

第18回：アフィリエイト

アフィリエイトの考え方を身につける。
アフィリエイト的な考え方を身につけた方がいい。

2つの方法。

1、すでに欲しいと思っている人を集める
顕在顧客

2、知らない・欲しいと思ってない人を教育することで購買意欲を掻き立てる

これらは、全く別の力。

1は、その人がどう検索するのか、とか
予め予測して、検索で引っ掛ける。

後は、紹介するだけで売れる。

2は、とりあえず集める。
リスト化して、ちゃんと教育する。

ニーズが決定してる人達を相手にするかそうじゃないか。

もちろん、両方できるようになったらいいけど、
特に後者ができるようになった方がいい。

ニーズが決定している人。
だいたい人は、その時期において、何かにエネルギーを注ぎたいと思っている。

例えば、
「今年は英語を喋れるようになりたい」とか。

暇な時間を英語に使いたいと持っている。
そう言う人は、英語の本や教材を常に探している。

必ず、暇な時間がある。

いかな暇な時間を獲得するか。
暇な時間があった時に、これをやろうってのがある。

方向付けがされているから、売るのは楽。

ビジネスで稼ぐようになりたいと思った人は、
そういう人が集まる市場に行く。

それぞれジャンルがあるから、
見えない系が見えてくる。

あ、こういう人たちが多いんだとか。

それを見極めて、選んでいくって感じ。
興味が移っていく感じ。

そういう人を集めるための独自ルートを作るか、
あるいは、系の中において、独自のポジションを築くか。

だいたい系の中にいる人は、認知されていく。
ユニークな存在になると、勝手に人が集まってくる。

特にSNSを使っていると、人が集まりやすい。
系が明確、よく一緒にいる人とかわかってくる。

そういう系の中で独自のポジションを作ったら、勝手に集まってくる。
勝手に話題になるような、噂されるような状態を作る。

その業界に対して、強いメッセージを投げかける。
これが重要。

例えば、アフィリエイト。
小さい系の中でパイの奪い合いが行われている印象。
どんどんお客さんが消費されていなくなっていく。

このままだと、マーケットが縮小していくぞって感じ。
みんな同じことをやっていた。→プラモデル型

じゃあやるべことは何か？

- 1、系の外から人を集めてくること。
- 2、プラモデルではなく独自の世界観を作る

これらを投げかけていた。

理念だけでなく、具体的な方法の提示。

SNSで人を集めて、

リスト化、DRMにして、コミュニティ化と自動化。

ノウハウは乗り物、広めるべきは理念。

この業界に対して、

何かメッセージを投げれないか？を常に考える。

独自の系を作って、太陽系マーケティングをやる。

これがニーズが決定している人のやり方。

できるようになってほしいのが後者。

これができれば、ビジネスで最強。

世界を移動させるってこと。

この力があれば、何でもできる。

何にでも興味を持たせることができる。

最初みんな腰が重い、動かない。

いかに壁を破壊して、外の世界に連れていくか。

ちゃんとその人とエネルギーを回転させる。

エネルギーを回転させると、ふわっとなるイメージ。

そうになったら、方向付けする。

まず、自分に対して、興味を持ってもらう。

目指す理想の世界を含めて。これが出来たらいい。

それが出来たら、
自分がやる企画に興味を移す。

興味の移動ができるようになる。

理想の世界、それを目指している自分に興味を持ってもらう。
ストーリーが面白いから興味を持つ、そしてその主人公に興味が出る。
そんな感じ。

移動させる時に重要なことが、
再定義する力。

自分の辞書を作る感じ。

当時、レビューをするアフィリエイトが多かった、これが一般的だった。
特典をつけることで、もう少し推す。

ただ、商品自体は変わってない。

そこで、プロモーションアフィリエイトを提案した。
プロモーションすることによって、商品を作り変える。

毎日企画作り、再定義の練習をしたらいい。

例えば、スターウォーズ見たから見て。
これも一種のアフィリエイト。

こうこう面白かったから見て、ってのは、
映画を見るってこと自体は変えていない。

でも、ダークサイドのことが描かれているから、そこを勉強しようってこと。

映画を見るって行為から、
ダークサイドを勉強する材料になっている。

この時点で商品が変わっている。
商品が変わっているから、値段を自由に設定できる。

プロモーションアフィリエイトとは、
その商品をオファーするんじゃなくて、
自分の企画をオファーする。

この商品をこの企画で使う。ってイメージ。

あくまで売るのは自分の企画。

これは日常でできる。
映画見てよ！じゃなくて、
これ見たら、これが学べるよ！って感じ。

全部、自分の企画としてオファーできる。

再定義することで、
スターウォーズ興味ないなって思う人も、
見てみたいと思う人もいる。

この時点で価値が提供できたことになる。

進撃の巨人、実写版。
いかにやってはいけないことをやっているがわかる映画だって紹介した。

すると、それだったらみに行こうってなる。

映画を消費しようだったら、つまらない。

映画を消費するではなく、
ストーリーの失敗パターンを学ぶってことに再定義することで、
価値を生んでいる。

行為が変わっている。

一見すると、同じことに見えるが、
全く違うことをしている。

この差で価値を生んでいる。

本来だったら、興味がないって人に興味を持たせることができる。

どうやったら興味を持ってもらえるか？って考える。

本来だったら、価値を見いだせていなかったのに、
どうやったら、これに価値が生まれるかどうか。

従来のアフィリエイトは、
再定義する力。

ある意味、自分の企画として売る。

もう1個、プロデュースアフィリエイト。
これは商品があるわけじゃない場合。

この人、プロデュースしようって人を見つけて、
自分の企画として売ろうって感じ。

もう独占ができる。

意識して欲しいのが移動する。

自分→プロデュースしている人
に興味を移す。

アフィリエイトは、
興味をどうやって移動させるか。

軸は、自分だったり、その奥にあるのが理想の世界。

プロデュースとは、
誰かをティーアップすること。

その人のブランディングする。

どういう風にやっに行けばいいか、
役割としては、預言者の役割。

イエスキリストとか、ムハンマドとか。機能として。

人は神にではなく、預言者に集まる。神はどこにいるかわからないから。
神の言葉を翻訳してくれる人に集まる。

預言者のストーリーを作る。

- 1、まず、自分の実績を語る。
- 2、圧倒的な存在に出会ってしまった、それは神だった。
- 3、その神は、圧倒的な実績を持っている、こんなにもすごいんだ。って。
- 4、本来だったら、私と無縁の存在だけど、幸いとして神に認められた。関わりを持った。
- 5、私は、もっと多くの人に神の声を届けたいと思っている。でも神は地上に降りてこない。
- 6、だから、私は神の代わりに、神の声を届けることにした。あるいは、神の説得に成功。

この通り書いたらだめ。
こういう雰囲気を書く。

神とか言ったらダメ。
あくまでストーリーの型。

預言者のストーリーの何がいいか、
自分のブランディングをせずに、自分もブランディングできる。

基本的に、自分はすごい！！って主張すればするほど、
大したことないんじゃないかって思う。

自分のすごさを伝えたい時に、

自分で主張すると胡散臭くなるし、言わないと離れてしまう。

1つは、さらっと当たり前でいうのもあり。
もう1つの手が、預言者のストーリーを作る。

神を設定して、とにかく神を持ち上げる。
ひたすら持ち上げた上で、その神に認められている。

間接的に、自分も持ち上がる。

これだけすごい人と一緒にやっている、だけで十分すごい。
これがいいところ。人のことだったら、嫌な気しない。

いろんな神を設定するのがオススメ。
いろんな神に認められている。(太陽系マーケティング)

独自性を持っている必要はあるけど、
1番になる必要はない。

太陽の方がすごいけど、地球に住もう。

共存、共育。
あまり、自分一人で育てようと思わない。

いろんな人を巻き込んで、いろんな人を登場させる。

自分が仮想敵をしている人、
ある意味、演じてる感じ。

広い意味では、教育している。

情弱ばかり相手にしている人(アンチテーザ)。
でも、どこかで一緒に育てているって感じ。

なぜか？

情弱相手のキャッチコピーはおかしい、ありえないってわかる。
そういうのに騙されるのは相当、痛い目みないと分からない。

ある意味、それをきっかけに改心する。
そういうのがなかったら変わらない人もいる。

そういう人がこういう話（抽象度の高い話）を聞いてもわからない。
深い部分が伝わらない、結果が出ない。

逆に、痛い目を見て、改心して、
準備ができて、学ぼうとなる。

アチンテーゼなんだけど、
広めで見たら、共に育ててる。

業界全体で育てているんだって意識を持つ。
系の外の人も含めて、育ててるんだって。

仮想敵は演じてくれてるって感じ。

そうやって1つのストーリーを作る。
いろんな人を登場させる。

日々、練習する。