

SPORTS×BUSINESS

失敗しない
スポーツ教室
立ち上げテンプレート

株式会社CrosspoJAPAN



PDF版(全180ページ)

【著作権について】

当教材は、著作権法で保護されている著作物です。
使用に関しましては以下の点にご注意ください。

- ・本教材の著作権は作者である株式会社CrosspoJAPANにあります。
著作権者の書面による事前許可なく、本レポートの一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。
- ・本電子書籍の一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど）により複製、流用および転載することを禁じます。

【使用許諾契約書】

本契約は、本教材をダウンロードした法人・個人（以下、甲とする）と作者（以下、乙とする）との間で合意した契約です。本教材を甲が受け取ることにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第1条 本契約の目的

乙が著作権を有する本教材に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第2条 禁止事項（第三者への公開の禁止）

本教材に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本教材から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により、いかなる第三者にも公開することを禁じます。

第3条 契約の解除

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約を解除することができるものとします。

第4条 損害賠償

甲が本契約の第2条に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違約件数と販売価格を乗じた金額を支払うものとします。

目次

1. 著作権について _____
2. はじめに _____
3. 8割ができないリサーチ _____
4. コンセプトの重要性 _____
5. Facebookページ構築 _____
6. 公式LINE構築 _____
7. Instagram構築 _____
8. YouTube構築 _____
9. プロフィールとアイコンの重要性 _____
10. 練習場所の確保 _____
11. やってはいけない価格設定 _____
12. 無料体験生を集めよう _____
13. 入会率がUPするリストマーケティング _____
14. LPの基礎講座 _____
15. Canva活用術とLP応用編 _____
16. Google基礎講座 _____
17. 配信ツール活用 _____
18. Lステップ講座 _____
19. 5つの集客方法 _____
20. LP&HP作成 WordPress _____

はじめに

あらためまして。

株式会社CrosspoJAPAN代表の二田紀子です。

あなたに当教材をお届けできることを大変嬉しく思います。

私は4年前の起業当初から「ボランティア指導からの卒業」を理念に、スポーツ指導の価値を底上げするための活動をしてまいりました。

もしあなたがスポーツ指導で報酬をいただくことに抵抗があるようでしたら、まずはじめにお伝えしておきますね。スポーツ指導でお金をいただくことは「正義」です。

正直なところ、日本のスポーツ指導の価値を底上げしようは、1ミリも思っていない。ただ、私の手の届くところからできることを一歩ずつ進めていきたいと思っています。

私と出会ってくださったスポーツ指導者さんが、この教材を通して自らの指導価値に気づき、自信をもって教室運営に携われるようになる。そして、スポーツを仕事にできるようになることを願って作成しました。

かなりボリュームのある教材ですが、1ページも飛ばすことなく最後までしっかり目を通して実践してくださいね。

では、さっそく参りましょう！

スポーツ教室運営あるある

上手くいく事例



- ターゲットが明確に設定してある
- 教室のコンセプトが明確である
- SNSで指導者の雰囲気が見える
- 近隣の月謝相場にとらわれない
- 無料体験の回数を制限している
- チームカラーが明確で一体感がある
- 公式LINEに見込み客を集めている
- チーム内のイベントが活発
- 会員さんの声を定期的集めている

失敗する事例

- 誰でも入会ウェルカム
- そもそもコンセプトがない
- SNSのイメージが暗い
- 近隣の月謝よりやや下げる
- 無料体験は何回でもOK
- 指導者も会員さんも服装自由
- 公式LINEを活用していない
- 練習のみでイベントがない
- 会員さんとの距離が遠い

こちらはTwitterで投稿した内容になるのですが…
よくある事例のごく一部になります。

ターゲットやコンセプトは、教室を立ち上げる前に設定すべきものなのですが、明確な設定がないまま運営を続けているパターンもあります。

一度走り出してしまうと、軌道修正をするのに大変な労力がかかったりトラブルに発展することも珍しくありません。

これから教室を立ち上げる指導者さんは、左側の上手くいく事例を頭に入れてから、この先を読み進めて行ってください。

既に教室を運営されていて、右側に当てはまるものがいくつもあった場合は、今上手くいかないのはそれらが原因かもしれません。その理由も詳しくお伝えしていきますね。



8割ができない
リサーチ

— Step 1 —



多くが陥るワナ

運営がうまくいかない多くの理由が「リサーチ不足」です。リサーチと一言で言っていますが、ただ単に近隣の競合スクールをリサーチしたり、競技属性をリサーチするだけではありません。

- 地域の月謝相場
- ターゲットの人口
- 競合スクールの運営状況
- 地域性
- 平均世帯年収
- スポ少やクラブ活動の状況
- 顧客が求めているもの
- 顧客が抱えている悩み
-
-

ここで多くの指導者さんが陥ってしまう罠があるんです。それが「希望的観測」です。

「～だったらいいな」「～であって欲しいな」というもの。今までの競技経験や指導経験が、どうしてもリサーチの邪魔をしてしまうのです。

ここは一度全てを空っぽにしていただき、真っ新たな状態で一つずつ進めてください。

とは言っても8割の指導者さんが、ここで主観を捨てきれずにあらぬ方向へと進んでいきます。

しつこいようですが、空っぽにしてリサーチをしてください。

安審満足の法則

リサーチの中でも、以下の2点はとても重要な項目です。

- 顧客が求めているもの
- 顧客が抱えている悩み

ここを軽視すると集客の段階でつまづくことになります。その理由としては、あなたが求めている生徒さんと、生徒さんがあなたに求めているものに相違が生まれるからです。

あなたが思う「顧客が欲しいと思っているもの」を提供しても、満足度は上がりず継続率も下がる結果に。ここは経験や何となくの主観を全て捨てて、顧客が求めているものをしっかりリサーチしてください。

ここで重要なのがタイトルにある「安審満足の法則」です。これは私が勝手に名づけたのですが、顧客が抱える「不安」「不審」「不満」「不足」この4つを徹底的に炙り出すことで、上記2つが見えてきます。

以下は抽象度が高い内容ですが

- ・スタメンに選ばれない不安
- ・監督やコーチの指導方法への不審
- ・練習内容や時間に納得ができない不満
- ・何を強化したら良いかわからない不足…等

数えきれないほどの安審満足は存在します。

では、どのようにリサーチしたら良いのか？

次ページからお伝えしていきますね。

✓ Yahoo!知恵袋

<https://chiebukuro.yahoo.co.jp/>

Yahoo!知恵袋は、最もおすすめのリサーチツールです。
お悩み解決サイトですので、誰が何に対してどんな悩みを抱いているのか探ることができます。

例えば…

「運動神経」についてリサーチしたい場合、ただ漠然と運動神経が悪いのが悩みということではなく、運動神経が悪いことで何に不自由しているのか、どうなりたいのか、悩んでいる人はどんな人なのか、など、些細な言葉も拾っていくと、思いがけない相手の心が見えてくることもあります。

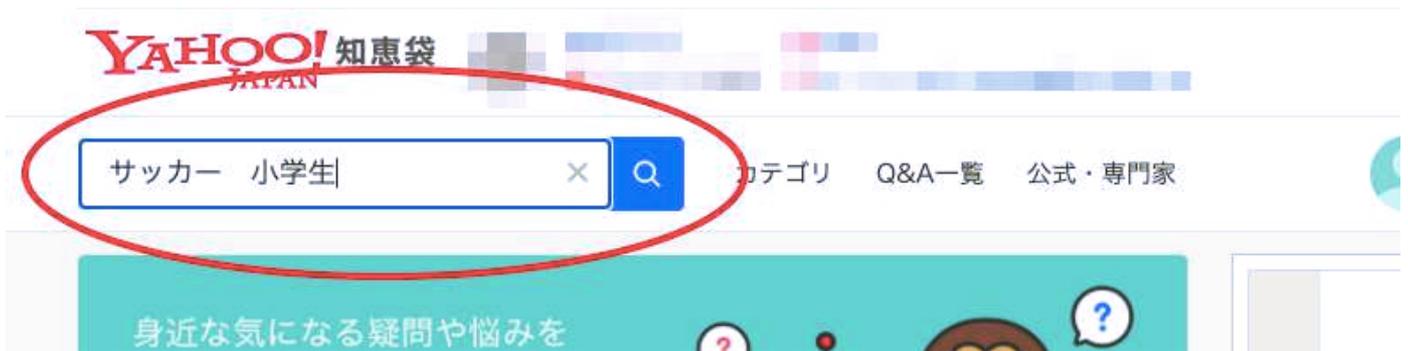
悩みに対する解決策も提示されているので、そこから質問者が求めているものが読み取れますね。

関連性のありそうなキーワードで検索し、さらにその検索結果からもキーワード拾って検索し、深掘りしていきましょう。

• Yahoo!知恵袋を使ったりサーチ例 •

例として、サッカーをしている小学生の悩みを見ていきましょう。正確には、サッカーをしている小学生を持つ親御さんの悩みですね。

Yahoo!知恵袋に入ったら、検索窓に「サッカー 小学生」と入力して検索してみます。



すると、お悩みがたくさん出てきます。

右サイドに「表示順序」という箇所があるのですが、ここは「関連度順」にしておきましょう。

(他の項目を選択すると、サッカーや小学生という言葉が入っているだけでまったく関係ない悩みなどが出てきたりします)

[IQOSイルマはブレードのない新構造！](#)
IQOS ILUMA
IQOSイルマは画期的な加熱式テクノロジーを搭載した、ブレードのない新構造。…
Yahoo! JAPAN広告

[、C級フィジカルコーチについて。小学四年生のサッ...](#)
筋トレを趣味としている身で、少年団コーチ陣から体幹トレーニング指
かし、...
22:07 3 98
スポーツ > [サッカー](#)

[クッションについて 先日某サッカークラブのセレクショ...](#)
のチーム昇格セレクションです。1次、2次試験ともにエントリーしたスク
...

検索対象

- すべて (17,256件)
- 回答受付中 (38件)
- 解決済み (16,457件)

表示順序

関連度順

[より詳しい条件で検索](#)

出てきた悩みの中から、自主トレに関連しそうな「練習について」の悩みを探して内容を見ていきます。

こちらで出てきた悩みをいくつかピックアップしてみますね。



ID非公開さん

2022/7/11 19:03

2回答

小学生のサッカーについて質問です。

低学年の息子が朝練をしたいと言っています。毎朝30分ぐらい。

忙しいですが、子供がやる気のようなので付き合おうと思いますが、毎朝30分朝練する事で上達はしますか？

もし、身近な子や指導者の方の体験談でも結構ですので、朝練をする子がどのように変わったか教えて頂ければと思います。



ID非公開さん

2022/6/20 15:14

5回答

サッカー素人です。

息子がサッカーを始めたので、色々考える機会があって疑問に思ったので質問させていただきます。

サッカーの小学生育成では、ボールの扱い方が重要視されているように感じます。

Youtubeなんかを見ていると、低学年でジンガのような足元でコネコネしてドリブルする姿を良く見かけますし、それが上達の過程のような風潮ってありませんか？それって、久保建英選手の幼少期の姿が結構インパクトがあって、それが目指す姿になっている気がします。本当にそれが正しい育成過程なのでしょうか？

例えば、ソフンミン選手は中学生までチームに入れず、世代代表経験のある父の指導のもと、とにかく基礎練習と運動能力を高めるトレーニングをしていたと聞きました。足元でコネコネのような練習はあまり重要視していなかったみたいです。

素人なので変な事を言っているかもしれませんがご容赦下さい。

小学生のトレーニングで本質的に重要視する事って何でしょうか？

楽しむ事ですかね。笑



ID非公開さん

2022/6/29 20:54

3回答

サッカーを習い始めた小学生が初めに取り組むべき練習は何ですか？



ken*****さん

2022/3/13 21:25

3回答

4月から小学生の息子がサッカーチームに入団する予定です。自分はサッカー経験がないのですが、サッカー経験のある人曰く、チーム練習以外でボールを触っていないと中々他の子より上手くならないので、練習に付き合った方がいいと言われました。

素人ですが、YouTubeとか見ながら基礎練習のお手伝いぐらいなら出来ると思いますが、そんな感じでも上達しますかね？



ken*****さん

2022/5/15 13:15

5回答

小学生のサッカーについて質問です。

小学生のうちにはそんなに練習をしても意味がない。というような事をYouTubeで見ました。

300分/週の練習で十分だというコラムも読んだ事があります。欧州では実はそれぐらいが普通だと。でも、一方でキャプテン翼でボールは友達という名言もあり、ある人からは子供のうちは出来る限りボールに触る時間がある方がいいとも聞きます。チームのコーチも平日は自主練をしてる子とそうでない子で差が出ると言います。意見がさまざまです。どうすればいいのかよく分からないのですが、結局どっちなんですか？



ID非公開さん

2021/3/20 2:06

3回答

小学生は週何回くらいサッカーさせたら、かなりのテクニシャンになれますか？

これらの質問から、以下のような悩みが共通してあることがわかりました。

- ・どんな練習をすれば良いのかわからない。
- ・どれくらいの時間練習したら良いのかわからない。
- ・親としてどう付き合っただけあげるのが良いかわからない。

どんなシチュエーションでこのような悩みを抱いたのかなど、質問によっては見えてきます。

教室の方向性を決める際に役立つ情報がたくさん得られます。あなたの教室に関連しそうなキーワードで、検索をしてみてください。

指導者側の視点では気づかなかつた悩みも見えてきます。ここは時間をかけて徹底的にリサーチしてください。

✓ Twitter

TwitterもYahoo!知恵袋と同じです。

検索窓にキーワードを入れて、それに対しての悩みなどが話題に上がっていないかを探してみます。

同じようなジャンルでビジネス展開している人のアカウントから、そこに投稿している人や、そのアカウントをフォローしている人がどんなことをツイートしているか、見てみるのも良いでしょう。

ただし秘匿性の高いSNSですので、一つの情報だけに惑わされないように注意する必要があります。

✓ ラッコキーワード

<https://related-keywords.com/>



ラッコキーワードは、サジェストキーワードを一覧表示してくれるツールです。

サジェストとは、Googleなどで検索窓にキーワードを入力した際に、一緒に検索されやすい複合キーワードが、自動的に表示される機能のことを言います。

例えば、Googleの検索窓に「運動神経」と入力すると、下にずらりと関連するキーワードが自動で表示されますよね。それがサジェストです。

ラッコキーワードの検索窓にキーワードを入力すると、過去に検索されたサジェストを一覧で表示してくれます。

人は何かを検索するとき、どんな些細なことであれ、悩みを解決するために検索をかけます。

よって、サジェストを見ることでどんな思いで検索をかけたのかが見えてくることがあります。

キーワード右横のボックス矢印のアイコンをクリックすると、そのキーワードの検索結果を見ることができます。

そこからも悩みの引き出しを見つけて、さらに知恵袋で調べてみたりしながら悩みを深掘りしていきます。

ペルソナを設定しよう

▲ ペルソナとは？

マーケティングで使われる「ペルソナ」とは、特定した個人を仮想した、**あなたのビジネスのユーザー像**のことです。

あなたの教室に入会を決意する人はどんな人なのか？という人物像ですね。

フワッとしたイメージでの設定ではなく、「この人」と、実際に実在する人物さながらにリアリティのある詳細を設定していきます。

人物を詳細に設定し深掘りすることで、顧客を理解して本当の悩みや願望をあぶり出し、その悩みや願望に対して商品をどうアプローチしていくかを考えるのに非常に重要になります。

▲ 設定する際の注意点

実際に実在する人物さながらに、と言いましたが、「自分の商品を受け入れてくれる人はこんな人だろう」と、想像で決めてはいけません。

それは希望的観測であり、現実にはそのような人がいなければ、受け手がいないところに球を投げ続けることになってしまいます。徹底的にリサーチし、リアルな声に基づいていることが非常に重要です。

また、詳細までリサーチし、悩みの細部まで探ることで、あなたの悩みを解決できる方法はこれですよ、と明確なアプローチができますよね。

例えばですが、ダイエット商品を販売するとして、次のような二人がいたとします。

24歳女性独身OL、特に太っているわけではないが、キレイをキープしたいためダイエットをいつも気にしている。

46歳男性既婚会社員、メタボ健診で引っかかり、他の数値も悪化気味、この歳でこれはマズイよな…と思っている。

同じ「ダイエット」でも、痩せたい理由・その悩みを抱くことになった背景・解決したい悩み・望む未来、は異なるものであり、刺さる言葉もまったく違うわけです。

パイは広く取っておいた方が良いのでは？と思いがちですが、誰に向かって伝えたのかよくわからない、フワッとしたものでは逆に誰の心にも刺さりません。

ペルソナを明確にし、ペルソナに共感してストーリーを語ることで見込み顧客との距離がグッと近くなり、後の入会率にも大きく関わってくるため、時間をかけてでもリサーチを重ねて具体的に設定しておくことが大切です。

▲ ペルソナ設定テンプレート

絶対的な決まりはありませんが、相手が明確にイメージできればできるほど、刺さる訴求がしやすくなります。

下記項目については埋めてみましょう。

- 名前
- 性別
- 年齢
- 居住地
- 職業
- 世帯収入
- 家族構成
- 性格
- 休日の過ごし方趣味
- 生い立ち
- 悩み

「悩み」は特に重要で、これを明確にするために他の項目を埋めると言っても過言ではありません。

ただ単に「〇〇で悩んでいる」というだけではなく、

- なぜその悩みを抱いているのか？
- その悩みを抱くことになった背景は？
- それを今手にしていないことでどんな苦痛を感じているのか？
- 解決した先にどんな未来を望んでいるのか？

まで深掘して、できるだけ詳細に明確にしましょう。



コンセプト の重要性

— Step2 —



コンセプトとは？

コンセプト (Concept) とは、終始一貫してブレることのない基本的な方向性を意味しています。

教室運営の概念や観念という言葉に訳されます。

運営者さんから「集客ができない」とのご相談を受けた際に、「教室のコンセプトは何ですか？」と質問をしますが、ほとんどの方が回答できません。

コンセプトが明確ではない教室は、運営の軸がぶれるだけでなく、集客が非常に難しくなります。

なぜなら、誰のための何の教室かが顧客視点でも曖昧だからです。

コンビニで売られている商品一つ一つにもコンセプトがあるように、スポーツ教室も同じくコンセプトは必須です。

そしてここが定まっていないと、集まって欲しい生徒さんが集客できないといった現象が起きます。

トップアスリートを目指す、レベル高めの教室を運営したいのに「楽しく続けてくれたらOK」「スポーツの楽しさを知ってほしい」など、思っていた人と違う…こんな現象が起こります。

「結果にコミット」

あなたも聞いたことがあると思いますが、ライザップのコンセプトです。誰がみてもわかりやすくすぐに理解できますね。

教室を立ち上げる際は、コンセプトを明確にしてください。

教室のネーミング

次に決めるべきことは教室の看板「名前」です。

教室のネーミングは、以下の内容を踏まえて考えるようにしましょう。集客をしていく際に、意外な落とし穴が存在します。

後に修正が効かないこともありますので、覚えておいてください。

- 機能、特徴、メリットを伝える
- 識別、記憶され、指名買いを促す
- キャッチコピー、POPになる
- ネットで指名検索される
- SNS、口コミのバズワードになる
- ブランディングの起点となる
- メディアで紹介される

※検索されにくいネーミングは避けましょう

以下のように、読みづらい言葉や、記憶しにくい言葉はできるだけ避けましょう。

- 難読漢字・数字・記号など
- 長い文章
- 入力・検索しにくい（例：ヴォルビック）
- ビックワードや一般用語（例：温泉、ラーメン、焼酎..など）
- ドメインが取れない

例) 「シ」であってもアルファベットなのでsiなのか、shiなのか迷う。

キーワード

コンセプトや名前を決める際に、1番悩むのがキーワードの選定です。

以下の一覧は新商品の名前などを選定する際にヒントになるキーワード集になりますので、ぜひ活用してください。

黄色で色付けしているものは、スポーツ教室でも使える言葉になります。

差別化をはかる意味でも新しく斬新な名前でも良いですが、前ページでも述べたように、SEO検索や覚えやすいワードを意識して決めましょう。

そのまま使えるキーワード集

～大臣	～女子	～乙女	～奉行	～太郎	～の鉄人	セレブ
元祖	本家	エース	専門家	～倶楽部	～研究所	～物語
～図鑑	～広場	～楽園	～ラボ	～シティ	～畑	～工房
～森	～サイト	～ランチ	～タウン	～専科	～大学	～サロン
～テリア	～ゼミ	～カレッジ	～総本店	～総本家	ピッチ	濃厚
極み	究極	特選	本物	黄金	絶品	一流
セレブ	リッチ	گران	プラチナ	大人の～	五つ星	奮発
タフ	ドーピング	ザウルス	ワンダー	マッハ	高速	悪魔の～
無双	底抜け	トンデモ	モンスター	すこぶる	新次元	新世紀
ナノ	マイクロ	ポケ	ハンディ	リリース	守護神	小粋
一息	安らぎ	ブレイク	秀才	マスター	賢者	万能
メガ	ギガ	マクロ	大判	ポータブル	ハンディ	携帯
ポケットブル	コンパクト	エコ	スマート	～習慣	～空間	～宣言



Facebook SNS構築

— Step3 —



Facebookページの作成方法と使い方

Facebookページとは？

Facebookページとは、企業やサービスの名前でビジネス情報を発信できるページで、個人アカウント内に、個人とは別に開設します。

通常のFacebook投稿とは違い、営利目的で情報発信ができるビジネス専用ページで、Facebook内に開設するホームページのようなイメージです。

個人アカウントは、基本的に1人1アカウントが原則ですが、Facebookページは幾つでも作成することができるので、難しく考えずに作成していきましょう。

このページを使って集客をしていきますので、コンセプトが固まったら、投稿をスタートしていきます。

今後、広告の出稿もFacebookページからしていきますので、それまでにプロフィールやアイコン写真をしっかり設定して、投稿をし、ある程度アクティブな状態にしておきましょう。

Facebookページ作成方法

1. 個人アカウントにログインし、ヘッダーメニューの  → 「ページ」の順にクリック。



2. 「ページ名」と「カテゴリ」を記入します。

ページ名は、広告を配信した際に表示されますので、教室名が決まってから作成しましょう。ここでは例として、ページ名に「二田紀子@子ども体操教室」と記入しました。

「カテゴリ」は、スポーツと記入すると選択肢が下に出てきますので、そこから「スポーツ」と「スポーツチーム」を選択します。



3. 「Facebookページを作成」をクリック。



これでひとまずFacebookページができました。

ページの設定

次に、ヘッダーメニューの  をクリックして、トップ画面を開きます。



左サイドメニューから、「ページ」をクリックすると、作成したFacebookページの一覧が表示されます。

もし、「ページ」が見当たらない場合は、「もっと見る」をクリックすると出てきます。

表示された一覧の中から、先ほど作成したページを選択してクリックします。

(1つしかページを作成していない場合は、もちろんですが1つしか表示されませんので、それをクリックしてください。)

今後、そのページに、教室の内容や集客するための情報などを投稿していき、フォロワーさんを集めていきます。

なので、プロフィール写真とカバー写真は必ず設定しましょう。



1. プロフィール写真設定

円の右下のカメラマーク→プロフィール写真を編集→+写真をアップロードの順にクリックし、写真を取り込み「保存」。

推奨画像サイズ：横170px × 縦170px

2. カバー写真設定

カバー画像右下の「編集」→写真をアップロードの順にクリックし、位置を調整して「保存」。

推奨画像サイズ：横820px × 縦360px

ただし、PCで表示すると、このサイズから上下がやや見切れ、スマホで表示すると左右が見切れます。なので、ロゴや必ず表示させたい文字などは、端いっぱいに入れないようにしましょう。

何度でも修正できますので、一度画像を取り込み表示して、どんな感じか見てみると良いでしょう。

3. ユーザーネームを作成



これは何かというと、このページのURLの末尾につく独自のネームです。

最初にページを作成した時点では、Facebookから自動で付けられていますが、ユーザーネームを作成すると、独自のURLが作成されます。

例)

ページ作成時

<https://www.facebook.com/pages/facebookより割り当てられたURL>

ユーザーネームを作成

<https://www.facebook.com/ユーザーネーム>

一度好みのものに変更したら、その後は変更できません。

また、すぐに設定しなくても良いですが、ファンが200名を超えると変更できなくなるようなので、あまり先延ばししすぎないようにしましょう。

4. 情報入力と設定

少し下の方にスクロールしていくと、「ページ設定完了までのステップ」という項目が表示されています。

その中の「情報入力と設定」をクリックします。



その中の「ウェブサイトを追加」をクリックして、Instagram・Twitterなどを追加しておきましょう。

他の媒体からも集客しやすくなります。

また、オプトLP（お友達登録に飛ばすLP）が
できたら、それも追加しておきましょう。

営業時間や電話番号などその他の項目は、入力しなくても何も問題ありませんので、そのまま大丈夫です。

5. 投稿について

投稿の仕方は、個人のFacebookと同じです。

「投稿の作成」をクリックして、投稿してください。

この先、広告を配信するまでに、教室に関する情報やコンテンツの内容に関する情報などを、ちょこちょこ投稿して、このページがアクティブな状態にしておくことが大切です。

そうすることで、広告を回し始めた時に、比較的、コンテンツを必要としてくれそうなターゲットに回るスピードが早くなります。



公式LINE

SNS構築

— Step4 —



LINE公式アカウントの作成と使い方

公式LINEは、見込み客を保有しておくために必要になってきますので、必ず作成してください。

アカウントは無料で幾つでも作成することができます。

簡単に作れますので、難しく考えずに作ってみてください。

▲ アカウントの作成

まず下記ページにアクセスしてください。

[>>LINE公式アカウント - LINE for Business](#)

LINEアカウントの開設

をクリック。



LINEアカウントでログイン



必須項目を入力。（緑の丸印がついているものは必須項目です）

業種は、該当するものを選択してください。

小業種は、マッチするものがなければ「スポーツサービス」で、あまり深く考えなくて大丈夫です。



「確認」→「完了」→アカウント認証は「あとで認証を行う」→「同意」の順にクリック。

アカウント認証を行うとLINEから認められたアカウントになり、使える機能が増えたりしますが、基本的にあまり使わないので「後で」でOKです。

この手順でいくつでも作成できます。

▲ アカウント設定

右上の「 設定」をクリック。



赤丸の部分をクリックして、アカウント名・プロフィール画像・背景画像を入れていきます。

アカウント名は、一度変更すると7日間は再変更ができないので、ちゃんと決まってから変更するようにしましょう。

▲ 月額プランについて

LINE公式アカウントは無料でいくつも作成できますが、無料で送れるメッセージは1ヶ月1,000通までとなります。

1,000通を超えた場合は、アップグレードしないと配信されません。

フリープラン：1,000通/月 無料

ライトプラン：15,000通/月 5,500円/月

スタンダードプラン：45,000通/月 16,500円/月

ですが、まずはフリープランで問題ありませんので、フリープランから使い始めてください。

友だち追加ガイド

左上の「ホーム」から、左サイドメニュー下の方の、「友だち追加ガイド」をクリック。

オンラインで宣伝する



1 URLを作成
SNSやメールなどでシェアする友だち追加用のURLを作成できます。

2 QRコードを作成
SNSやメールなどでシェアする友だち追加用のQRコードを作成できます。

3 ボタンを作成
Webサイトやブログなどに設定できる「友だち追加」ボタンを作成できます。

友だ
友だ
どこ
かを

① URLを作成

URL
SNSやメールなどでシェアする友だち追加用のURLを作成できます。

URLをコピー このURLをタップまたはクリックすると、あなたのアカウントを友だち追加できます。URLをコピーして、SNSやメールなどでシェアしましょう。

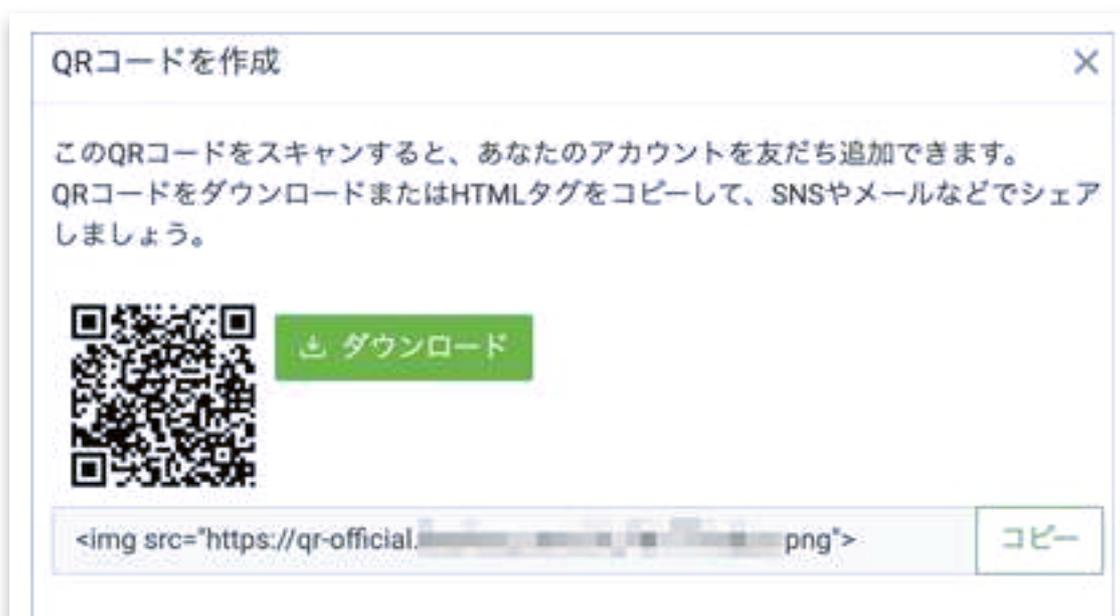
<https://lin.ee/49CTGP7> **コピー**

① URLの使用例

このURLをクリックすると、友だち追加ページに飛び、友だち追加ができる仕組みです。

コピーして、LPに貼ったり、SNSでシェアしたりして使用します。

② QRコードを作成



QRコードを作成して、それを読み取って友だち追加してもらう場合は、これを使用します。

③ ボタンを作成

リンク付きの友だち追加ボタンを作成することができます。サイトやLPなどに使用できますが、①や②のやり方でも問題ありませんので、興味があれば使ってみてください。慣れた方なら、使いやすいかもしれません。

▲ メッセージの配信

1. あいさつメッセージを変更する

友だち追加があると、「お友だち登録ありがとうございます…」といったようなメッセージが自動的に配信されるようにデフォルトで設定されています。

このメッセージ内容を、自分のコンテンツにあった内容に書き換えますよう。

1. 左サイドメニュー「あいさつメッセージ」をクリック
今現在設定されているメッセージが表示されます。
- ② 確認したら閉じて、プレビューを確認しながら、編集画面でオリジナルのメッセージを作成しましょう。
- ③ 「変更を保存」をクリック。

特にLINEは改行が大事です。

文章が詰め詰めだと、読みづらくて途中で閉じられてしまうことにつながってしまいますので、改行を入れながら見やすさも考えて入力していきます。

友だち追加があるとそのメッセージが自動で流れるようになりますので、まずはこのあいさつメッセージを必ず作成してから、友だち登録を開始することをおすすめします。

2. メッセージを作成する

左サイドメニューから「メッセージを作成」をクリック。

The screenshot shows the message creation interface. Under the heading "配信先" (Distribution Target), there are two radio button options: "すべての友だち" (All Friends) which is selected and circled in red with the number 1, and "絞り込み" (Filter). Under the heading "配信日時" (Distribution Date/Time), there are three options: "今すぐ配信" (Post Now) which is selected and circled in red with the number 2, a date input field containing "2022/08/14", a time input field containing "21:22", and a time zone button labeled "UTC +9:00".

① 「すべての友だち」を選択すると、登録者全員にメッセージが配信されます。今後、友だちが増えてきて、特定の人に絞って配信したいとなったときは「絞り込み」を選択します。

② 「今すぐ配信」は、メッセージをセットした時点ですぐに配信されます。

配信日時を指定したい場合は、下を選択して、希望の日時を入力します。配信日時を指定して使用することがほとんどだと思います。

The screenshot shows the "高度な設定" (Advanced Settings) section. It contains three unchecked checkboxes: "LINE VOOMに投稿する" (Post to LINE VOOM), "配信メッセージ数の上限を指定する" (Specify the upper limit of the number of distribution messages), and "A/Bテストを作成" (Create A/B test). The first checkbox is circled in red.

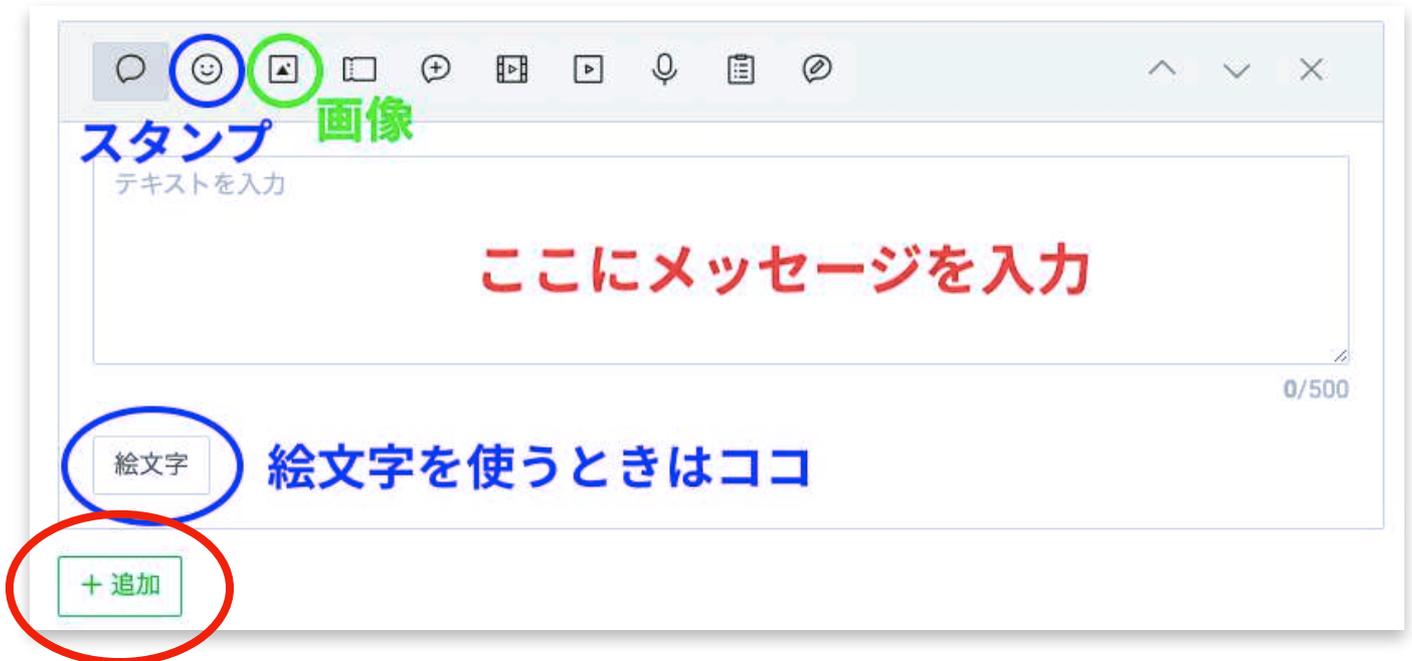
LINE VOOMに投稿のチェックは外しましょう。

LINE VOOMとは、以前で言うところのタイムラインですが、ここにチェックが入っていると自動的にタイムラインに流れてしまいます。

ここにメッセージを入力していきます。

メッセージは、1メッセージ500文字 × 1度に5通まで送ることができます。

左下の「追加」をクリックすると、5通まで追加できます。



5通まで追加可能。

最後に、「配信予約」をクリックすれば完了で、設定した日時に自動的に配信されます。

(今すぐ配信を選択している場合は、「配信」ボタンが表示され、クリックするとすぐに配信されます。)

LINE公式はそこまで使い方が難しくないなので、まずは基本的なメッセージ作成 & 送信の操作ができれば良いと思います。

3. プロフィールを編集する

プロフィールはしっかり作り込んでおきましょう。

前述した「アカウント設定」のところで、プロフィール画像と背景画像を入れてください。

背景画像は、上部メニューバーの「プロフィール」をクリックして設定することもでき、ここからデザインのカスタマイズができます。

「デザイン」の項目の、「背景色」「フッターボタンの色」の箇所でお好きなカラーを選択することができます。

「フォロワー数」の表示に関してですが、これは、お友だちの数とは違い、お友だちの数は自動的に表示されるようになっています。

フォロワー数をあえて表示したい場合は、ここにチェックを入れてください。

最後は「公開」をクリックします。

4. 複数のアカウントを作成する方法

2つ目以上のアカウントを作成するときは、

左上のアイコン  → 「作成」の順にクリック。

1つ目のアカウント作成と同じ手順で作成してください。



Instagram SNS構築

— Step5 —



Instagramアカウント作成&運用

▲ アカウント作成方法

Instagramのアカウントは、メインアカウントに紐づけて最大5つまで作成できます。

5つまでは、いちいちログアウトしてログインし直さなくても、1つのアカウント内で切り替えて管理することができます。

まず、新規でメインアカウントを作る方法を解説します。

1. 新規メインアカウント作成方法

新規アカウントは、

- ・電話番号
- ・メールアドレス
- ・Facebookアカウント

このいずれかで登録することができ、ここではメールアドレスを使用して解説しますが、電話番号の場合も手順は同じです。

画面表示に従って進めば難しいことはありませんが、一応流れを説明しますので参考にしてください。

① アプリをインストールする



- ② 「新しいアカウントを作成」をタップ
- ③ 「メール」を選択し、アドレスを入力して「次へ」
- ④ 入力したメールアドレスに認証コードが送られてくるので、それを入力して「次へ」
- ⑤ 名前とパスワードを設定する



- ⑥ 誕生日を入力
- ⑦ ユーザーネームを入力 → 登録
ユーザーネームとは下記の部分になります。



ユーザーネームは、投稿・コメントしたときやストーリーの閲覧履歴、検索結果にも表示されるなど、インスタを利用する上でメインとなる名前になります。

誰かが既に使用しているユーザーネームは使用できません。

⑧ Facebookアカウントとのリンクはとりあえず「スキップ」で大丈夫です。連携したければしても良いですし、必要であれば後からいつでも連携できます。

⑦ 「連絡先を検索」は、とりあえずスキップで良いでしょう。

⑧ プロフィール写真を設定

プロフィール写真は後からでも設定できます。
写真サイズは、300~400pxの正方形で用意しておく、キレイに表示されます。

これで、ひとまずアカウントが作成されました。

2. 2つ目以降の追加方法

既にアカウントを持っている場合、次の方法で追加ができます。

追加したいメインアカウントを選んで、次にご紹介する図の手順で進み、追加してください。

①



②



③



④



これ以降は、新規アカウント作成の⑦以降と同じ流れになります。

最後に「登録を完了」をタップして完了です。

追加が完了すると、ユーザー名をタップした時に追加してあるアカウントが一覧表示されますので、そこから使用するアカウントを選択してアカウントを切り替え、操作してください。

3. プロフィール作成

作成したアカウントのプロフィールを完成させましょう。

トップ画面の「プロフィールを編集」をタップして編集ができます。



ここから、

- ・プロフィール写真
- ・名前
- ・ユーザー名
- ・ウェブサイトなどのリンク
- ・自己紹介

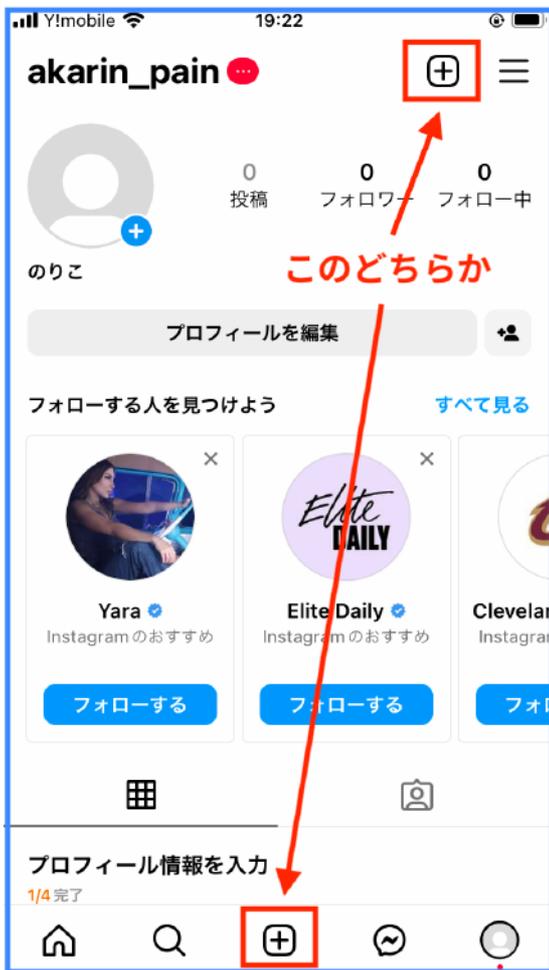
を、編集することができます。

名前の変更は14日間で2回まで、ユーザーネームの変更は14日間で1回のみ可能です。

ただ、ユーザーネームを変更すると、アカウントURLも変わってしまうので、他のSNSなどにURLを貼っている場合は掲載場所のURLも変更が必要になります。

4. 投稿方法

投稿は、下記の **+** マークをタップして、投稿します。



どちらでも良いのですが、右上からだとうまく写真が撮れないなどのバグが生じる場合があるなどの報告があるので、下のアイコンからが良いかもしれません。

仕様や情報は、常に変わるので、いろいろといじって試してみてください。

この **+** マークをタップすると、投稿（フィード）・ストーリーズ・リールの選択肢が表示されますので、好みのものを選択して投稿してください。

5. 投稿の種類

インスタの投稿には、フィード投稿・ストーリーズ投稿・リール投稿があります。

• フィード投稿 •

通常投稿とも言われ、メインで画像や動画を上げていく場所で、動画は最大60秒まで、動画・写真を10枚まで一気に投稿できます。

先に写真や動画を撮影しておき、投稿時に選択することもできますし、投稿時に撮影することもできます。

・ ストーリーズ

最大15秒の動画を共有できる機能です。

15秒を超えると分割されてアップされますので、例えば60秒の動画なら、4分割されて連続投稿される、といった感じですね。

ストーリーズは、投稿から24時間経つと自動で消えます。

(自分のアカウント内のアーカイブには残ります。)

・ リール投稿

最大90秒の長さの動画を投稿できます。

▲ とにかく触ってみることが大事

Instagramは、ただ写真や動画を投稿するだけでなく、文字や装飾など、インスタのアプリ内でできる機能が豊富です。

これらを最初からサクサクと使いこなすことは、誰でもできません。

おそらく私もまだ知らない機能もあると思いますし、すべてを知る必要もないと思っています。

投稿を作成したあと、最後に「シェア」をタップしなければ、投稿されませんので、どんな機能があるのかとにかくいろいろなところをいじり倒して、自分の好みのスタイル・自分に必要な機能を見つけていきましょう。

投稿してしまったとしても、削除もできます。

また、Instagramはユーザーもとても多いので、例えばですが、「インスタ ○○ やり方」などでググれば大抵解決します。



YouTubе SNS構築

— Step6 —



YouTubeアカウント作成&運用

YouTubeは、主にトレーニング動画などを、生徒さんやLINE読者さんなどに限定的に配信するために使用します。

基本的に限定公開になりますので、チャンネル自体はそこまで作り込む必要はありません。

基本操作だけ覚えれば十分ですので、簡単にすぐ使えるようになります。

YouTubeアカウント作成方法

まず、普段YouTube動画を閲覧している、自分のアカウントにログインしてください。

そこから投稿用のアカウントを追加し、チャンネルを作成します。

① 右上の自分のアイコンをクリックし、「設定」を選択。

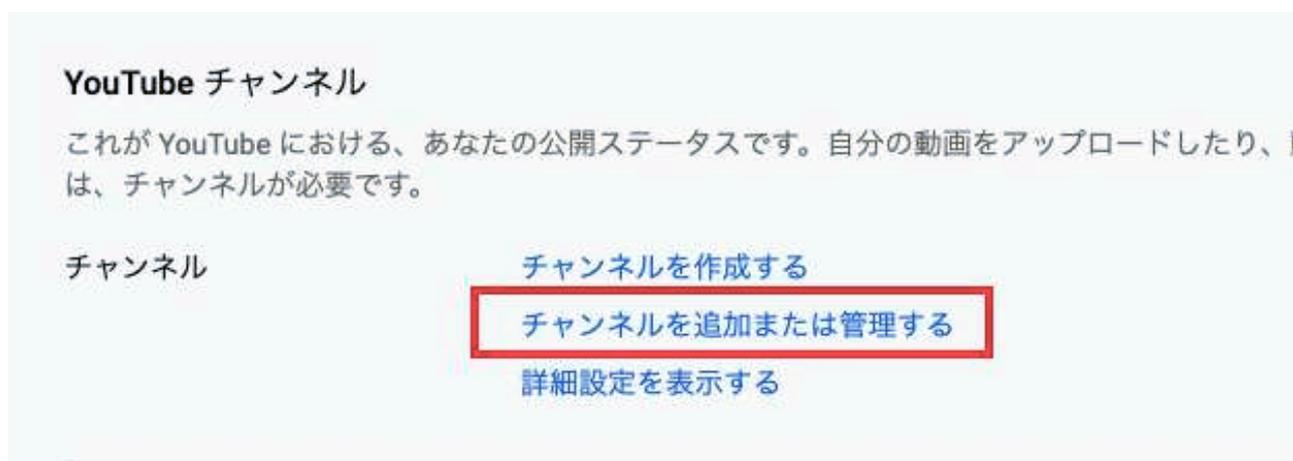


ここだけちょっとややこしいのですが、「チャンネルを作成」から作成すると、プライベートのアカウント名でチャンネルが作成されます。

そうではなく、ビジネス用として、教室名やサービス名で運営するための「ブランドアカウント」を作成したいので、「設定」から入ってください。

ブランドアカウントは、都度用途に合わせていくつでも追加が可能です。

② ここでも「チャンネルを作成する」ではなく「チャンネルを追加または管理する」を選択してクリックしてください。



③ 「+チャンネルを作成」をクリック。



③ チャンネル名を入れ「作成」。

(例として適当に「わくわくチャンネル」と入れています。)

チャンネル名の作成

ブランドの名前でも他の名前でも構いません。ご自身や制作するコンテンツにふさわしいチャンネル名を設定してください。チャンネル名はいつでも変更できます。

[詳細](#)

チャンネル名 **チャンネル名を入力**
わくわくチャンネル

新しい Google アカウントを独自の設定 (YouTube での検索履歴と再生履歴など) で作成していることを理解しています。[詳細](#)

チェック

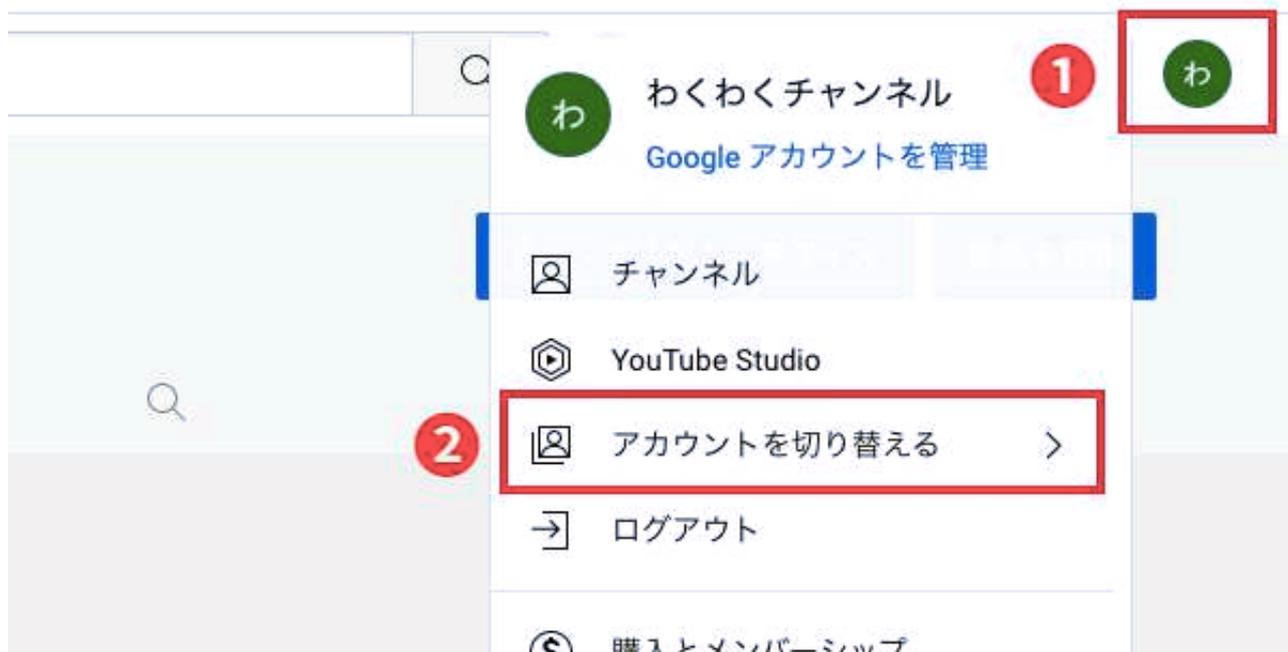
[キャンセル](#) **作成** **クリック**

すると、下記のようにチャンネルが作成されました。



チャンネルを複数作成した場合、右上のアイコン → 「アカウントを切り替える」から、簡単にアカウントの切り替えができます。

普段動画を見ているアカウントにも、ここから切り替えができます。

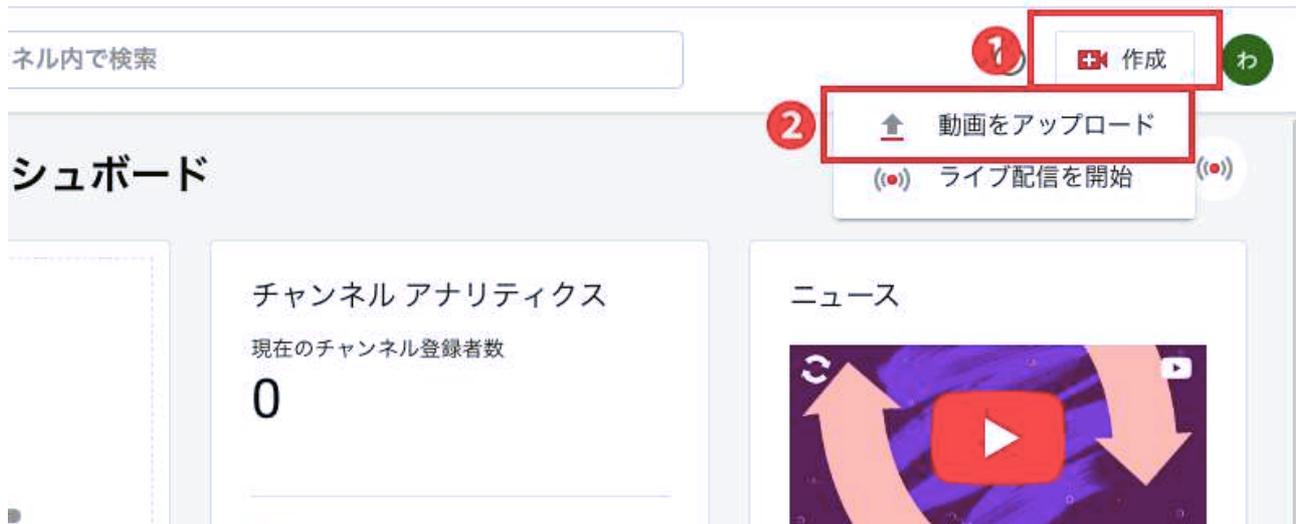


▲ 動画のアップロード方法

ホーム画面から、まず、上述した方法で動画をアップするアカウントに入り、右上のアイコン → 「YouTube Studio」をクリックし、チャンネルのダッシュボードに入ります。



- ① 右上の「作成」→「動画をアップロード」をクリック。



- ② 「ファイルを選択」もしくは動画をドラッグ&ドロップ。
すると、アップロードが始まります。動画の尺が長いほど時間がかかりますが、完了を待たずに入力を進めて大丈夫です。

次に出てくる画面は、下記と照らし合わせながら入力して進んでみてください。

✓ 動画の詳細

- ① 「タイトル」を入力。
- ② 「説明」は特になくて大丈夫です。
- ③ 「サムネイル」は、生徒さん用の動画配信などでは作ってアップロードした方が良い良いです。アップロードしない場合、動画内の画像から自動的に作成されます。
- ④ 「再生リスト」は必要ありません。
- ⑤ 「視聴者」は、『●いいえ、子ども向けではありません』を選択。
- ⑥ 限定公開の場合、他の設定箇所は触る必要はありませんので「次へ」。

✓ 動画の要素

ここは触る必要はありませんので、そのまま「次へ」。

✓ チェック

ここも触る必要はありませんので、そのまま「次へ」。

✓ 公開設定

ここで、「非公開」「限定公開」「公開」を選択できます。

- ・非公開：誰も見れない状態。
- ・限定公開：動画のURLのリンクを知ってる人だけが見ることができる。
- ・公開：誰でも見れる。

生徒さん用の動画に関しては『**限定公開**』でアップしてください。

最後は、「保存」をクリックします。

下記の四角マークをクリックすると、動画のリンクがコピーされますので、それをLINEに貼ったりして、動画を生徒さんに渡します。



▲ 他の機能について

1. 動画の確認方法

左サイドメニューの「コンテンツ」をクリックすると、過去に上げた動画が一覧で表示されます。



2. 動画の編集など

動画のタイトルにカーソルを合わせると、下記のようなマークが出てきます。



一番左の鉛筆マークをクリックすると、<動画の詳細>のページに行き、タイトルやサムネイルの編集ができます。

一番右のポチポチポチのマークをクリックすると、下記のような表示が出てきます。



順に説明します。

① タイトルと説明を編集

タイトルを変更したいときはここからできます。

② 共有可能なリンクを取得

ここをクリックすると、URLがコピーされます。

動画アップロード時の最後の画面でもできますが、ここからでも、後から何度でもリンクが取得できます。

③ ダウンロード

YouTube以外で動画を使う時など、ここからダウンロードできます。

動画は容量が大きいので、PCに溜めておくと動作が重くなります。

なので、YouTubeにアップしたらPCから削除して、使うときにはここからダウンロードする、というやり方も良いかと思います。

④ 完全に削除

YouTubeから完全に削除するときは、ここです。

3. 設定とカスタマイズ



✓ 設定

「設定」→「チャンネル」→「詳細設定」の順にクリック。

視聴者を、『いいえ、このチャンネルを「子ども向けではない」として設定します〜〜〜』を選択して、保存します。

視聴者は常にコレを選択しますので、ここでデフォルトに設定しておくとし楽です。

次に、左サイドメニューを少しスクロールすると「カスタマイズ」が出てきます。

✓ カスタマイズ

「カスタマイズ」→「ブランディング」の順にクリック。
ここで、プロフィール写真（アイコン）を設定しましょう。

もし今後、チャンネルを公開してYouTubeで集客をしたいとなったときは、バナー画像も入れると良いですね。

あとは、集客するとなると「基本情報」の「説明」の欄にチャンネルの説明を入れる必要もありますし、他に、LINEのお友達追加のリンクやTwitter・Instagramなどのリンクも貼りましょう。

自分のチャンネルを誰かに教えるときは、「基本情報」の「チャンネルURL」をコピーして共有することができます。

ですが、集客用でない限り、そこまで作り込む必要はありません。

以上になります。

やることがたくさんあるように感じたかもしれませんが、実際にやってみると、ものの数分でできてしまうような簡単な作業です。

動画を生徒さんにお渡しする際に、主に利用することになりますので、ここで紹介した基本的な作業がまずはできれば大丈夫です。

2～3回もやればすぐに慣れてしまうと思いますので、まずはどんな動画でも良いのでアップロードしてみてください。

非公開や限定公開にすれば、人の目に勝手に触れてしまうことはありませんので、練習と思っていくつかアップしてみましよう。

説明した通りで、削除も簡単にできます。



プロフィールと
アイコンの重要性

— Step7 —



人は見た目が9割は本当？

これから集客をしていく際に、プロフィールは非常に重要になってきます。チームや教室のイメージ、印象が暗いと、そもそもで無料体験にも参加してもらえません。

人間の五感による近くの割合は、
視覚83% 聴覚11% 臭覚3.5% 触覚1.5% 味覚1%
とされています。

視覚から得られる情報が8割を占めているわけですので、プロフィール写真だけを教える教室が存在する理由がお分かり頂けると思います。

例えば、あなたがお子さんを野球教室に通わせるため、体験レッスンに通わせたとします。

そこで教えてくれたコーチが金髪でピアスをしていて髭が生えていたらどうでしょう？直接お会いしている相手であっても、ちょっと考えてしまいますよね。

オンラインではそれ以上にイメージが先行します。
教室の看板、入り口となるプロフィールは、可能な限り爽やかで明るい印象で作成しましょう。

プロフィールが持つ重要性を理解した上で、次ページからは作成のコツについてお話しします。

ポイント解説

各種SNSアカウントのアイコン（ロゴ）や
プロフィール写真は統一しましょう。

スポーツ指導者にふさわしい服装
ユニフォームやジャージを着用しましょう。

競技のわかるものを持っていると、
よりイメージとして残りやすいです。
（ボールやラケットなど）

アイコンやプロフィール作成は
以下のツールを利用することをお勧めします

【画像編集&デザイン】 <https://www.canva.com/>

【画像加工ツール】 <https://www.iloveimg.com/ja>

【背景加工ツール】 <https://www.remove.bg/ja>

用途については次のページで説明していきます。
これらは全て無料で利用できますので、
ぜひ使い方を覚えてください。



【画像編集&デザイン】 Canva

<https://www.canva.com/>



こちらも試してみませんか？



このツールは無料で利用できます。

- ・アイコン作成
- ・各種SNS投稿作成
- ・チラシ作成
- ・プレゼン資料作成
- ・動画作成
- ・リッチメニュー作成

など、多くの機能がありますので、デザイン作成に関してはこれ1つで充分です。



【画像加工ツール】Iloveimg

<https://www.iloveimg.com/ja>

The screenshot shows the Iloveimg website interface. At the top, there is a navigation bar with the Iloveimg logo and several menu items: 画像の圧縮, 画像のサイズ変更, 画像の切り抜き, JPGに変換, 写真エディター, and 追加ツール. On the right side of the navigation bar, there are buttons for ログイン and サインアップ. Below the navigation bar is a large green banner with the text: 一括で画像編集できるすべてのツール and オンラインフォトエディターはこちら。永久に無料!. Below the banner, there is a grid of eight tool cards, each with an icon and a brief description:

- 画像の圧縮**: JPG、PNG、SVG、GIF画像を画質を維持しながら圧縮。同時に画像のファイルサイズを縮小できます。
- 画像のサイズ変更**: ピクセルやパーセンテージで新たに寸法を定義して、画像をサイズ変更。JPG、PNG、SVG、GIF画像のサイズを変更できます。
- 画像の切り抜き**: ピクセル単位の四角形を定義して、画像を切り抜き。JPG、PNG、GIF画像を切り抜けます。
- JPGに変換**: 一括で簡単に、PNG、GIF、TIF、PSD、SVG、WEBP、HEIC、RAW形式画像をJPGに変えます。
- JPGから変換**: JPG画像をPNG、GIFに変換。複数のJPGファイルを選択して、アニメーションGIFを作成できます！
- 写真エディター**: テキスト、エフェクト、フレーム、ステッカーで写真に趣を添えます。画像のニーズに合ったシンプルな編集ツール。
- 透かし画像**: 数秒で画像または画像のテキストにスタンプを入れます。タイポグラフィ、透明性、位置を選択します。
- ミームジェネレーター**: 簡単なワンステップでオンラインでミームを作成。自分のテンプレートまたは一番人気のテンプレートから選択します。

このツールは無料で利用できます。

- ・ 画像の圧縮
 - ・ サイズ変更
 - ・ 切り抜き
 - ・ 形式変換
- など

主に各種SNSアカウントのサイズに合わせて画像を修正する必要がある際は、こちらを使うことをお勧めします。

【背景加工ツール】 Removebg

<https://www.remove.bg/ja>



このツールは無料で利用できます。

写真の背景を削除したいときに利用するツールです。

以下の手順で誰でも簡単に使えますので、プロフィール写真作成に使ってみてください。

「画像アップロード」をクリック



削除したい画像を選択



削除された画像をダウンロード

▲ 画像サイズ一覧



Facebook

アイコン 180*180

プロフィール画像 400*150



Instagram

アイコン 155*155



Twitter

プロフィール画像 400*400

ヘッダー画像 1500*500



公式LINE

アイコン 640*640

背景画像 1080*878

【画像サイズの変更はこちら】 Iloveimg

<https://www.iloveimg.com/ja>



練習場所の確保

— Step8 —



場所の確保

ここまでの流れを一度整理したいと思います。

あなたの競技（ジャンル）、ターゲットに沿ってリサーチ



顧客の悩みや求めているものを軸にペルソナを決める



教室のコンセプトと教室名を決める



集客用のSNSアカウントを作成する



プロフィールを整える



今ここです！

ここからはいよいよ、教室の具体的なルールや価格を決めていくのですが…

大事なことが1つあります。

場所問題です。

最近では東京や神奈川、大阪など、施設がない問題が深刻ですね。

- ・ 公共の施設→抽選のため定期的に借りるのが困難
- ・ 有料施設→費用が高い
- ・ 学校施設→営利目的では借りられない

競技やジャンル、指導形態にもよりますが、必ずしも場所を借りて練習しなければいけないルールはありません。

しかしながら、安定して同じ場所を確保することが入会率を上げることにもつながります。

低価格で施設を借りることは大前提なのですが、施設を借りる際の経費は売上の20%以下に抑えられるようにしましょう。

実は公共の施設以外にも借りる方法がありますので、ぜひ参考にしてください。

廃校になった小学校の体育館や、地域がレンタルしてくれる体育館やコートなどがあります。

レンタルスペース

<https://www.spacemarket.com/>



やっ
ては
いけ
ない
価
格
設
定

— Step9 —



価格設定

1番気になるお金問題。

運営を大きく左右する「月謝」についてお話しますね。

まず最初にお伝えしたいことは、価値を低く見積もって低価格戦略に走らないで欲しいということです。

お金を払ってでもあなたの教室に入会したい、もしくは指導を受けたい。ここが大前提となりますので、安いから入会するお客様ではなく、あなたの価値をしっかりと理解してくださるお客様に入会していただけるように価格を決めましょう。

ちなみに…

安いから入会するといったお客様は、クレームが増える傾向にあります。あなたの指導が魅力で入会したのではなく、価格が魅力的だったのです。

万が一その価格で運営を継続して、同じような会員さんが増えてしまった場合。リソースが足りなくなり人件費が圧迫する結果に。

低価格は運営側が疲弊する形になりますので、最初の価格設定は慎重に決めるようにしましょう。

- ・近隣の相場より下げないこと
- ・はじめはクラスを増やさないこと
- ・例外を作らないこと

よくある事例

事例1) 子ども向け体操教室

月謝：5,000円

週2回のレッスン

会員数：50名

※利益が少ない例。25万円の売上に対して、コーチは2人。

事例2) 子ども向け野球教室

月謝：3,000円

週5回のレッスン

会員数：20名

※売上6万円。まさにボランティア状態。

事例3) 子ども向けサッカー教室

月謝：15,000円

週2回のレッスン

会員数：10名

※売上15万円でも会員数が少ない分、労力も少ない。

事例4) お受験専門体操教室

月謝：25,000円

週1回のレッスン

会員数：20名

※売上50万円。高価格でも緊急性の高い習いごと。

こうして比べてみると4) が理想的な教室ではありますが、継続率は低い限定的な習い事になります。

価格設定の勝ちパターン

前ページの事例のように、思っているほど価格は下げているのに利益が出ない事例や、高価格にも関わらず継続率は低いといった事例まで様々です。

では、あなたが1番知りたい部分でもありますが、どのような設定が売上と利益を上げることができるのか。

ここに関してお話しますね。

- ・ 入会金
- ・ 年会費（スポーツ保険含む）
- ・ 月会費

この3項目が年間の売上になってくるわけですが、これ以外の収益源を作ることが、大きく売上を伸ばすことに繋がります。

まずはここからお伝えしていきましょう。

例えば…

- ・ 特別強化合宿
- ・ 強化トレーニング
- ・ 特別クラスレッスン
- ・ 発表会（ダンスやチアなど）
- ・ その他参加型の各種イベント

これらの参加には「限定性」を含ませることが必須になります。強くないと参加できない。選ばれないと参加できない。レベル強化のための選抜メンバーなど。誰でも参加できるものにした途端に価値が暴落します。（金額面も含め）

よって…

そこを目指したい！

参加できるようにになりたい！

そう思わせるような企画運営をしないとイケないですね。
誰でも参加できるわけではない「限定性」のあるものに、
人は魅力を感じてお金を払います。

実は、私たちの日常にもゴロゴロ転がっているんですよ。

- ・オリンピック記念コイン
- ・〇本限定！プレミアワイン
- ・1日2組限定！〇〇シェフの豪華ディナー

のようなイメージです。

限定性を意識した運営を心がけてください。

よって限定性を打ち出した企画（合宿や発表会など）は、誰でも参加できるような「低価格」にしてはいけません。

参加する側に対しても、参加できなかった側に対しても特別な価格であることをしっかり提示することが大事になってきます。

次に基本となる収益の部分にいりますが

先にスポーツ保険について少しだけ触れますね。

スポーツという特性上、ここはできる限り加入しましょう。

（年間1人あたり800円ほど）

（参考）スポーツ安全協会

<https://www.sportsanzen.org/hoken/>

では次にこちらの設定になります。

- ・入会金（入会時の手続き等にかかる費用）
- ・年会費（保険等）
- ・月会費

月会費（月謝）は地域や競技、練習回数によっても相場が変動しますが、基本的には「地域の相場より下げない」をお勧めします。

決して地域の相場感に惑わされないように、あなたの教室を安く見積もらないようにしてください。

一度価格を設定して運営をスタートしてしまうと、会費をアップするタイミングが難しくなってしまいます。

何度もお伝えしているように、お金を払ってでも「あなたの指導を受けたい」と価値を感じていただいた方に入会してもらうことが大事です。

次に、、、

- 入会金0円キャンペーン
- お友だち紹介0円キャンペーン
- 年会費無料キャンペーン
- 〇〇プレゼントキャンペーン

既視感バリバリの言葉が並んでいますが、あなたはどれが1番魅力的に感じますか？

実は弊社で面白いテスト結果が出たのでシェアしますね。

入会金0円キャンペーン

お友だち紹介0円キャンペーン

年会費無料キャンペーン

〇〇プレゼントキャンペーン

「今だけ無料」「今だけ0円」「～～したら0円」よりも、
「今だけ～～プレゼント」の方が入会率が高いという結果に。

今はどこの教室でも入会金0円が当たり前のようになり、
そこに価値やお得感を感じなくなっているようです。

想定よりもマイナスになるというお得感よりも、
豪華なプレゼントがもらえるプラス体験の方がよりお得に感じるの
ではないでしょうか。

例えば…

無料体験から1週間以内の入会で、

- ・ユニフォーム一式プレゼント
- ・道具一式プレゼント
- ・ギフト券プレゼント など。

ここでポイントになるのが「1週間以内の入会」という限定性で
す。しつこいようですが、ここでも限定性を取り入れてください。
人は期限がないと行動しない生き物なのです。

いつでもお得であれば、価値を感じなくなります。



無料体験生 の口コミ戦略

—Step 10—



口コミ戦略

ここで一度整理していきましょう！

あなたの競技（ジャンル）、ターゲットに沿ってリサーチ



顧客の悩みや求めているものを軸にペルソナを決める



教室のコンセプトと教室名を決める



集客用のSNSアカウントを作成する



プロフィールを整える



場所を確保する



価格（会費）を設定する



限定性を打ち出した売上計画を立てる



入会への誘導計画を立てる



今ここです！

さて、ここからですが、、、

いきなり集客をスタートしてしまうと多くの場合失敗します。

まずは「体験生の声」を集める、また顧客の声を集めることを目的として、無料体験生のリアルな声を集めましょう。

実はこの「体験生の声」が非常に大きな役割を担っています。

- ・テストマーケティングの要素を含むこと
- ・顧客満足度を確認すること
- ・顧客が求めるものを最終確認すること
- ・不足を補うこと

ここまで様々な準備をしてきましたが、
実際に指導をした時に必ず「不足」が出てきます。

それを本格的にスタートする前に確認できる機会になります。
顧客のリアルな声を集めながら、最終チェックをしていくイメージ
ですね！

ここで気をつけなければいけないことは、無料体験生を集める際に
できるだけ身内ではない人を集めることです。

距離が近ければ近いほど、リアルな声を吸い上げにくいのです。
遠慮がでてきてしまうためですね。

とは言っても最初から自分で集客をするのは難しいと思いますので、
プレオープンのような形でチラシやポスターを作成して、近所
の子どもが集まりそうな場所に貼らせてもらう等しながら、
「無料」で集めてみることをお勧めします。

1ヶ月で20名程のリアルな声を回収することができたら理想的です
ね。

次にその「無料体験」で回収すべき項目をお伝えしますね。
プレオープンに参加していただいた方にアンケートをお願いしてみます。その際に、名前と写真をSNSなどに掲載しても良いか承諾を得るようにしましょう。

■名前

■学年

■メールアドレス(もしくはLINE登録)

■今日の満足度(5段階評価で)

■今のお子さんについての悩み

■そのスポーツでどこを目指したい？

(地区大会優勝/県大会優勝/全国大会優勝/日本代表)

■週に何回の練習が望ましいですか？

■土日の練習を希望しますか？

■今日の無料体験で物足りなかった点

■満足できた点

■お子さんからの感想

最低でも上記11点はアンケート内容に入れます。

そして必ず全員の集合写真を撮影して、SNSの配信用に保存しておきましょう。

集客の際に大事なものは「盛り上がり」「活気」「楽しそう」
人はこのような場所に集まる習性があります。

SNSでの投稿も、これらを意識してみると良いですね。

そして最後に、、、
体験生のリアルな声を集客の際に掲載させていただきます。

口コミほど最強な集客はありません。

弊社で実施したアンケートで「教室を選ぶ際の基準」を保護者の方に聞いたものがあります。

年収の高い保護者ほど、口コミを見て教室を選んでいるというデータが出ています。

食べログ

ホットペッパー

Google

Amazon

- ・
- ・

これらを利用する際、もはや口コミを見ない人はいないのではないのでしょうか。

SNSがこれだけ普及している時代に、口コミを利用しない手はありません。スポーツ教室も同じです。

口コミが拡散することで、広告費をかけて集客をする必要がなくなり、人が人を呼んできてくれるわけです。

ぜひここを軽視せずに、無料体験を活用して本格始動までに体制を整えていきましょう。



入会率がUPする
リストマーケティング

—Step 11—



リストマーケティングとは？

スポーツ教室でリストマーケティングを導入している運営者さんは全体の1割にも満たないのではないのでしょうか。

例えば…

チラシやポスターにお問い合わせはこちら「〇〇-〇〇〇〇-〇〇〇〇〇」と電話番号が記載されているのをよく見かけるとは思いますが、これは大きな機会損失だということに気づいて欲しいのです。

実際に電話をしてくる方は、ほぼ入会を決めている場合が多く、ちょっと気になるけど…の人たちを取りこぼしています。

実に9割の教室がこれに気づいていない、もしくは方法がわからないので導入していないのです。

どういうことかと言うと、

気になる方はこちら→

詳細を知りたい方はこちら→

無料体験を希望する→

このような誘導テキストの先に、LINEのQRコードがあったらどうですか？いきなり電話をかけるよりも、心理的ハードルが下がりますか？LINEに登録してみて、何か違うかな？と思えばその先は見ないですし、気になればメッセージを送ってみるというアクションが発生します。ここで登録してくれた見込み客を「リスト」と呼びます。

ここでリストを獲得して、こちら側からアプローチしていく形。
これがリストマーケティングのスタートです。

ここでなぜLINEなのか？というところですが、
メールアドレスでも構いません。

ただし、あなたも感じたことがあるかと思います。
アドレス、打ち込むの面倒ではないですか？

そうなんです。

LINEは読み込むだけで登録できるのに対して、アドレスを打ち込むという作業が発生した瞬間に、離脱の原因になります。

登録率が高いのはLINEになります。

よって見込み客を集める媒体はLINEをお勧めします。

そしてリストマーケティングで最も大事なことは

- ・入会しなかった人にも再度アプローチできる
- ・教室のイベントやキャンペーンを発信できる
- ・教室の運営状況をお伝えすることができる

SNSのフォロワーとは異なり、こちらから特定の見込み客にアプローチができる。ここが大きなメリットです。

ザイオンス効果という言葉をご存知ですか？

接触回数が多ければ多いほど気になる存在になる。

学校で隣の席になった女の子を好きになる。

そんな経験はありませんか？

少しは興味があつてLINEに登録してみたけれど…

- ・子どもが対象学年ではなかった
- ・怪我をしていて入会するタイミングではなかった
- ・他の習い事と掛け持ちしていた
- ・忙しくて送り迎えができなかった
- ・
- ・

入会しない理由は様々です。

一度きりの出会いで終わらせず、こちらからアクションを起こし続けることで「気になる教室」になるわけです。

これをリストマーケティングでは「教育」と呼んでいます。

次にもう一つだけやるべきことがあるんですが、
ここは少し時間がかかるので余裕を持って進めましょう。

一体何かと言いますと…

LINE登録の前に、もう一つ準備するものがあります。

教室について知ってもらうためのお手紙です。

(はじめましてのお手紙=LPランディングページ)

ポスターのQRコードを読んでLINEに登録する前に、ある程度ターゲットを絞り込むための役割を果たすお手紙です。

登録した後に「何か違った」「イメージとは違った」という風にならないために、LPで教育をします。

そこについては次のページでお伝えしますね。



LPの基礎講座

—Step 12—



LPの基礎と作成方法

▲ LPとは？

LPとは、ランディングページ（Landing Page）の略で、SNSのプロフィールなどを経由して、見込み客が最初に見るページを指します。

今回に関して言えば目的は、広告やSNSなどを見て興味を持ってくれた見込み客をLINEの友だち登録（無料体験）に促すページになり、オプトLP・オプトインページなどとも言います。

SNSから、直接友だち登録画面に移行するよりも、LPを挟むことでLINEへの登録率を上げる目的で作成します。

LPのまとめサイトを載せておきますので、参考にして作成してみてください。

<https://rdlp.jp/lp-archive>

順に説明します。

① ヘッダー画像

ページを開いた時に、最上部に表示される画像で、写真や文字を組み合わせ
て作成します。

ここで、読者さんの興味を引くと共に、何についての紹介ページなのかを一
目見てわかるようにしましょう。

画像には、

- ・ご自身の写真
- ・コンテンツのコンセプト

を盛り込みます。

② 問題提起

あなたのお子さんについて、こんな悩みはありませんか？などという問いか
けと共に、ペルソナの悩みを7~8個ぐらい提示します。

私はそれらを解決できますよ、ということをここで暗に伝えます。

③ 友だち追加ボタン

当てはまるなら、今すぐ友だち追加して、トレーニング動画を受け取って
ください、などという文言とともに、友だち追加のボタンを表示します。

④ 友だち追加特典（あれば）

追加特典を用意することで、登録率は上がります。

なければ無料体験などで誘導しましょう。

⑤ 友だち追加ボタン

ここで再び、友だち追加ボタンを表示します。

⑥ プロフィール

最後に、プロフィールを表示します。

プロフィールは、文字だけで表示するよりも、ご自身の写真を使用して簡単なもので良いので画像作成の方が望ましいです。プロフィールには、今までどんな活動をしてきたのか、今現在何をしているのか、専門スポーツの実績などアピールできること、などを、簡単に表記しましょう。

以上になります。

最初は、画像の見せ方などイメージが付けづらいと思いますが、これはもう、とにかくいろいろな人のLPをたくさん見ることです。

SNSやGoogle検索などで、広告はたくさん出てきますので、クリックした先にどんなLPが出てくるか、たくさん見て自分のものとして落とし込んでいきましょう。

▲ 実際にLPを作成する

では、何でどうやってLPを作成するのか？ということですが、無料で使用できる『ペライチ』をご紹介します。

ペライチは、デザインテンプレートが豊富に用意されており、直感的な操作でテンプレートに当てはめて簡単にLPが作れる、Webページ制作サービスです。

ページ作成からインターネット上での公開まで、ペライチひとつで完了します。

デザインのイメージがよくわからない…うまく作れない、という方でも、デザインテンプレートを使用すれば簡単に作成できますので、まったくWebページを作ったことがない、PC操作が苦手という方は、まずペライチを使って作成してみてください。

ヘッダー画像やプロフィール画像も、一から自分で作成せずともテンプレート化されていますので、写真や文言を当てはめるだけでできてしまいます。

(WordPressなど他のツールを既に使用していて使い慣れている方は、引き続きそちらを使用して作成していただいても問題ありません。前ページまでにご紹介した流れでLPの作成を進めてください。)

1. ペライチに会員登録する

下記サイトの「新規登録」より、会員登録してください。

[>>ペライチ公式サイト](#)

無料プランで作れるのは1ページのみですが、まずは1ページしか作成しませんので、無料プランで大丈夫です。

2. 使ってみる

登録が済んだら、何はともあれ使ってみましょう！

まずはデザインテンプレートを選ぶところから始めます。

わからないことがあれば、下記ページに使い方の詳細動画が載っていますので、活用してください。

[>>ペライチの使い方](#)

3. 画像素材サイト

ページ内で使用する画像は、必ず商用利用可能な画像素材サイトからダウンロードしたものを使用してください。

適当にWebサイトなどからスクショを撮って使用したりすることは、著作権侵害にあたります。

「画像素材 フリー」などで検索するとサイトがたくさん出てきますが、まずは下記サイトが無料で使用でき、画像数も多くおすすめです。

[>>写真AC](#)



Canva活用術と LP応用編

—Step 13—



Canva活用術とLP応用

今日はLPを作成する際に使うべき、Canvaの機能について説明します。

LPの構成としては昨日お伝えした通りですが、自分でデザインをしてくには少し難易度が高いです。

よってデザインもテンプレートも豊富なcanvaを使って作成していくことをお勧めします。

▲ ヘッダー

まずはヘッダーと呼ばれる部分を作成します。

ここにはコンセプトをしっかり明記していきます。

パッと見てわかる「誰」の「悩み」を解決する「方法」 これを伝える必要があります。

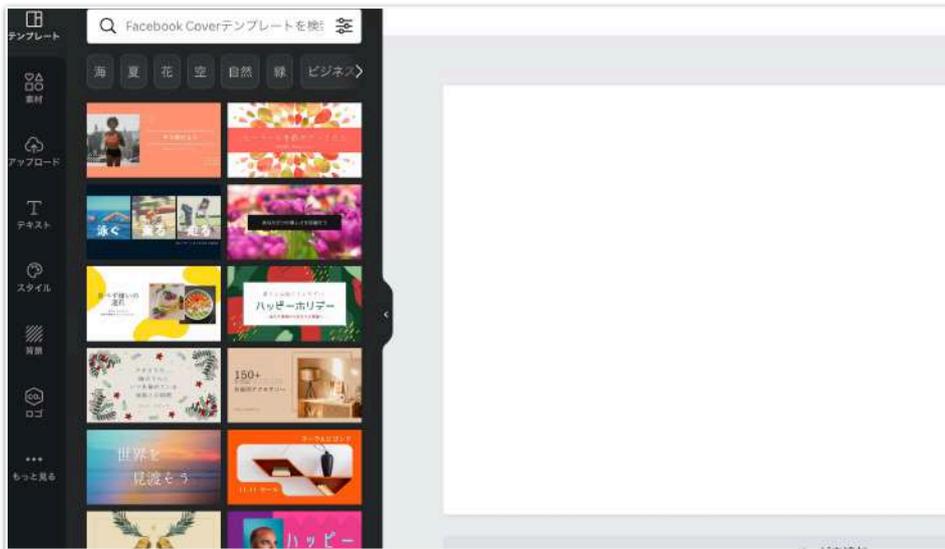
最初にcanvaのトップページを開きます。

サイトはこちら → <https://www.canva.com>

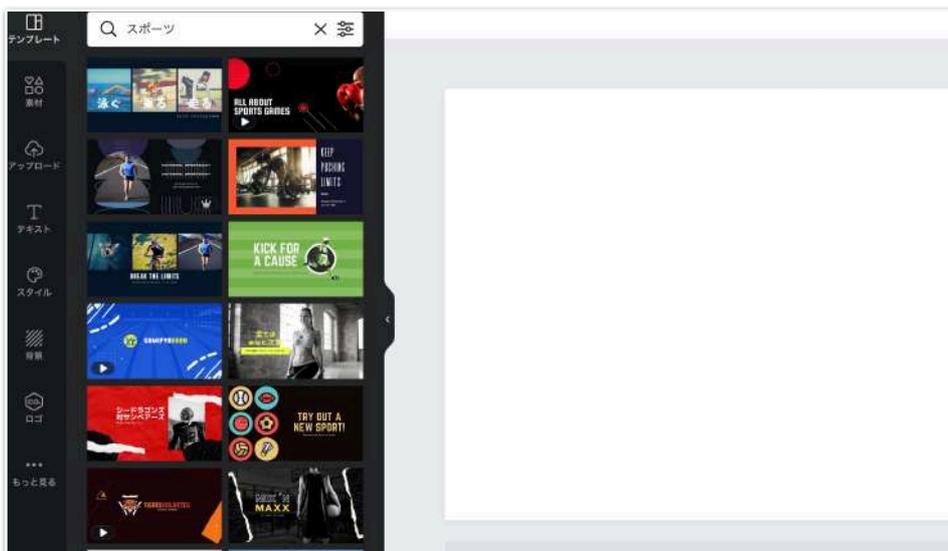


Facebookカバー
こちらのテンプレートがお勧めです

このようにテンプレートが選択できます。



検索窓に「スポーツ」と入れると
より近いイメージのものを探すことができます。



今回はこちらを使って作成していきます。



顔写真&コンセプト

できるだけご自身の写真を入れることをお勧めします。
顔が見える方がよりLINEへ登録してくださる確率が上がることで、
信頼を築くための第一歩になります。

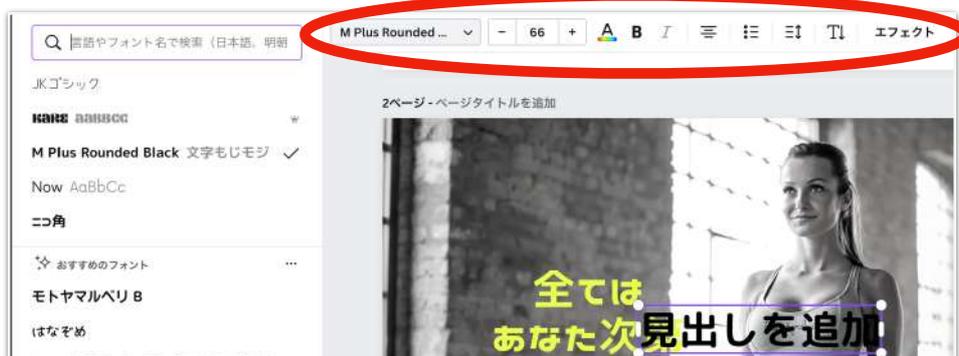


文字の追加や編集

「テキスト」をクリックして好きなスタイルを選択します。



フォント/カラー/サイズ/幅調整などはこちら



素材も活用しましょう

無料で使える素材がたくさんあります。

検索窓に「指」と入れると写真のように表示されます。

使いたいものをクリックするだけでOKです。



「野球」と検索するとこちらもたくさんの素材が出てきます。

右下に👑マークが付いているものは有料素材なので、必要であれば月額課金をすると利用できます。



問題提起

次は問題提起になりますが、以下は参考例です。
まったく同じ必要はありませんので、イメージとして理解していただけると良いです。

あなたのお子さんは大丈夫？

2つ以上当てはまる方はLINEへ登録して
トレーニング動画にチャレンジしてみてください！

- 両脚のかかとをつけたまま屈めない
- スキップがぎこちない
- 何も無いところで頻繁に転ぶ
- 自転車に乗れない
- ドタバタ走りになる
- リズム運動が苦手
- いつも靴下を履いている

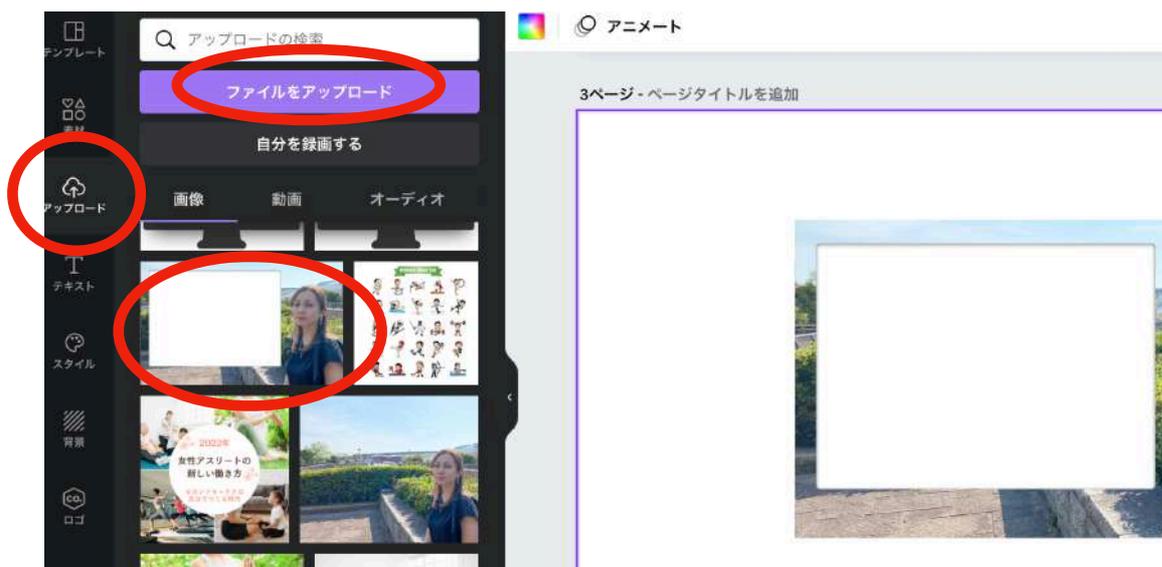
2つ以上当てはまる方はLINEへ登録して
トレーニング動画にチャレンジしてみてください！

運動神経爆上げ！
無料トレーニング動画
プレゼント！



最後に場所や時間などの教室案内

プロフィール写真も canva で作成可能です。
写真をアップロードしてクリックするとページに追加されます。
ここから文字や素材を入れて編集できますので、参考にしながら
プロフィールを作成してみましょう！



プライバシーポリシー

プライバシーポリシーは必ず入れましょう。
次のページでテンプレートを記載しています。
赤字の部分はご自身のお名前を入れてご使用ください。

プライバシーポリシー

当社は、お客様のプライバシーを尊重し、個人情報に対して十分な配慮を行うと共に、お客様の個人情報を大切に保護し、適正な管理を行うことに努めております。

個人情報の収集

当社は、適法かつ公正な手段により、個人情報を収集いたします。

個人情報の利用

1. 当社は、お客様から個人情報をご提供いただく場合には、法令に定める場合を除き、あらかじめその利用目的を明示いたします。
2. 当社は、法令に定める場合を除き、お客様よりご提供いただいた個人情報を、当社が明示した利用目的の範囲内で、業務の遂行上必要な限りにおいて使用いたします。
3. 当社は、業務の遂行上、お客様の個人情報を第三者との間で共同利用し、または、その取り扱いを第三者に委託する場合があります。
この場合、当社は、当該第三者において、お客様の個人情報を厳正に取り扱うよう、監督を行います。
4. ご登録いただいたお名前とメールアドレスは、販売者である
〇〇〇〇の配信する公式LINEに登録させていただきます。

個人データの第三者提供

1. 当社は、法令及び事項に定める場合を除き、お客様の個人データをあらかじめお客様の同意を得ることなく、第三者に提供または開示することはありません。
2. 当社は、業務の遂行上、お客様の個人情報を第三者との間で共同利用し、または、その取り扱いを第三者に委託する場合があります。
この場合、当社は、当該第三者において、お客様の個人情報を厳正に取り扱うよう、監督を行います。

個人データの開示・訂正・利用停止

当社は、お客様に関する保有個人データについて、お客様がその開示・訂正・利用停止等を求める権利を有していることを認識し、お客様よりの要求があった場合には、法令に従い速やかに対応いたします。

個人情報保護方針の適用範囲および改定

1. この個人情報保護方針の内容は、当ウェブサイト掲載日より適用致します。
法令等の要請、その他当社が必要と認めた場合に、予告なく改定する場合がございます。
最新の情報につきましては、当ウェブサイト内に掲載いたします。
2. この個人情報保護方針の内容は、当サイト内にのみ適用されます。

当サイトからリンクされている他のサイトでの個人情報保護については一切の責任を負いません。



Google
基礎講座

—Step 14—



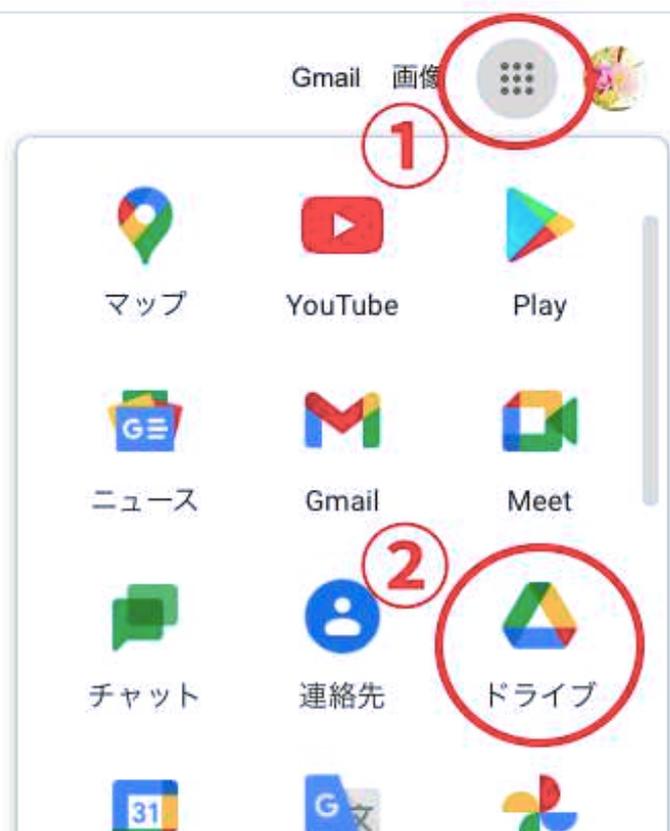
Googleアプリの活用

ここでは、Googleアプリの1つ「Googleスプレッドシート」の使い方について解説いたします。

スプレッドシートは、生徒さんの名簿管理・売上管理・広告の数値管理などをするのに利用します。

エクセルと使い方は似ていますが、スプレッドシートは個人での作成・閲覧だけでなく、スタッフの方など一緒にお仕事している人たちなど複数人で「共有」して編集までできるという点も便利なので、是非、使い方を覚えてください。

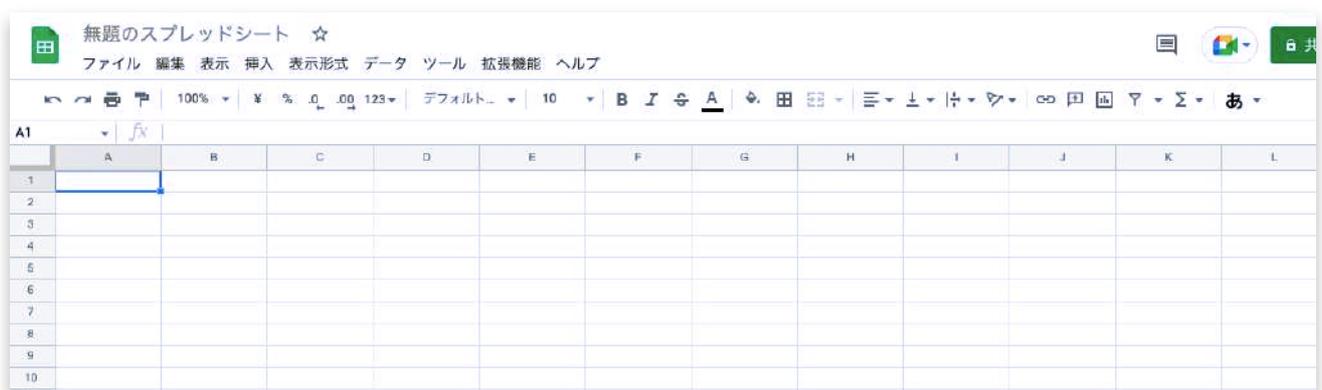
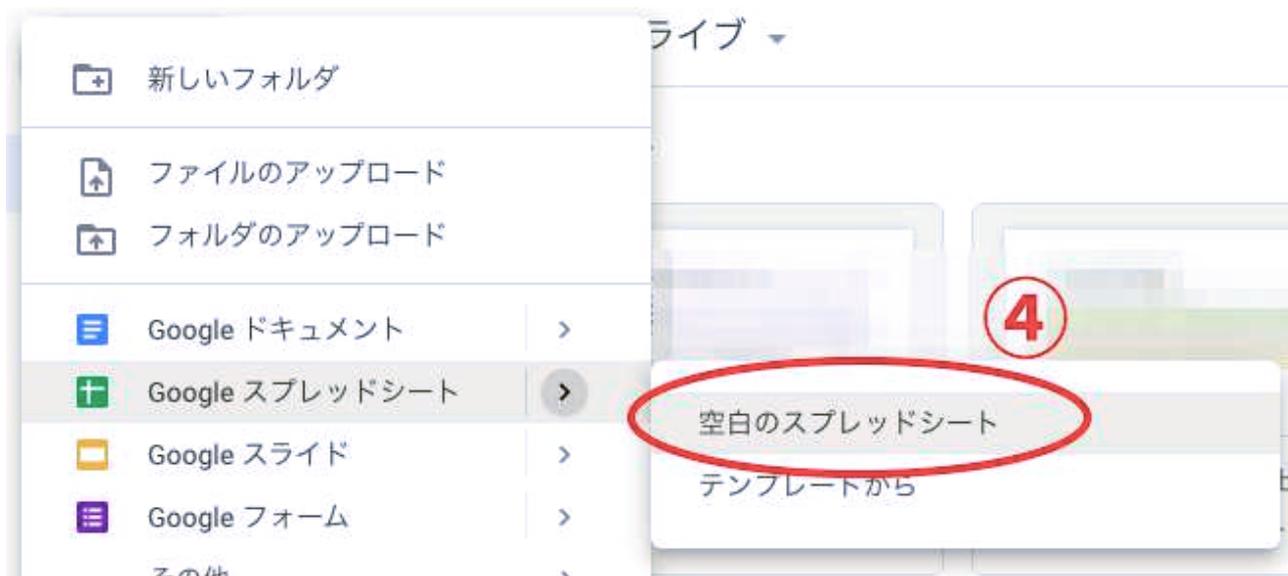
▲ スプレッドシートを開く



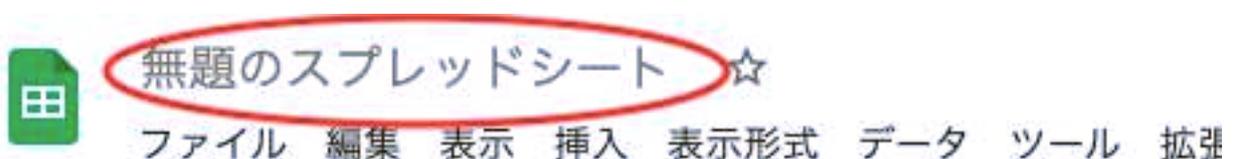
Googleのトップ画面の右上から、左記の順にクリックして、

まず、
「Googleドライブ」を開きます。



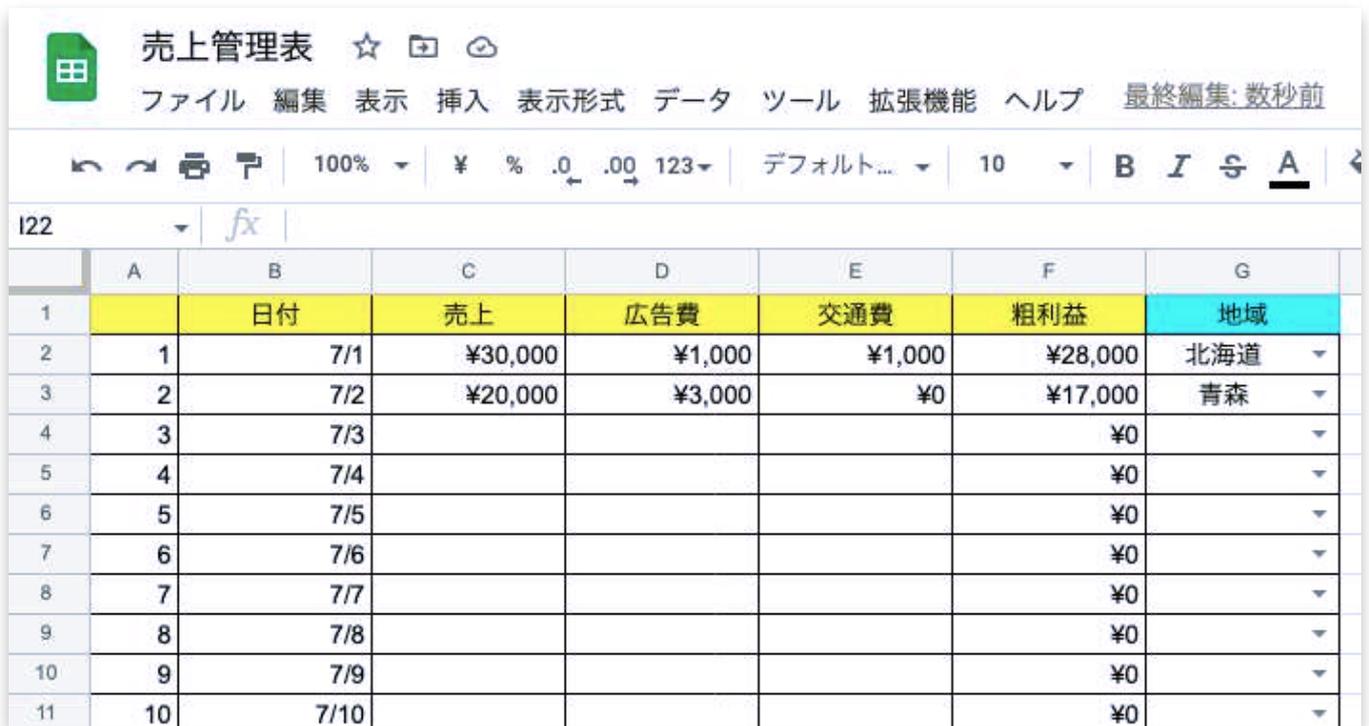


真新しい、スプレッドシートを開くことができました。
表に名前を記入しましょう。



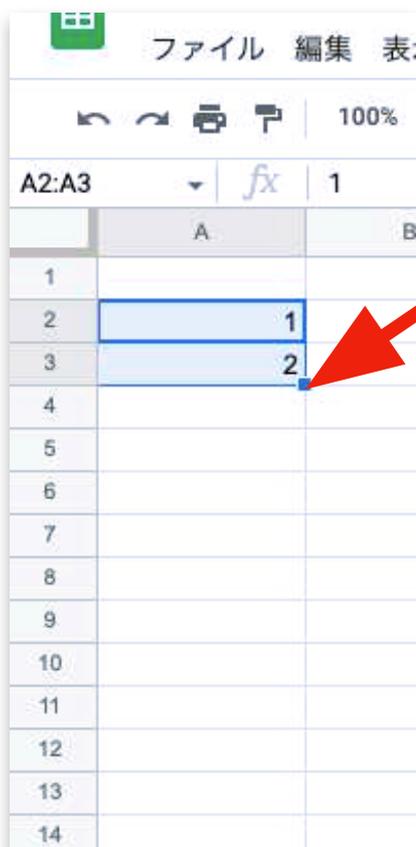
表を作成するための基本操作

例として、下記のような売上管理表を作成してみます。



	A	B	C	D	E	F	G
1		日付	売上	広告費	交通費	粗利益	地域
2	1	7/1	¥30,000	¥1,000	¥1,000	¥28,000	北海道
3	2	7/2	¥20,000	¥3,000	¥0	¥17,000	青森
4	3	7/3				¥0	
5	4	7/4				¥0	
6	5	7/5				¥0	
7	6	7/6				¥0	
8	7	7/7				¥0	
9	8	7/8				¥0	
10	9	7/9				¥0	
11	10	7/10				¥0	

① A列に数字を記入してみる。

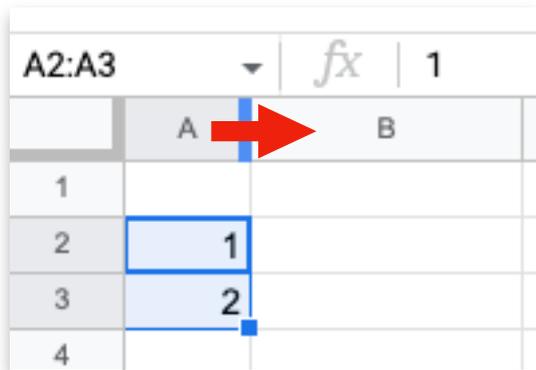


	A	B
1		
2	1	
3	2	
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		

この右下の角を掴んで、ビーツと下へドラッグします。

すると、ドラッグした位置まで連番が表示されます。

② 列幅を変える



列と列の間にカーソルを置くと、矢印表示になるので、クリックしたまま左右に動かし、列幅を変更します。

③ 1行目に項目を記入する

	A	B	C	D	E	F
1		日付	売上	広告費	交通費	粗利益
2	1					

上記のようになっていて、文字をセルの中央に表示したい場合、「日付」から「粗利益」までのセルを選択して、上に並んでいるアイコンから下記部分をクリックすると、中央配置になります。

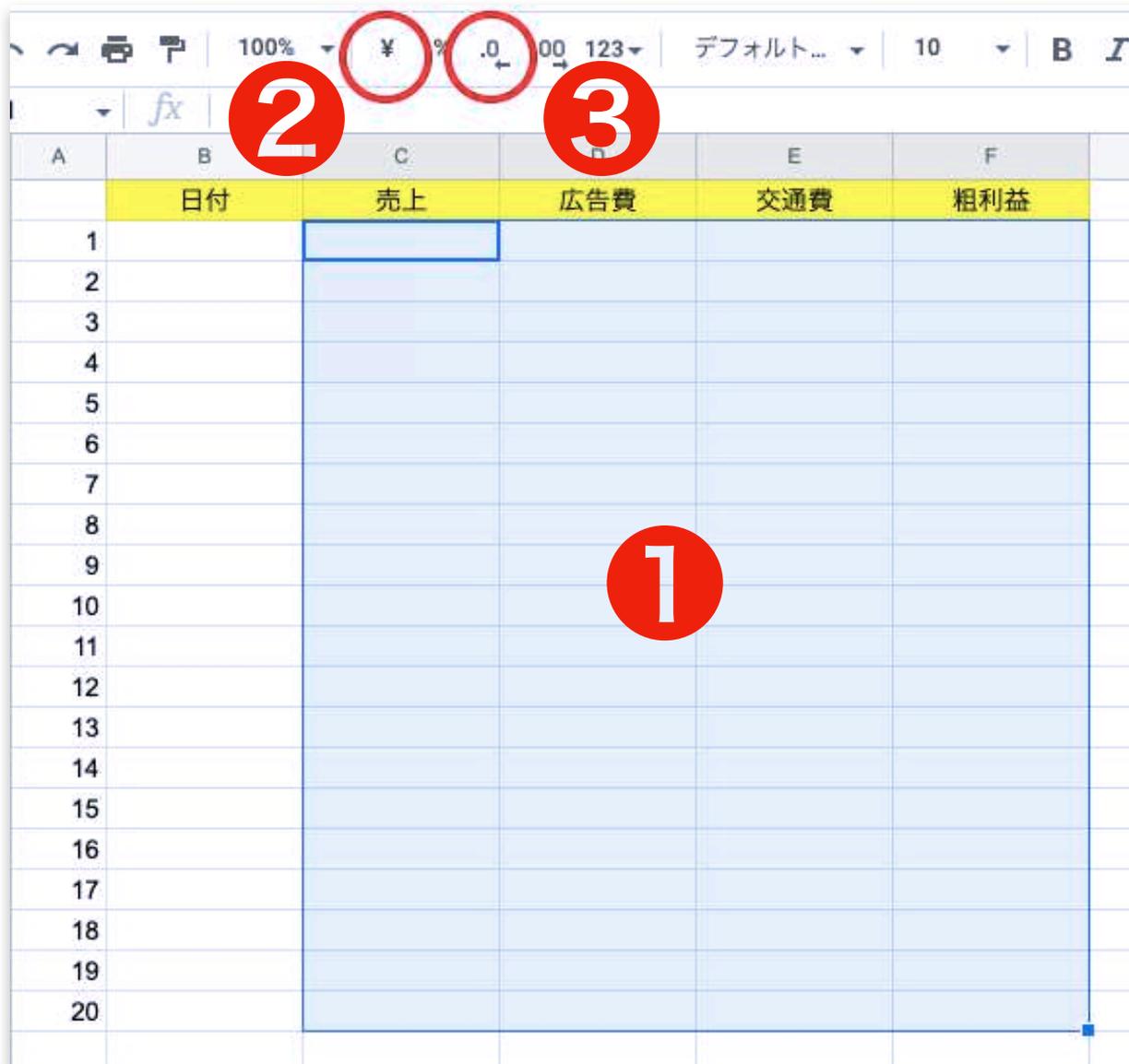


セルに色をつけたい場合、同じように「日付」から「粗利益」までのセルを選択して、下記部分をクリックします。



すると、カラーパレットが表示されますので、お好みの色をクリックすればセルに色がつきます。

④ 金額となる数字に「¥」を表示させる



① 「¥」を表示させたいセルを選択して、

② ¥をクリック

すると、そのセルに数字を入力したとき、自動的に頭に¥が表示されます。しかし、デフォルトだと小数点第2位まで表示されてしまうので、

③ をクリックして、小数点以下を表示させないようにします。

(実際に数字を入力して確認しながらやってみてください。)

④ 日付を入力する

日付は、① A列に数字を記入してみる。とやり方は同じです。

⑤ F列の粗利益を自動で計算して表示させる

まず、セルを選択して、

F2		fx				
	A	B	C	D	E	F
1		日付	売上	広告費	交通費	粗利益
2	1	7/1	¥30,000	¥1,000	¥1,000	
3	2	7/2				

下記の通りに数式を入力してみてください。

(=と-は自分で入力します)

= 「C1のセル選択」 - 「D2のセル選択」 - 「E2のセル選択」

すると下記のように表示されていると思います。

F2		fx				
	A	B	C	D	E	F
1		日付	売上	広告費	交通費	粗利益
2	1	7/1	¥30,000	¥1,000	¥1,000	=C2-D2-E2
3	2	7/2				

この状態でenterを押してください。

すると、売上から広告費と交通費を差し引いた金額が表示されました。

H9		fx				
	A	B	C	D	E	F
1		日付	売上	広告費	交通費	粗利益
2	1	7/1	¥30,000	¥1,000	¥1,000	¥28,000
3	2	7/2				

これを7/2以降のセルにも適応させたいので、F2のセルを選択したら、右下の角を掴んで適応させたいところまで下にビーツとドラッグしましょう。

⑥ 地域をプルダウンで選択できるようにする

まず、トップに「地域」と入力して背景色をつけ、そのすぐ下のセル（G2）をクリックして選択します。

	A	B	C	D	E	F	G
1		日付	売上	広告費	交通費	粗利益	地域
2	1	7/1	¥30,000	¥1,000	¥1,000	¥28,000	
3	2	7/2				¥0	

① データ、② データの入力規則 の順にクリック

1

2

最終編集: 5 分前

100% ¥ % .0 .00

シートを並べ替え

範囲を並べ替え

フィルタを作成

フィルタ表示

スライサーを追加 New

シートと範囲を保護

名前付き範囲

範囲をランダム化

列の統計情報

データの入力規則

データクレンジング



費 ¥1 データの入力規則

セル範囲: 'シート1'!G2

条件: **1** リストを直接指定 **2** 北海道,青森,岩手,秋田

セルにプルダウン リストを表示

無効なデータの場合: 警告を表示 入力を拒否

デザイン: 検証ヘルプテキストを表示: **3**

キャンセル 入力規則を削除 保存

- ① 条件：「リストを直接指定」を選択
- ② 任意の項目を「, (半角カンマ)」で区切って入力
- ③ 最後に保存

費	交通費	粗利益	地域
¥1,000	¥1,000	¥28,000	
		¥0	北海道
		¥0	青森
		¥0	岩手
		¥0	秋田
		¥0	

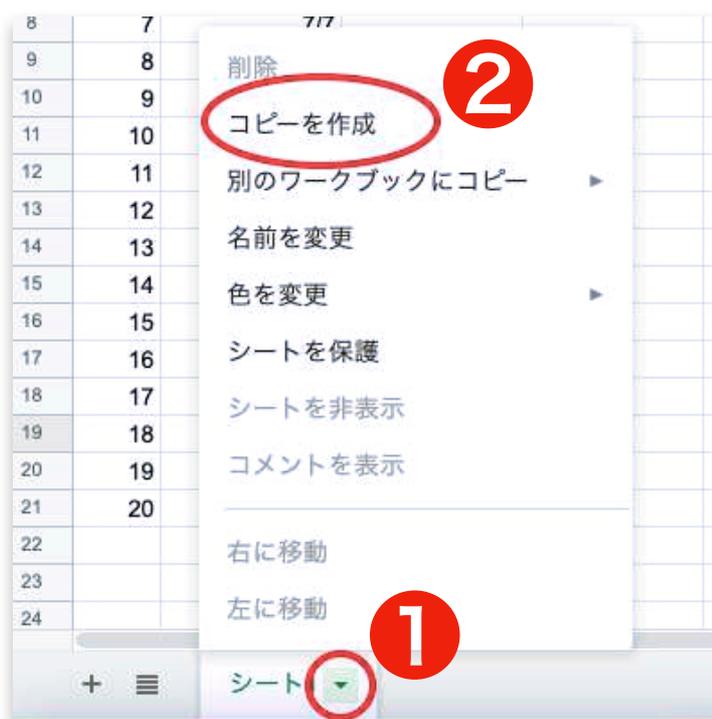
すると、セルの右端に▼マークが現れ、クリックすると、入力規則で入力した項目がプルダウンで表示されるようになりました。

これを7/2以降のセルにも適応させたいので、G2のセルを選択したら、右下の角を掴んで適応させたいところまで下にビーツとドラッグしましょう。

⑦ 翌月以降も使えるよう、シートを複製する

スプレッドシートは、1つのファイルの中にいくつもシートを作成することができます。

簡単に複製して作成できますので、売上管理表のように月ごとに管理したい場合でも、同じファイル内で別シートを作成すれば管理が楽です。



① の▼マークをクリック、
または右クリック。

② 「コピーを作成」をクリック

すると、「シート1のコピー」という名前のシートが作成されました。



この、「シート1のコピー」の名前を「7月売上」と変更しておきましょう。
名前のところをダブルクリック（もしくは▼マークをクリックして「名前を
変更」を選択）すると、変更できます。



「シート1」は、フォーマットとして残しておきたいので、中身をまったく状態にしておきます。

1. 日付・売上・広告費・交通費の欄に入力した数字をすべて削除。
2. 地域の欄も削除

他は、毎月使いまわしたいものなので、そのままにしておきます。粗利益の欄も、見た目は数字ですが、数式が入力されているため、ここを消してしまうと計算されなくなってしまうので、数式が入力されている欄は削除せずそのままにしておきます。

「シート1」の名前を「FO」など、フォーマットであることがわかる名前に変更しておきましょう。

これで、毎月月初めには、このフォーマットをコピーして使用することができるようになりました。

前述した通りの手順でコピーを作成し、名前を変更して使用しましょう。

フォーマットのシートが一番左にあり、右側にどんどんシートを増やして使用していきます。

▲ シートを共有する

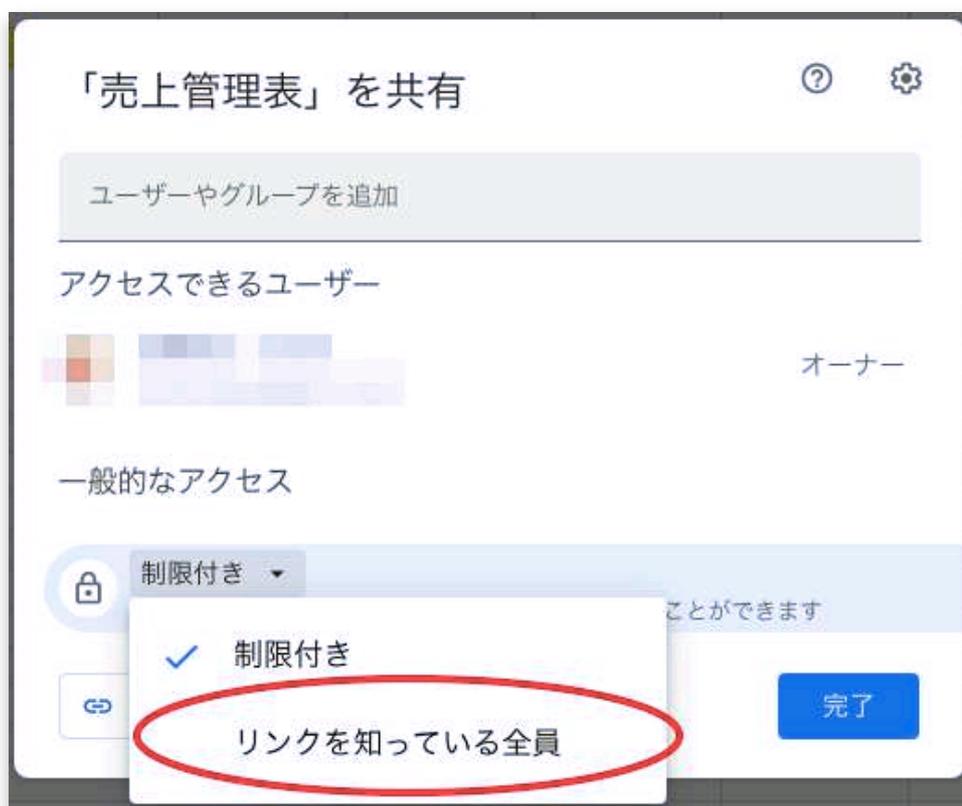
デフォルトでは、自分だけがこのスプレッドシートを見ることができ、自分だけが編集できる状態になっています。

右上の「共有」のところに鍵マークが出ていると、「自分だけ」です。



これを、例えば同じチームのスタッフさんだとか、複数人で共有することができます。

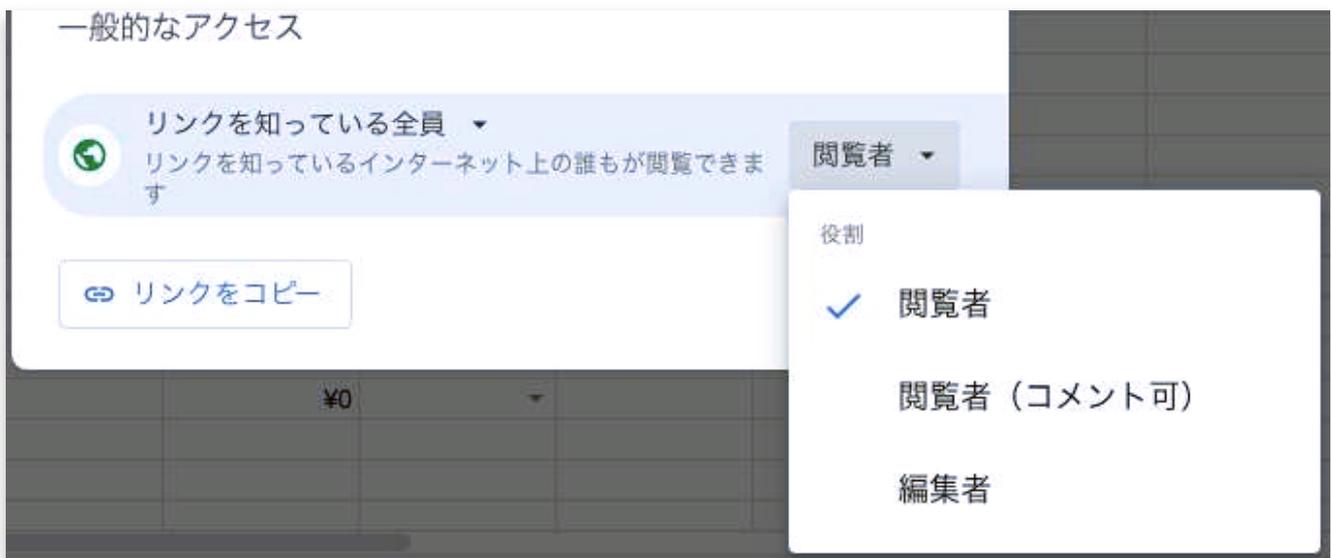
1. 上記の右上の「鍵 共有」をクリック
2. 「リンクを知っている全員」をクリック



すると、「閲覧者」と表示されているのですが、



ここをクリックすると、下記のように表示されます。



主に使用するのは「閲覧者」と「編集者」です。

<閲覧者> 見てもらいたいけど、編集されては困る、編集ができるのは自分だけにしておきたい、という場合。

<編集者> 誰でも編集ができるようにしたい場合。

選択したら、「リンクをコピー」→「完了」の順にクリックします。



コピーしたリンクを渡して、渡された方がそれをクリックすると、同じシートを開いて作業したりできるようになります。

保存先について

作成したスプレッドシートは、「Googleドライブ」の「マイドライブ」に自動で保存されています。

作成途中も、何か1文字でも入力したり変更がある度に、自動保存されていますので、都度保存する必要もありません。

自ら削除をしなければここに残っているので、保存し忘れた！などということは心配しなくて大丈夫です。

もし、削除したい場合は、Googleドライブのマイドライブ内で、削除したいファイル名を右クリック → 削除 で削除されます。

もしくは、ファイルを開いた状態で、
ファイル → ゴミ箱に移動 でも削除できます。



配信ツール活用

—Step 15—



▲ Lステップ (LINE配信ツール)

公式LINEとは別のツールになります。

公式LINEと連携させることで以下のようなことができます。

- ・作成したメッセージを設定した時間に配信する
- ・ステップ配信をする (順番にセットして配信する)
- ・アンケートを回収する
- ・顧客情報を管理する
- ・メニューを表示させてSNSをリンクさせる

など、たくさんの機能があります。

最近では、飲食店や病院でも取り入れているほどメジャーなツールになりますが、ビジネスを自動化させるためには必須だと思ってください。

公式LINEは無料で作成できますが、Lステップは会社が異なりますので別途月額が発生します。



Lステップ

機能 他ツールとの違い 導入事例 料金プラン ご利用までの流れ サポート よくある質問 お問い合わせ 正規代理店 公式ブログ

LINEで
事業課題を
解決したいなら
Lステップ

中小企業の様々な事業課題に対応!

売上ダウン 顧客管理 予約対応
CRM改善 LTV向上 効果検証

業界No.1

20日 初 月額

無料個別相談
Lステップ説明会
申込受付中!

エキスパ

<https://ex-pa.jp/>

エキスパ

トップ

機能紹介

料金プラン

デモ

ログイン

Mail × LINE × SMS 全部できる。

ネットビジネスを 自動化する

オールインワン配信ツール



集客、配信(教育)、販売、フォロー、顧客管理、すべて自動化!

▶ 今すぐ利用する

エキスパ

トップ

機能紹介

料金プラン

デモ

ログイン



安心の30日間返金保証 (無条件)

細かい返金条件は一切不要です! ご利用をいただき、少しでも違うと感じたら、ご連絡をいただくだけでOKです。初期費用と月額料金を全額ご返金させていただきます。

	使用感のお試しに 無料 プラン	最安値! 5千 通プラン	オススメ 1万 通プラン	一番人気! 2万 通プラン
機能	初期費用 0円 月額 0円 申し込む	初期費用 5,000円 月額 3,800円 申し込む	初期費用 5,000円 月額 8,140円 申し込む	初期費用 5,000円 月額 16,170円 申し込む
メール配信数	50通/日 1500通/月	5千通/日 15万通/月	1万通/日 30万通/月	2万通/日 60万通/月
専用ドメイン	-	◎ 1つ無料	◎ 1つ無料	◎ 1つ無料

マイスピー

<https://myasp.jp/>

MyASP マイスピー 機能一覧 料金プラン▼ 活用事例 お知らせ ☎ 052-569-1473 [お問い合わせ](#) [お申込みはこちら](#)

あなた好みに組み立てよう マーケティングのパズルを

集客から販売を1つのシステムで実現したマーケティングツール「MyASP（マイスピー）」。
メール、LINE、顧客管理、商品販売、会員サイト、自社アフィリエイトetc...充実した機能があなたのビジネスを加速させます。

[お申込みはこちら](#)



Why MyASP can accelerate your business?
なぜMyASPはあなたのビジネスを加速させる
マーケティングツールになるのか？

MyASP マイスピー 機能一覧 料金プラン▼ 活用事例 お知らせ ☎ 052-569-1473 [お問い合わせ](#) [お申込みはこちら](#)

※下記料金は税込価格です。料金には、サーバー代、ドメイン取得費用、システム設置費用も含まれていますので、安心してご利用いただけます。

	ビギナープラン	パーソナルプラン	おすすめ！ スタンダードプラン	マッハプラン
プランお申込み	今すぐ申し込む	今すぐ申し込む	今すぐ申し込む	今すぐ申し込む
初期費用		0円		110,000円
月払い契約 (カード払いのみ)	初月：3,300円 2か月目以降 3,300円	初回60日分：13,200円 3か月目以降 6,600円	初月：11,000円 2か月目以降 11,000円	初月：初期費用+33,000円 2か月目以降 33,000円
1年契約 (銀行振込のみ)	36,000円 9%OFF	72,000円 9%OFF	118,000円 10%OFF	360,000円 9%OFF
利用開始までの目安	即日～翌営業日	即日～10営業日	即日～10営業日	3～13営業日

※着金確認後の目安日数となります。お申込み内容に不備がある場合や、ドメイン持ち込みの場合等、上記目安日より時間がかかる場合がございます。混雑状況にもよりますので余裕をもってご契約くださいませ。

メール配信スタンド機能 対応比較表



Lステップ講座

基礎編

—Step 16—



Lステップの登録から基本操作まで

Lステップは、LINE公式アカウントと連携させて使用します。

Lステップを使うことで、応用編でお話ししますが、シナリオ配信で集客から販売までを自動化したり、できることが増えますので、ぜひ使えるようになりましょう。

▲ Lステップに登録する

下記公式ページより、申し込みをしてください。

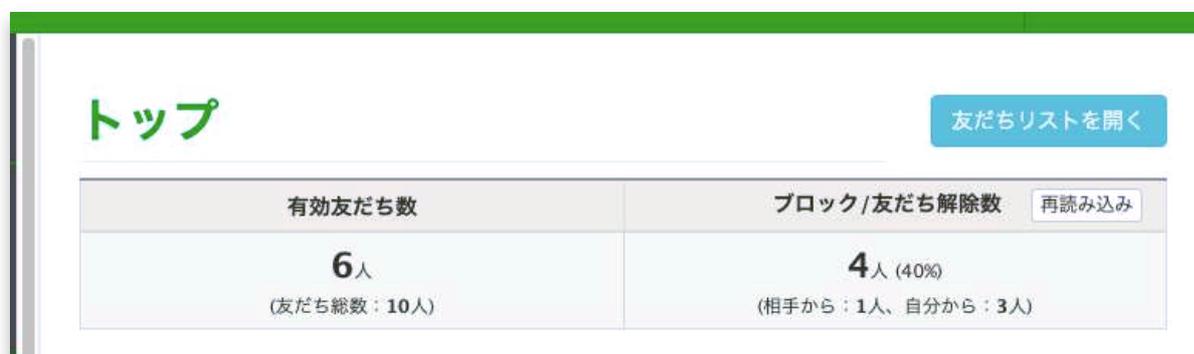
[>> Lステップ公式サイト](#)

プランが複数ありますが、最初は「スタートプラン」（月額2,980円）でやってみましょう。月1,000通までの配信であれば問題なく使えます。

▲ 基本操作

Lステップを契約したら、今後の配信設定はすべてLINE公式アカウントではなく、Lステップを使用して行います。

まず、トップ画面に入ると、友達の数が表示されています。

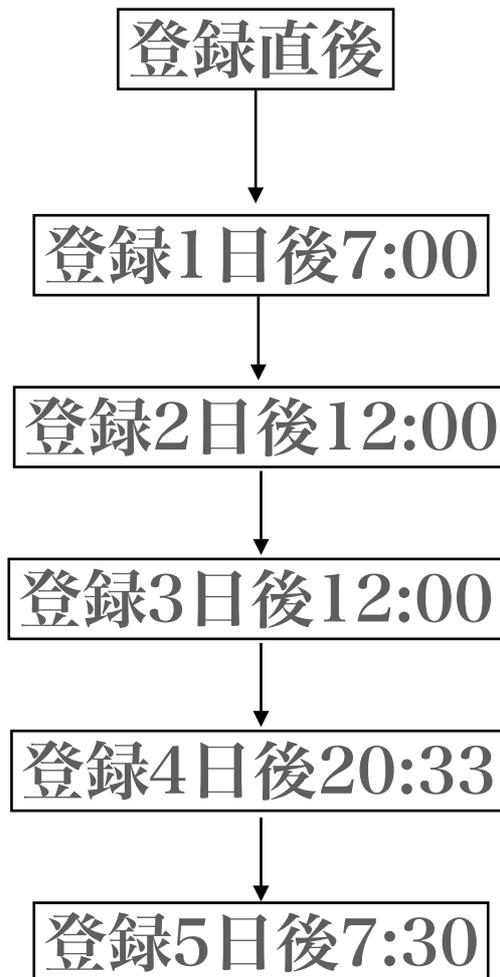


有効友だち数	ブロック/友だち解除数	再読み込み
6人 (友だち総数：10人)	4人 (40%) (相手から：1人、自分から：3人)	

ステップ配信作成

集客から入会までを自動化するために、Lステップ内の「シナリオ配信」を利用して配信をあらかじめ設定しておきます。

▲ ステップ配信設定



というように、「シナリオ配信」の機能をメインで使用して、お友だち登録があったときから、入会までのメッセージを組んでおきます。

シナリオ配信

ステップ

> トップ

★ 1対1トーク

> 友だちリスト

> トーク一覧

> 個別トーク

メッセージ

> シナリオ配信

> 一斉配信

> 自動応答

> テンプレート

✓ 予約管理

> 回答フォーム

> リマインダ配信

> 友だち追加時設定

> アクション管理

友だち属性

> タグ管理

> 友だち情報欄管理

> カスタム検索管理

> 対応マーク管理

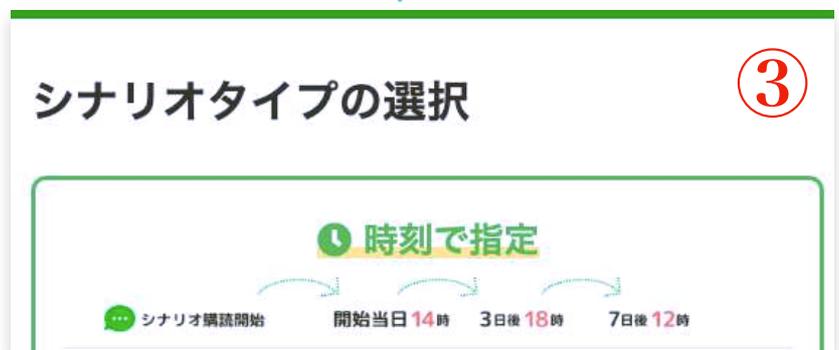
統計情報

> URLクリック測定

> コンバージョン



①をクリックしてフォルダ名を入力し、
②をクリック。



必ず左の「時刻で作成する」を選択します。



④をクリックしてシナリオ名を入力



コンテンツがまだありません。

下の「メッセージを追加」「テンプレートを追加」からコンテンツを追加しましょう。

メッセージを追加

テンプレートを追加

テキストと画像やスタンプをセットで一度に一通で配信したい場合は、テンプレートを作成して、「テンプレートを追加」から配信をセットします。

(テンプレートについては後述します)

① 「メッセージを追加」から作成

配信メッセージ登録 シナリオ名: テスト

① 配信タイミング
 時刻指定
 購読開始直後

② 時刻指定
1 日後 0:00 1 通目
 開始当日

③ 送信先を絞り込む 任意 「タグ」または「詳細」
タグで絞り込む

1. 購読開始直後は、お友だち登録があったその時です。これを選択すると、必然的に1通目にセットされます。
- ② お友だち登録から何日後の何時に、何通目として配信するかを設定します。
- ③ タグで絞り込んで限定的な人にだけ配信する必要がある場合は、ここでタグを選択します。
(タグ設定に関しては後述します)



配信内容の設定

① メッセージのみ アクションのみ メッセージ + アクション

テキスト スタンプ 画像 質問 ボタン・カルーセル 位置情報 紹介 音声 動画

本文 必須 短縮URL対応

名前 友だち情報 回答フォーム 配信日 その他 

④

①の「テキスト」タブを選択して、
②名前 ③絵文字 を使いつつ、④に改行に気をつけながら見やすさを意識しつつテキストを入力。



「シナリオ登録」をクリック

これを繰り返して、登録からセールスまでのシナリオを設定します。

登録するタイミングは、人によって様々ですので、季節ネタや時事ネタなど、その時だけの話題などは避けましょう。

① 「テンプレートを追加」から作成

「テンプレートを追加」をクリックすると、あらかじめ作成しておいたテンプレートが一覧で表示されますので、使用したいテンプレートを選択して、「シナリオへ追加」をクリックします。

すると、メッセージを追加から作成したとき同様、下記画面が表示されますので、①～③を入力します。

配信メッセージ登録 シナリオ名：テスト

① 配信タイミング
 時刻指定
 購読開始直後

② 時刻指定
1 日後 0:00 1 通目
 開始当日

③ 配信先を絞り込む 任意 「タグ」または「詳細」
タグで絞り込む



「シナリオ登録」をクリック

▲ テンプレート

テンプレートを使うメリットは、

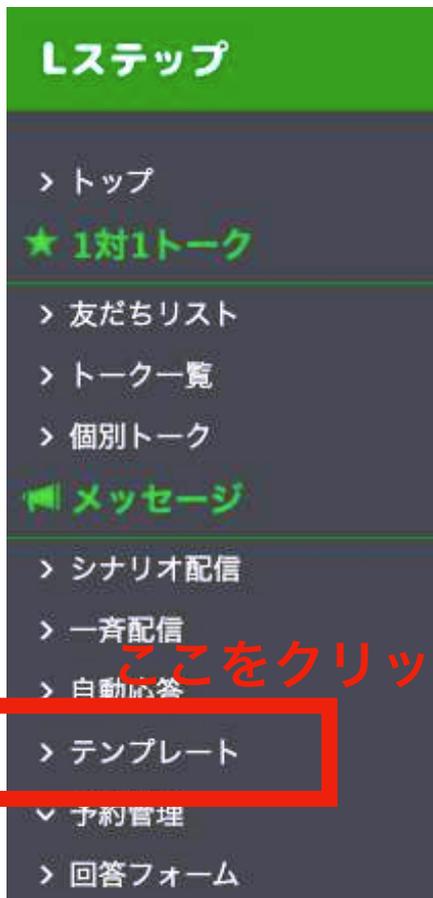
- ・メッセージをテンプレ化しておくことで使いまわせる。
- ・パック作成を使うと、1度に5通までを1通として配信できる。

ということが挙げられます。

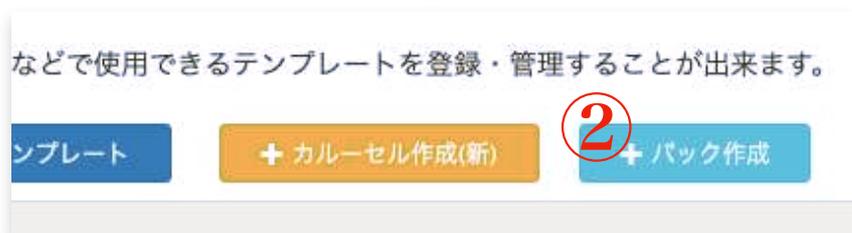
スタートプランは配信数の上限が1,000通ですので、ぜひテンプレートを活用して配信数を節約しましょう。

テンプレートでパック作成したものを、シナリオ配信にセットして使用します。

例) 登録直後に配信する5通1パックを作成



①をクリックしてフォルダ名を入力。



②をクリック。



メッセージパック登録

テンプレート名 **必須**

登録直後 **③**

フォルダ **必須**

テスト

登録 **④**

③にわかりやすい名前を入力して、④「登録」をクリック。



メッセージパック「登録直後」

設定

⑤

メッセージ新規追加

テンプレートから追加

並び替え

プレビュー

⑤をクリックして、メッセージを作成していきます。

✓ 1通目：テキストメッセージ

メッセージパック「登録直後」メッセージ登録

① パック名：登録直後

テキスト

スタンプ

画像

質問

ボタン・カーセル

位置情報

紹介

音声

動画

本文 **必須** 短縮URL対応

名前

友だち情報

回答フォーム

配信日

その他

😊 **③**

名前 さん

お友だち追加ありがとうございます😊

④

①の「テキスト」タブを選択して、
②名前 ③絵文字 を使いつつ、④に改行に気をつけながら見やすさを意識しつつテキストを入力。



入力したら **登録** をクリック。



テンプレート作成は、あくまでも作成なので、登録をクリックしてすぐに配信されてしまうことはありませんので、安心してください。



メッセージパック 「登録直後」 設定

メッセージ新規追加 テンプレートから追加 並び替え プレビュー

No.	本文	
1	名前 さん！ お友だち追加ありがとうございます😊 ~~~~~ ~~~~~	編集

テキストメッセージが登録されました。

✓ 2通目：画像をセットする

メッセージパック 「登録直後」 設定

メッセージ新規追加 テンプレートから追加 並び替え プレビュー

再び、「メッセージ新規追加」をクリックします。





①の「画像」タブを選択して、②をクリック。



新規アップロードか、アップロード済みの中から画像を選択して、「決定」をクリック後、「登録」をクリック。



2通目に画像が登録されました。

✓ 3通目：アンケートをとる場合

再び、「メッセージ新規追加」をクリックします。



1. ボタン・カーセルを選択
2. 詳細設定ONにチェックを入れる
3. をクリックして画像を入れる
- ④と⑤に任意の文言を入力する
([name] は、すぐ上の [name] 対応のところからコピペすると楽です)

スクロールして、下にいきます。



- ⑥にアンケートを取りたい項目を入力、⑦をクリックして選択肢を追加。
これを繰り返して、4項目まで選択肢を作れます。

返信テキスト [name]対応 [友だち情報]対応

[name]さん！ご回答いただきまして、ありがとうございます！

設定するとボタンを押したときに自動で返信されます。

回答されたときに、自動で返信するメッセージを入力します。

※ 作成した選択肢のボタンすべてに入力してください。

さらにスクロールして、一番下の入力欄に行きます。



PC版・通知欄での代替テキスト [name]対応

[name]さん！ポチッとお願いします！

環境によって「スマートフォンでのみ確認可能なメッセージです。」などの文章が追加される場合があります。
URLはリンク化されない場合があります。

LINEが届いたとき、デフォルトで「LINEアプリよりご覧ください」と通知されるようになっていますが、開きたくなる魅力的な文言に変えましょう。

ここまでで、「登録」しましょう。

アンケートをとった場合、どの回答を選択したのかがわかるように、回答のタグ付けをします。

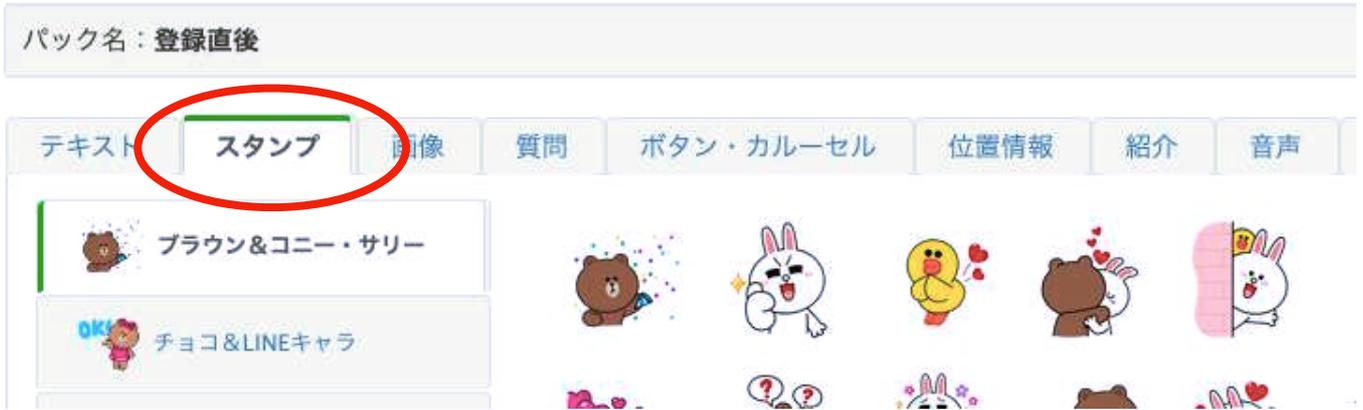
あらかじめ、タグを作成してからテンプレートを作成するとスムーズですが、後でタグを作成してから追加することもできますので、タグの作成がまだの場合は、いったん登録してください。

(タグに関しては後述します)

✓ 4通目：スタンプ送信

再び、「メッセージ新規追加」をクリックします。

メッセージパック「登録直後」メッセージ登録



「スタンプ」タグを選択して、送りたいスタンプをクリックして、「登録」をクリック。

✓ 5通目：動画送信

メッセージパック「登録直後」メッセージ登録



「動画」タグを選択して、送りたい動画を選択して、「登録」をクリック。

動画は、サイズの大きいものは送れません。

スマホを横にして撮影し、1分以内の短いものだと大体大丈夫です。

このようにして、5通まで作成することができます。

ここでは例として5通作成しましたが、もちろん無理に5通作成する必要はありません。

左サイドメニューの「テンプレート」をクリックすると、作成したテンプレートが表示されます。



①でセットした内容をプレビューで確認できます。

②から、作成したテンプレートを編集できます。

後からタグを追加したい場合なども、ここからできます。

友だち追加時設定

Lステップ

> トップ

★ 1対1トーク

> 友だちリスト

> トーク一覧

> 個別トーク

📧 メッセージ

> シナリオ配信

> 一斉配信

> 自動応答

> テンプレート

✓ 予約管理

> 回答フォーム

> リマインダ配信

> 友だち追加時設定

> アクション管理

👤 友だち属性

> タグ管理

> 友だち情報欄管理

> カスタム検索管理

> 対応マーク管理

📊 統計情報

> URLクリック測定

> コンバージョン

友だち追加があった時に、どのシナリオを配信するかを設定します。

これを設定しないとシナリオ配信がスタートしませんので、忘れないようにしてください。

友だち追加時設定

新規友だち

システム導入後に新しくアカウントをフォローした人についての設定

シナリオ

テスト ✕

(新規)最初から / (再開)読んだところから

途中から始める

ここをクリック

シナリオを選択して「設定を保存する」

例えば、シナリオが3通目までしかできていない状態で友だち登録があった場合、3通の配信が終わるとシナリオ配信がストップしてしまいます。

追加は、2日前までには行うようにし、できればすべてのシナリオを作成しておくのがベストです。

タグ付け機能

ステップ

> トップ

★ 1対1トーク

> 友だちリスト

> トーク一覧

> 個別トーク

メッセージ

> シナリオ配信

> 一斉配信

> 自動応答

> テンプレート

✓ 予約管理

> 回答フォーム

> リマインダ配信

> 友だち追加時設定

> アクション管理

友だち属性

> タグ管理

> 友だち情報欄管理

> カスタム検索管理

> 対応マーク管理

統計情報

> URLクリック測定

> コンバージョン

タグ

タグの新規作成・フォルダ分けを行うことができます。

① 新しいフォルダ 並び替え

② + 新しいタグ 並び替え

新しいフォルダ名

タグ名

①をクリックしてフォルダ名を入力し、
②をクリック。

タグ名

新しいタグ名 決定

名前入力→決定 で、作成したいタグを作成。

再度「+新しいタブ」をクリックして、
作成したいタグをすべて作成します。

これで、アンケートを作成画面で、タグを追加
することができるようになります。

選択肢1、選択肢2・・・というように、
すべての選択肢のボタンの

「選択肢○選択時追加タグ」の赤丸の部分をクリックして、
任意のタグを選択してください。

選択肢1選択時追加タグ

タグ名を入力

最後は「登録」をクリック。



5つの集客方法

—Step 17—



集客動線は複数持つこと

今日は5つの集客動線についてお伝えしますが、常にお客様の入り口は複数準備しておきましょう。

そして無料集客だけではなく有料集客も使いながらスピードアップすることをお勧めします。

優良集客とは「広告」を使って集客をすることです。



お友だち登録した人＝リスト

リストを沢山集めておくことで売上を最大化することができるようになりますとともに、あなたが伝えたいことを伝えたいタイミングで届けることができるようになります。

ここでなぜメルマガではなくLINEなのか？ということです。

簡単に言えば、SNSの普及で人々は文章を読まなくなったからです。

LINEの方が届きやすい媒体であることが最大の理由になります。

せっかく配信している内容も見てもらえなかったら意味がないので、LINEは必ず導入するようにしましょう。

オススメ度

▲ 集客1 Instagram ★★★★★



スポーツ集客と相性の良いのがInstagramです。ターゲットの年齢や属性にもよりますが、文章を読む習慣がなくなっていますので写真や動画で訴求できるSNS、そしてスポーツは動きのあるものと相性が良い傾向にあります。週4回以上の投稿を継続していきましょう。広告を使うことでよりターゲットにリーチすることができます。

オススメ度

▲ 集客2 Facebook ★★★★★



最近ではFacebookを使っていない人も多いですが、実は広告機能がとても優秀な媒体でもあります。そしてFacebookを見ている人は比較的精読率が高めなのも特徴です。こちらで広告を出稿することで、同時にInstagramやmessengerでも広告が配信されるようになります。1日100円から出稿することができますので、最初に広告に取り組む場合はFacebookから始めることを推奨します。ターゲットをしっかりと設定することで、集客スピードが圧倒的に速くなりますのでぜひ取り組んでみてください。

オススメ度

▲ 集客3 Twitter



SNSの中で最も情報の拡散性が高いのがTwitterです。

秘匿性も高いのでママさん層には抵抗のある方も多いため、あなたのターゲットに合わせて使いましょう。Twitterからの成約率は比較的低い傾向にありますが、こちらでも広告を使うことでよりターゲットに配信することが可能になります。拡散性の高さを上手に利用していくことでLINEへ誘導することができます。

4回以上の投稿を継続していきましょう。

広告を使うことでよりターゲットにリーチすることができます。

また、Twitterは競合やターゲットの悩みをリサーチする際にも活用できます。先に述べたように、秘匿性の高い媒体でもありますので、本音を吐いているツイートが多いです。

そういった声を拾っていくのも大切なリサーチの一つですね。

わずか140文字で伝えることは難易度が高いですが、拡散スピードに期待するのであればTwitterはオススメです。

オススメ度

▲ 集客4 チラシ戦略



最近でも見かけるポスター集客ですが、ここで大事なことを1つお伝えしますね。お問い合わせは全てLINE登録に一本化することです。その場でQRコードを読み取って友だち登録をしてもらうことに意味があります。そして「登録することで何か良いことがある」ここをしっかりとロイキする必要があります。

例えば、登録して体験申込をしてくれた人には〇〇プレゼント。

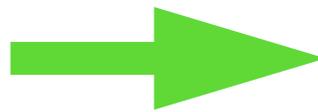
〇〇な特典が。

広告集客よりも簡単でハードルが低いのですが、登録してもらうという目的を忘れてはいけません。

オススメ度



▲ 集客5 ポスター戦略



ポスターと同じで、LINE登録へ誘導することが必須です。

ただ1つ異なるのが、お客様から近寄ってくる形ではなくこちらからチラシを配りに行く形なので、成約率は低いです。

印刷からポスティングまで委託しても10円もかからずに配布できますが、費用対効果を考えて使うようにしましょう。

こちらも同様にLINE登録をするメリットをしっかりと伝えることが大切です。



広告集客
(おまけ)

—Step18—



広告の基礎

ここでは広告の基礎をお伝えしますが、必ず使う必要はありません。広告を使うことで集客はスピードアップできますが、難しいと感じている人が多いのも事実です。正しい知識を持って運用することで、無駄に費用をかけることがなくなりますので、まずは基礎を学んでください。

▲ 必ず抑えておくべきワード

消化金額 広告を出稿する際に、1日の予算を設定することができます。若干のズレはあるものの1,000円を消化するように広告を表示する仕組みになっています。設定金額よりも大幅に消化するようなことはありません。(数十円のズレは生じます)

インプレッション 広告が表示された回数。

クリック数 予算内で1日にクリックされた回数が表示されます。

CPM インプレッション単価と言い、広告を1000回表示するのにかけた費用のことを指します。

CPC コストパークリックと言い、クリック単価になります。1回のクリックにかけた広告費です。1日の予算が1,000円で、1日のクリック数が50の場合、CPCは20円になります。

$$\text{CPC} = \text{費用} \div \text{クリック数}$$

CPA コストパーアクションと言い、リスト単価になります。1人がLINE(もしくはメルマガ等)登録するのにかけた広告費になります。1日2人が登録した場合CPAは500円になります。

$$\text{CPA} = \text{費用} \div \text{登録数}$$

Facebook広告について

多くの人知らない
境界線を暴露します。

なぜ9割の指導者が
スポーツを仕事にできないのか？

期間限定
0円
1,280円

スポーツ×ビジネス
日本のボランティア指導
から紐解く

なぜ9割の指導者が
スポーツを本業に
できないのか？

元フェニシング日本代表
二田紀子

利権100円で加入し
高収入の業界で働く
ボランティア指導者
もいるんですか？

スポーツ指導の
新しい考え方

nf-kidspro55.xyz
【スポーツをお仕事にしたい人限
定】先着500名限定

詳しくはこちら

✓ クリエイティブ

広告で最も大事な部分がこのクリエイティブになります。たくさんの情報が流れていく中で、ターゲットの目に止まるものを作成しないとイケません。

このクリエイティブ次第では広告の数値が2倍にも3倍にも変わりますので、コピーとデザインが重要になります。

ここをクリック
するとLPに

✓ ターゲティング

誰をターゲットとして広告を回すのか？
ここを設定していくわけですが、

コンバージョン／目的

マーケティングの目的は？

- 投稿へのエンゲージメント
投稿のリーチとエンゲージメントを増やします。
- 動画再生数
動画を宣伝して注目を集めます。
- ウェブサイトトラフィック
ウェブサイトへのアクセスを増やします。
- リーチ
できるだけ多くの人に広告を配信します。
- ウェブサイトコンバージョン**
ウェブサイトで何かを購入するなど、重要なアクションを促します。
- メッセージ
MessengerやInstagramでの利用者からの問い合わせを増やす。
- ページへの「いいね！」
ページのリーチとエンゲージメントを増やします。

画像

テキスト

タイトル

国や地域

年齢

性別

- ・興味関心
- ・行動パターン
- ・子どもの年齢等

配信先

日予算

広告掲載期間

支払い設定



コンバージョン／目的

① 画像

② テキスト

③ タイトル

国や地域

年齢

性別

- ・興味関心
- ・行動パターン
- ・子どもの年齢等

配信先

日予算

広告掲載期間

支払い設定

① 画像

canvaのFacebook広告テンプレートで作成すると、サイズも綺麗におさまります。広告主の顔が見えると反応は良くなりますので、できるだけ本人写真を使うことをお勧めします。

① テキスト

最初の3行目までが大事です。その続きを読んでもらうための3行（コピー）を意識するようにしてください。

テキストの最後には、LPのURLを貼り付けましょう。

ただし、最近ではこのテキストも読む人が少ないため、やはり画像でどれだけ訴求できるかが非常に大事になってきます。

① タイトル

テキストを読まなくてもクリックしたくなるような「タイトル」を意識していきましょう。

ただし、文字制限があるため、「限定性」を意識したタイトルをつけるとクリック率が高くなります。

含める地域
米国

除外する地域
除外する地域を入力

年齢
13 65+

性別
すべて 男性 女性

コンバージョン／目的

- ① 画像
 - ② テキスト
 - ③ タイトル
 - ④ 国や地域
 - ⑤ 年齢
 - ⑥ 性別
 - ⑦ 興味関心
 - ・ 行動パターン
 - ・ 子どもの年齢等
 - ⑧ 戦略
 - ⑨ 日予算
- 広告掲載期間
支払い設定

次の条件に一致するユーザーを含める:

子ども

子どもがいる(すべて) 父親/母親	201,000,000 ~ 236,000,000 利用者	+
子どもがいる人(13~17歳) 父親/母親	19,000,000 ~ 23,400,000 利用者	+
子どもが生まれたばかりの人(0~12か月) 父親/母親	4,870,000 ~ 5,720,000 利用者	+
子どもがいる人(3~5歳) 父親/母親	4,370,000 ~ 5,140,000 利用者	+

スレッドへの最適化が利用可能になりました。キャンペーン結果にはリンククリックが表示されますが、メッセージ関連の指標は表示されません。

詳細を確認

広告配信への最適化

コンバージョン数の最大化(推奨)
ウェブサイトコンバージョンを最大限に増やせるよう適切な人に広告が配信されます。これはすべてのコンバージョン値が同等である場合に適したオプションです。

インプレッション数を最大化
表示回数ができるだけ多くなるように広告が配信されます。

リンククリック数の最大化
広告をクリックする可能性が高い人に広告が配信されます。

デイリーユニークリーチを最大化
ターゲットに1日1回まで広告が配信されます。

入札戦略

最大数量
予算に対して結果または購入金額を最大限に高めます。

入札価格上限
オークションで入札する最高金額を設定します

課金対象

インプレッション

ここでは誰に広告を表示させるかを設定していきます。

オーディエンスを設定する際は、ペルソナの生活に入り込んで行動パターンや興味関心を設定するようにしましょう。

最初は日予算500円~1.000円でスタートしてテストをしてみることをおすすめします。

← 予算と掲載期間 →

キャンペーン予算

毎日 通算

¥500 JPY

実際の消化金額は日に異なる可能性があります。

掲載期間

広告を継続的に掲載

今すぐ開始 後で開始

広告は今日から継続的に掲載されます。



LP & HP作成 WordPress

—Step 19—



エックスサーバー & WordPressの導入

では何を使ってどのように作成していくのか？という話に移ります。

LP作成の講座では、ペライチをご紹介しましたが、ここではエックスサーバーとWordPressをご紹介します。

ペライチで、料金を支払ってページの追加をしていただいても良いのですが、すると料金はこの方法とさほど変わりません。

あとは、この方法だとページ制限がないため、この先、別の講座をセールスをする時に別のレターを作成したり、サイト上でコンテンツを作成して公開するなど、使える機会がたくさんあるかと思えます。

ペライチのようにテンプレ式ではありませんが、今から操作に慣れていった方が将来的に役立つと思いますので、ぜひ導入してみてください。

▲ エックスサーバーとWordPressとは？

ざっくり説明すると、まず、セールスレター含めホームページなどは、レンタルサーバーを使用しなければネット上への公開ができません。

この、レンタルサーバーの会社がエックスサーバーです。

そしてWordPressとは、簡単に言うと、記事やサイトの作成・管理ができるソフトで、世界中で使用されている最もポピュラーなツールです。

つまり、WordPressで作成した記事を、エックスサーバーを使用してネット上に公開するということになります。

最初は、何のことやらさっぱり…という感じかもしれませんが、とにかくまずは、ここに記載した通りにやってみましょう！

▲ エックスサーバー

ではまず、エックスサーバーから解説します。

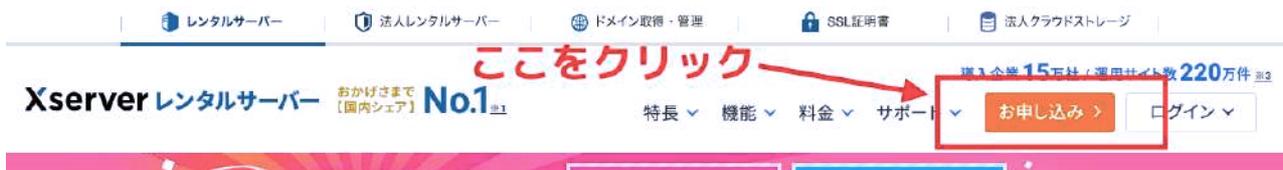
画像を載せて説明していますが、ちょこちょこ仕様変更があるのでまったく同じ画面ではないかもしれません。

ですが、ワケがわからなくなるほどガラッと変わることはないはずですので、似通った部分をクリックして進めてみてください。

【1】 契約

まず、エックスサーバーを契約しましょう。

Xserver公式サイト → <https://www.xserver.ne.jp/>



サーバーID ? **必須** **xs846308** ✎ **自分で決める**

プラン **必須**

人気No.1		
スタンダード	プレミアム	ビジネス
月額 990円 ~	月額 1,980円 ~	月額 3,960円 ~
vCPU (リソース保証) 6コア	vCPU (リソース保証) 8コア	vCPU (リソース保証) 10コア
メモリ (リソース保証) 8GB	メモリ (リソース保証) 12GB	メモリ (リソース保証) 16GB
容量 300GB	容量 400GB	容量 500GB

こちらを選択

ドメインを取得してすぐにWordPressブログを始められる！
✓WordPress新規設置 ✓独自SSL自動設定 ✓ドメイン取得・設定

WordPressクイックスタート ? **任意**
(WordPressの一括設定無料オプション)

本オプションに関するご注意：

- お支払方法はクレジットカード払い・翌月後払いのみとなります。
- お申し込みと同時にサーバー料金のお支払いが発生します。
- 10日間無料のお試し期間はありません。**
- サーバーの移転には対応していません。

チェック入れない 利用する

クリック

Xserverアカウントの登録へ進む

次のページで・・・

サーバーIDを「自分で決める」ことができますが、
デフォルトのままで大丈夫です。



『Xserver レンタルサーバー お申し込みフォーム』が表示されるので、
必要事項を記入し、「次へ進む」をクリック。



メールが届くので、メール内の指示に従ってください。



「サーバーアカウント設定完了のお知らせ」
というメールが届いたら、サーバーが使えるようになります。

※設定完了まで最大で24時間かかると表記されていますが、
数分で完了メールが届くことが多いです。

【2】 独自ドメインを取得する

ドメインというのは、インターネット上の住所みたいなものです。

検索して出てきたサイトを開くと、スマホでもPCでも画面最上部に、

https://○○○○.com/〜〜

のようにURLが表示されますよね。

(.comの部分は、.net .jp .xyz など、サイトによって様々です。)

この、○○○○.comの部分を「ドメイン名」と言い、世の中に同じものは存在しません。

この部分に表示させる、オリジナルのドメイン名を取得しましょう。

① 『Xserverアカウント』にログインする

トップページから、申込みフォームでご自身で決めて入力したパスワードでログインしてください。

The screenshot shows the Xserver website header with navigation links: レンタルサーバー, 法人レンタルサーバー, ドメイン取得・管理, SSL証明書, 法人クラウドストレージ. Below the header, there's a banner for 'レンタルサーバー おかけさまで【国内シェア】No.1' and a 'ここをクリック' (Click here) prompt. A dropdown menu is open, showing options: Xserverアカウント, サーバーパネル, ファイルマネージャ, WEBメール. A red arrow points from the text 'ここをクリック' to the 'Xserverアカウント' option. Below the dropdown, there are promotional banners for a 19th anniversary campaign and a Twitter contest. At the bottom, there's a price banner: '半額 キャッシュバックで 利用料金 実質 495円~' and '契約特典 .com .net などから選べる ドメイン永久無料'.

② 『ドメイン取得』をクリック

サーバー

サーバーID	契約	プラン	サーバー番号	利用期限	操作
xs266736	試用	X10	sv12734	2021/09/13 止 期限満了	ファイル管理 サーバー管理 ...

ドメイン

ここをクリック → **ドメイン取得** | ドメイン移管

ご利用中のドメインはありません。

SSL証明書

ご利用中のSSL証明書はありません。

サポート

③ ドメイン名にしたい文字を入力

Xserverドメインのお申し込み

新規取得 | 一括取得 | 移管申請 (登録事業者の変更)

ご希望のドメイン名を入力してください。
http://wwwなどは付けず、独自ドメイン名のみをご入力下さい。

※ドメインは半角英数字とハイフンでご入力ください。「.com」「.net」「.jp」「.都道府県.jp」は日本語での入力も可能です。
※日本語ドメインのお申し込みは、「.com」「.net」「.jp」「.都道府県.jp」のみ承っております。

自身のコンテンツに合った名前を英字で入力

www 取得したいドメインを入力

全選択/解除

com | net | jp | xyz | site | online | info

org | co.jp | fun | biz | me | ne.jp | blue

このどちらかが一般的です

「使えないドメイン名です」などと表示された場合、別のドメイン名を入力し直して再度検索してください。

お伝えした通り、世の中に同じものは存在しませんので、既に誰かが使用しているドメイン名は使用することができません。

使えるドメイン名の場合、そのまま支払方法を選択し、決済画面に進みます。

支払いが終わればドメインの取得は完了です。

※ドメイン取得料金は、.comの部分は何にするかでも金額が違い、通常1,200円前後で、年1回同じくらいの更新料がかかります。キャンペーンを開催していることも多く、安く取得できる場合もあります。

【3】ドメインをサーバーに反映させる

① 『サーバーパネル』にログインする

ログイン情報は、「サーバーアカウント設定完了のお知らせ」のメール内に記載されています。

「Xserverアカウント」のログイン情報でもログインできます。

The screenshot shows the Xserver website interface. At the top, there are navigation links: レンタルサーバー, 法人レンタルサーバー, ドメイン取得・管理, SSL証明書, and 法人クラウドストレージ. Below this, there's a banner for 'レンタルサーバー おかげさまで【国内シェア】No.1' and a 'ここをクリック' (Click here) section with a dropdown menu containing '特長', '機能', '料金', and 'サポート'. To the right of this menu are buttons for 'お申し込み' and 'ログイン'. A red arrow points from the 'サポート' dropdown to a secondary dropdown menu that is open, showing options: 'Xserverアカウント', 'サーバーパネル' (highlighted with a red box), 'ファイルマネージャ', and 'WEBメール'. Below the banner, there are promotional offers for a 19th anniversary campaign, including Amazon gift certificates and a 495 yen price point.

もしくは、「Xserverアカウント」にログインして、下記部分をクリックすることでもサーバーパネルに入れます。



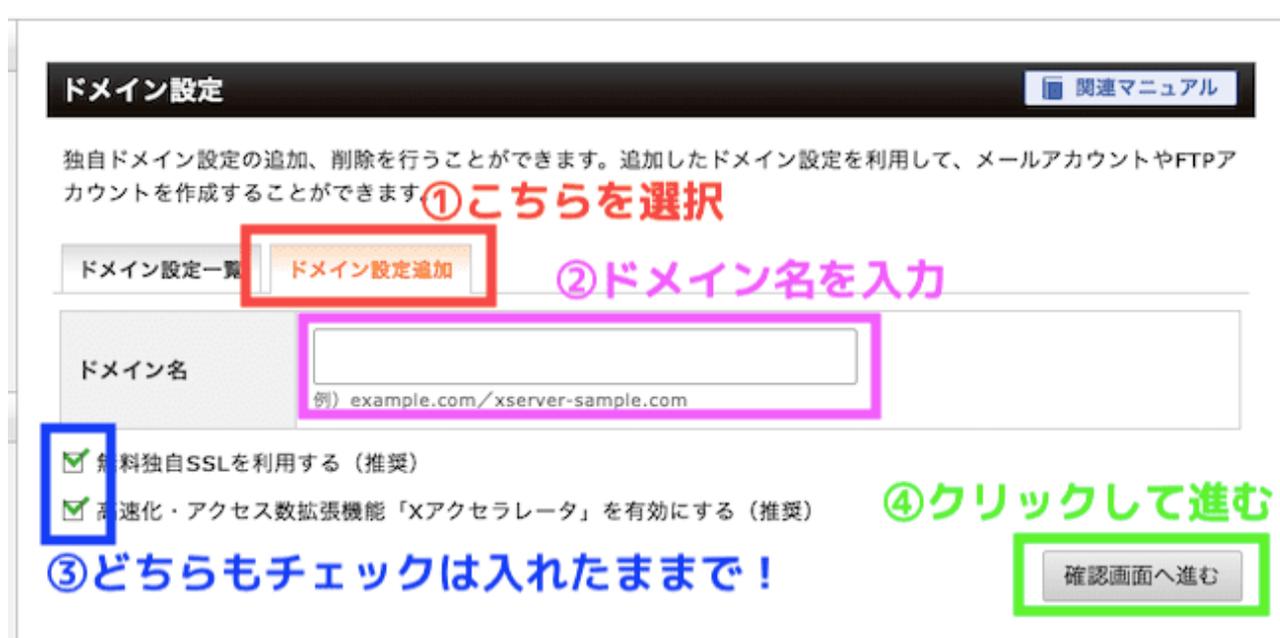
② 「ドメイン設定」をクリック



③ ドメインを設定する

青枠の は必ず入れてください。

特に「無料独自SSLを利用する」にチェックを入れないと、通信が保護されず、サイトが危険に晒される可能性があります。



XSERVER レンタルサーバー サーバーパネル ServerPanel [トップ](#) [マニュアル](#) [ログアウト](#)

アカウント

- パスワード変更
- サーバー情報
- バックアップ
- Cron設定
- SSH設定
- 二段階認証設定

ホームページ

- アクセス制限
- エラーページ設定
- MIME設定
- .htaccess編集

ドメイン設定 [関連マニュアル](#)

独自ドメイン設定の追加、削除を行うことができます。追加したドメイン設定を利用して、メールアカウントやFTPアカウントを作成することができます。

[ドメイン設定一覧](#) [ドメイン設定追加](#)

以下のドメイン設定を追加しますか？

ドメイン名	<input type="text"/>
無料独自SSL設定	追加
Xアクセラレータ	有効にする

クリック

[戻る](#) [追加する](#)

これで、サーバーにドメインを反映させる作業は終了です。

「ドメイン設定の追加を完了しました」というページが表示されますが、実際には、完了まで数分～1時間程度時間がかかります。

完了ページに表示されているご自身のURLをクリックすると、「無効なURLです」と表示される場合は反映待ち状態なので、反映されるまで待ちましょう。

WordPress

次に、エックスサーバーとワードプレスを連携させます。

【1】エックスサーバーにWordPressをインストールする

①エックスサーバーのトップページから「サーバーパネル」にログインします。

②下の方にある「WordPress簡単インストール」をクリック。

※ MIME設定		※ エラーログ
※ .htaccess編集	データベース Database	高速化 Speeding Up
※ サイト転送設定	※ MySQL設定	※ Xアクセラレータ
※ アクセス拒否設定	※ MySQLバックアップ	※ サーバーキャッシュ設定
※ CGIツール	※ MySQL復元	※ ブラウザキャッシュ設定
※ 簡単インストール	※ phpmyadmin(MySQL5.7)	
※ Webフォント設定	PHP PHP	セキュリティ Security
※ ads.txt設定	※ PHP Ver.切替	※ WAF設定
 WordPress	※ php.ini設定	
※ WordPress簡単インストール		
※ WordPress簡単移行		
※ WordPressセキュリティ設定		

Xserver SERVER-PANEL © 2003-2021 Xserver Inc.

※ **ここをクリック**

次の画面でドメインを選択します。

エックスサーバーから、「~~~~.xsrv.jp」というドメインが無料で付与されていますが、それではなく、先ほど作成した独自ドメインを選択してください。

③アカウント情報を入力

WordPress簡単インストール 関連マニュアル

WordPressを簡単に設置することができます。

インストール済みWordPress一覧 **WordPressインストール** ← **こちらのタブを選択**

設定対象ドメイン []

バージョン WordPress 日本語版 5.8

インストール済みWordPress一覧 **WordPressインストール**

設定対象ドメイン []

バージョン WordPress 日本語版 5.8
※同バージョンのマイナーアップデートが公開されている場合は、自動で更新します。

サイトURL [?] http:// [] / [] **そのままOK**

ブログ名 [?] [] **とりあえずの名前でOK。後で変更可。**

ユーザー名 [?] []

パスワード [?] [] **WordPressにログインする時必要**

メールアドレス [?] [] **メールアドレスを入力**

キャッシュ自動削除 ONにする OFFにする
両方このままで!
WordPressのキャッシュを一定間隔で削除します。

データベース 自動でデータベースを生成する 作成済みのデータベースを利用する
WordPressに利用するデータベースの作成や設定が自動的に行われます。
※本機能を用いて生成されたデータベースに関する情報は、「WordPress簡単インストール完了画面」に表示されます。

全部入力したらクリック 確認画面へ進む



次の画面で、入力した情報に間違いがないか確認し、「インストールする」をクリック。

これでWordPressのインストールは完了です。

ドメイン設定の時と同様、完了まで数分～1時間程度時間がかかります。

完了ページに表示されているご自身のURLをクリックすると、「無効なURLです」と表示される場合は反映待ち状態なので、反映されるまで待ちましょう

反映が完了すると、URLをクリックすると下記のようなWordPressへのログイン画面が表示されます。

The image shows the WordPress login interface. At the top center is the WordPress logo, a blue circle with a white 'W'. Below the logo is a white rectangular form with a light gray border. Inside the form, there are two input fields: the first is labeled 'ユーザー名またはメールアドレス' (Username or email address) and the second is labeled 'パスワード' (Password). To the right of the password field is a blue eye icon for toggling visibility. Below the input fields is a checkbox labeled 'ログイン状態を保存する' (Remember me) and a blue button labeled 'ログイン' (Log in). Below the form, there is a link that says 'パスワードをお忘れですか?' (Forgot your password?) and a link with a left arrow and the text 'へ移動' (Go to).

完了ページを閉じてしまった場合、次のページで紹介する流れでログインすることができます。

完了ページを閉じてしまった場合の WordPressへのログイン方法

エックスサーバー「サーバーパネル」にログイン



「WordPress簡単インストール」をクリック



独自ドメイン名右横の「**選択する**」をクリック



そのページ内に表示されている「管理画面URL」をクリックすると、前のページで紹介したようなWordPressへのログイン画面が表示されます。

簡単インストールで設定した、ユーザー名とパスワードでログインしてください。

※上記方法で毎回ログインするのは面倒ですので、WordPressにログインしたらブックマークしておきましょう。

【2】SSL設定をする

エックスサーバーのドメイン設定で、

『「無料独自SSLを利用する」にチェックを入れないと、通信が保護されず、サイトが危険に晒される可能性があります。』

と言いましたが、WordPressの方でも設定が必要です。

下記の通り進めて設定してください。

WordPressにログイン



左サイドバーのメニューから「設定」→「一般」をクリック



「WordPress アドレス (URL)」

「サイトアドレス (URL)」

この2ヶ所の「http」部分を「https」に変更
(httpの後ろに「s」を入力すればOKです)



一番下の「変更を保存」をクリック

これで通信は保護されました。

ブラウザ上部に表示されているご自身のURLの一番左に、鍵マークが表示されていればOKです。

【3】 サイト名を変更したい場合

WordPress簡単インストールの情報入力の際、「ブログ名」は後で変更できるのでとりあえずの名前でOKと言いましたが、変更する場合、同じ画面から変更できます。

左サイドバーのメニューから「設定」→「一般」をクリック

その画面内の、「サイトのタイトル」の欄に表示されているタイトルを変更してください。

WordPressの設定

WordPressを使い始めるにはいくつか設定が必要ですので、まずはそれらの設定を済ませます。

やることがたくさんあるように感じるかもしれませんが、1つ1つの作業は単純ですので、坦々と進めて終わらせてしまいましょう。

▲ テーマの設定

テーマとは、ワードプレスのデザインや操作を司るファイルテンプレートのことで、無料・有料のもの含めて何千ものテーマが存在します。

閲覧するサイトのデザインが様々なのは、このテーマによるところも大きく、テーマによって、できることできないことが異なります。

ここでは無料で使用でき、無料とは思えないほど機能性が高い『Cocoon』をご紹介します。

Cocoonは国産で、マニュアルもしっかりしていること、また、利用者が多いためCocoon使用に関するブログを書かれている方も多いため、つまづいた時にググれば解決しやすい点もお勧めポイントです。

元々はブログ構築用に開発されたテーマですので、皆さんは使用しない機能もかなりありますが、必要な操作だけに絞ってご紹介します。

使用しない部分に関しては、まずは覚えていただかなくて大丈夫！

まずは基本操作のみを覚えて、レターを作成できるようになりましょう。

その後、興味があれば、別のテーマを調べて導入していただいても良いかと思えます。

【1】 Cocoonをダウンロードする

下記公式サイトからCocoonをダウンロードしてください。

Cocoonダウンロードページ → <https://wp-cocoon.com/downloads/>

”Ccoonテーマ”をダウンロード

”Ccoon子テーマ”をダウンロード

から、**必ず2つ**ダウンロードしてください。

【2】 WordPressにインストールする

①WordPressダッシュボードにログインして、左サイドメニューの「外観」→「テーマ」をクリック。

② 上部の「新規追加」→「テーマのアップロード」の順にクリック。

③ 「ファイルを選択」をクリックして、ダウンロードした”Cocoonテーマ”を解凍せずzipファイルの状態を選択
➔ 「今すぐインストール」をクリック。

④ テーマのインストールが完了しました と表示されたら、「テーマのページに戻る」をクリック。

⑤ 再び「テーマのアップロード」をクリックし、今度は”Ccoon子テーマ”を、親テーマと同じようにアップロードします。

⑥ テーマのインストールが完了しました と表示されたら、今度は「有効化」をクリックします。

「外観」→「テーマ」の画面で、下記のようにCocoonが2つ並び、
”Cocoon Child”の方が有効になっていればOKです。



▲ パーマリンク設定

パーマリンクとは、ページごとの個別URLのことです。

例えばですが、<https://dance-kids.com>

というWebサイトURLがあったとします。

ここにページを複数作成していくと、ページごとに、

<https://dance-kids.com/○○○○>

<https://dance-kids.com/△△△△>

<https://dance-kids.com/◇◇◇◇>

というように、ページごとに異なるURLが末尾に設定されます。

この末尾の部分をパーマリンクと言い、この部分を、ページを作成するごとに自分の好きなように設定できるようにしておきます。

- ① 左サイドメニューの「設定」→「パーマリンク」をクリック。
- ② 「投稿」を選択して、「変更を保存」をクリック。

実際にどう設定するかは、基本操作の紹介で後ほどお伝えします。

Cocoon設定

Cocoon設定では、Cocoonテーマを使用する際、使用する機能しない機能の設定、表示項目の設定など、様々な調整ができます。

Cocoonは多機能なため、Cocoon設定の画面を開くとタブがたくさん並んでいて混乱しそうになるかもしれませんが、皆さんに必要な設定だけに絞ってお伝えしますので、他の部分は気にせず触らずで大丈夫です。

では、左サイドメニューから、「Cocoon設定」→「Cocoon設定」を開いてください。

その中に並んでいるタブの中から、**設定が必要なタブ**を紹介します。他はデフォルトのままで大丈夫です。

※設定変更時には、各タブで必ず最後に「変更をまとめて保存」をクリックしてください！

【1】スキン

通常、1テーマにつき1デザインなのですが、CocoonはCocoonの中にもさらにデザインが複数用意されており、それをスキンと呼びます。

皆さんの場合、サイトを構築するわけではなく、1ページ単独での表示しかしませんので、一番上の「なし」で問題ありません。

一覧の、それぞれのスキンの冒頭にある画像アイコンにカーソルを合わせるとデザインイメージが見れるのと、作者名をクリックすると詳しいページに飛びますので、気になるようでしたら見て変更してください。

皆さんに関係あるとしたら、「見出し（サブヘッド）」のデザインになります。

サブヘッドは、Canvaなどで画像として作成してデザインしたものを取り込んだ方が、オリジナリティが出て良いのですが、もし、ワードプレスの機能を使用するのであれば、スキンによってデザインが違います。

【2】 全体

サイドバーの表示状態 → 「固定ページで非表示」を選択。

【3】 固定ページ

①コメント設定 → 「コメントを表示する」のチェックを外す。

②パンくずリストの配置 → 「表示しない」を選択

【4】 本文

一番下の「投稿情報表示設定」 → すべてチェックを外す。

【5】 目次

「目次を表示する」のチェックを外す。

【6】 SNSシェア

トップシェアボタン・ボトムシェアボタン共に、シェアボタンを表示のチェックを外す。

【7】 SNSフォロー

「本文下のフォローボタンを表示する」のチェックを外す。

【8】 ブログカード

内部ブログカード設定・外部だろぐカード設定ともに、「ブログカード表示を有効にする」のチェックを外す。

【9】 アピールエリア・おすすめカード・カルーセル

すべて「表示しない」が選択されているか確認してください。。

【10】 フッター

ここは自由ですが、下記のようにしておくと思います。

① フッター表示タイプ

→「メニュー&クレジット（中央揃え）」を選択

② クレジット表記

→著作権者表記は記入せず、真ん中の「Copyright@2022〜〜〜」を選択。

※実際には、レターでは記事作成時に表示させないように設定するので何でも良いです。後にレター以外で使用する場合の参考にしてください。

【11】 モバイル

モバイルメニュー → 「ボタンを表示しない」を選択。

【12】 管理者画面

① 投稿一覧設定

管理画面でどの項目を表示させるかです。右のように3ヶ所チェックを入れれば良いと思いますが、自分の好みがあれば適宜変更してください。

② 管理者パネル

管理者パネルの表示 → 「表示しない」を選択。

- 作成者を表示する
 - カテゴリーを表示する
 - タグを表示する
 - コメントを表示する
 - 日付を表示する
 - 投稿IDを表示する
 - 文字数を表示する
 - PVを表示する
 - アイキャッチを表示する
 - メモの内容を表示する
- ① 投稿一覧テーブルのカラム表示

【13】 エディター

「Gutenbergエディターを有効にする」のチェックを外す。

Gutenbergというのは、2018年頃に新しく発表された新しいエディターで、ブロックエディターとも言います。

従来型をクラシックエディターと言い、クラシックは、一枚のページに文字や画像を入れていく、Wordのようなスタイルの入力形式で、Gutenbergは、文字ブロック、画像ブロック、のように、表示したいスタイルのブロックを挿入して組み合わせていく入力形式です。

ググれば情報はたくさん出てきますので、使いたい方を使っていただいて構いませんが、特に凝ったサイトを作るわけではないので、ここでは、比較的操作が楽なクラシックエディターを使用する前提で話を進めます。

今後、Gutenbergを使用したい場合は、ここにチェックを入れてください。

▲ プラグインの設定

プラグインとは、簡単に言うと拡張機能のことです。

用途に合わせて機能を追加でき、膨大な数のプラグインがあるのですが、皆さんがレターを作成する場合、まずは1つのプラグインのみでOKです。

デフォルトで、

- ・ Akismet Anti-Spam
- ・ Hello Dolly
- ・ TypeSquare Webfonts for エックスサーバー

が入っていますが、すべて使用しませんので、目障りなら削除しても構いません。

【1】 Advanced Editor Toolsをインストールする

- ① 左サイドメニューの「プラグイン」→「新規追加」をクリック。
- ② 検索窓に「Advanced Editor Tools」と入力し、表示されたら「今すぐインストール」をクリックして「有効化」します。

The screenshot shows the WordPress plugin repository interface. At the top, there's a search bar with the text 'Advanced Editor Tools' entered. A red box labeled '1' highlights the search bar. Below the search bar, there are two plugin cards. The first card is for 'Advanced Editor Tools (previously TinyMCE Advanced)' and has a red box labeled '2' around the '今すぐインストール' (Install Now) button. The second card is for 'Advanced Ads - Ad Manager & AdSense'.

似たような名前のプラグインも表示されますので、上記と同じものか確認してインストールしてください。

【2】 Advanced Editor Toolsの設定

Advanced Editor Toolsは、記事作成時に、文字色の変更やスタイル変更などが、ボタン一つでできるようになるツールです。

ここで設定したボタンが、記事作成画面の上部に表示され、使用できるようになります。

ご紹介する設定で問題なく使用できるはずですが、使用していて変更が必要であると思えば、適宜変更してください。

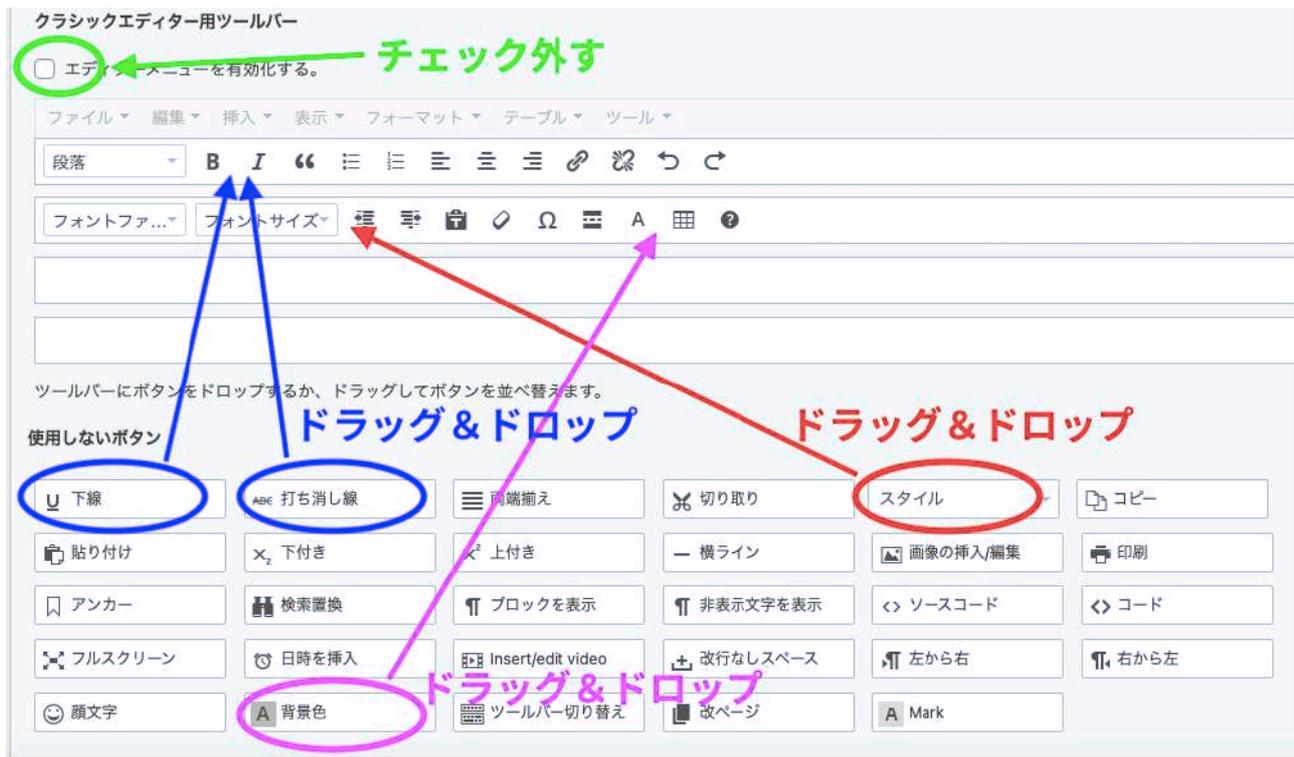
- ① プラグインのページで、Advanced Editor Toolsの「設定」をクリック



- ② 旧エディター (TinyMCE)のタブを選択

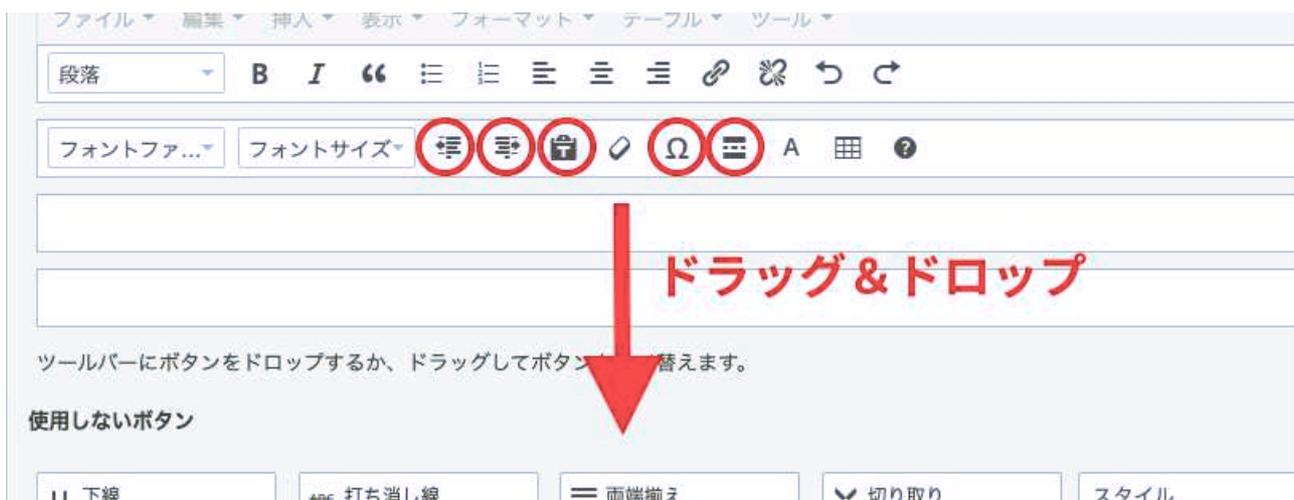


次のページで紹介しているように設定してみてください。



次に、今後使用することはないと想定されるボタンを除外します。

ですが、使わないものに関しては使わなければ良いだけの話なので、わざわざ除外しなくとも放置でも大丈夫です。



最後に「変更を保存」をクリックを忘れずに。

▲ CSSの追加

CSSとは、Webページのスタイルを設定するプログラミング言語です。

という難しいことは覚えなくて全然大丈夫なのですが、1つだけ設定が必要です。

なぜこれが必要かは、基本操作の説明でお話ししますので、とりあえず下記作業だけしておいてください。

- ① 左サイドメニューの「外観」→「カスタマイズ」をクリック。
- ② 一番下の「追加CSS」をクリック。
- ③ 空白欄に、下記をコピー&ペーストして、「公開」をクリック。

↓ 下記をコピー&ペースト ↓

```
/*固定ページタイトル非表示*/  
.page .entry-title{  
  display: none;  
}
```

下記のように表示されていれば大丈夫です。

```
1 /*固定ページタイトル非表示*/  
2 .page .entry-title{  
3   display: none;  
4 }
```

または

```
1 /*固定ページタイトル非表示*/  
2 .page .entry-title{  
3   display: none; }
```

▲ サイトアイコンの設置

サイトアイコンとは、タブに表示される小さなアイコンのことです。



Cocoonテーマを使用していると、デフォルトでこの繭玉のようなアイコンが表示されるようになっています。

このままでも問題ありませんが、オリジナルのアイコンに変更したい場合は、下記手順で変更してください。

- ① 左サイドメニューの「外観」→「カスタマイズ」をクリック。
- ② 「サイト基本情報」をクリック。
- ③ 一番下の「サイトアイコンを選択」をクリックして、お好みの画像をアップロードして設定してください。（画像推奨サイズ 512px × 512px）
- ④ 最後に「公開」をクリック。

※このページでサイトのタイトルも変更できます。

※キャッチフレーズも変更・削除できますが、ページには表示させないよう記事作成時に設定しますので、このままでも消してもどちらでもOKです。

基本的な設定は以上になります。

WordPressの基本操作

では、いよいよWordPressの基本操作の説明に入ります。

▲ 固定ページ作成

記事を作成する場所は、「投稿」と「固定ページ」の2ヶ所ありますが、皆さんが使用するのは「固定ページ」になります。

「投稿」は、ブログのように何記事も公開して、いろいろな記事を行き来できるような記事に使用します。

レターのように、1ページで完結し、1ページのみ表示させたい記事は固定ページで作成します。

固定ページ一覧を開くと、デフォルトで「サンプルページ」が入っていますが、使用しませんのでゴミ箱へ移動して削除して構いません。

では、特定商取引法の表記・プライバシーポリシー・セールスレター3つのページを作成していきましょう。

【1】 特定商取引法の表記のページ作成

1. 左サイドメニューの「固定ページ」→「新規追加」もしくは、「固定ページ」→「固定ページ一覧」→「新規追加」をクリック。
- ② 右サイドバーの「ページ設定」で、ページタイプ「本文のみ（狭い）」を選択。
- ③ 本文入力欄下の「SEO」で「インデックスしない（noindex）」に適宜チェック。

- ④ タイトルに「特定商取引法の表記」と入力。
- ⑤ パーマリンクの編集をクリックして、タイトルや内容に沿った英字に書き換えます。



この①～⑤の手順は、何のページを作成するときでも同じです。

「本文のみ（狭い）」を選択しないと、ページ上下にヘッダー・フッターが表示されたり、幅が広く見づらいページになってしまいますので、これを選択してください。

「インデックスしない」は、ページを検索結果に表示させない機能です。

公開した時点で、すべての記事は検索結果に表示されるよう、Googleエンジンが働きます。

実際には、検索結果に上位表示させるには数々の施策が必要で、簡単には上位表示されませんが、検索結果に表示させたくないページは、ここにチェックを入れます。

※ 他の部分は皆さんには関係ありませんので、触らなくてOKです。

ここでいったん「下書き保存」しましょう。

保存は、作成中、適当にちょこちょこやってください。

⑥ 本文の入力

本文は、基本的にビジュアルモードで入力してください。

テキストモードはHTMLという専門的な表記になっています。



ちなみに、アイコンとして並んでいるのが、プラグインAdvanced Editor Toolsで設定したものです。

まず最初に、タイトルとして「特定商取引法の表記」と入力。

その行にカーソルを当てた状態で、段落 → 見出し2・3・4から好きなものを選択。



見出し1は、タイトルバーの部分のことになりますので、本文内では使用しません。

そして、タイトルバーに入力したものは、記事には表示されませんので、一番最初にタイトルとなる文言を入れます。

※ 本来は表示されますが、レター作成時に邪魔になるため、CSS設定でタイトルが表示されないようにしたため表示されません。

※ プレビューをクリックすると、実際の記事のプレビュー画面が見れます。

改行して、セールスレターの書き方でご紹介したテンプレートに沿って、入力して行ってください。

表形式で書いているサイトが多いですが、項目さえあっていれば、型式に決まりはありません。

テーブルを使用して表を作成するのも良いですが、今後おそらく使う機会がないため、わからない方は無理して使う必要はないと思います。

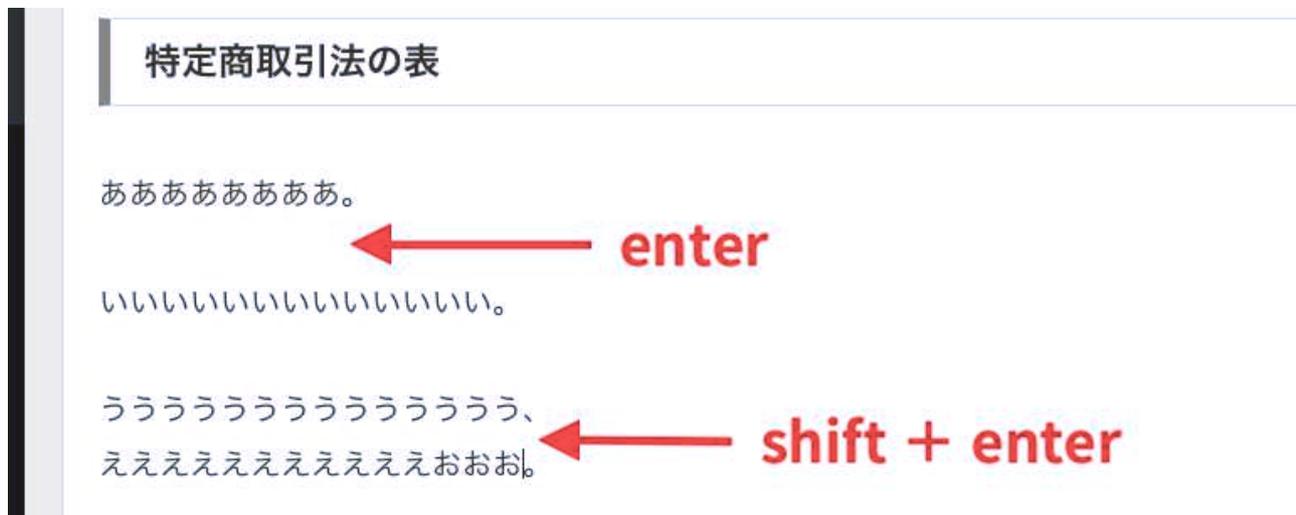
もしどうしても気になるなら、こちらのブログ記事がわかりやすかったので、参考としてリンクを貼っておきます。

>><https://ikuzoblog.com/cocoon-table>

✓ 改行について

改行は2種類あります。

enterのみで使うことがほとんどですが、レイアウトに合わせて適宜使用してください。



プレビューで確認して、問題なさそうであれば「公開」。

9割の人はPCではなくスマホから見ているので、公開したら、最後は必ずスマホでも確認して、おかしいところがあれば修正してください。

✓ PC上でスマホ表示で見する方法

Google Chromeを使用している場合に限りませんが、下記どちらかの方法でスマホ表示ができます。

- ・ スマホ表示したい画面上で右クリック → 検証
- ・ 画面右上の  をクリック → その他のツール → デベロッパーツール

途中途中はこの方法で確認すると便利だと思います。

ですが、実際スマホを手にとって見るのとでは感覚が違いますので、最終的には必ずスマホで見るようにしましょう。

【2】プライバシーポリシー

プライバシーポリシーは、デフォルトで作成されているものの内容を変えて公開して構いません。

全選択して消して、入れ直しましょう。

(全選択 : mac→⌘+A , Windows→control +A)

特定商取引法の表記で紹介した①～⑤の手順は踏んでください。

(パーマリンクはそのまま使えます。)

もし、デフォルトで見当たらない場合は、特定商取引法の表記で紹介した手順で新たに作成してください。

【3】セールスレター

同じように「新規作成」して、①～⑤の手順を踏んでください。

では、セールスレター作成時に使用する機能についてご紹介します。

✓ 画像の挿入

「メディアを追加」→「アップロード」→「ファイルを選択」
→挿入したい画像を選択。

一番最初は、右下の表示設定が右のようになっているかもしれません。

* 配置 : なし → 中央

* サイズ : 中 → フルサイズ

に変更してから「固定ページに挿入」しましょう。

添付ファイルの表示設定	
配置	なし ▾
リンク先	なし ▾
サイズ	中 - 300 x 200 ▾

固定ページに挿入

✓ 改行について

固定ページの横幅は900pxに設定されています。

900px以上だと自動的に調整されますが、900px以下だと記事横幅よりも小さく表示されます。

スマホでは、レスポンシブ表示と言って、自動的にそれぞれのスマホのサイズに合わせて表示されますので、スマホのことは考えなくてOKです。

ここは好みの問題もあり、〇〇pxが正解というのはないのですが、PC表示のことを考えると横幅640px以上はあると見栄えが良いと思います。

そして大切なのは、すべての画像の横幅はサイズを揃えることです。

ガチャガチャしていると、とても見づらく、それだけでも離脱の原因になりかねません。

かといって、持っている画像がすべて同じサイズではないと思います。

その場合、下記オンラインツールを使用すると、簡単にサイズ変更ができますので、使ってみてください。

アカウント登録なども必要なく、無料で使用できます。

画像サイズ変更ツール ➡ <https://www.iloveimg.com/ja/resize-image>

使い方も簡単で、画像を選択して、「ピクセル」のタブを選択し、好みのpxサイズを入力し、サイズ変更された画像をダウンロードするだけです。

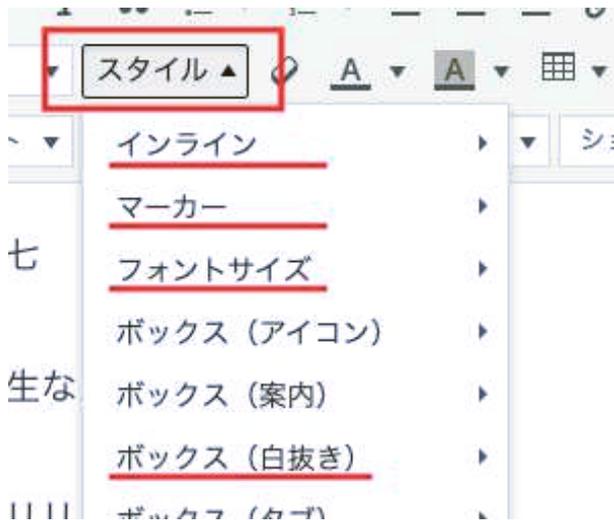
✓ 文字の装飾

装飾したい文字を選択して、アイコンをクリックします。



左から順に、

- ・太文字
- ・アンダーライン
- ・打ち消しライン
- ・イタリック（斜め文字）



- ・インライン
文字に色をつける
- ・マーカー
文字にマーカーや
色付きアンダーラインを引く
- ・フォントサイズ
文字サイズ変更
- ・ボックス
色付きボックスで囲む

他は使用しないと思いますので、紹介は省きます。



- 左：文字色
- 右：文字背景色

2番目の方法は色が限られていますので、もし、他の色を使用したい場合はこの方法で装飾してください。



左から順に、

- ・文字左寄せ
- ・文字中央寄せ
- ・文字右寄せ

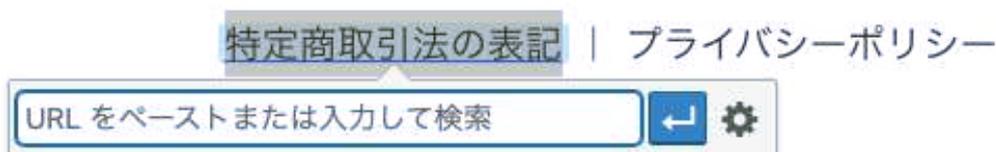


左：リンクの挿入/編集

右：リンクの削除

例として、「特定商取引法の表記」にリンクを貼る場合、まず文字列を選択して、左のクリップマークをクリックします。

その後、表示される窓に、作成した特定商取引法の表記のページURLを入力します。



一番右の歯車マークをクリックして、編集することもできます。

画像にリンクを貼る場合、リンクを貼りたい画像をクリックして選択し、同じ手順で挿入してください。

リンクを解除したい場合も、同じように選択してから、リンク削除マークをクリックします。

基本操作は以上になります。

ご紹介しなかった部分に関しては、使わなくてもレターは作れます。

特に、下記の部分に関しては、ブログ運営に関する機能なので、まったく関係ないので無視で大丈夫です。



もし、使うとしたら「吹き出し」の機能ですね。

これも使い方は簡単で、クリックして画像と文字を入れるだけなので、クリックしてどんな感じか見てみればすぐに使えると思います。

最初は戸惑うこともあると思いますが、使っているうちに必ず慣れていきますので、とにかく書いて使ってみましょう。

ここでお話ししたことが今はよくわからなくても大丈夫です。

まずはとにかく、記事が書けさえすれば良いのです。

どんどん書いてみてくださいね。

わからないことがあれば、

「ワードプレス ○○ やり方 cocoon」などでググってみてください。

最初にもお話ししましたが、Cocoonの使い方について記事を書いているブロガーさんがたくさんいますので、ググれば解決しないことはないと言っても過言ではありません。

Cocoonマニュアルを見てみるのも良いですが、若干、玄人向けに書かれている印象なので、ググった方が親切に教えてくれているブログが出てくるかと思っています。

チェックシート

- あなたの競技（ジャンル）、ターゲットに沿ってリサーチ
- 顧客の悩みや求めているものを軸にペルソナを決める
- 教室のコンセプトと教室名を決める
- 集客用のSNSアカウントを作成する
- プロフィールを整える
- 場所を確保する
- 価格（会費）を設定する
- 限定性を打ち出した売上計画を立てる
- 入会への誘導計画を立てる
- 無料体験生を集める
- アンケート回答を集める
- リストマーケティングを理解する
- LPを作成する
- 会員管理や売上管理表を作成する
- 配信ツールを学ぶ
- Lステップの基本を学ぶ
- 集客の入り口を理解する
- 広告を理解する（おまけ）
- LPやHPを作成できるようになる

最後に

スポーツ教室運営者さんの中で1番多い悩みが「利益が出ない」ことです。スポーツの指導だけではなく、マーケティングの知識がゼロでは運営を継続していくことは難しいです。結果、労力ばかりを使っても利益が増えずに疲弊していく事例をたくさん見てきました。

そんな指導者さんたちのヒントになればと思い、この教材を作成しましたが、一度読んだだけではなかなか理解が難しい箇所もあるかと思います。

そしてスポーツ教室の運営にも、時代に合った戦略は必要です。もしかしたら3年後には、このテンプレートの内容が覆っているかもしれません。

しかし、過去の成功モデルにはある程度決まった型が存在するのも事実です。あなたの教室に必要な部分を抜き取り、役立てていただけますと幸いです。

あなたの教室が繁盛しますように！

最後までお読みいただきまして
ありがとうございました。

株式会社CrosspoJAPAN
代表 二田 紀子