

FPがネット集客するための

メディアの違いと役割について解説します！

行列FP 林健太郎

By 林FP事務所

# メディアの違いと役割についてのポイント

## ■ 新規集客、アクセス集め（フロント）

- ブログは検索エンジンからの集客が得意なメディア。情報発信の基地としても重要なので、必ず用意したいメディアです
- SNSは人との繋がりから、アクセスを生むメディア。使い方次第で、信頼関係がある程度出来た状態での集客が見込めます
- 広告は他人のスペースをお金で借りてアクセスを生みます。お金を払えば誰でも可能だが、信頼関係が全く無いところから始まるのがデメリットと言えます。お金があって売上をさらに上げたい場合に有効です。広告だけで集客できる場合もありますが、信頼関係が薄いのでお勧めはしません。
- ちなみに「ブランド戦略」は信頼関係を底上げし、広告の費用対効果を高める戦略になります。個人では使いにくいでしょう。

## ■ 信頼関係構築

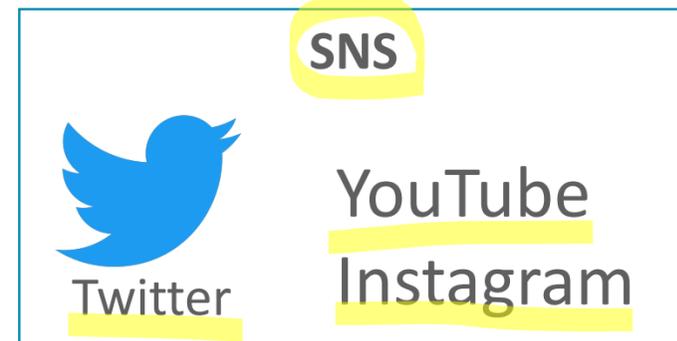
- メルマガは1通1通、毎日読者に届けることで、フロントから来てくれた人にさらに信頼関係を作るためのメディアです
- LINEも同じ役割だけど、メルマガより距離感が近いのでオファーが嫌がられる場合もあります

## ■ 提案

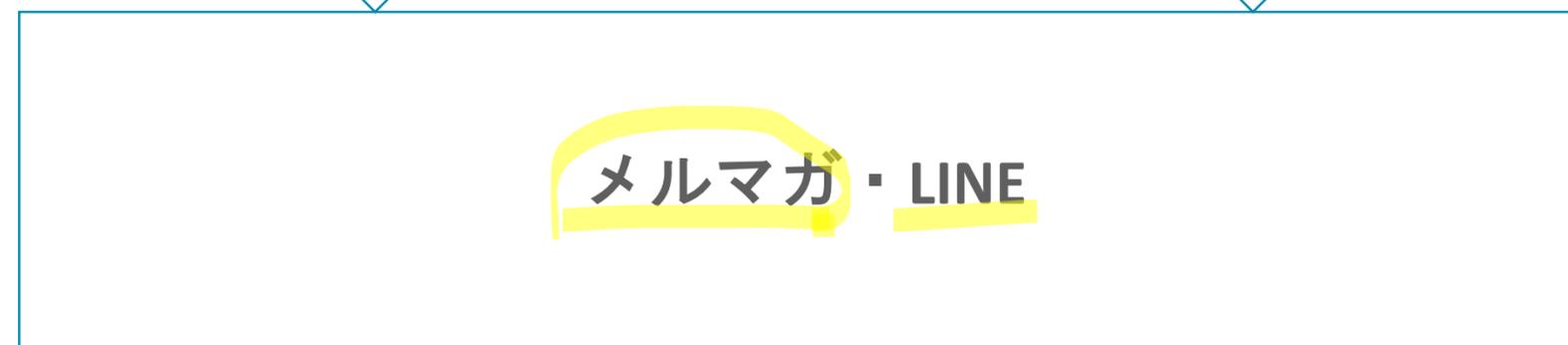
- 上記メディアの「どの」タイミングで提案するかを考えましょう。理解されにくい商品ほど、信頼関係が無いと売れません。
- 例えば食品や日用品など、見れば分かる商品であれば、それほど信頼関係は必要でなく、上の方でも売れます。例えば物販サイトなどが良い例になります。
- 逆にFPコンサルのように中身が理解されにくい商品は、下の方でないと売れません。仮に物販のような売り方をすると、信頼が低い状態で売る必要があるため、極端に安い値付けなど、正当な対価では売れなくなります。
- 僕がFPはメルマガが必須だと言っている理由がこれです

# メディアの役割 (図解)

## フロント集客



## 信頼関係構築



無料プレゼント中！



詳しくはこちら



<https://startup-fp.com/presentpdf>

行列のできるFP事務所プロデューサー 林健太郎

By 林FP事務所