

PLC第1回セミナー

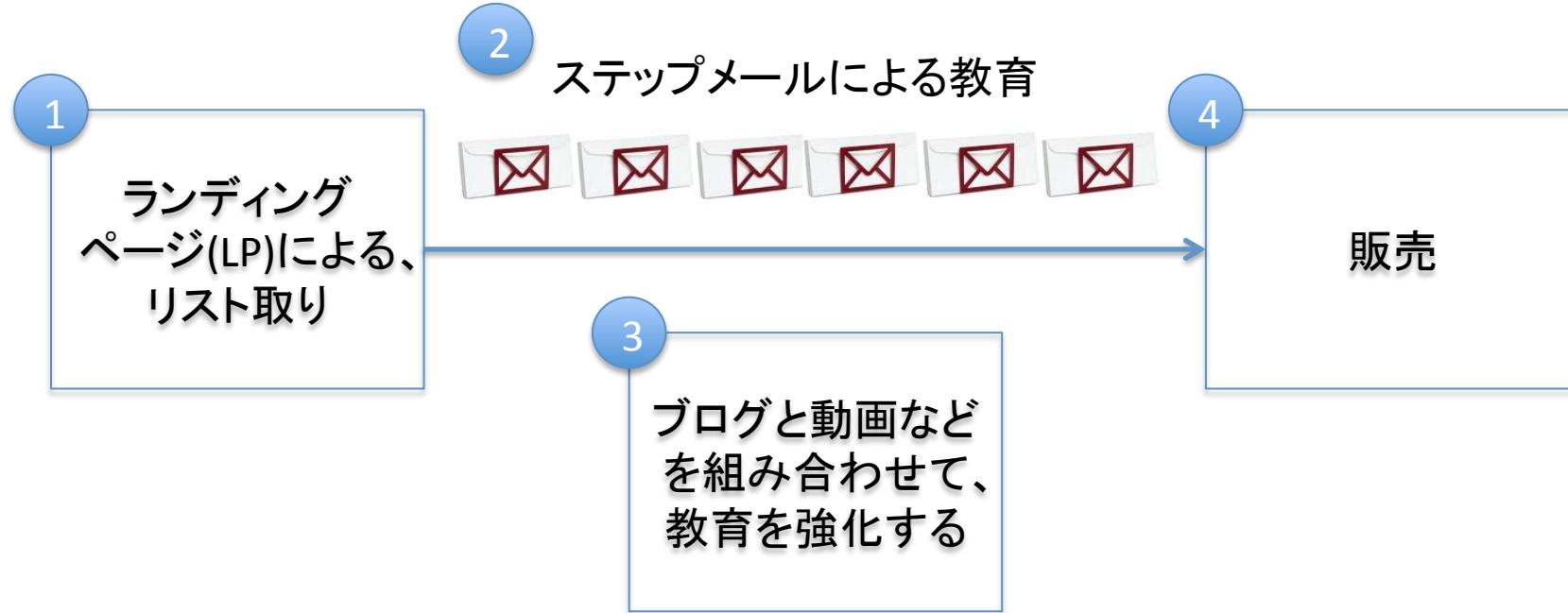
プロダクトランチとは？

- ・ プロダクトランチ(Product Launch)とは、海外のWebマーケティングで主流として実施されている手法で、日本でも導入しているマケッターなどが増えている。
- ・ 顧客の教育に力を注ぐため、高額な商品、会員制の継続商品の販売がしやすい。収益を高めやすい。

いまとこれからのネットビジネス

- いまのネットビジネスでは、継続収入のある会員制のビジネスと、単発で大きな売上を上げる高額商品を組み合わせて、収益を拡大することが可能。

一般的なプロダクトランチの流れ



基本的なプロダクトランチの流れは、①まずランディングページを用意し、リスト取りを行う。②そのリストに対して、ステップメールによる教育を行う。③ステップメールにブログや動画を組み合わせて教育を強化する。④会員制ビジネス、高額商品を販売する。

1

ランディング ページ(LP)による、 リスト取り

プロダクトランチにおいて、重要なのが関係性と、お客様の参加している感。後のステップメールやブログなどを交えて、お客様との関係性を強化する。また、参加者が最大化するように、ランディングページを作成。ランディングページを作成しておけば、アフィリエイトの協力を募ったり、広告出稿により新しいリスト入手することも可能。内部リストだけでプロダクトランチを行うよりも、売上は最大化する。また、ランディングページがあれば、2度目、3度目のランチがすぐに実行可能。

2

ステップメール による教育を行う

ステップメールは、お客様の教育においてもっとも大切な要素。日本のプロダクトランチは、テンプレートを使ってしまっているので、独自の世界観や、ブランド・キャラに沿ったシナリオを描けているとは言えない。シナリオに入れておきたい要素は、存在するが、その基礎を抑えつつ、独自のシナリオで教育を行うことが大切。(テンプレートの使い回しだと、「またこれか…」という感じがあり、ブランド力の低下、客離れを引き起こしてしまうリスクがある)面白いキャンペーンを、お客様と一緒に楽しみながらやっていく必要がある。

3

ブログと動画などを 組み合わせて、 教育を強化する

ステップメールに組み合わせて、ブログや動画で教育を強化する。ここでも動画を使用するなら、動画で伝えるべき要素はあるが、オリジナルなシナリオ、オリジナルな内容で動画を作成すべき。ブログではコメントを募り、そのキャンペーンに参加している感が出るようにする。自分でコメントしたブログというのは、とても可愛いものだし、他の人がコメントしているかも気になって見るもの。

4

販売する

販売時は、一般的なレターだけの教育ではなくて、ステップメール、動画、ブログなどを交えてすでにかなりの教育が済んでいる状態。販売直前では、価格に対して商品の価値がさらに高まる施策や、納得感のある限定性・希少性を付加することで、売上が最大化するように工夫する。単発のレターで売る販売方法とは、コントロールできる範囲が大きく変わってくる。
ここで購入してくれる人は、通常の商品購入者よりもロイヤルティの高い顧客となり、会員制ならば継続率を高くなるし、高額商品を購入してくれる潜在顧客にもなりうる。

代表的な海外マーケッター



Jeff Walker

Product Launch Formula（プロダクトランチフォーミュラー）というプロダクトランチの最高峰と言われる商品を作ったマーケッター。数多くの有名マーケッターのコーチでもあり、プロダクトランチの第一人者。彼なくして、プロダクトランチは語れない。1時間で1億円を売り上げた実績を持つ。



Frank Kern

Mass Control（マスコントロール）というこちらもプロダクトランチの商品を出している実力者。ユニークなキャンペーンを仕掛けるのが得意で、ユーザーの興味を惹きつける。陳腐な手法が多い、日本のプロダクトランチをするマーケッターは彼を参考にすべき。