

DRMとは？

DRMの特徴とは？

- 少ないコストで最大限の利益を生む手法
- 顧客を大きく取り込む
- リピート
- 計測が容易
- 個人が情報発信を行なう上でDRMは最適

DRMの要素

- 『集客』『教育』『販売』
- 『フロントエンド/バックエンド』
- 『マーケティングファネル』

集客/教育/販売

- 『集客』
顧客情報を取る(メール)
- 『教育』
共感を得てファン化する
反応をもらう
- 『販売』
ファン化した顧客に販売

フロントエンド/バックエンド

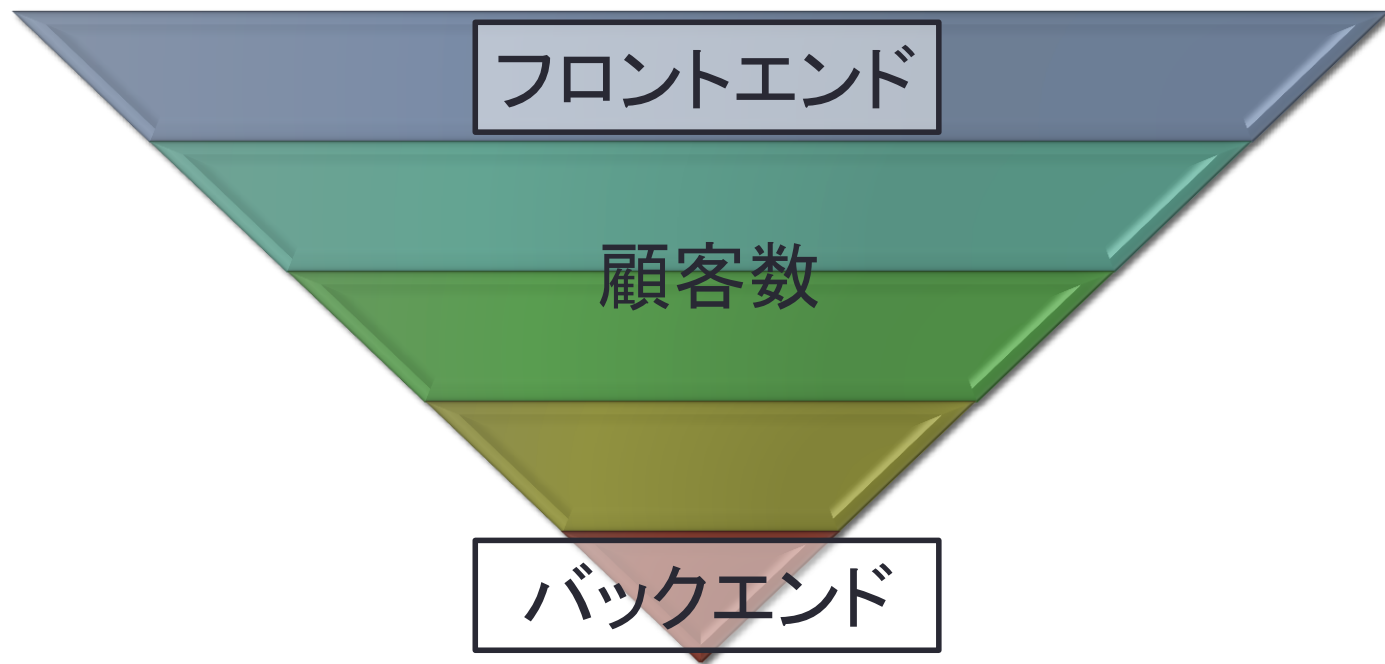
- 『フロントエンド』

無料もしくは低額の商品で多くの顧客を取る
手を抜いてはいけない
しっかり実績を出してもらう(リピート化)

- 『バックエンド』

高額な商品で収益を上げていく
しっかり実績を出してもらう(リピート化)
複数のバックエンドを準備

マーケティングファネル



収益

DRM実践

- メールを利用していくのが情報発信では最適
- 初めは集客(メール取得)に全精力を注ぐ
(無料レポート、SEO、有料広告等)
- ブランド構築から販売
- フロント『What』バックエンド『How』に答える
- 複数のバックエンドを準備していく