



Lineの友達追加から個別相談までの全体像

集客用コンテンツ

① Line友達追加

Line友達追加（特典配布用）

垢BAN対策の為に
特典配布用の
ラインに再度
友達追加してもらう

特典を配布

補足として基本的に①のやり方がおすすめですが、
販売する商品によって年齢層なども違います。
あなたが販売する商品のターゲットにとって
一番都合が良さそうな手段を考えると良いでしょう。

特典配布後15分から30分後に個別相談申し込みフォームを送る理由は
特典配布後すぐは特典の中身をじっくりと見ているので、
その熱量が落ち着いたタイミングで個別相談どうですか？
と送るのが効果的だからです。

15分後個別相談申し込みフォームとLPページを送信

アクションあり（個別相談申し込みゲット）

個別相談申し込み者限定の特典を配布

アクションなし

1日後に再度別の文言や切り口で個別相談申し込みフォームとLPページを送信

個別相談に申し込みしてくれた方への特典は個別相談終了後に送りましょう。
予約だけして特典だけ貰おうとする人を避けるためです。
個別相談やセミナーの途中または終了後に特典を
配布することを事前に告知しておきましょう。
また、個別相談をされた方へのプレゼント配布で
更に友達追加させてプレゼントを配布する方法も有効です。
個別相談を受けた方だけの友達リストと
受けてない方を区別したりすることができます。
ただし、友達追加が合計で3回になるので、
しっかりと説明してあげた方が不信感がなくなるでしょう。

② Line友達追加

メルマガに登録誘導（特典配布用）

垢BAN対策の為にメールアドレスを
ゲットしておく！

メルマガに登録されたメールアドレスで特典を配布する

Lineに15分後個別相談申し込みフォームとLPページを送信

アクションあり（個別相談申し込みゲット）

個別相談申し込み者限定の特典を配布

アクションなし

1日後に再度別の文言や切り口で個別相談申し込みフォームとLPページを送信

②についてはメールアドレスをゲットできたら特典配布以外の
アクションは基本的にLineで行いましょう。
なぜなら、メルマガの開封率が11%でLineの開封率は65%だからです。
目的はあくまでも垢BAN対策のためのリスト取りです。

個別相談申し込みの箇所はセミナー予約フォームにも変更可能です。
個別ではなく1対多数でクロージングする方におすすめです。
ただし、個別相談よりも難易度が高くなるので、
最初は個別相談にしましょう。

1日後に送ってもアクションがない場合は1週間や1ヶ月くらい間を開けましょう。
その間に価値のある情報を発信して距離を詰めましょう。
あまりセールスばかり送るとブロックの原因になるので、
実績者の成果報告や登録者の為になる情報を心がけると良いでしょう。