

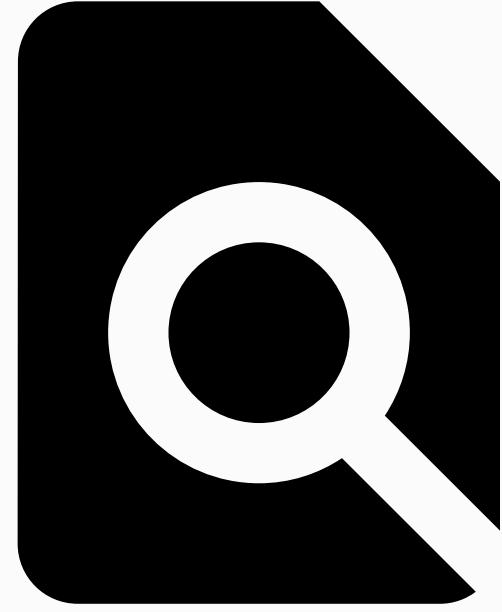
MEDIA PARAMETER
COMPLETE WORKS

メディア
パラメーター
大全



これ一冊で
どのツールを
使えばいいか
一目瞭然

PERFECT DATA.



COMPILED BY
AIN MYOUZIN

各メディアの分布図

認知力特化型→基本的に「知ってもらうため」のツール、販売能力はない。
集客の入り口として知ってもらうことが、最重要。
安定して100万円売り上げるなら、**認知度がない人ほど積極的に使う。**

教育力特化型→「価値を知ってもらい」販売につなげるツール。
知ってもらった後、**お客さまに買ってもらうために必要。**
販売機能を備えているツールもある。マイスピーカー、公式LINEアカウントなど
最初のお問い合わせ文章を自動返信にいれておくと、初期対応が自動化できる。

フロー・ストック型→SNS・ブログなど
ある程度どちらの要素も兼ね備えている。

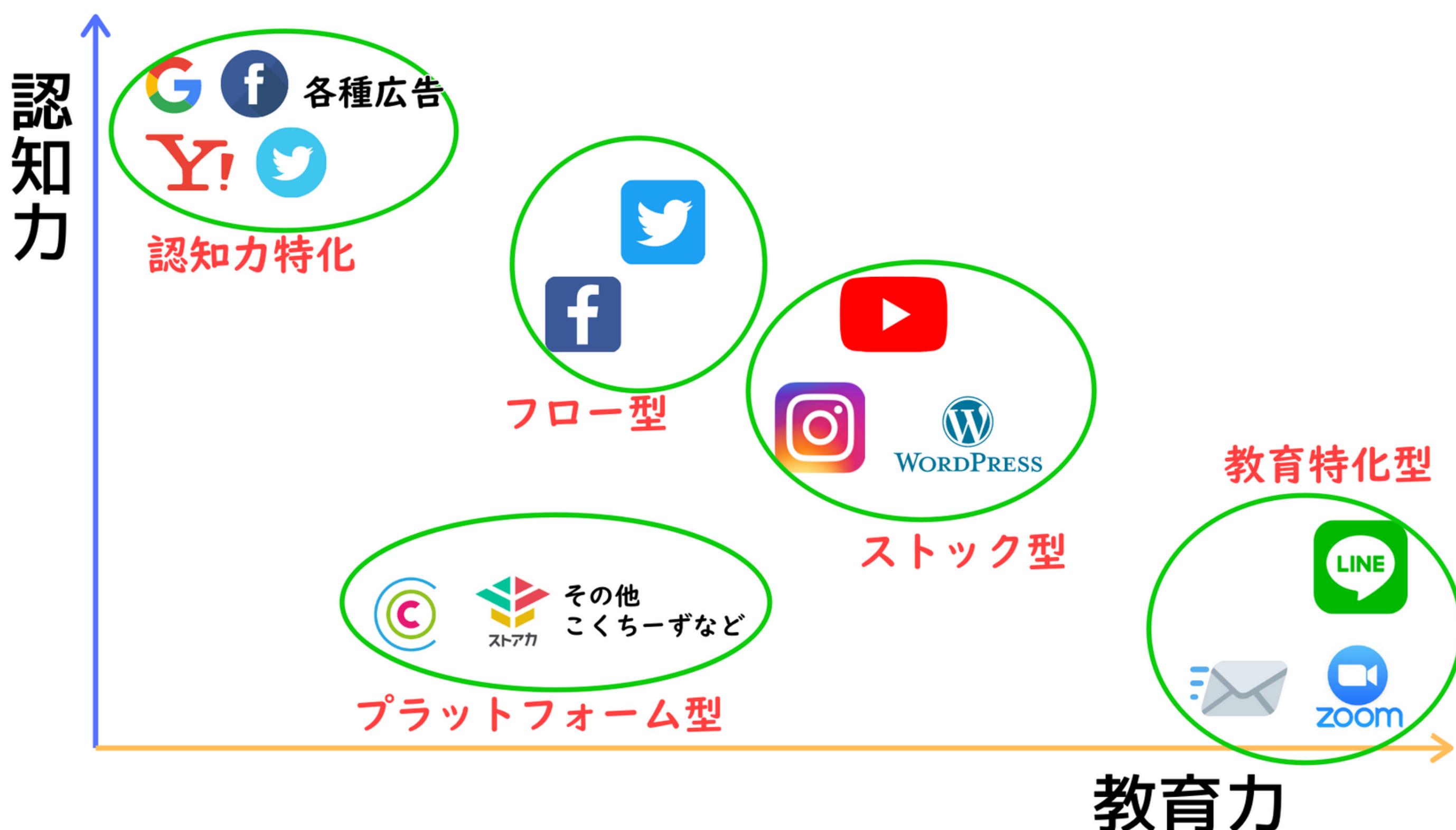
基本的に**どちらか高ければ、反比例してもう一方は低くなる。**
うまく組み合わせることが重要。

プラットフォーム型→私たちが手軽に「販売」出来るよう、
各企業が作ったサービス。見に来る人は買いたい人Or売りたい人しかいない。
そのサービスのルールを理解すれば、もっとも早く結果が出る。

SNSなどと連携するのは基本はNG。

その企業のサービスを、宣伝している人になっているだけ。

※圧倒的な認知度がある人が企業とタイアップしてやるなら効果は大きい



各パラメーターの説明

認知→知つてもらうこと

日高屋の例え、飲食店街の土地を買収して店舗を出している

教育→お客様の考え方を教育すること

英会話教室の例え、子供の英語力を育むならネイティブのいる英会話教室

販売→サービスを売ること

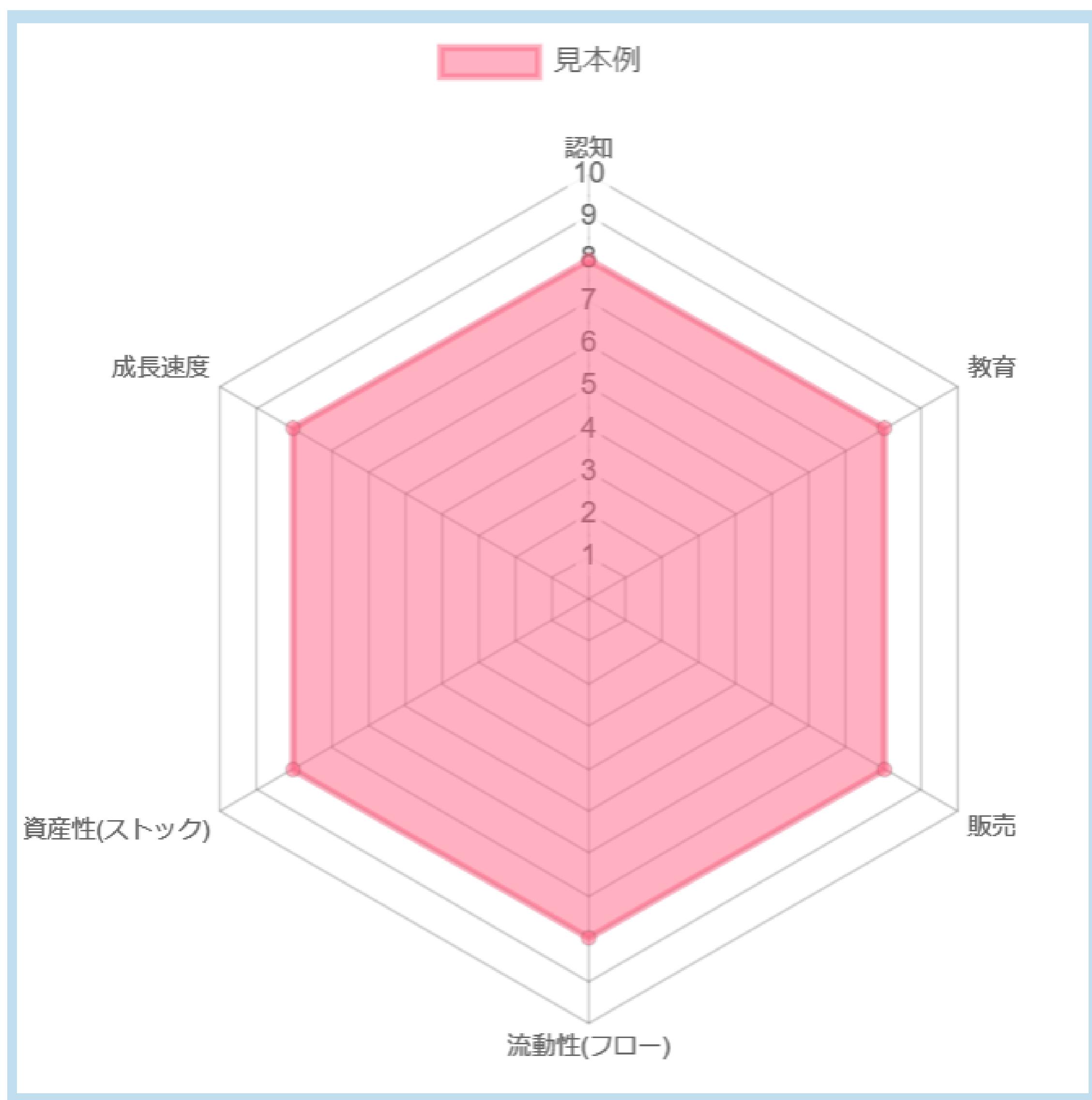
八百屋の例え、オフィス街に出すよりは販売の強い商店街に出すべき

流動性(フロー)→お客様やコンテンツの流れやすさ、お金の収支

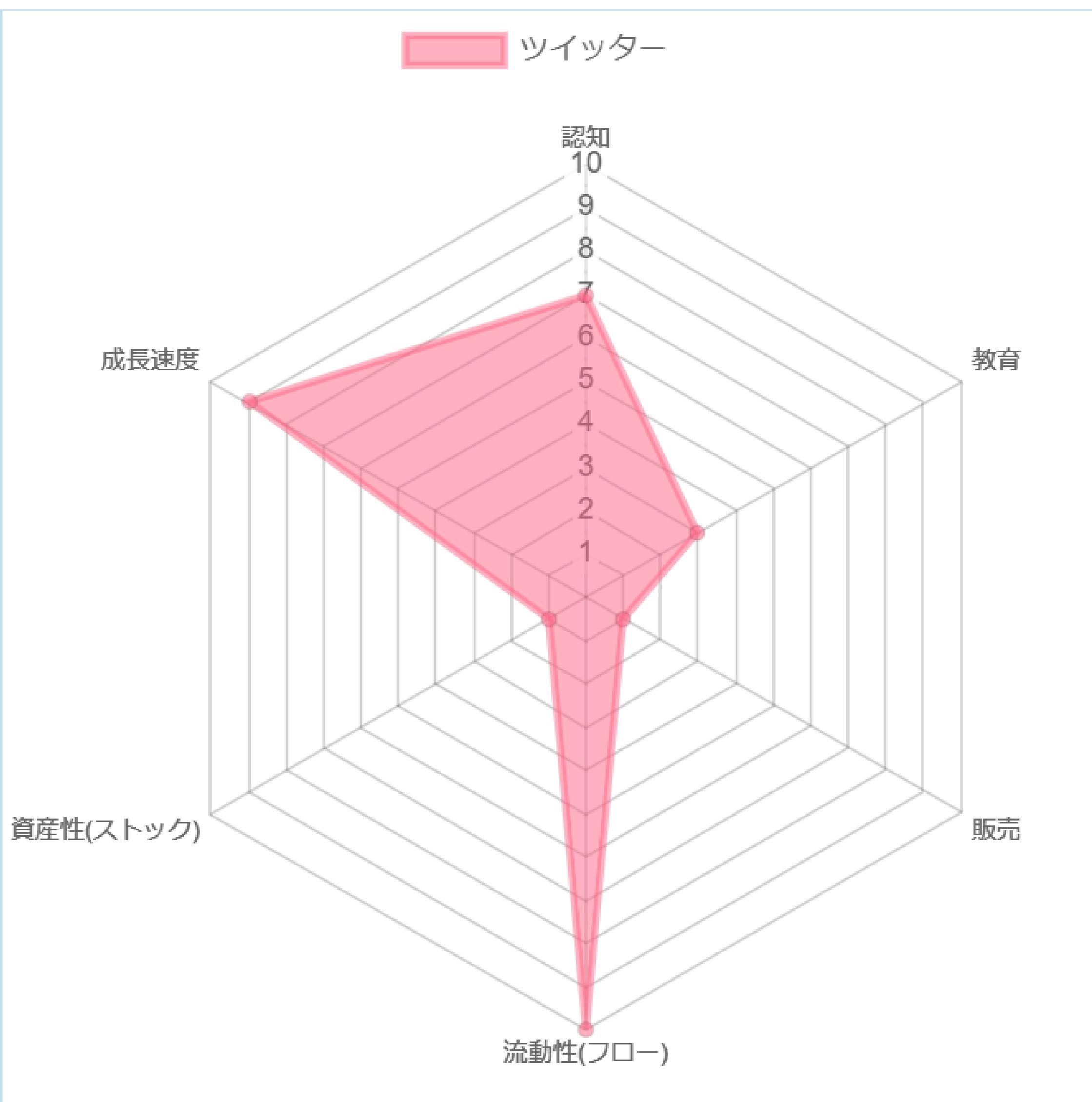
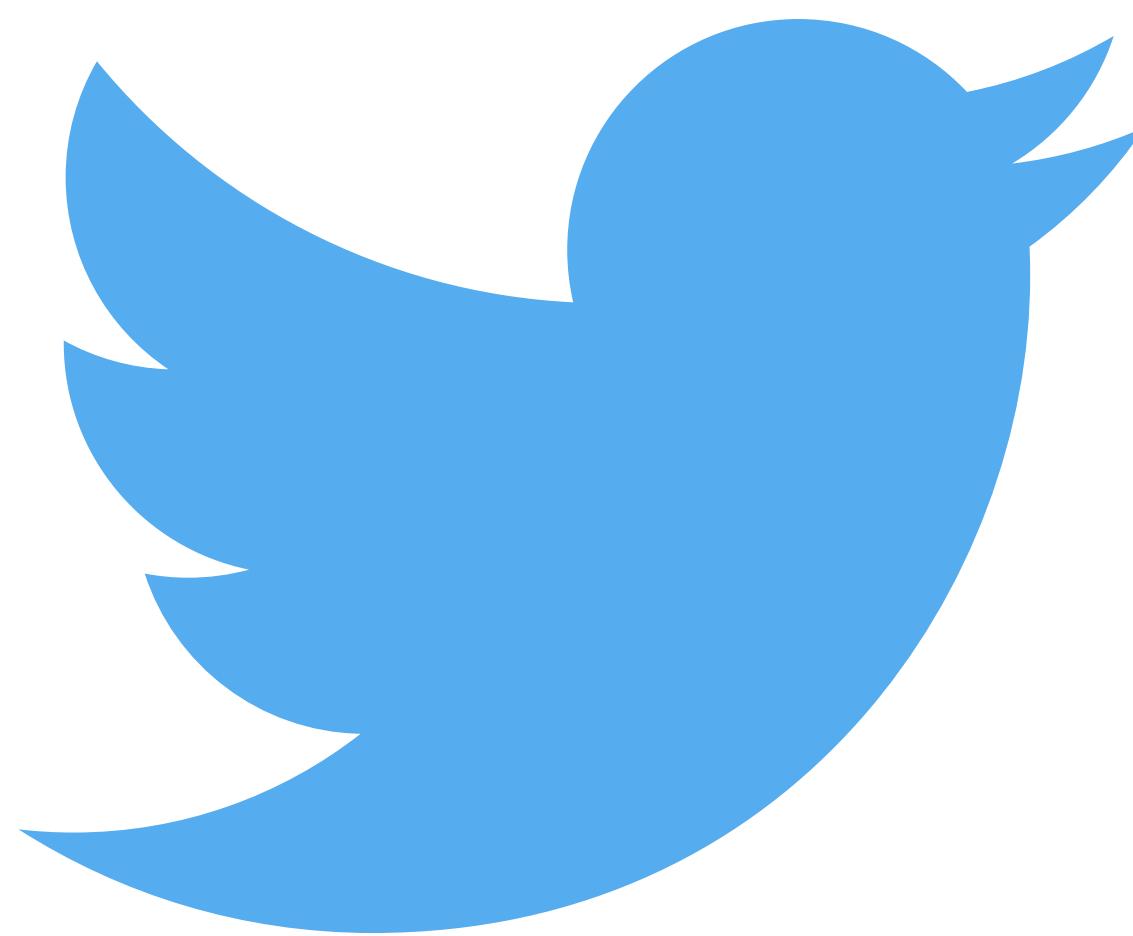
資産性(ストック)→お客様やコンテンツの貯まりやすさ

貯金と似ている、フローと反比例する

成長速度→メディアが育つスピード感、植物の成長速度のイメージ



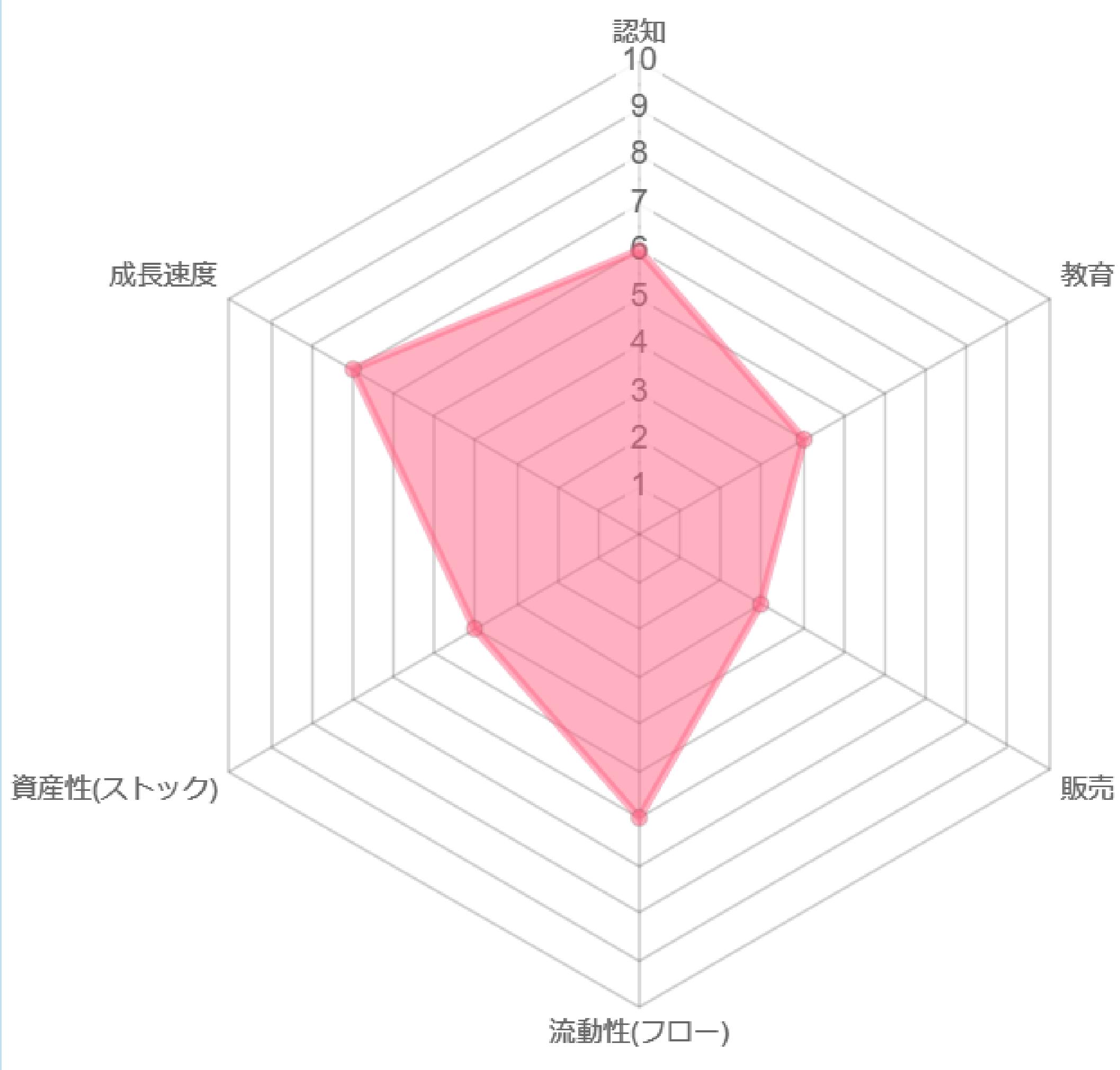
ツイッター



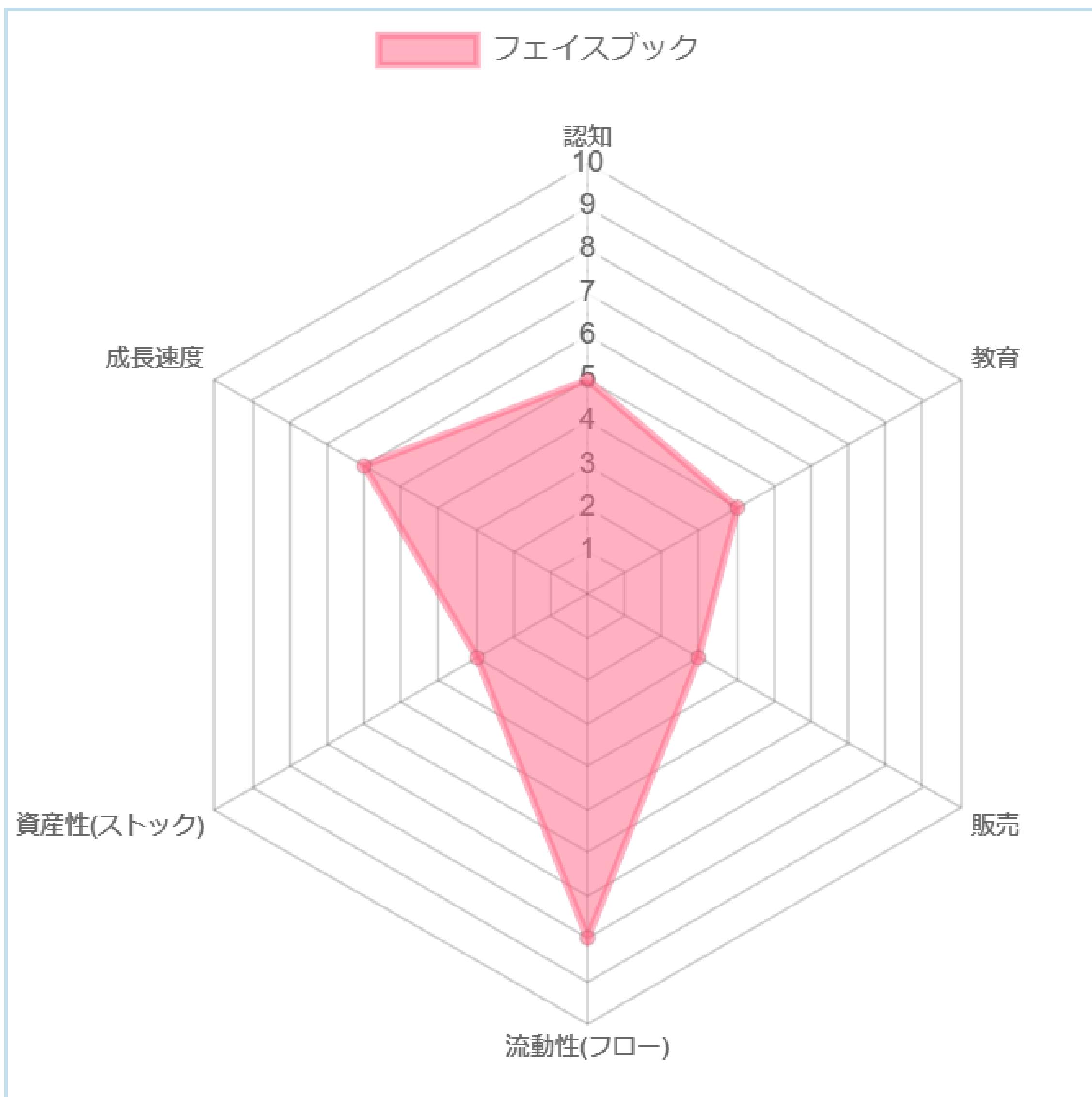
インスタグラム



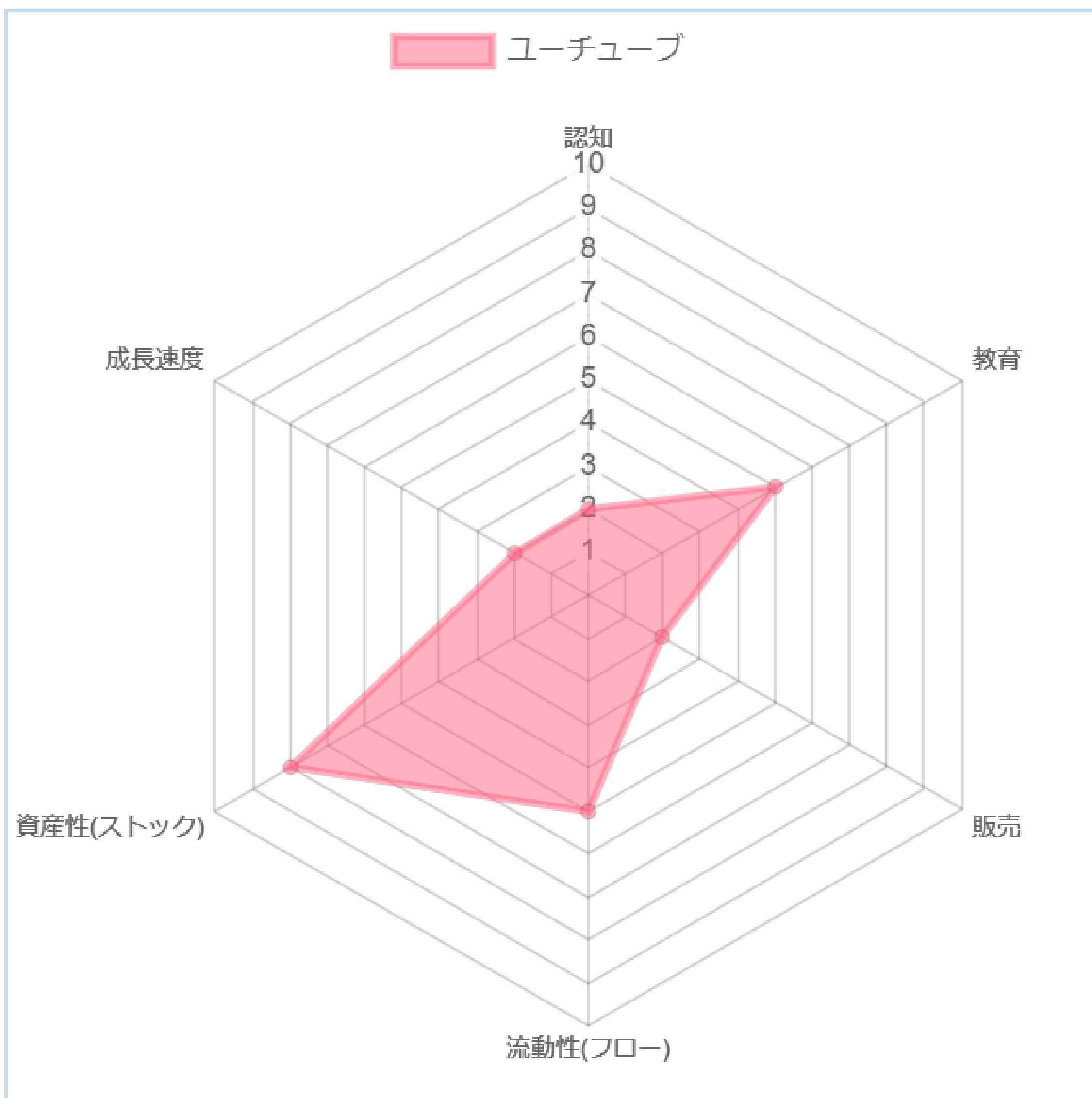
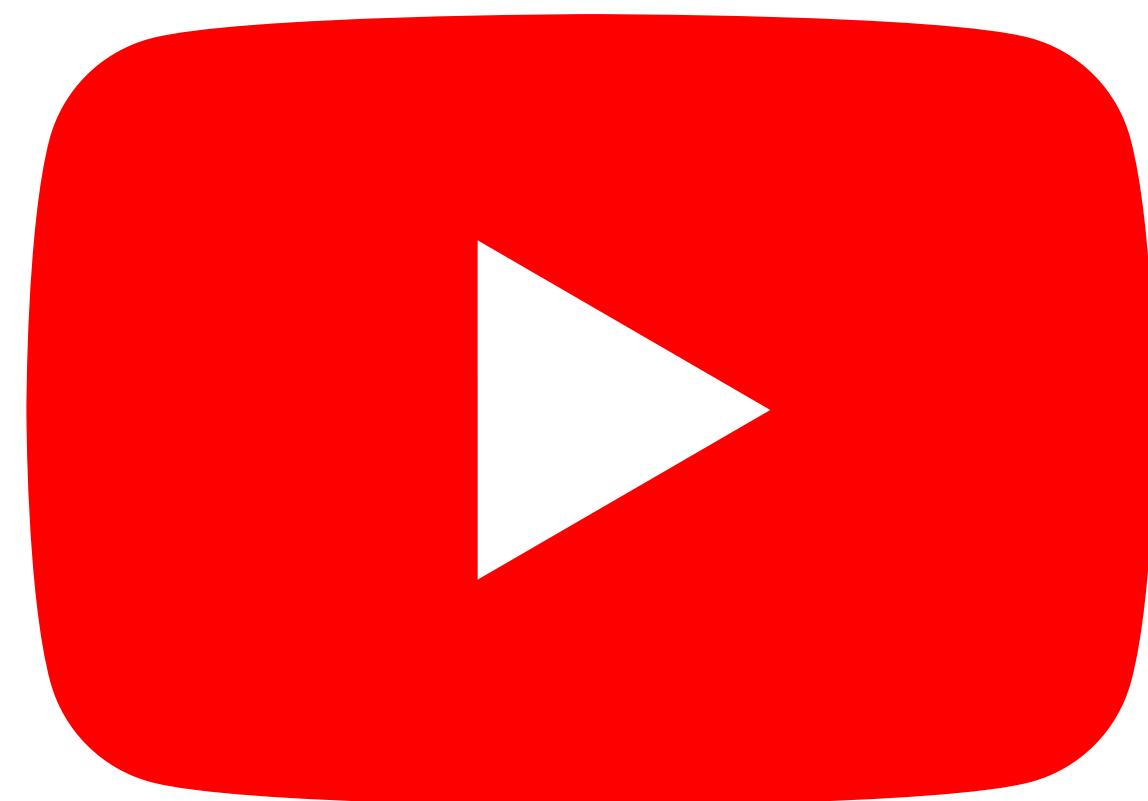
■ インスタグラム



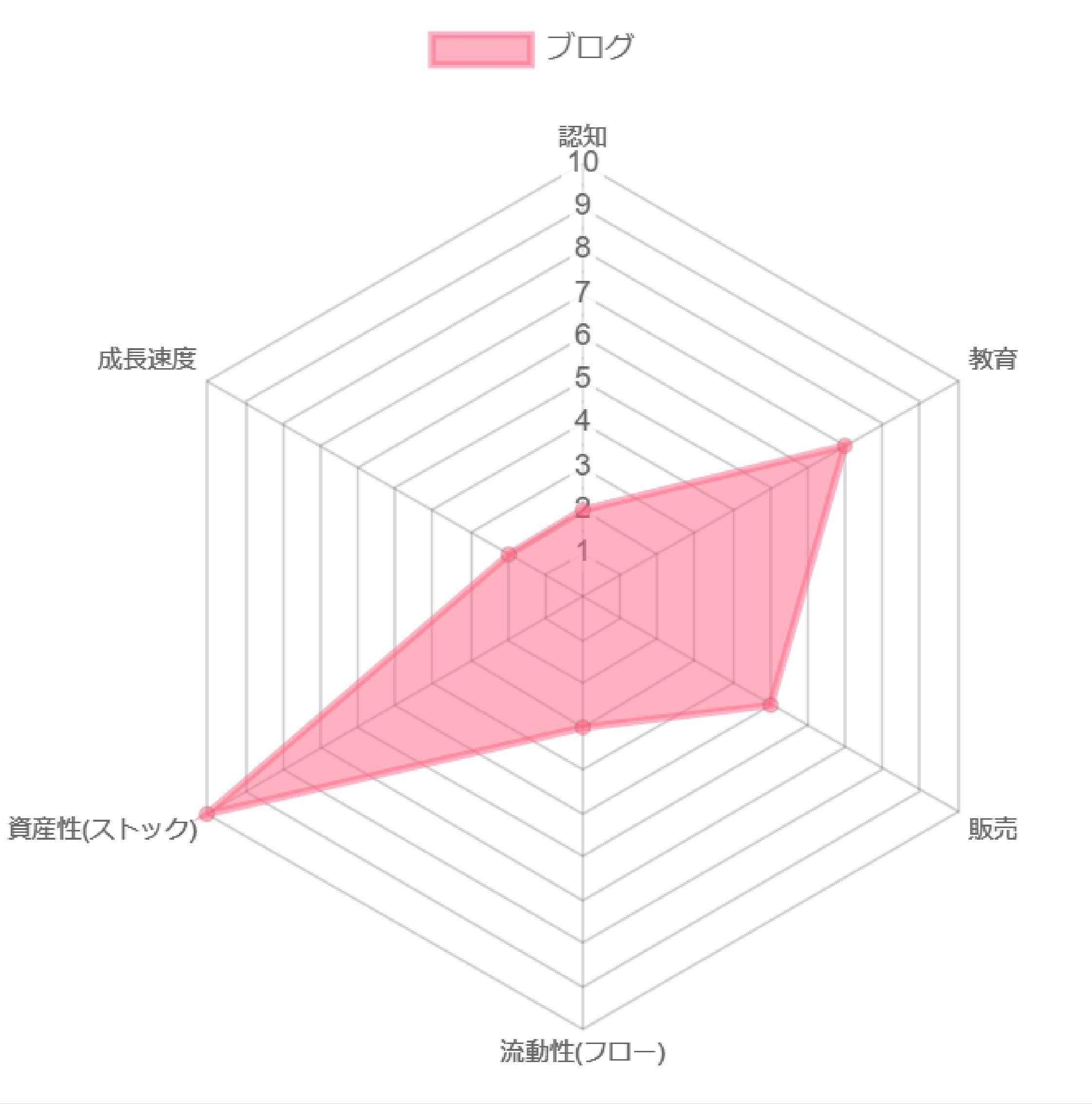
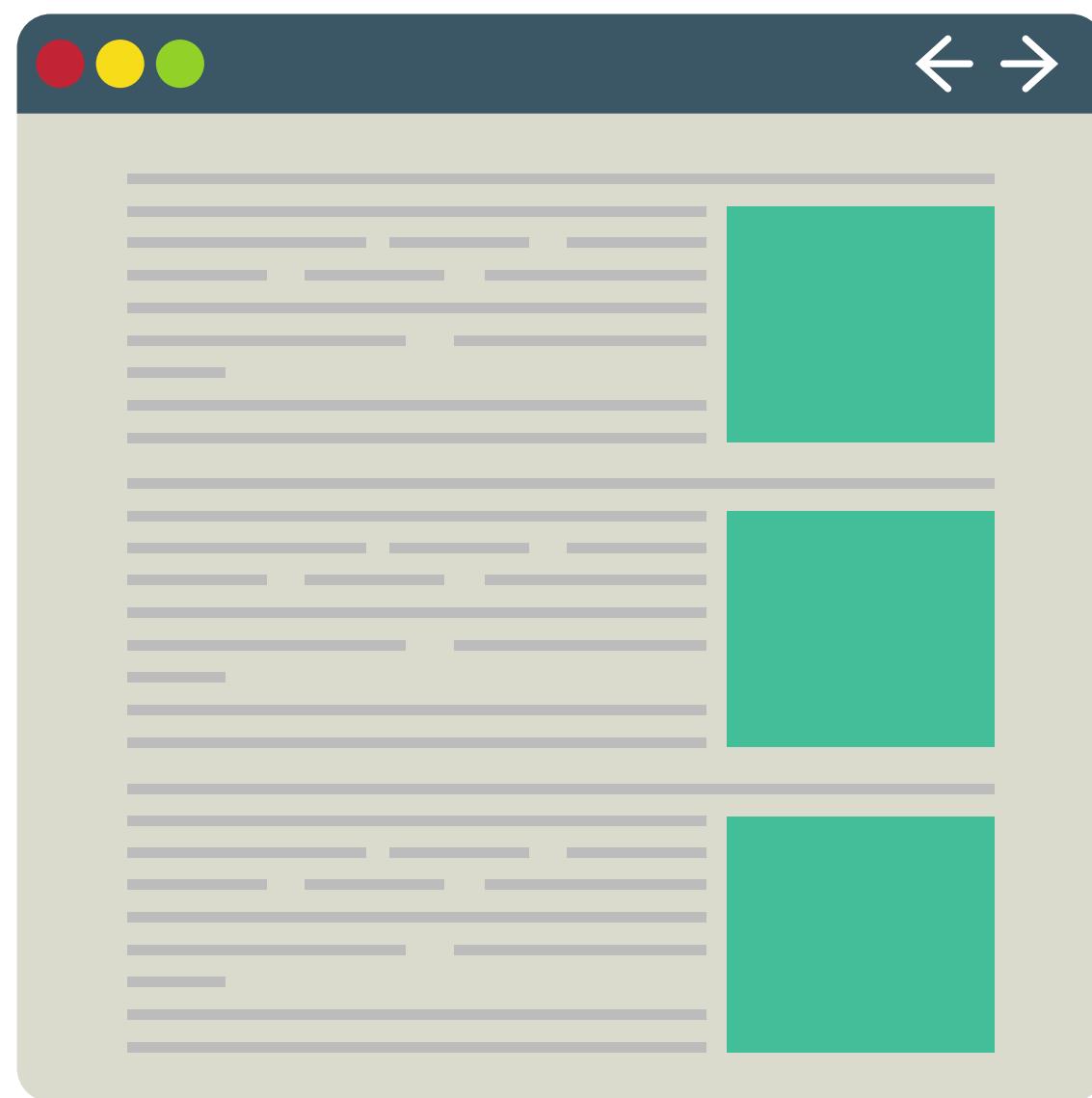
フェイスブック



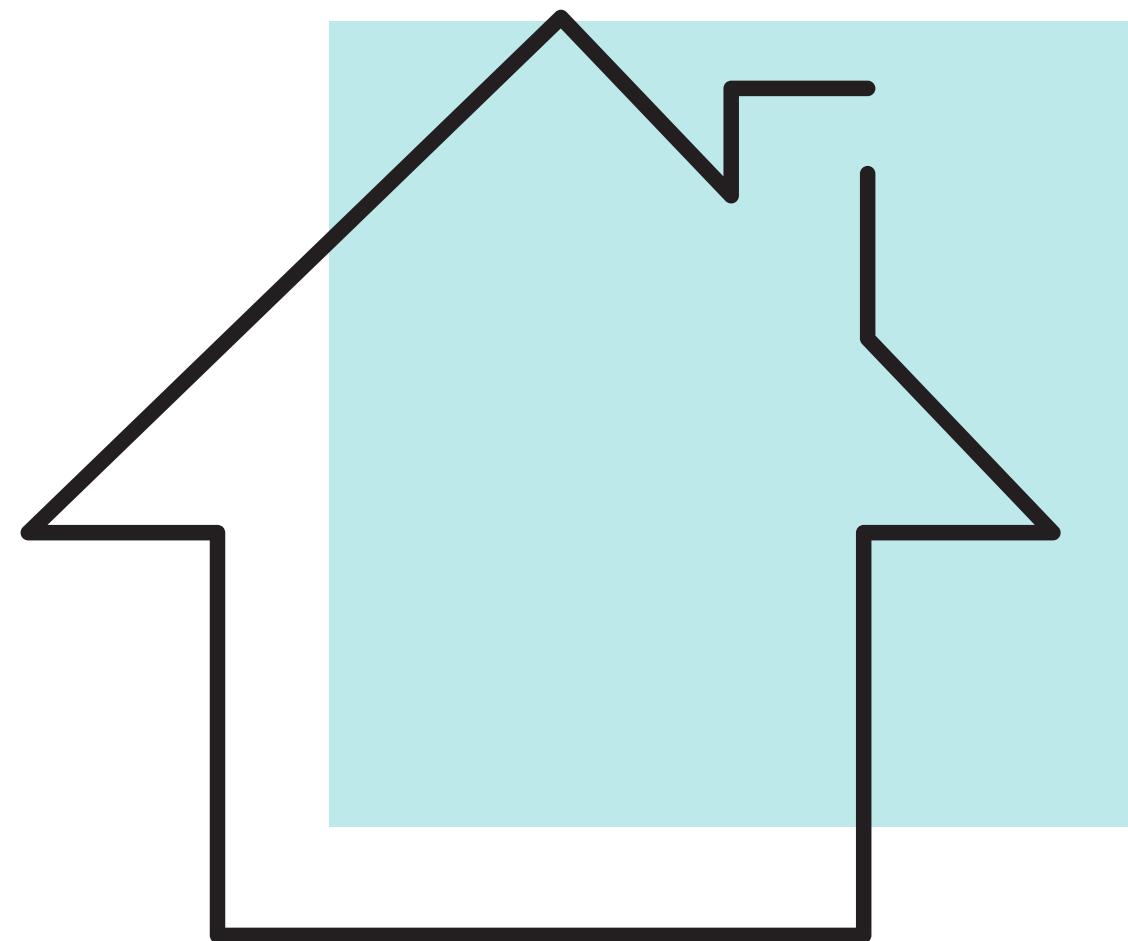
ユーチューブ



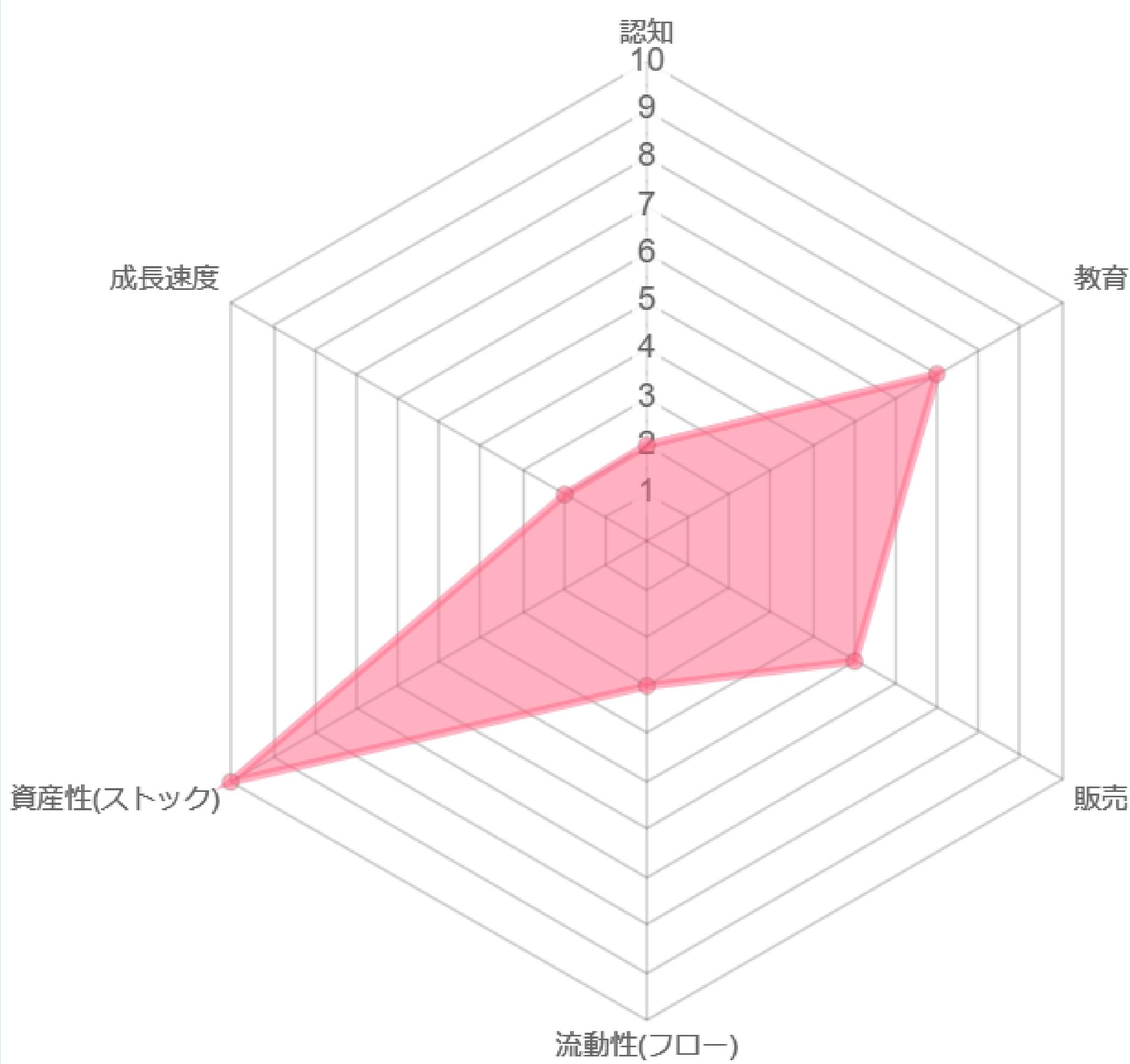
ブログ



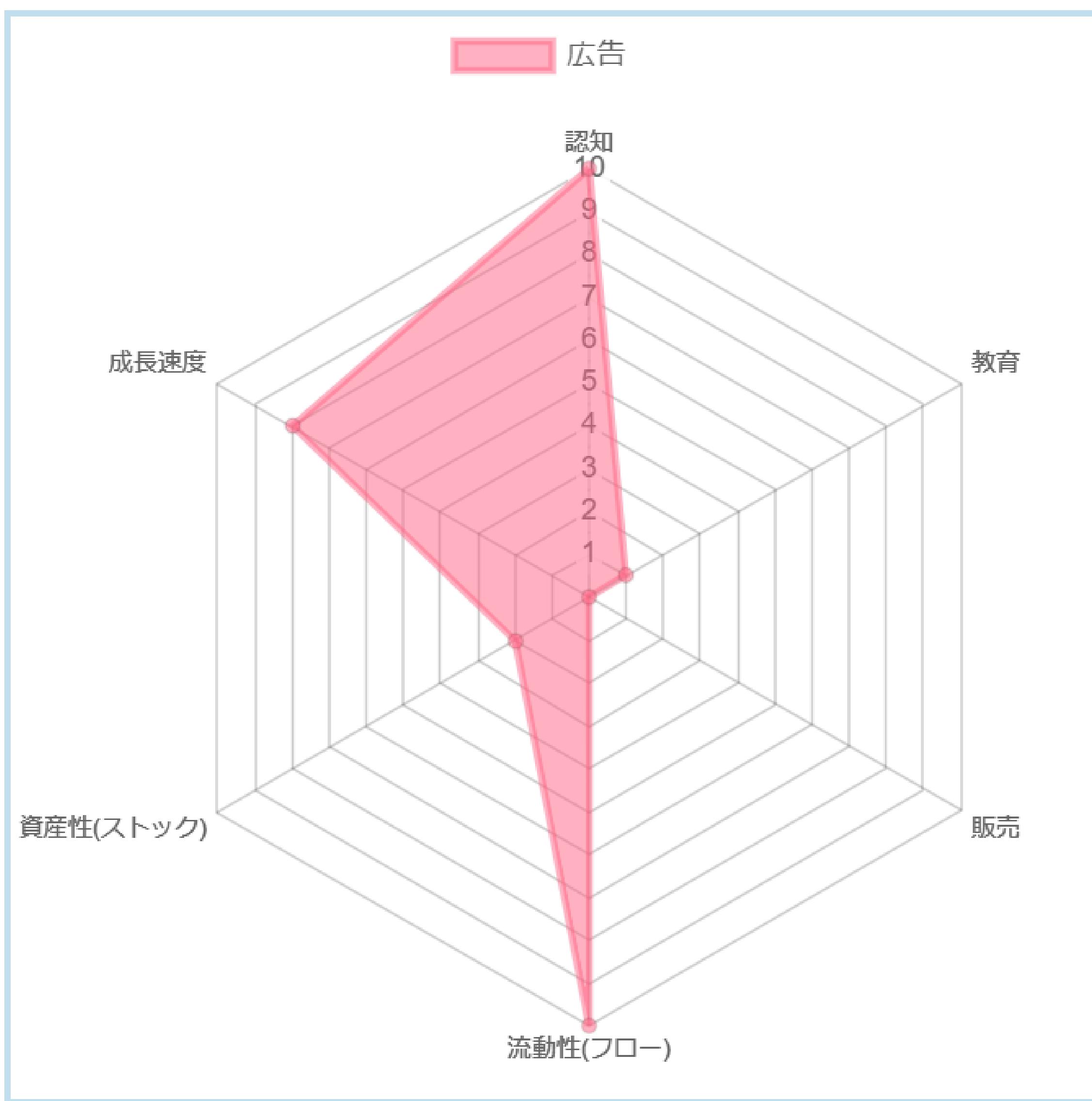
ホームページ



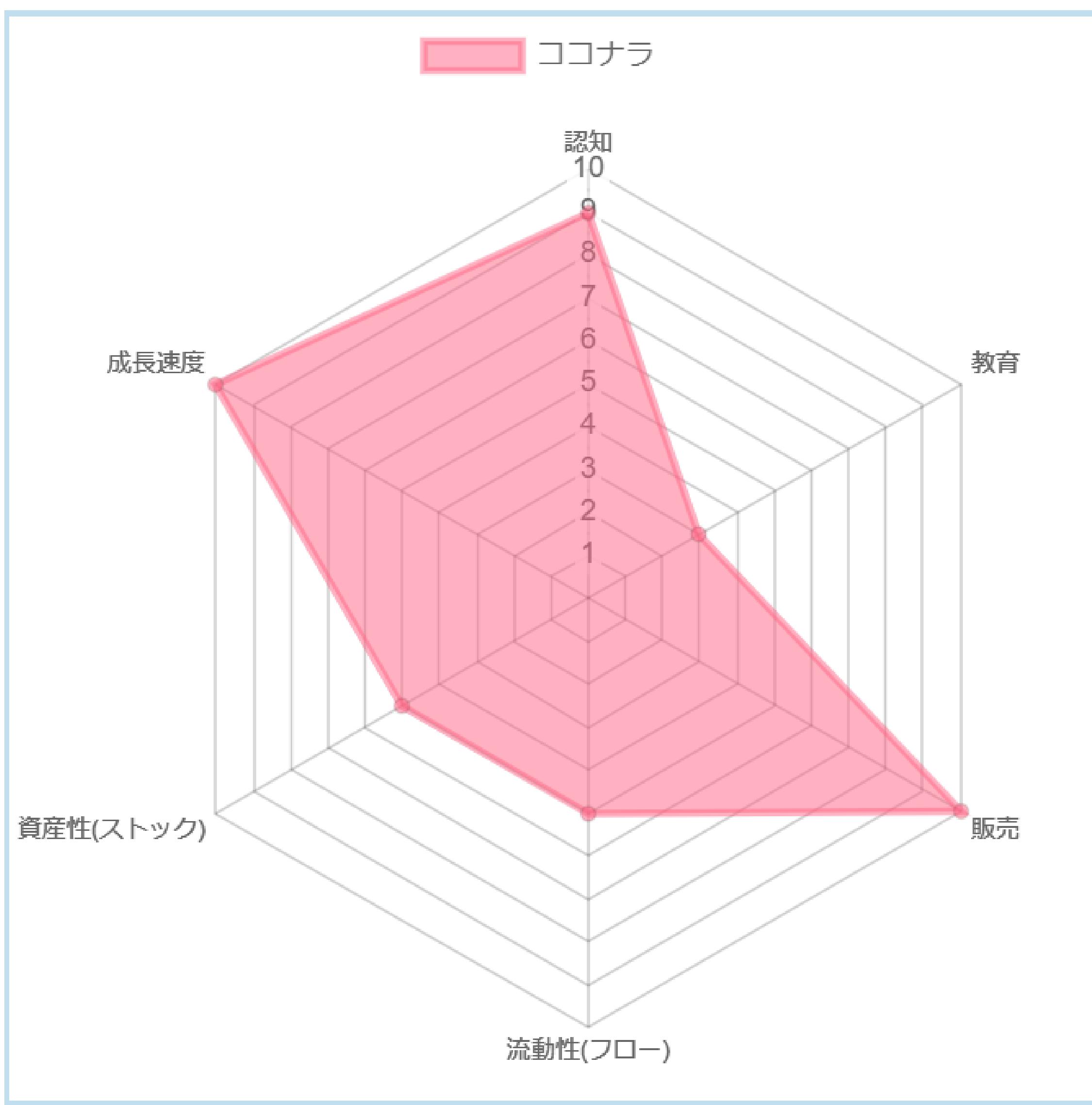
ブログ



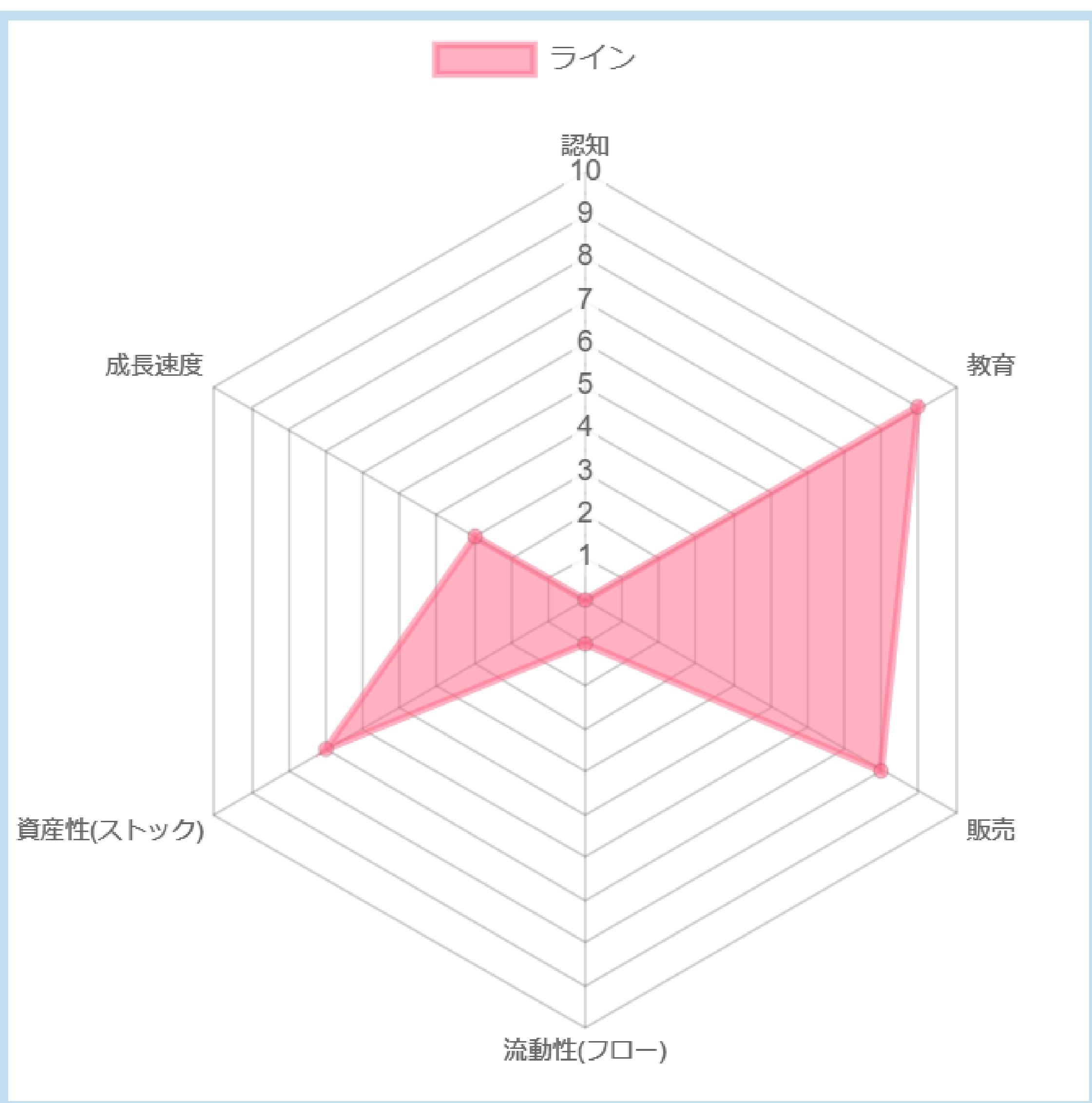
ウェブ広告



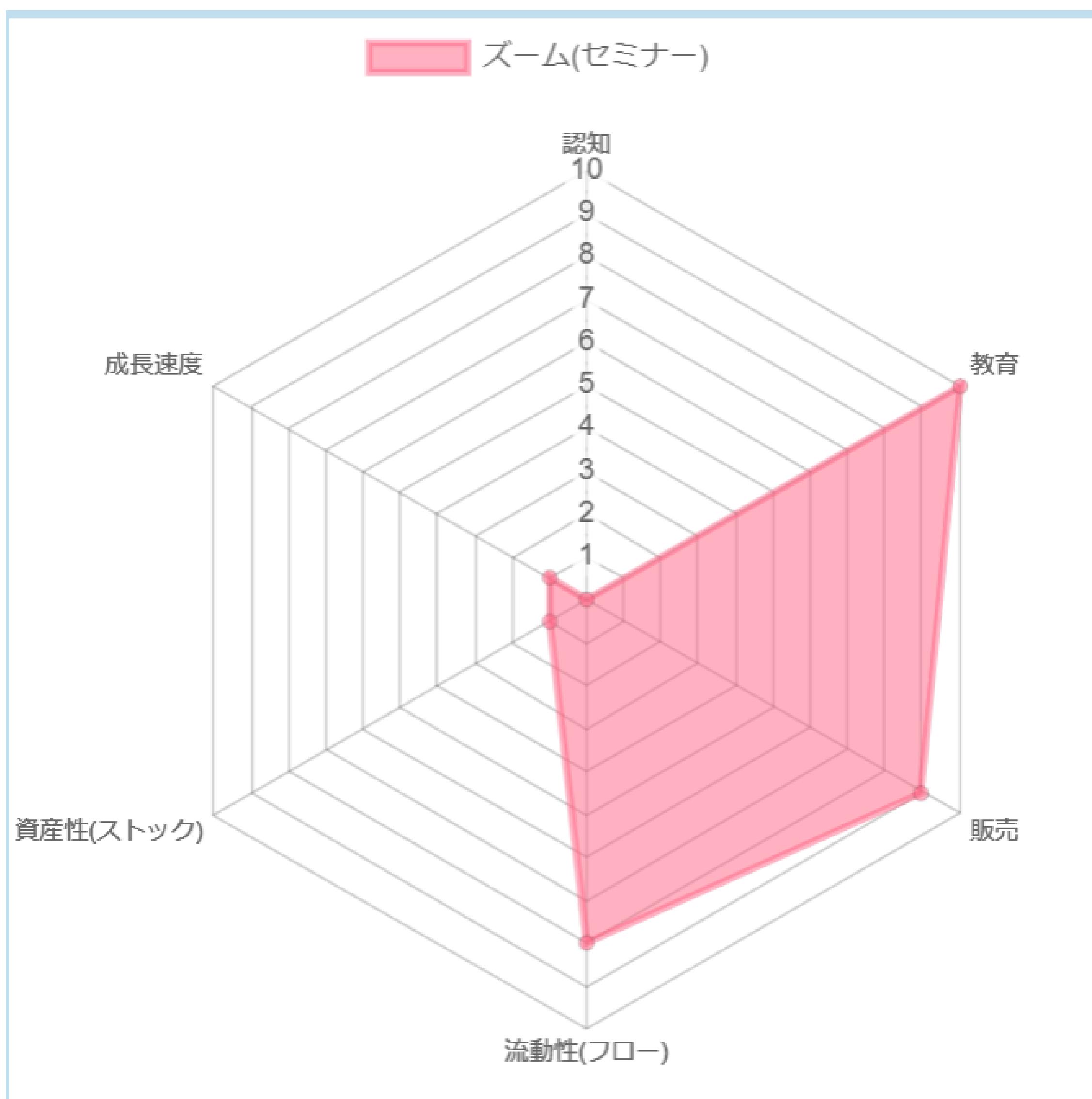
ココナラ



ライン公式アカウント



ズーム (セミナー)



メルマガ

