

Vol. 1
DRM編

Issei Murayama

このレポートでは、DRM についてを解説しています。

DRM の仕組みを作れば、
ネット上に強力かつ安定した仕組みを生み出した事になります。

より、長期的に利益を生み出す仕組みを作る事が、
ビジネス成功の絶対条件です。

僕としては、より長く長期にわたって稼いで欲しいので、
最も安定した利益を生み出す事ができる、
この DRM という仕組みを構築していく事を、強くお勧めします。

ぜひ、DRM の仕組みを構築し、
ネット上に資産を築いていきましょう。

それでは、以下より PDF を読み進めて、
DRM の本髄を学んでみてください。

目次

DRMとは？.....	4
単体の媒体でビジネスをしてはいけない.....	5
DRMのメリット.....	8
DRMの構造.....	9
・集客.....	12
・教育.....	12
・販売.....	13
・FREEの重要性.....	14
リストという概念.....	16
自分のコミュニティを持つ事ができる。.....	17
DRMの最初の目標.....	19
リストというものの捉え方.....	20
リスト数と売り上げの関係性.....	22
全ての媒体の目的はリスト収集.....	23
教育の重要性.....	24
手動と自動の塗り重ねで巨大化させる.....	26
仕組みが完成した後は？.....	28
覚悟を決めて仕組みを作ろう。.....	29

DRM とは？

まず、DRM とはなんなのかを説明しなければいけませんね。

DRM とは、ダイレクトレスポンスマーケティングの略です。

主に、メルマガを使ったビジネスを展開していきます。

自分が売りたい商品を決め、
そのジャンルに興味のある人をメルマガに集め、
メルマガの中で、適した商品を読者に向けて。オファーしていきます。

今、インターネット上には沢山の人が溢れていますが、
その中から、自分の商品に興味がありそうな人を自分の元へ抽出し、
その人たちに直接販売をしていくのです。

ネット上から興味のある人を徹底して引き抜いていき、
そこに適した商品を直接販売する、という方法をとるわけですから、
成約率は、ブログや販売ショップ単体で売る方法などなどに比べ、
あらゆる販売手法の中で圧倒的に高いです。

ちなみに、必ずしもメルマガを使わなければいけない訳ではありません。
メルマガを使わずとも、DRM をすることができます。

でも、僕はやっぱり、
メルマガを利用することをお勧めします。

メルマガでの成約率は、
ブログや facebook、ツイッターを使った成約率とは、
比べ物になりません。

メルマガを読んでもくれる人のメールアドレスさえ
丁寧に保存しておけばいつでもオファーできますし、

メルマガという媒体が削除される心配もありません。

さらに、読者へこちらから直接メールを送れるので、メールを見にきてもらう、ではなく、見させる、という事が可能です。

言い換えると、オファーを見に来てもらう、ではなく、こちらから直接オファーを送れるということです。

これが、成約率にダイレクトに影響して来ます。

待ちと、攻めでは、攻めの方が圧倒的に成約率が高いのは、言うまでもありません。

単体の媒体でビジネスをしてはいけない

僕は、ネットビジネスをするのであれば、単体での媒体を使ったビジネスをオススメしません。

もちろん、単体それぞれ媒体を進化させていってもいいですが、必ず、最終的には媒体を複数組み合わせ、安定的な基盤を固めながら、ビジネスを展開していくことをオススメします。

単体での媒体でビジネスをしてはいけない理由が、主に二つあります。

- ・安定性が弱い
- ・爆発力が少ない

以上の二つにより、単体でビジネスをオススメしません。

まず一つ目の「安定性が弱い」ですが、やはり、SNS等の媒体を軸にしてしまうと、媒体が突然なくなって、一文無しになる可能性があるからです。

特にツイッターやアメブロなんかは、いつ凍結されても文句も言えません。

なぜなら、ツイッターやアメブロの場合、

アカウントの削除権利は、運営側が握っているからです。

しかし、例えば複数の媒体を組み合わせておくと、いざという時にもかなりのリスク管理になり、保険がわりにもなります。

また、今回お勧めしていくメルマガという媒体は、自分でアドレスを保存している限りは、アカウントを消される心配などありません。

つまり、基盤をメルマガに構え、メルマガに登録してくれた人のアドレスさえしっかり保存しておけば、例え他の媒体が消されようとも、見込み客を失わずにすむのです。

結論としては、メルマガを中心として、他の媒体を、メルマガリストの集客媒体とした仕組みこそが、最も安定性の高いDRMの仕組みという事が言えるでしょう。

次に二つ目の、「爆発力が少ない」ですが、やはり単体では、それぞれの媒体のデメリットが顕著に現れてしまうからです。

が、複数の媒体を組み合わせることで、それぞれの媒体のデメリットを補完しあって、圧倒的なレバレッジが掛かります。

例えば、一番わかりやすい例が、ブログとツイッターを組み合わせる場合。

**ブログは、いわゆる待ちの媒体で、
ツイッターは、攻めの媒体です。**

長期的にビジネスをしていくのであれば、最終的には、ブログを育てていく必要がありますが、どうしてもブログ単体だけを永遠と育てていくというのは、ベストな得策とは、言えません。

なぜなら、ブログ等の「待ち」の媒体は、基本的に、軌道に乗るまでに物凄く時間が掛かるからです。

コツコツブログを構築していくのも大事ですが、

普通、ブログの結果が出るのは最低でも3ヶ月です。

しかし、これは最速の場合であって、
通常は半年、1年以上というのが当たり前なのがブログです。

なので、その間の時間が非常に勿体無いので、
ツイッターを組み合わせ、ブログからアクセスを流し、
ブログが軌道に乗るまでの間、ブログのリピーターを生み出しておくのです。

また、特にリスト集客において、
ツイッターとブログを組み合わせることによって、
実に倍以上の成約率を上げる事が出来ます。

ツイッターは、どうしても140文字しか書けないし、
プロフィール欄も非常に狭いです。

なので、ツイッターから、たくさん文章をかけるブログへ誘導し、
よりしっかりと書いた長文で、伝えたい事・知って欲しいことを伝えます。

こうすることで、ツイッターの、
「情報量を多く伝えにくい」というデメリットを、
ブログで補い、リスト集客を大幅に拡大できるのです。

実際、ツイッター単体では中々集客できない人が、
ブログと組み合わせた結果、突然リスト集客できるようになった人や、
ブログはしっかり作り込んであるのにアクセスが少ない人が、
ツイッターからアクセスを流し込んだおかげで、
バシバシリストを取れるようになった人もいます。

という感じで、
それぞれの媒体をしっかりと作ったにも関わらず、
中々結果が出なかった人が、媒体を組み合わせることで、
せき止められた水が一気に溢れる現象を体感する人が、
僕に報告してくれています。

本当に、媒体を組み合わせるという発想を持つだけで、
より大きな結果をもたらす事ができます。

ぜひ、媒体を組み合わせ、より大きな仕組みを作っていきましょう。

DRM のメリット

DRM というのは、名前だけ聞くと難しそうですが、誰にでも作れるし、初期費用も大してかかりません。

が、極めれば億とう単位すら、稼ぎ出すことのできる可能性を秘めている仕組みです。

一度、DRM の仕組みを組み立てて仕舞えば、そこに読者を流し込んでいだけで、レバレッジが働きながら、利益が自動で上がります。

実際、僕が報酬を発生させるまでにかかる時間は、ほとんど **0時間** と言っていいです。

集客の作業を 1 日数分程度するだけ以外は、正直、仕組みに触れていません。
(本当はもっとメンテナンスしなきゃだめですが…)

が、毎月一定額入ってくるので、精神的安定が半端ないです。

パーツ的にはメルマガとブログを組み合わせるという、何ともシンプルな作りでしかありませんが、現にお金が発生しているので、立派なビジネスです。

一度作り方がわかったら、もう一つ仕組みを増やして、2つ、仕組みを持つことも可能です。

一度完成させる事ができたら、半永久で利益を自分にもたらしてくれます。

なので、定期的なメンテナンスをするだけで、あとは、時間とお金の自由を手にする事が可能なドル箱と化します。

ネットビジネスは、ネット時代でお金を稼ぐための最先端スキルです。

もちろん、完成させるためには努力が必要な仕組みですが、一度完成すれば、立派なビジネスモデルを手に入れたことになります。

1つの DRM が完成した頃には、一人でお金を発生させるための、一通りの一人前なスキルを身につく事ができると思ってもらっていいです。

そして、何と言っても強みなのが、この仕組みを手ぶらで持ち歩けるということです。

ネット上で完結できるので、パソコンさえあれば、どこに行ってもこの仕組みをいじる事ができます。

つまり、働く場所・時間が完全に自由なのです。

もはや、自分の会社を空間に保有していると言ってもいいでしょう。

そして仕組みが出来上がったら、あとはブログを更新したり、SNS を更新していくだけで利益を生み出す事が出来てしまう、文字通り、ノマドライフを実現する事が可能です。

そんな、夢のようなライフを実現できてしまうので、DRM はバカにできたものではありません。

ぜひ、DRM を構築し、夢のような生活を実現していきましょう。

DRM の構造

次に、DRM の構造を説明します。

DRM は、集客・教育・販売という流れで商品を売ります。

簡単に言えば、人を集めて、教育し、販売をします。

教育から販売の流れは、自分のオリジナルのシナリオとなるので、一度 DRM に読者を誘い込めたら、ほぼ、ライバルは関係なくなります。

まさに、自分オリジナルの空間で勝負をする事ができるのです。

これが、DRM の強みの特徴です。

基本的な DRM の流れは、

集客



教育



販売

- ・見込み客を集め
- ・見込み客を教育し
- ・見込み客へ商品を販売する

この流れで読者を商品まで誘導していき、利益を上げていきます。
もちろん、自動化をすることも可能です。

この3つの要素は、DRM を構築している要素です。
どれか一つが欠けても利益は上がりません。

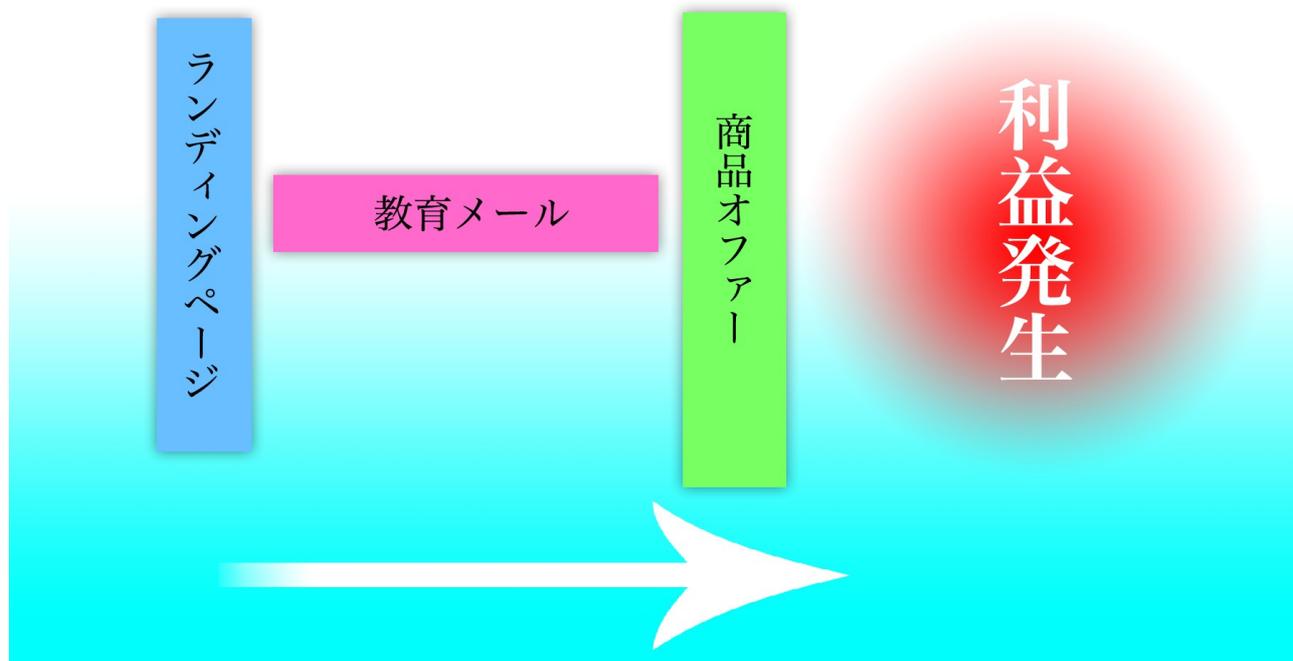
が、逆に言えば、これらのどの要素をレベルアップさせても、
利益が増幅します。

この3つは足し算ではなく掛け算なので、
例えば集客数を倍にすれば、単純計算で利益も倍になります。

で、ここから重要な話になりますが、
基本的には集客してから販売までを、
ほぼ全ての流れを、ステップメールで構成をしていきます。

DRM 内のほぼ全てのパーツは、ステップメールで作っていくことになります。
なので、ステップメール=DRM と言ってしまっても良いくらい、
DRM の実態は、ステップメールの構成となるんですよ。

基本的な DRM の形としては、以下のような図になります。



- 1：ランディングページに集客をする
- 2：教育メールを送り、教育をする
- 3：商品をオファーする

この3つの手順で利益を上げていきます。

DRM というと難しそうですが、
実態は、中身は基本的には全て文章メールで構成されています。
なので、そう難しく複雑な仕組みではありません。

すごく簡単に言えば、
LPに人を集めていき、ステップメールにアドレスを登録させて、
そこからセットした教育メールが送られていき、商品を紹介するだけです。

あとは、「集客・教育・販売」この3つをいかに深くやり込めるかで、
結果が決まってきます。

DRM は、何も、実績のある人だけが作れるものではありません。
実績のない人でも、お客さんと信頼関係を結ぶ事ができれば、
いくらでも自由自在に売る事が可能なのです。

次に、集客・教育・販売のそれぞれのポイントについて、
簡単に説明をしていきます。

・集客

まずは、DRM の仕組みに誘い込むお客さんを集客していきます。

多くの読者を DRM の仕組みに入れれば入れるほど、
あなたが DRM の仕組みで売り上げる利益は大きくなります。

集客を成功させれば、半分、いや、7、8割は成功したといってもいいでしょう。

しかし、逆に言えば、
集客を成功させなければ、利益はあげられません。

この集客というのは、DRM にとって要になる要素となります。

集客については、また詳しく項目で解説します。

・教育

教育という言葉は、このネットビジネスではよく聞く言葉だと思います。

ネットビジネスでいう教育とは、
簡単に言えば、**自分の商品を欲しくさせる状態に持っていくこと**を言います。

なぜ行動する必要があるのか。

なぜその商品が必要なのか。

などなどを、獲得した読者に対して、じっくりと教育していきます。

そしてその過程で、自分との信頼関係も構築していきます。

正直、DRMは自分と読者の間で、いかに信頼関係を結ぶかでも、利益がほぼ決まってしまう。

信頼関係を結ぶ教育メールを作成する事ができれば、あとは手放しで、自分と信頼関係ができた読者が、そのメール配信の日数ごとに生まれてくれます。

この信頼関係が、DRMの利益のキモになってきます。

実際僕も、DRM内の教育メールで配っているコンテンツを、過去の10倍に増やしてみたところ、利益が一気に増幅しました。

ここの教育部分では、とにかく徹底した価値提供を心がける事で、その後の商品成約率が上がります。

実際、集客数と販売商品を一切変えずに、提供するコンテンツを増量するだけでも、利益が増える傾向にあります。

【ネットビジネス＝コンテンツ提供業】

まさにこの言葉通り、提供した価値の分だけ、利益が生まれます。

なので、利益をよりたくさん上げたければ、コンテンツの提供は徹底していきましょう。

・販売

そして、見込み客の欲しがる商品を販売します。

集客と教育が出来たからといって、ここを手を抜いてはいけません。中途半端な商品や、欲しくない商品を紹介すると、

売れないだけではなく、これまで教育の過程で積み上げてきた信頼を、
全て崩すことになってしまいます。

なので、自分自身で、
これは友人や親、恋人に紹介できるぞという商品しか、売ってはいけません。

自分で、どこの誰に紹介しても恥ずかしくない商品を、
大切な読者へ提供しましょう。

また、販売する商品が DRM の仕組内に増えれば増えるほど、
利益は増加していきます。

商品が1つより2つ。
2つより3つの方が、手にする利益は大きくなります。

特に、稼げている人というのは、たくさんの商品を所有しています。

利益は、商品から生まれます。
つまり、キャッシュポイントは、商品自体ということになります。

であれば、キャッシュポイントである商品は、
多く持つておくに越したことはありません。

大きな額を稼ぎたいと思ったら、商品をたくさん用意してください。
そして、DRM の仕組み上に設置していきましょう。

商品数が多いほど稼げます。

まずは1個売ってみて、しっかり売れたら、
そこで止まらず、どんどん扱う商品数を増やしていくのが鉄則です。

・ FREE の重要性

DRM を作る際には、FREE をぜひ意識することをお勧めします。

FREE、つまりは無料での価値提供です。

ネットビジネスでは、この無料部分でいかに喜んでもらえるかで、

- ・ 集客
- ・ 販売

が決まると僕は思っています。

FREE が弱いと、人が集まりませんし商品も売れません。
逆に、FREE が強い人ほど結果も大きく出ます。

特に、これからの時代は無料の時代です。

例えば、現在スマホゲームなどが流行っていますが、
そのスマホゲームは、ほとんどが無料でできるものです。

基本的な部分は無料でプレイできるようになっており、
さらに一歩進みたい方のみ、課金をして、
より強いアイテム等を入手させて、利益を出していくのが当たり前になりました。

こう聞くと、「そんなに無料で出してしまうって、果たして儲かるのか？」
と不安になるところですが、実際にはスマホアプリ業界は、
めちゃくちゃ儲かっていますよね。（もちろんいつかはピークを過ぎると思いますが）

儲かっている理由は簡単で、いきなりゲームを有料で打ち出すより、
無料にして出す事で、参入の壁を一気に下げる事ができ、
こちらに入ってきてもらえる確率・人数がグッと上がるからです。

そして、無料部分でたくさん楽しませる事ができれば、
「めちゃくちゃ楽しいから、このゲームなら課金して極めても良い」
と思われ、課金してくれるのです。

アプリゲームの他にも、無料が基本になっているものがたくさん増えてきています。

昔は有料だった通話という行為が、
スカイプやラインで完全無料で出来るようになってきています。

このように、今後は生活に必要なものたちは、
どんどん無料化が進んでいくでしょう。

また、ユーチューブのアドセンスによる稼ぎ方をみても、
無料化の時代を非常に感じます。

基本は無料でユーチューブの動画を楽しみ、
そして配信者への報酬は、広告料として振り込まれます。

しかし実際は、そんな無料主体の稼ぎ方でも、
億万長者のユーチューバーがたくさん生まれています。

なのでこれからは、無料が主体で、
あとは、魅力的なコンテンツを無料で提供できる人が、
大きく稼げる時代になっていく事が予想できます。

無料で価値を提供できる人は、これからの時代どんどん稼ぐ事ができるはずです。

まさに、今後はFREEの時代です。

リストという概念

DRMで最重要項目なのが、リストという存在です。

最初に説明していた通り、DRMは、興味ある人を抽出し、販売していきます。
なので、その興味ある人を抽出をする段階が、リストを集める作業、ということですね。

で、この「リスト集め」こそがメルマガの重要課題です。

DRMが軌道に乗るまでは、しばらくは、
この「集客」をいかにして攻略出来るかが、
成功の分かれ道といってもいいでしょう。

ちなみにリストとは、メールアドレスのことです。

メールアドレスを集め、DRMの仕組みに流し込んでいきます。

例えば、YOUTUBEやブログを主体として稼ぐのであれば、

リストを取る、という概念はあまりないかもしれません。

しかし、今回 DRM に活用するメルマガという媒体では、リストを一度集め、そこからメルマガ読者限定のメールを送っていきます。

この段階で、メルマガに登録した人には、秘匿性を感じてもらえるので、自分とお客さんの距離が、一気に狭まります。

もうこれだけで、ファン化をものすごく加速する事が出来るし、ブログ単体での販売に比べても、メルマガ内での商品成約率は圧倒的に高いです。

リストという概念をビジネスに取り入れるだけで、一気に濃厚に見込客へアプローチする事ができていきます。

自分のコミュニティを持つ事ができる。

今後の時代において、メルマガという形式の最たるメリットとなってくる部分は、

「自分のコミュニティを持つ事ができる」

事だと、僕は思っています。

簡単に言ってしまうと、メルマガをやる事で、自分の固定客を常に持つておく事ができるという事です。

メルマガという媒体を、一つのコミュニティと捉えるという事です。

もっと言えば、自分の軍団を作れるという事ですね（笑）

よく、「企画を作る」という言い方をしますが、実は、メルマガに登録している時点で、

「LP という企画書に同意してくれた」

と、捉えることもできます。

例えばですが、YOUTUBE などを見る場合は、
見る人は、なんのアクションもなく動画を再生する事ができます。

しかし、メルマガは、
LPに自分の個人情報であるメールアドレスを登録しなければ、
内容を見る事ができません。

なのでLPに登録するということは、
「メールアドレスを登録する」というアクションを起こしているわけですから、
実は、LPに登録した時点で、**すでに自分の船に乗ってきてくれている**、という事が言えます。

あなたがメルマガの読者を持っているということは、
たとえ10人だろうと、コミュニティができている、ということです。

メルマガ自体をコミュニティというと、ちょっとイメージが違うかもしれませんが、
LPより内側という敷居が引かれた空間なことに代わりはありませんから、
これも立派な確立空間なのです。

なので、LPに登録されたら、
たとえ1人だけでも、自信を持ちましょう。

今後は、「**固定のファン**」というのが非常に重要になってきます。

ツイッターフォロワー数が、自分のパラメーターとして認識されたり、
YOUTUBEのチャンネル登録者数が一つの武器になっている時代です。

メルマガの読者は、そんなあらゆる媒体についている読者に比べて、
よりホットで濃厚な見込客なのです。

特にこれからは、いかにしてファンを持つかが重要になってきます。

「ファン」と言える存在が100人いたら、
一生食っていく事が可能です。

ファンと呼べる存在は、あらゆる全ての資産に勝ります。

ぜひ、メルマガを通して、強力なファンを生み出していき、
生涯かけて、大事にしていきましょう。

DRM の最初の目標

DRM を実践する上で、「まず最初は何を目標にすればいいのか？」という疑問があるか
と思います。

結論から言うと、**初報酬**を生み出すことに全エネルギーを注ぎましょう。

なぜなら、利益が上がらなければ DRM をやる意味がないからです。

利益を上げる事が本来の目標ですから、
綺麗事を言わず、利益を泥臭く掴み取っていくことです。

ちなみに、「初報酬」と言うとレベルが低く聞こえるかもしれませんが、
「DRM の仕組みを作ろう！」と目指している人が100人いたら、
初報酬を生み出せるものは、せいぜいその中で2～3人です。

これは、DRM の仕組み作りが難しい、というより、
正しい戦略を知らず、さらに実際に行動を起こしていない人が大半、
という現実が物語っている数字と言えます。

つまり、正しい戦略を知り、しっかり行動を起こせば、
誰でも十分に初報酬を手にする事が出来るのです。

で、初報酬と並び、もう一つ達成してほしい目標があります。

それが、**1 リストを獲得する事**です。

リスト、つまり、メールアドレスを獲得する事ですね。

多くの方が苦戦しているのもまた、このリストを集めるという作業です。

しかし、難しいことはありません。
努力は必要ですが、難しくはありません。

インターネットは、今の時代もはや誰もがネット民という時代に到来しています。

そんな無数に人が溢れている中から、
毎日何人かにメルマガに登録してもらっただけでいいのです。

それは、そこまで難しい話ではないと思います。

特別な才能が必要、というわけではないし、
しっかりと努力さえすれば、誰でも実現可能な事です。

ネットの中から1日数人のリストをとるのに才能がいるのなら、
ネットビジネスの成功者は、今の数万分の一以下になっているでしょう。

集客と言う作業は、は少し、実践を頑張る必要はありますが、
あなたが、これまでの人生でやってきた事、努力してきた事がらに比べたら、
全然楽だと思えます。

リストというものの捉え方

結論から言います。

集客が軌道に乗るまでは、リスト集客に軸をおいてください。

もし、まだ集客が満足にできていなければ、

集客：教育：販売→1：1：1

これじゃあダメです。

まずは、リスト獲得に最大の力をかけなければいけません。

もし、毎日リストが入ってくるという状況が確立できていなければ、

集客：教育：販売→8：1：1

くらいの割合で作業をしていきましょう。

とにかく、集客を確立させることを最優先にしてください。

集客ができていれば、教育も販売もやる気が出ます。

しかし、集客ができていなければ、教育も販売もやりたくなくなります。
というか、まずリストがいなきゃメールを配信できません（笑）

そしてもう一つ、集客を真っ先にやらなければいけない理由として、
実際のところ、集客・教育・販売の中で、**集客が一番難しいから**です。

ここが、DRMの最大の難点にして厄介なところです。

なんとかして集客を素っ飛ばせればいいのですが、
そういうわけにもいかないんで、集客できるようになる必要があります。

なので、全力でエネルギーをリストに集約させてください。

集客ができれば、ほぼDRMは成功したようなものです。

リストさえ入ってくるようになれば、
あとはメールを送っていき、ステップメールを作り、
商品を用意して売るだけです。

正直、リストが集まれば、あとは成功までは時間の問題とも言えます。

リストさえいれば、何度でも販売を練習出来ますからね。

なのでとにかく、リスト集客に全力を注いでいきましょう。
リスト集客の確立以外は、とりあえず二の次です。

リスト数と売り上げの関係性

1日に入ってくるリストの人数と、
ステップメールの利益の関係性を、特別にお教えします。

これはかなり極秘情報なので、
こっそりと覚えてください。

おおよそ、ではありますが、

数万レベル→1人

10万レベル→3人

30万以上レベル→5人

です。

ただし、仕組みの増幅によっては、軽くこの数倍、数十倍レバレッジが掛かります。

例えば、30万以上のバックエンドを仕組み上に用意したり、
商品数を大量に増やしたりすれば、1日1人の集客数でも、
100万を超えることも、計算上可能になってしまいます。

なので、あくまで目安としては、

・数万円レベルで販売している商品を
ステップメール内で1～3個売っている場合

の数値となります。

この基準で考えた場合、大体このくらいのレベル・目安になるかと思います。

まずは、1日1人の集客を安定させる。

そして、そこから1日3人を目指していき、

月10万を難なく突破できるようになってきたら、

一気に集客を拡大させて、1日5人を狙っていきましょう。

このリスト数は、とりあえずの大まかな目安ではありますが、

目安ができる事で、ぼんやりと「どのくらい集客すれば良いんだ？」という疑問が晴れて、作業に集中できるかと思います。

自分の現時点での目指す集客人数を割り出して、全力でリスト獲得に取り組んでみてください。

全ての媒体の目的はリスト収集

DRM で使う媒体は、全てリスト収集のために運営していきましょう。

ブログも、ツイッターも、アメブロも、全て、メルマガに登録させるアドレスを獲得するためのパーツです。

そのために、ブログのアクセスを増やしたり仕組みを作ったり、ツイッターも、つぶやきをしっかりと毎日したりします。

全ての媒体の目的は、リスト収集。

この、明確な運営目的を掲げることで、それぞれの媒体の存在意義を認識し直す事ができるはずです。

ただなんとなくブログを書くだけ。
ただなんとなくツイッターでつぶやくだけ。

これでは、意思がぶれぶれで結果も出ないしモチベも上がりません。

そうではなく、

「リスト獲得」

という一本のはっきりとした信念を掲げて媒体を育てると、不思議なことに、自然と中身も充実し、それぞれの媒体にファンも生まれるはずです。

なぜなら、

「一体どうすれば自分のことに興味を持ってもらい、さらに、自分のことを信頼してくれて、メルマガに登録してくれるか？」

ということの本気で考え始めるからです。

メルマガに登録されるためには、媒体で発信している内容に価値があり、面白くなければいけません。

つまり、「リスト獲得」という目的を作ることで、自然と、媒体も繁盛してくるはずです。

媒体単体で個別に運営するより、より大きなシステムの一部としての役割を与えて媒体を育てると、媒体が、本来以上のパワーアップをしてくれる、ということですね。

教育の重要性

なぜ教育が重要かというと、簡単に言えば、教育をしないと、読者がまるでダメ人間になってしまうからです。

もし、教育をしなければ、自分と違う価値観の人間に、必死で商品売ることになってしまいます。

教育をしなければ、

「とりあえず生きていける分のお金があれば稼がなくてもいい」

「このまま無理に稼がずのんびり暮らしたい」

「投資は悪。危険な世界に足を踏み入れてはならない」

「情報教材なんて中身は完全に詐欺」

「無料で学ばないでお金を払っちゃう奴はバカ」

「ネットビジネスなんて楽して稼げる」

「とりあえずいつか行動すればいいや」

こんな感じのマインドが凝り固まっている人に対して、いきなり売らなければならなくなります。

このマインドを見ていただけたら分かる通り、
まあひどいマインドですよ（笑）

もちろん、こんな人たちを相手にしていても、
絶対に売れることはありません。

しかし、すでに結果を出している人からマインドを書き換えられない限りは、
普通は、このマインドの人がほとんどです。

なぜなら、普通の人は情報ビジネスというものに対して、
こういう感情を抱くのが当たり前だからです。

なので、まずはネットビジネスという存在の素晴らしき可能性を、
しっかりと教育してあげなければいけません。

ガッチリ教育をしてあげると、上記のマインドの人は、

- 「人生一度きり、どうせならひたすらに上を目指そう」
- 「安定に進化はない」
- 「投資をガンガンし、厳しい世界に足を踏み入れてこそが進化」
- 「教材買って知識入れないと即死の世界」
- 「無料で頼っているうちは結果は大きく出せない」
- 「ネットビジネスは腰を据えてじっくり取り組まねばならない」
- 「行動のきっかけには消費期限がある」

こんな感じに意識が変わります。

こういうマインドの人に売ると、
最初の凝り固まったマインドの人に売るのは、
どちらの人に売れるか、結果はもう明らかですよ。

この教育を、自分の読者に施しているかどうかで、
売り上げは全然変わってきます。

集客できているけども商品が全く売れないという人は、
高確率で、教育が甘いのが原因です。

実際、教育の仕方次第では、
商品が変わっても売れてしまいます。

中には、「TAKAさんの作った商品なら買いますよ！」という人も、
実際かなりいます。（もちろんしっかりした商品を作る事が大前提ですが）

いくら集客ができたとしても、自分のことを一切信用されず、
さらに商品の重要性、買う意味を理解していなければ、
売れるわけがありません。

教育をしていなければ、よっぽどできている人間ではない限り、
その商品の必要性をちゃんと認識出来る人なんて、ごく一部だからです。

が、こちらから必要要素全てを教育する事ができれば、
商品をオファーした時、必要性をよく理解してくれ、購入されます。

無理に売り込みをせずとも、買ってくれるようになります。

商品への理解、態度、興味性を一気に引き上げるのが、教育の役割です。

それくらい重要な部分ですし、
この教育という過程は、DRMの特徴の一つでもあります。

で、この教育メールをステップメールに挿入し、
自動で価値観を変えていきます。

すると、**自動で感想メールや意気込みメールが届くようになる**、
という仕組みなわけです。

教育部分をしっかりと作り込むことにより、
利益を一気に引き上げる事ができますので、
「教育」は意識してメールを書いていきましょう。

手動と自動の塗り重ねで巨大化させる

DRMの仕組みに販売を施していく過程は、非常にシンプルです。

1：リストを集める

- 2：集まったリストに対してリアルタイムで商品を販売する
- 3：その過程をステップメールに投下する（もしくはその過程で得たスキルでメールを作る）
- 4：また手動で販売する
- 5：それをもとに、またステップメールを作る

簡単に言えば、上記の流れです。

つまり、手動と自動を交互に行い続けて、
手動と自動で利益を右肩上がりに伸ばしていく、
という事ですね。

当分はリアルタイムで販売を実践し続け、
それを元にステップメールを作っていく、の繰り返しです。

リアルタイムで売れば売るほど、ステップメールに追加できるシナリオが生まれるので、
本当に雪だるま式に DRM の仕組みと売り上げが伸びていってくれます。

これが DRM の恐ろしいところです。

ひたすらに手動で販売を実践しまくり、自分自身のスキルを上げて、
自動の仕組みをコツコツ積み上げていき、
利益をどんどん膨らませていきます。

まさにやればやるほど拡大していく、という感じです。

実際、仕組みはどこまででも伸ばす事が可能なので、
例えば、仕組みの中に商品を 20 個 30 個と増やしていてもいいのです。

どこまでも天井知らずで伸ばせるのが DRM の良いところなので、
行けるところまで拡大してみましょう。

また、販売はたとえ失敗しようとも、
自分のリストがいる限り、何度でも販売する事が可能です。

DRM を作っていく過程で、自然と販売の力が身についていくとも言えます。

仕組みが完成した後は？

仕組みが完成したら、あとは集客にひたすらに力を注いでいきます。
日々、SNSを更新したり、ブログを更新するだけで、
利益が自動で生まれます。

なぜなら、**媒体の更新＝リスト取り**、になるからです。

なのでやることといえば、日々色々と勉強をしたりビジネスを実践したりして、
媒体でアウトプットしていくことになります。

**もっと言うと、毎日楽しく遊んだり、
映画を見たり、美術館に行ったり、祭りを見に行ったりして、
そこからビジネスに繋がることをアウトプットしてもいいのです。**

そうすると、もはや普通に毎日遊ぶだけで、
DRMの仕組みから利益が生まれてしまいます。

つまり、遊べば遊ぶほどお金になる仕組みが出来上がってしまうわけです。

そんな夢のような稼ぎ方を実現できるのが、DRMです。

これからの時代は、ユーチューバーが好きなことを動画にして稼いでいるように、
やりたいことをして、稼ぐ時代になると思っています。

なので、そう考えると DRM も、まさに新時代の稼ぎ方と言えるでしょう。

メルマガ・DRMは終わったなど囁かれています、
正直僕の仕組みは、未だ衰える気配は一切ないし、
好きなことで稼げるという点では、これからの時代にマッチしています。

また、1つの仕組みで結果が出るようになったら、
仕組みを頑張って2個3個と増幅していくのもあります。

仕組みは、何も1個だけと決まっているわけではありません。

実際、僕もこのビジネス用の他にも、いくつか仕組みを持っていますし、ビジネス系以外の DRM の仕組みで成功している人はたくさんいます。

英会話だったり

イラストの描き方だったり

ゴルフの学び方だったりと、

僕の知っている限りでも、色々な仕組みがあります。

自分の好きなことや詳しいこと、得意な事があれば、その情熱を、ぜひ DRM にぶつけてみてください。

自分の好きな事がいずれ、利益に変わってあなたの元へ振り込まれます。

まさに、好きな事で読者に価値を提供し、利益を得る事ができる、これからの時代にあった稼ぎ方です。

覚悟を決めて仕組みを作ろう。

以上のレポート本編を全て読んだら、一度、覚悟を決めて本格的に仕組み作りに取り組んでみましょう。

もう、後戻りは辞めです。

とりあえず作る、ではなく、本気で作る、です。

例えばですが、

なんとなくメルマガを始めてステップメールを書き、
適当にアフィリエイトリンクを7通目で公開する…。

そんな感じで、DRM の真似事をできる人は沢山います。

しかし、本気で全身全霊で、持てる力と労力と資金と時間を全て投下して、DRM に取り組む人ってまずいません。

そして、いたらもう結果が必ず出ているはずですよ。

このレポートでは、DRMのあらゆるポイントとコツを説明しました。

これまで、なんとなくで仕組みを作りかけている人がいたら、このレポートで解説した例を参考にテコ入れをして、仕組みへをパワーアップさせてみてください。

確実に反応は変わってくるはずですよ。

特に意識すべきポイントは、

- ・ 集客
- ・ 教育
- ・ 販売

この3つに全力で力を注いでいく事ですよ。

集客がおざなりになっていた人は、集客を生活の中心にし、徹底的に媒体のボリュームを増やしていく。

教育メールを見直し、コンテンツを増加したり、時には音声やPDFを提供してみる。

紹介している商品数を増やしてみたり、特典を追加したり、売りたい商品を実際に購入してみる。

多分これだけでも、これまでのおざなりに作っていたDRMは、まず間違いなく生まれ変わってくれるはずですよ。

まるで我が子のように、徹底して丹念込めてDRMを育て上げ、

- ・ 初リスト
- ・ 初報酬

が出るまで、全力投球し続けてみてください。

多くの人が、無気力に DRM の作り方をネットでググり、
それっぽく形だけ真似して、とりあえずの形を作るだけです。

天才でもない限り、適当に仕組みを組んだだけでは、
そう簡単に利益は出るわけがありません。

僕も、適当に DRM の仕組みを作って結果が出たわけではありません。

僕の教育メール内で配布しているコンテンツは、
今、改めて作れと言われても不可能な量を配布していますし、
販売している商品レターも、今改めて書けと言われても無理だし、
集客媒体も、散々テストしてようやく集客が出来るようになりました。

つまり、それ相当の時間と労力がかかります。

難しいことはしていませんが、努力が必要なのが、DRM です。

しかし、その分、めちゃくちゃ楽しいのも DRM のメリットです。

株やFX、せどりや物販と違い、
自分オリジナルの世界観を作る事が可能です。

なので、時代に左右はされませんし、
一度仕組みを確立できれば、自分のビジネスのブランディングになります。

それに、自分自身にファンがつくので、
よりこれからの時代、有利に働くことは間違いないし、
株やFX に比べて未知の可能性を含んでいます。

1 個仕組みを持っているだけでもかなり強みになるし、
これ 1 個で半永久的に稼いでいく事ができる代物です。

以上が DRM 編です。

DRM の基本的な流れや内容を知っているようで、
まだまだ覚悟が甘かったという人は少なくないかもしれません。

DRM の仕組みで結果が出ていない人は、
必ずどこかのポイントが未熟な場合が多いです。

一見すると、DRM は基本的な構造自体は単純なので、
誰にでも簡単に作れてしまいます。

しかし、力をかけるべきポイントをしっかり抑え、
本腰を据えて仕組みを作るつもりで取り組んでいる人は、
実際のところ、僕たちが想像しているより、全然いません。

本気で DRM に取り組めば、
たいていのライバルは抜けるはずです。

そして完成した頃には、ビジネスの力が一通り身について、
自由自在に利益を自動であげる装置が完成しているでしょう。

DRM は、ネットを使ったビジネスの最先端技術です。

これからのネット時代に向かう過程で、
せつかくこれだけの技術を知れたのですから、
徹底的に仕組みを強化して、
今後の時代をゆとりを持って生きていきましょう。

My Blog add

<https://3zVPx7>