も1分かからず終わらせます。

つまりデータが集まる発信さえしていれ
ば、あとはAIに解析は任せることがで
き、

さらにそのデータを学んだAIはあなたの
ビジネスに特化した戦略戦術を的確に提
案できるスーパーAIに進化するのです。

リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

6. AIを最大の味方にする切り札



リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

7. AI時代に選ばれ続ける切り札



【質問です】

あなたの仕事はなんですか？

そうです。あなたの仕事はあなたの専門性で
お客様を幸せにすることのはずです。

しかし、多くの人がサービス提供より
集客と販売に大半の時間を費やしています。

優秀なサービス提供者こそ
マーケティング活動を極力効率化して
自分のサービスにフルコミットするべきです。

そのコミットによって得られた
『独自の経験』と『ユーザー満足度』は
AI時代の**新規ユーザーがあなたを本物と見分けられる
唯一の理由となります。**

本物の価値は “効率化の先”に

AI時代に選ばれるサービス提供者とは?



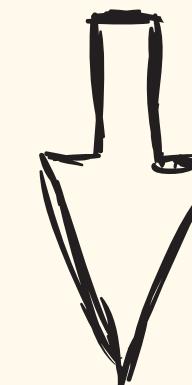
安心してください。
リストマーケティングは
効率化も得意です





読者
が増えても
手間
が変わらない

読者数が1人でも10,000人いても
送信の手間が変わらない



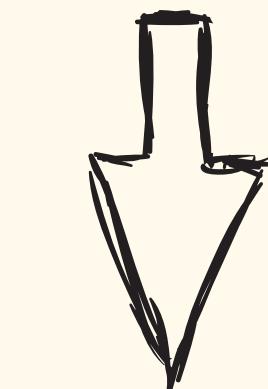
顧客
が増えても
自由時間
が奪われない





見せたい順番で
情報を送れる

順番に送ることで
お客様の心理誘導を確実に行える
成約率と成約単価UP!!



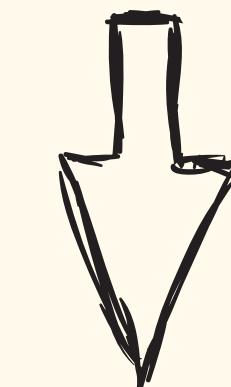
少ない集客でも利益確保できて
集客労力が減り、
自由時間が増える





ステップメールで
システム化できる

セールスメールを自動化すれば
販売の労力が限りなくゼロになる



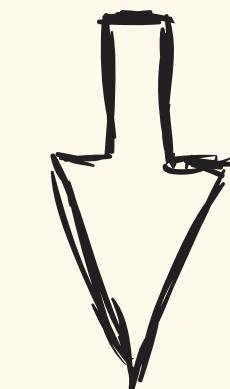
販売労力がなくなり
自由時間が増える





既存客へ
販促活動ができる

名簿のおかげで販売のたびに
いちいち集客の必要がない



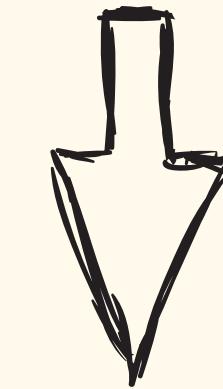
集客労力がなくなり
自由時間が増える





リピーター戦略が
容易

成約率が高い
購入者リストを活用すれば
リピート購入も促せる



集客も販売も低労力となり
自由時間が増える





読者が増えても
手間が変わらない

見せたい順番で
情報を送れる

ステップメールで
システム化できる

既存客へ
販促活動ができる

リピーター戦略が
容易

優秀なサービス提供者こそ
マーケティング活動を極力効率化して
自分のサービスにフルコミットするべきです。

そのコミットによって得られた
『独自の経験』と『ユーザー満足度』は
AI時代の新規ユーザーがあなたを本物と見分けられる
唯一の理由となります。

本物の価値は “効率化の先”に

AI時代に選ばれるサービス提供者とは?

REMINDER



リストマーケティングが持つ AI時代に打ち勝つ「7つの切り札」

7. AI時代に選ばれ続ける切り札



FINISHED



すごいのはわかるけど
正直、難しそうだなあ――

※2回目

第3部

すべてが揃う場所

「ゼロリスト」への招待



アンケートご協力の御礼



特典①
セミナー登壇スライド全ページ



特典②
セミナー内容書き起こし

本日（10月21日）ライブ配信直後にご回答いただいた方には、特典の準備が整い次第、10月22日(水)のお昼12時までにご登録のメールアドレスへ特典をお送りいたします。

それ以降にご回答いただいた場合は、フォーム送信後に表示されるページにて、すぐに特典をダウンロードいただけます。