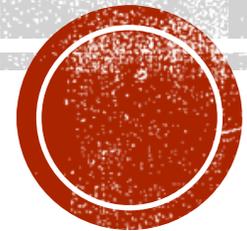


プロモーションコンプリートパッケージ



プロモーションへの流れ

1. 情報発信サイトにメールアドレス取得の仕組み作成（オプトイン）
2. 無料レポート作成
3. プロモーション導入メール
4. 販売開始
5. 開始後メール



短時間でプロモーションを行う為に

- 情報発信サイトの強化
- あらゆる集客手段を利用
facebook・twitter等のSNS
- 短期間でメールアドレスを取得する
無料レポート（新着ランキング1位/e-book大賞）
号外広告



プロモーション実施前のポイント

- アンケートを取り日々リサーチ
- テストモニュアル（声）は必ずもらい常に発信していく
- 仕事と遊び等相反するものを入れていく
4大分野＝マネタイズ、健康、コミュニケーション、スピリチュアル
- 週に1度程度は通常メールを送り枯れないように
- 実施する際のメールアドレス数目標数を決める



プロモーションで外さない為に

- プロモーション開始後予約を取り
予約数で発売時期を決める
- プロモーションが始まったら、緊急性を出す。
「残り少ない」「もう終わりそう」
売れたらうれた。と伝える
- 上位企画を入れる2万10万30万等
- 即金系片手間系はやはり強い



プロモーションで 絶対にしてはいけないこと

- 金曜日から日曜日の間での発売開始
- 見切り発車
- 今まで言っていなかったことを言う
- 販売数が極端に落ちても販売し続ける



プロモーションが失敗しそうなときに

- 販売後情報を打ち続けることが重要

Q&A情報

発信する方向性を変えてみる

- 協力者を探してみる

推薦の声

コンテンツ提供（教材/セミナー）

- 号外広告



プロモーションはみずもの

- 常に最新の情報を入れること
- 初期の段階ではコンサルを入れるとベスト
ただしプロデュース料金等は注意
- 開始前に勝負は8割型決まっている

