

この度は私の「月 300 万稼ぎ出す驚愕のマニュアル」をダウンロード頂きまして
ありがとうございました。

本マニュアルの最後に最新優良情報がありますのでそちらもお読みください。

これから記すことは、借金返済を目指す方、または、
お金稼ぎのカラクリを知りたい方にとっては、最高
で最後の教材になることは間違いないと確信してお
ります

やることはズバリ言いますと、情報販売です

私自身、直接のお取引では今回が初めてでしたが、今までは
インフォトップというサイトを中心に情報を販売していました。

ちなみに、情報を私のように販売する人を業界ではインフォブレンナーと
呼びます

私が、借金を完済したのは情報のネタは「せどり」です

せどりとは、古本の転売のことを言いまして、ブックオフ等で105円
本を仕入れて、なるべく高値でアマゾンで転売することを指します。

せどりをやっている人口は、今現在、少なくとも一万人以上いると言われ
結構、大きな市場になっています。

つまり、せどりで稼げる情報があったら、その一万人の方は、欲しいと
思いますので、その市場をターゲットに絞り、情報を作成していました。

ちなみにですが、「せどり」をちゃんと自分で実践して、稼げる法則を
見つけ出して、みなさんに提供していたので、リピーターは沢山つき
まして、新しい情報を出せば売れるという仕組みになっていきました。

もちろん、クレームも一切うけたことがなく、頂いたのは感謝の言葉

だけです。

みなさん、ヤフオクの情報カテゴリなんかを毎日みていると、情報販売＝詐欺商法と認識されがちですが、正しく情報を作成していればそんなことはありません。

インフォプレナーの本来の姿とは、購入して頂いたお客様を幸せにし、自分も幸せになれ、資金0円から始められる夢のようなサイドビジネスなのです。

実際にインフォトップなどで売れている商材は、人を騙すような商材は少ないです。

やはり、どんなビジネス形式であれ、正義の心を持って取り組む人は最後には勝つのです。

それでは、正しいインフォプレナーは一体どうやって情報を作っているのか・・・

情報商人（インフォプレナー）の情報作成方法をご紹介します

1：インフォプレナーの情報販売に対する心構え

第1に売れる商材であること

第2に正確な情報であること

第3に愛があること

この3つが、非常に重要です

2：情報商材のテーマの決め方

情報商材を作成するにあたって、テーマは無限にあるといっても過言ではないでしょう。

インフォプレナー達は、大好きな趣味はもちろんのこと仕事上で学んだ商品知識、業界知識、それから、日常生活に密着した情報も立派なテーマをして取り扱っています例えば、今流行りのミクスイで見つけた裏技や、これまで食べたラーメン屋の情報、ヤフオクで稼いだ成功体験など多岐にわたります。

さて、情報ビジネスの場合、単に自分の好きなこと、得意なことを書くのではいけません

なぜなら、情報ビジネスは、情報商材を作成するのが目的ではなく売れる情報商材を書いて、実際に稼ぐことが目的だからです

そこで、インフォプレナーの情報ビジネスで情報商材を作成するときのテーマの決め方を紹介します

情報ビジネスで成功する為には、インフォプレナーの書くテーマは、次の2点を踏まえたものでなければいけません

A：情熱を持って取り組めるものであること

B：ビジネスとして成り立つこと

Aの情熱は、特に重要なポイントです。

情熱の持てるテーマとは

例えば

- ★ 好きなこと
- ★ 興味あること
- ★ 得意としていること

★ 必要としていること

★ 是非、他の人にも知って欲しいと思うこと

★ それを伝えることが、楽しくてしょうがないと思えること

特に、売れるインフォプレナーの一番、重視している部分は
作ろうとしている商材がつぎの2つのうちのいずれかに
当てはまるかどうかということです

- 過去に自分がものすごく知りたかったこと（そして現在そのことについて詳しい

- 今、自分がものすごく知りたいと思っていること

理由は、この2つについて本を書くとしたら、インフォプレナー自身が、読者の気持ちをよく理解して書くことができる、読者の視点に立って書くことができるからです

売れる情報商材を書く一番重要なことは、この読者の視点を持つことです

それから、もう1点、書く本人が惚れ込むことのできる内容ではないのに他人が興味を示すはずなんてないですよ

だからこそ、かつてあなたが知りたかった、これから知りたいと思っている情報を本にすることは、売れる要素を持っていることになります

つぎに、「ビジネスとして成り立つ」とは、どんなに情熱を傾けて書いた本であっても、誰も興味を示さないテーマであれば意味がないということです。

そう、売れないからです

情報ビジネスでは、自己満足する為に本を書くではありません

多くの人から「欲しい」「是非売って下さい」ともとめられる「売れる」
本を書くことが目的なんですね

この売れる本にするためのテーマの決め方について、次に2つのアプローチ
法があります

1：情熱を持って取り組めるものの中から、売れるテーマを見つけ出す 方法

まず、インフォブレナーは、「知りたいこと」、または過去に「知りたかった」
テーマ（情報・知識）をできるだけ紙に書き出します

つぎに、その書き出したテーマの中から「他人に是非知って欲しい」と思う
ものを3～5つ選びます

今度は、その選んだテーマで伝えるキーとなる情報を、そのテーマごとに
書き出します。

そのキーとなる情報とは、具体的には、検索エンジンでそのテーマを検索
するとしたら、どんなキーワードを使うだろうかと考えるとわかりやすいか
と思います

もしくは、そのテーマの情報を書くとした場合のタイトルとサブタイトル
そしてその商材の紹介文を書いてみます

そこで、使われている言葉が、そのキーとなる情報になります

こうして、情熱を持って書きたい情報のテーマとキーワードが明らかにな
ったら、つぎにそのテーマの市場性、つまり「売れる」という点を検証しま
す

この市場性を調査する為に、インフォブレナーが利用している5つの情報
ソースを次に紹介します

★キーワード広告の「オーバーチュア」

★ 検索エンジンの「ヤフー」もしくは「グーグル」

★サイトのトラフィック情報がおおよそ把握できる「アレクサ」

★メルマガ配信ポータル「まぐまぐ」

★オンライン書店「アマゾン」

オーバーチュアは、入札方式によるキーワード広告サービスで、検索エンジンで頻繁に使われているキーワードの人気度が、このサービスで調べることができます

先にあげた情報商材のテーマとキーワードが、実際に検索エンジンで人気のあるキーワードなのか検証することができます

検索エンジンのヤフーとグーグルを使う場合、トラフィック情報ツールのアレクサと併用して使います

まずは、検索エンジンを使って、キーワードを検索にかけます

そして、検索結果にリストアップされたサイトを実際に訪れてみます

アレクサのツールをブラウザにダウンロードしておくと、訪れたサイトのアクセス数のおおよその情報を把握することができます

つぎに、メルマガ配信スタンドのまぐまぐの利用法です。

「キーワード検索機能」を使って、キーワードを含むテーマ

を取り上げたメルマガを探することができます

これにより、先のテーマとキーワードについてのメルマガ

をどれくらいの読者が読んでいるか、その人気度を確認します

最後に、オンライン書店のアマゾンです。この場合も、キーワード検索機能を使って、キーワードを含む本の売れ行きをランキングで確認することができます

このような、情報ソースを使うことにより、インフォブレナーが書こうとしている情報商材のテーマがどれくらいの市場性を持つのかおおよそのがつかめます。

ただ、方法を使った検証の結果が、100パーセントその本のテーマの市場性を図るのに正しいかといえ、そんなことはありません

これらの情報ソースから得られる情報は、あくまで現時点以前の市場性を示すものであって、これからのトレンドを創るであろう新しいテーマの場合には意味をなしません

あくまで、参考です。非科学的なのですが、こうした参考情報を知った上で、最終的にその市場性を見極めるのは、インフォブレナーの直感に頼るしかありません

えして、この直感が一番信用のおけるものである場合が多いので

2：売れそうなテーマの中から、自分が書きたいものを選ぶ方法

これは1つ目の方法とまったく逆です。つまり、市場性なありそうなテーマを調べた上で、それに自分が情熱を持って取り組みたいと思うものを選ぶやり方です

市場性のある情報テーマを見つける方法は、基本的に先に紹介した5つの情報ソースの活用法と同じです

1つの例は、アマゾンのベストセラーリストの利用です

アマゾンで売れている本のベストセラーリストの中から、自身の得意分野、もしくは興味のある分野で人気のある本を探します

お目当ての本が見つかったら、その本の詳細情報を見ます。

ここには、本に関してのいろいろな情報（著者からのコメント、出版社からのコメント、ブックレビュー、目次 etc）が書いてあります

私は特に、読者が本を読んだ感想を書いた「カスタマーレビュー」に注目しています

その理由は、このカスタマーレビューから、読者のもとめている情報を知ることができるからです

そして、それこそは「売れる」情報商材のテーマの最有力候補となります

つぎに、まぐまぐの活用法です

まぐまぐもアマゾン同様に「メールマガジンランキング」があります

ランキングには「週間総合ランキング」「部数増加ランキング」があります

わたしの活用法は、まず週間総合ランキングの中から、自分の得意な、もしくは興味のあるメルマガを見つけ出します

そして、そのメルマガのタイトルとメルマガの説明文の中から、キーワードとなる情報を見つけ出します

つぎに、そのキーワードと同じものをテーマに他のメルマガを洗い出します

もし、このキーワードをテーマにした複数のメルマガが多数の読者を獲得

できているようであれば、有力なテーマの候補と判断します

こうして、アマゾンとまぐまぐを使って見つけたテーマの候補を、ヤフーなどの検索エンジンやオーバーチュアを使って、その人気度の検証を行います

こうして、市場性のある情報テーマが明らかになったら、そのテーマについて、情熱を持って取り組みたいか考えてみます
仮に、その気に入ったテーマについて、インフォプレナー自身が知識を持ち合わせていなくても、あきらめる必要はありません。

重要なのは、そのテーマについてあなたが「知りたい!」と思うかどうか
なのですから

売れる情報商材を書く一番の成功のポイントは、**読者の目線で情報をまとめ、それを読者がすんなりと読める表現で伝える**ことです

そこで、極端なこと言えば、情報商材を書くインフォプレナーは、そのテーマについて何も知らない方がいいかもしれません

「え?得意なことを商材にしない方がいいのですか?」

いえいえ、そういうことではありません

ポイントは、あくまで、読者の視点で情報を提供することです

あまりにも知りすぎていると、その情報を伝えるときに読者の視点を失うことがしばしばあります

例えば、このくらいのことには知っていて当然と思ひ込み、前提となる知識レベルが読者とかけ離れて説明不測になったり、専門用語を使ってしまい、読者が理解できないようなことです

これを避けるには、得意な情報について情報を書く場合は、その情報についてまだ詳しく知らなかったときの自分の状態に立ち返ってみるしかありません

得意な分野の商材を書くときは、このことを十分注意して下さいね

情報商材で人気のあるテーマ

オンラインで販売する情報商材で人気の高いものは、ハウツーものですが
その中でも、特に人気のあるテーマの傾向についてあげてみたいので
参考にして下さい

お金儲けに関する方法

お金を節約する方法

効率的に物事を行う方法（時間の節約する方法）

努力せずとも簡単に何かを実現する方法

もっと楽になる方法

かっこよく・美しくなる方法

名誉を得ることにつながる方法

人気者になる方法

痛み（課題・苦しみ）から逃れる方法

■ 情報商人はほとんどが一週間程度で情報商材を作成しています ■

ここから、実際にインフォプレナーの情報商材作成方法を、一日単位で説明
していきますね

第1日目・・・本の構想とタイトル・目次決め

本を7日間で書くための第1日目の作業項目はつぎの通りです

タイトルを決める

セールス・レター（販売ページ、ダイレクトeメール）を作る

売り上げ目標を決める

目次を決める

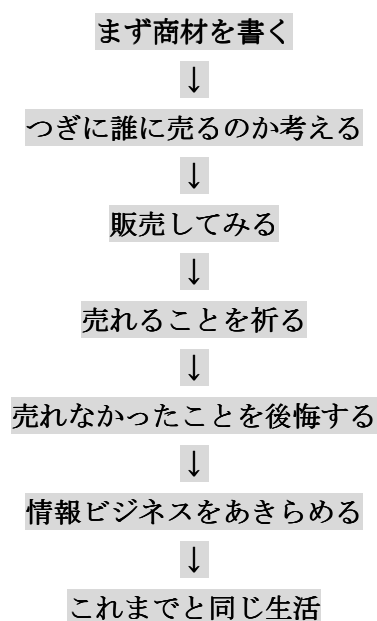
「売り上げ目標やタイトル、目次を決めるのはわかりますが、どうして情報商材を書く前にセールスレターを書くのですか？」と疑問に思う方もいることでしょう

実は、そこに7日間という短期間で情報商材を書き上げる秘密があるのです

情報ビジネスの目的は「ビジネス」つまり「お金儲け」ですね

「素晴らしい内容の情報商材をつくる」よりも「情報商材が売れる」ことの方が重要です

情報商人として絶対に避けたいのは



というサイクルです

私は情報商材の作成前に、必ずその商材の販売ページの
セールスレターを作ることから始めます

それは、つぎのメリットがあるからです

購入してくれるお客さまが明確になる

お客様のウォンツ（欲求）が明確になる

集客の方法がイメージできる

商材がどの程度売れるかイメージがわく

出来上がった商材をイメージできる

このように、情報商材が出来上がった状態をイメージできると、商材を作成
するスピードがあがります

どんな情報商材になるのかわからないという状態では、絶対に7日間で商材を
書くことなどできません

これが、情報商材を7日間で書き上げるコツです

それから、セールスレターを書くと、ついつい大きさに商材の内容を紹介した
文章を作りがちです

でも、それがまたいいんです

よくボクサー（亀田兄弟もそうですが）なんかが、試合前に自分を鼓舞する
為に大口をたたきますよね

「俺は世界一だ」
「俺様が真のチャンピオンだ」

なんてね。

こうすることで、自分に自身をつけさせ、目の前の不安をかき消そうとする
わけですね
実際に情報商材を書く場合、不安になりがちです。

「いい情報商材が書けるであろうか？売れるだろうか？」
とね。

こんな状態では、売れる情報なんて書けませんし、それに書くスピード
もあがりっこありません

だから、誇張した紹介文をセールスレターに書いて自身をもつことは
商法商材を書くのにはとてもいいことなんです

商材への愛着もできます

そして、商材が売れて自分の手元に入ってくる収入をイメージできると
ワクワクしてきます

このワクワク感が、情報を書く情熱になるのです

セールスレターを作る過程で読者への本の訴求ポイントが明確になって
きます

この訴求ポイントは、本のタイトルや目次を決めるときの大きな参考材料
です。

セールスレター（販売ページとダイレクトeメール）ができると、集客し
て販売するプロセスがおぼろげながらイメージできるようになります。

そうすると、その情報がどれくらい売れるだろうと見当がつくようになります

この直感は非科学的ですが、おそらく正しいと思って間違いありません。この段階で、「売れそうにないな」と思ったら売れないでしょうし、「よし、いける」と思ったら、よく売れます

こうして、売り上げ予想がつくと、それを情報の販売の売り上げ目標に立て、その目標に向かって情報を書くことになります
このように目標を明確に持つことも、本を書き上げるスピードアップにつながります

さて、タイトルと目次作りです

タイトルは、情報商材の売れ行きを決める大きな要素の1つです。

そこで、特に情報商材の販売に有効なタイトルのポイントを紹介します

数字を具体的に載せる

タイトルに数字を入れると、インパクトが強まります。

それと同時に、数字はできるだけ詳細に表現することです。

例えば、「月商300万円を稼いだ方法」というより、「これが月商312万4200円を稼いだ方法」とした方が、実際に稼いだ金額として信憑性が生まれます

「苦痛」をいやすメリットをタイトルに含める

行動を促す動機づけの一番の表現は「苦痛から逃れる」ことです

タイトルに「あなたの抱えている苦痛＝課題、悩みを解決する方法を教えますよ」というメッセージを伝えることができれば
その苦痛を抱えている人は高い確立で反応します

例えば、「リストラから逃れるための10ヶ条」
「こうして私はリストラを逃れることができた！リストラ寸前の
中間管理職の証言」

のようなタイトルだと、リストラを不安に感じている中間管理職
の人にとっては、思わず手を出したくなるタイトルですよ

メリットを前面に出す

「苦痛」と同じように、「快樂」も行動を促す強力な動機になります

例えば「チラシ広告の効果が10倍アップする秘訣」とか
「60日で10キロやせる・・・ダイエット」
のように、メリットを強調するのです

簡単に・楽に××できる

一般に新しいことにチャレンジする初心者にとって、それが「よくわ
からない＝難しい」というイメージを持ちがちです。

そういうひと達にとって「誰でも簡単にできる方法があるよ」という
メッセージは魅力的です

例えば、「初心者でもわかる・・・」「サルでもできる・・・」
などです

常識と逆説的な表現を使う

一般に信じられている常識を否定するメッセージをタイトルにすると
強いインパクトになります

例えば、「受験で合格したいなら、予備校に行くな！」

なんてタイトルだと、受験生を持つ親であれば、「え？どうして？」

と気にならずにはいられないですよ

断言する

確信を持って断言する表現は、一瞬読者が反発を感じますが、ついつい気になるものです

「××で儲かる！」とか「～しなさい！」とか

といった言い切り型の表現です

共感を持たせる

読者と立場を共有した上で、提言する形のメッセージ性の強いタイトルです

「リストラされ、うつで悩まされた元中間管理職の人生大逆転劇」
は、世代の40代～50代のリストラを身近に感じるひとにとって、手を伸ばしたくなるタイトルとなるかもしれません

弱い立場の人が成功する→誰でもできると思わせる

社会的に不利な立場の人でも「××できた」とタイトルに持ってくることで、「誰にでもできる秘密の方法を教えますよ」と思わせるメッセージです

「カネなし、コネなしの私ができた・・・」

「小心者でも・・・」

「シロウトが一躍××になった」

といったタイトルが代表的なものです

短期間で達成できる

実現に時間がかかる困難なことが、短期間で実現できるという表現を使って「即効性の高い」であることを示唆するメッセージです

「わずか××日で・・・」
「たったの××日で・・・」
といった表現をタイトルに含めるやり方です

明確なターゲットに呼びかける

読者ターゲットを絞り込んで、そのターゲット層を表す言葉をタイトルの前に持ってくると、特定のターゲット層をひきつけることができます

「年収400万でも豊かに暮らせる101の智慧」とか
「30代女性バツイチで2人の子持ちの私が玉の輿に乗った本当の理由」

のように最初から読者ターゲットを絞り込んで訴求する方法です

実際の経験を売る

実際に経験したことを本にする場合、その成果が目覚ましいほど、その経験をタイトルにすると、読者をひきつける効果があります

「開業後、わずか60日間で月商532万円！同業には言えない秘密の
オンライン集客法」

などは、オンラインショップ開業前のひとにとって、「ぜひ知りたい」
と思うノウハウに映ることでしょう

流行の言葉前面に出す

情報の内容にマッチした分野で、特に流行っている言葉をタイトルに含めるやりかたです

これは、特定の時期だけに効果を発揮するものなので、特定の期間でしかも、短期間に販売しようとする場合に有効です

例えば、現時点で、情報商材で飛ぶように売れている「ミクスィー
で93万円稼いだ・・・」という商材は、まさにこれの典型ですね

情報商材のタイトルは、書店の本を比較して、多少表現が大げさになったり、長いタイトルになっても構いません。

それは検索エンジンを使った検索を意識して、なるべく多くのキーワードにマッチさせるためのものであり、読者への訴求のためにも必要なことなのです

また、タイトルの表現に法的規制が実質的に問題となることもないので比較的自由的な形で著者がきめることができます

つぎに目次ですが、テーマ、タイトル、そしてセールスレターで明確になった訴求ポイントを参考にします

そこで行うのは、読者の視点に立つことです

自分が読者だったら、本のテーマ、タイトルに対し、どういったことを訊きたいか？と考え、紙に書き出すのです

これは、細かな質問でなくてもいいのです

大まかで構いません

そして、その紙に書き出した質問を、質問に応える表現で書き直します

それが見出しの候補をなります

つぎに、それぞれの見出し候補の言葉の右横もしくは下に、今度は

「伝えたいことは何か」

という視点で、短い要旨を書き出します

さて、こうして書き出した要旨を見てみると、見出しの候補をまたいで意味や要点が共通するものがでてくるかもしれません。

それらは、1つの見出しにまとめます

最後に章の順番を決めるために、それぞれの見出しを読者の視点から
スムーズな流れにまとめます

ポイントは、1つの章を読み終えたときに、「つぎに何を知りたいと思うか」
という視点で流れを作ることです

これで目次のドラフト（下書き）の完成です

どうですか？

簡単でしょ

さて、セールスレター、タイトル、目次と決めてきたわけですが
これらはあくまで、ドラフトです。

あとで、情報のコンテンツを踏まえて変更したり、よりよいものに変更して
下さい

それと、もう1つ言わせて頂きたいのが、情報を作成するとき、完璧は絶対
に目指さないでくださいね。もともと完璧な情報などありません

だから、完璧を求めるのは無駄な作業なのです

7日間で本を書く為の第一日目のまとめ

※ 本の出来上がりのイメージを持つために、セールスレター
を最初に作る

※ ゴールを明確にする

※ 対象の読者、販売イメージを明確にする

■第2日目・・・コンテンツ作り■

7日間で情報商材を作成する第2日目は、本文作りです

実はインフォプレナーは、第1日目の夜寝る前に、作成したセールスレターと本とタイトル、目次にもう一度目を通して記憶してから寝ています

こうすることで、脳に、これからインフォプレナーがしようとしていること、すなわち、情報商材を書くという指令を出すことになります

そうすると、寝ている間に、脳は、情報のコンテンツとして適当な情報（つまり、本人がこれまで学習、経験した知識）を探す作業に入ります

そこで、翌朝目を覚ましたときに、商材について少し考えてみると、脳は既に作業を完了し、情報のコンテンツとして適当なものが次々に頭に浮かんでくるかもしれません

私の場合、毎回ではありませんが、このやり方で何度かアイデアを思いついたことがあります

もし、何もアイデアが浮かばなくても、気にしないで下さい

アイデアが浮かんだら、メモ用紙にそのことを書き留めるようにしましょう

これが記念すべき本人の情報の最初のコンテンツになります

ここで1つ、是非お勧めしたいことがあります

もし、あなたが、情報起業を考えているのであれば、音声を録音するICレコーダーを購入することです

インフォプレナーで活躍している方々は、ほとんどがICレコーダーを持っています

アイデアって本当に不思議なのですが、突然理由なしに浮かんできませんか？

私なんか風呂場の掃除をしているときなんか浮かんできます

こんな時、役に立つのがICレコーダーです

なぜなら、アイデアというのは、そのまま放っておくと忘れてしまいがちだからです

成功哲学で世界的に有名なナポレオンヒル博士がつぎのようなことを言っています

「アイデアはまるで、生まれたばかりの赤ん坊のようなものだ。生まれてすぐに手厚く看護してあげないと、時には死んでしまうことがある」

と。確かにその通りですね。

さて、本文を書く作業についての話に戻しましょう

本文を書く初日であるこの日は、知っている情報をとにかくひたすら書くことに専念します

書いて書いて書きまくるのです

このときのテクニックは、文法や文章表現を一切気にしないこと

とにかく思いついた情報をどんどん書くことです

中には、知っているのに、どうしても思い出せないような情報があったとします

それについては、無視します

無理に思い出そうとしてはいけません

ただ、今わかっている情報のみを書き出します

そして、第2日目の夜も第1日目と同じように本のことを
考えて、眠りにつきます

7日間で情報を作成する為の第2日目のまとめ

※ とにかく知っていることのみ、思い出すことのできた情報のみを
ひたすら書き出す

※ 文体、文法などを気にしない

※ 思い出せないからといって調べたり、無理して思い出そうとしない

■第3日目・・・リサーチ（不足した情報を補う）■

7日間で本を書く第3日目はリサーチ（調査）の日です

第2日目に書き出した情報の中で、情報として不完全なものがあるはず
です

それは、情報を補うデータであったり、事例や図かもしれません

または、昨日思い出せなかった情報もあるでしょう

この日は、不完全な情報、不足している情報を調査して、情報として
すべて、完全なものとするのが目的です

そこで、不完全、不足している情報をまず明らかにしたら、つぎに
その不足した情報がどこにあるのか情報源をリストアップします

そして、その情報にアプローチする方法を設計します

例えば、情報源が本であれば、まずオンライン書店のアマゾンを使
って本のタイトル、著者、出版社名を調査して、書店にでかけ
る。

友人の知人であれば、友人から知人の電話番号を入手して連絡
します

新聞・雑誌であれば、図書館へ行って、過去の新聞の記事を
検索するといった方法があります

私は調べものをするには、まずインターネットを使います

検索エンジンのグーグルでキーワードを検索し、もとめている情報を
収集します。

それから、アマゾンを使って探している情報に関連した書籍をリストアップ
し、必要ならば購入します

それから、参考情報としまして、まれにですが、メルマガ配信スタンドまぐまぐ
を使って、関連のメルマガとその発行者のサイトを参考にすることもあります

こうして、不足している情報を収集するのですが、注意して欲しいのは、その情報
収集の方法です

とにかく、情報源の数は膨大ですから、それぞれの本やウェブサイトのコンテンツ
のすべてに目を通すわけにはいきません

目的は不足している情報を見つけることですから、特に本などの場合、決して
本の文章を読まないようにして下さい

目的の情報が書いてあるページを見つけ出し、その情報の前後の文章を読むだけ
にします

あくまであなたの今の目的は、不足した情報を作業中の本に加えることであり
その為に必要な箇所の情報だけでいいのです

さて、不足している情報の情報源が、「人の場合」、どうすればいいのでしょうか？

その相手が友人や知人ならば、電話すれば事足ります

でも、有名人や通常なかなか会えない多忙な人の場合、どうすればいいのでしょうか？

基本的には次のような4つの方法があります

1：インターネットで調べる

今では多くの著名なひとが自分のホームページを持っています

そこで、ホームページを訪れて、連絡先（住所、電話番号、FAX番号、メールアドレス）を入手し、できるだけ的手段（手紙、電話、FAX、メール）を使って連絡をとります

このときのポイントとして、相手が警戒するような、また迷惑になるようなことにならないようにして下さい

まずは、相手の著作を読んだ感想を伝えたり、自分のことを伝えます

その上で自分が調査している情報について伝え、それに対する意見やアドバイスをまとめるという形をとります

2：著作物の出版元に問い合わせる

有名人であれば、著作物があるはずですが、もしなくてもインタビュー記事が親戚もしくは雑誌に掲載されていると思います

そこで、それらの出版元に問い合わせ、感想の手紙を送りたい旨を伝え、相手の連絡先を入手します。もしくは、出版元を通して手紙を相手に渡してもらいます。

3：セミナー、講演会に参加する

有名人が後援あうるセミナーに参加して、質問の時間や後援後に話をします

確かに本を書いている時期にタイミングよくセミナーがあることはまれで

しょうが、できるだけ自分の興味ある分野について、トップクラスの専門

家のセミナーに参加して、直接いろんな質問をぶつけることです

知識を身につけるだけでなく、その有名人と知り合いになれたりする

ので、後々、別の本を書く機会に、役立つことがあるかもしれません

4：友人・知人に訊く

あなたの周りの友人・知人に「(有名人の名前)のことを知っているひと
を知りませんか？」と尋ねてみます

「友人・知人ならともかく、面識のない有名人になんて、そんなに簡単
に会えないよ」と思うかもしれません

確かに100%確実に会える保障はありません

でも、アプローチしてみる価値はあると思いませんか？もし、最初から
諦めてアプローチしないのであれば、専門家に会える可能性は0です

絶対に会えません！

インフォプレナーは、実際にそうやって接触を図っています

7日間で本を書く為の第3日目のまとめ

- ※ 2日目の作業を補うことが目的
- ※ その為に必要な情報（第2日目で不完全、不足していた情報）を明らかにする
- ※ 必要な情報を得るために、その情報源と情報源にたどりつくためのアプローチ
方法を明確にする
- ※ 情報源がウェブや書籍の場合、文章を読んだり、勉強をするのではなく、あくま
で必要な情報を見つけることに集中する

※ 情報源がひとの場合、できるだけ会って情報収集するように心がける

※ 相手が有名人でも、最初から諦めずにアプローチしてみる

■第4日目・・・ドラフト（下書き）の完成

この日は情報収集の結果、コンテンツに必要な時間がすべて満たされ
ドラフトが書きあがる日です

第3日目に調査して、収集した結果を、前日までに不完全だった情報
の場所書き加えます

こうすることで、情報コンテンツとしては一応そろったレベルの本に
なっています。

ただし、情報の羅列になっている状態なので、文章になっていない
箇所が数多く見受けられるはず

だから、まだ、他人にインタビューしてもらうことはできません

でも、この時点では、それで十分

あとは、本の体制を整えるのみ

集中して机に向かって作業を進めればいいのですがら

7日間で情報を書く為の第4日目のまとめ

※ 第3日目に収集した情報を本文に加える。それだけ

■第5日目・・・コンテンツの整理■

7日間で情報を書く為の第5日目は、情報に意味を持たせる作業です

前日にできた情報はドラフトとはいえ、情報の羅列に過ぎず、とくに他人に読ませることはできないシロモノです

そこで、これから他人が読んで理解できるようにしていきます

しかも単に理解できる文章ではなく、読み手がその内容にグイグイと惹きこまれるように、読みものとして面白く、読みやすいものにしていきます
さて、情報ビジネスの商材としての情報の場合、その文体はできるだけ話言葉に近い会話調で書くことがポイントです

理由の1つは、それがあなたにとって一番慣れている文章だからです

それは読者にとっても同じです

だから、書きやすいし、読みやすい文章になります

書くスピードもあがります

それからおかしい文章表現をしてしまう間違いが少なくなります

普段使っていない表現は、えして間違ってしまうものです

できるだけ、普段着の格好の文章を心がけましょう

それが一番です

ただし、あまり砕けた友達口調になってはいけません

会話調の文章であれば、そこに知性をうかがわせるものがなければなりません

それからできるだけ、難しい漢字は用いない

最近は文章を書くとき、手書きではなくワープロを使いますから
自分も読めないような漢字をワープロソフトが自動で変換してきますよね

よく注意してください

ひらがなを用いたほうが、文章にやわらかな表現が生まれ、読みやすくなるという点も覚えておくといいでしょう

とはいったものの、はじめて情報商材を書く人には、会話調で書くということがよく理解できないことでしょう

まあ、ぶっちゃけた話、自分自身が読みやすい文章で書くことが一番だということです

そこで、1つ文章力をつける最高の方法をお教えします

それは、あなたが読んだ本の中で、一番読みやすかった、すんなりと読むことができた本を一冊選んでください

そして、その本のどこでもいいので1章をまるまる写し書きしてみてください

これは、手書きの方がいいのですが、パソコンを使っても構いません

そうすると不思議なことに、その著者の文章の書き方がだんだん身につきます

さて、こうして単なる情報の羅列に過ぎなかった文を、意味のある文章にしていく過程で、不必要な情報や内容にふさわしくないものがみえてきます

そういった情報、文が見つかったら迷わず削除して下さい

これって重要なポイントですからね

とにかく一度書いた情報は、心情的に残しておきたくなります

でも、それはあなたの都合であって、読者を基準に考えないことを意味します

不必要な情報があると、それは読者を混乱させ、情報の価値を落とします

ですから、不必要な情報は、それはきっぱりと削除します

こうして、情報の意味づけと加工を終えたら、それなりに読めるレベルの情報の出来上がりです

分量としては、トピックにもよりますが、数10ページ~100ページをちょっと超える程のものが出来上がっていることでしょう

ここまで来ると、自分の情報がもうすぐ出来上がるということを実感できます

7日間で情報を書く為の第5日間のまとめ

※ 今まで書き出した情報を意味のある文章にする

※ 文章じゃ堅苦しいものではなく、会話調の親しみやすいものにする

※ 読者が読んで理解できる文章にする

※ たとえ苦労して入手した情報であっても、情報の内容にそぐわないものについては不必要な情報として排除

■ 第6日目・・・編集・校正作業 ■

ここまできたら、情報を書き上げるというゴールはすぐそこです

さて、第6日目は、情報の商品化が目的になります

つまり、お金を頂く価値のある読み物に仕上げることです

この商品化の作業を編集・校正と呼びます

まずは、情報のタイトルと目次を、本文の内容を踏まえ、適切なものであるか

再考してみましょう

この場合、本文の内容にマッチしていることはもちろんですが、それ以上に「売れる」
タイトルと目次にすることを一番心がけなければなりません

その次に、文章を第1章から通読し、全体の構成がスムーズな流れになっているか？
注意してみてください

この流れというのは、とっても重要です

例えば、人と話をしている、話が脈絡なく、あっち、こっちに飛んでしまうと、その
その人と会話するのが嫌になってしまいますよね？

相手を変なヤツに思えてきます

だから、文章の構成はロジカルであることを心がけて下さい

ポイントは、各章の終わりの文を読んだ後に、読者の立場になって「それで？」
と質問するとしたら、どんな質問が浮かぶか考えることです

つまり、それが読者が次に訊きたい話の内容なんです

それが終わったら、最後に文章の表現、句読点の位置、漢字、そして文法の誤りに
ついて正しましょう

ただ、正直言って書店に並ぶような出版物と違って、オンラインで直接販売
する自己出版なのですから、それほど厳密に考えなくてもかまいません

こんなこと言うと、誤解されそうですが

もちろん、情報の購入者が落胆するような誤りは問題ですが、そうならないレベル
であれば基本的に大丈夫です

情報の編集・校正で一番注意しなければならないのは、文法や体裁にあまりにこだ
わることで、かえって読者にとって読みづらいものにならないようにすることです

7日間で情報を書く為の第6日目のまとめ

※ 読者に読みやすい本にするための編集・校正であることを認識する

※ あらかじめ、編集・校正の期限を決めておく

■ 第7日目・・・第3者のレビュー&情報の完成 ■

7日間で情報を書く最後の日は、第3のレビューを受けることから始まります

この日まで、インフォプレナー1人で情報を書いてきました

そして、この日、著者以外の第3者が、情報に目を通す日です

第3者からのレビューは、少なくとも3人のひとからレビューを受けてください

特にその情報の読者層になりえる人3人です

それから、レビューをしてもらうことの注意点があります

それは、自分が書いた情報だと言わないことです

書いた本人を前にすると、なかなかコメントはできないものです

レビューの後で、実は私の書いた本だと告げればよいのです

その時に一番大事なのが、

「この情報いくらなら買う？」

「もしも、この情報に〇万円払うとしたら、不足しているのは何だろう？」

「君がこの情報を代理店として販売するなら、どれくらいの価格で売る？」

と、販売の為の情報も収集するようにインフォプレナーは心がけています

そのレビューの結果を反映させて情報が完成します

7日間で情報を書く為の第7日目のまとめ

- ※ ターゲットにしている読者になりうる少なくとも3人からレビューを受ける
- ※ 友人から評価をもらうときは、売れる情報に改善する為の貴重な意見を訊き出すようにし、しつこくてもいいので、その真意を明らかにする
- ※ 情報の内容ではなく、情報の販売（価格等）に関わる点についても意見を訊き出す

以上がインフォプレナーが情報を7日間で書く為のテクニックです

もちろん、私も含めまして、ぴったり7日間で書き上げることは厳しいのですが、普通に書くよりは、何倍も時間を短縮できます

■さて、情報商材の作成について、インフォプレナー達が実際に使っているテクニックを紹介します■

要点は太字でメリハリをつける

行間の空白を利用する

文の行間を空けてできるだけ空白を持たせます

読みやすくなるというだけでなく、本のページ数が増やせます

80ページよりも160ページの方が、購入する側としては、お得感があるものにみえます

すよね

フォーマットは同一にする

記号や、箇条書きの段落記号の使い方は、本全体で統一します

協力者のネットワークを築いておく

ブログ友達でも何でもいいので、インフォプレナーで成功したいのであれば自分のまわりに沢山の友人を築いておく必要があります

あとで、必ず助けになります

ヘッダー、フッターの活用

読者の読みやすさという点で、ヘッダーには各章のタイトルを、そしてフッターにはページ数の表示と著作権を示すコピーライト情報を表示します

著作権の明記

すべての情報商材について、本の冒頭に著作権についての説明文を明記します

著作権の情報の冒頭に明記するだけで、不正な複製や転売行為は70%以上を防げます

価格変更のルール

これは、非常に重要ですので、情報販売しようと思っている方は絶対に覚えておいて下さい

情報の適正価格を知ることは難しいです

そのため、あとで価格を変更する必要があるときもあります

このときに気をつけないければならないことがあります

※ 価格は最初低く設定して、その後、段々上げていく

※途中で正当な理由なく価格を安くしない

情報の価格を途中で安くするようなことがあると、それよりも高い価格で買った人はよい気がしません

情報の発売時に買ってくれるお客様は、リピーターになってくれる可能性が高いので、その方々の機嫌を損ねることはインフォブレンナーにとって死活問題になりかねません

メルマガを戦略的に利用する

メルマガの発行する目的は見込み客を獲得することです

絶対にメルマガで販売してはいけません

メルマガで儲けようとしてもいけません

あくまでも、メルマガは販売の手段ではなく、見込み客獲得の手段であるからです

それから、メルマガの広告スペース販売はやめましょう

読者にはただ邪魔なだけで、メリットがないので嫌われます

インフォブレンナーとして成功したいのなら、読者を中心とした、読者のメルマガにして下さい

そうすれば、強力な読者の支持を受けることになるでしょう

メルマガの配信はまぐまぐを利用することをお勧めします

メルマガを申請したら、必ず、失礼のないように、同じメルマガ発行者へ相互紹介を申込みましょう

相互紹介を申し込む相手は、自分のメルマガとテーマが近ければ近い方が
いいです

そこから流れてくる読者は、似たような情報を求めていますので、自分のメルマガ
の読者になってくれる可能性が高いからです

とにかく、相互紹介は相手を単なる広告媒体としてではなく
パートナーとして尊敬し、良好な関係を築いて下さい

後に、非常に有益な人脈になり、助けになってくれますので

自分のサイトのポップアップウィンドを使い告知をする

ポップアップはおそらくあなたも経験があると思いますが、ホームページを訪れ
た時に小さいサイズの四角いページで、通常広告などの告知によく使われます

注意しなければいけないことは、必ず、次回以降はポップアップの告知をしない
というボタンを設けて、そのボタンをクリックした人には、以後、ポップアップ
を表示させない配慮が必要です

ポップアップは、無料で資料請求やメルマガの定期購読など、無料ということ
をエサにして、氏名とメールアドレスを訪問者に記入してもらうためのツールです

これで、個人データを獲得し、以後、無料でお客さんにとって有益な情報を与え
続ければ、かならず信頼を価勝ち取り、情報商材を購入に結びつきます

読み手を取りこにするセールスレターの書き方

セールスレターを書く順番ですが、まずタイトルから書くようにして下さい

理由は、もしタイトルが読み手の興味を引かないものであったら、本文を読まれる
ことはまずないからです

なので、タイトルは見込み客が十分に興味をもてるメッセージにしてください

ここで注意して欲しいのは、タイトルで販売してはいけないということです

タイトルの唯一の目的は、レターの最初の文章を読ませることです

つぎに、最初の文章の目的は、つぎの文章を読ませること。

そしてその文章の目的は、また次の文章を読ませることです

結果的に、レターを最後まで読んでもらうようになるように心がけてください

以下が文章を読ませるテクニックです

(文章の終わりの言葉)

それは次に述べるようなことです

それではもっと詳しくみていきましょう

それ以上に重要なことがあります

(文章のはじめの言葉)

それだけではありません・・・

もっと重要なことは・・・

さらには・・・

具体的には・・・

以上

セールスレターは長文の方が効果があります

しかし、読み手をワクワクさせる書き方があまり慣れてない初心者の方には
長文にならないよう、要点だけを絞って書いた方が効果的です

セールスレターを書くときに大事なポイントとしましては、お客様に情報商材
を購入する理由をすべて、明確に認識させてあげることです

購入する理由がわからず購入する人はいません

ですので、購入する理由が多ければ多いほうがよいですね

正直・誠実であること

セールスレターを読めば、著者のパーソナリティーがわかります

もし嘘を書いてしまうと、それは読み手に間違いなく伝わります

だから嘘は禁物です

読者の声を載せる

人は大多数の意見に従おうとする傾向があります

ですので、情報商材を実際に購入したお客様の声を載せましょう

その声の発信者の氏名やホームページなども載せると信憑性があがります

ここでも、架空の人物で声を作ることは禁物です

カリスマ的な権威者の意見を載せる

人は権威に弱いので、非常に威力があります

同意するクセをつける

レターでは、読み手が同意する内容、肯定する情報で構成します

読み手がレターを読み進める中で、「そうだよね」「あっ、そうそう」
と思わずうなずいてしまう文章にしてください

こうすることで、購入に対しての抵抗感を減らす効果があります

ストーリーを語る

あなたの実際の経験を語りながら、その情報商材を販売するにいたった経緯
やメリットを伝える方法です

人はストーリーを好みます。

それに、理解しやすいのでイメージしやすいのです

■価格の伝え方■

価格は購入の大きな意思決定要因です

情報商材の場合、情報のメリットが十分に伝われば、価格はあまり問題ではないので
すが、3万円以上のものであれば、伝え方に注意を払う必要があります

ここで、多くのインフォプレナーが使っているテクニックを紹介します

類似の情報商材と比較するのではなく、セミナーやコンサルティングの料金と比較

して、情報の価格が割り安であることを伝えます

具体的には、セミナーが2時間で3万円だとか、コンサル料金が一時間2万円
だということをあらかじめ伝えます

その上で、情報の内容はセミナーだと8時間に相当するので、上記の仮定に沿って換算
すると、私の情報は12万円もの価値があると表現します
このようなやりかたで、お得感をだします

■お客様をファンにしてしまう■

お客様がファンになってくだされば、定期的に情報を購入してくれます

ファンが増えれば増えるほど、ビジネスが楽になります

では、ファンを増やすにはそうすればよいか？

その施策を以下に紹介します

3の法則を用いたフォロー

情報購入者に対して必ずフォローを入れます

3週間ごとに3回のフォローを入れます

その後は、3週間毎にフォローを3回入れます

なので、12週間の期間に6回のフォローを入れます

理由ですか？

そんなこと考えなくていいです

これは、アメリカのテッドニコラスがテスト検証して見つけた法則です

これも、ほとんどのインフォプレナーが実践しています

情報を購入したことがある人なら、心あたりがあるはずです

■情報を販売する場所■

インフォカート

<http://www.infocart.jp/>

インフォトップ

<http://www.infotop.jp/>

ヤフーオークション

<http://auctions.yahoo.co.jp/jp/>

上記の3つが主な出品場所です。

■特別講座：情報を自分で作るのは面倒だと思う方へ■

情報を自分で制作したくない場合は、情報の転売をオススメします。

正直、申し上げまして、転売する情報というの既に世に出回っている情報ですので、購入者様の期待を裏切る行為にもなりますが、私のこの情報にはどなた様も満足して頂けるので内容だと自負しておりますので、この情報を、タイトルと説明文の変えて別の情報として転売して頂いても結構です。

転売する際の注意事項としましては、上記でも述べた通り、必ず商材のタイトルと説明文を購入者様自信でアレンジしてください。

タイトル・HPの内容をそのまま転売するのは断固禁止ですので、その旨ご理解下さい。

転売する場合は、あなた自身で書き加えるのは、HPとセールスレターだけです。

以上

これまで述べてきたことが、情報商人（インフォブレイナー）と呼ばれる
方々の情報商材作成方法です

同じく、私が月に300万稼いだ情報販売の方法です

情報販売について、今までずっと疑問を持っておられた方は、その疑問が
すべて解決されましたら、私としましても大変嬉しいです

これを、機会に貴殿が金銭的に裕福になることを心より祈っております。

最後までお読み頂きまして、誠にありがとうございました

平成24年11月 吉日

次ページ以降に最新情報がありますので、そちらもご覧下さい。

最後に現在ネット副業で最も人気のあるアフィリエイトと
FXで儲けることができる
超優良ノウハウをご紹介します。

ぜひご利用いただきネット副業で大きく稼いでください。

“アフィリエイトで稼がせます。”

アフィリエイトは普通のやり方では稼げません。

アフィリエイトは誰でもお金をかけず手軽にできる副業ですが、残念ながらほとんど儲かりません。

現在アフィリエイトの9割以上が月に1万円以上も稼げていません。

しかし、数%のアフィリエイトは数十万～数百万円稼いでいるのも事実です。
(そんなに儲かるなんて羨ましいですね)

これをご覧の貴方も稼げていないのではありませんか。しかしアフィリエイトのやり方次第で容易にこの数%の勝ち組アフィリエイトになることができる方法をここをご紹介します。

貴方のアフィリエイトが儲からない理由

1. アフィリエイトへのアクセスがほとんどない。

どんなに立派なページを作成しても、何もしなければページへのアクセスはありません。アクセスがないということは、無人島にお店を開いているのと同じです。(当然商品は売れません)

アクセスを稼ぐ方法はいろいろありますが、単にアクセスカウンタが増えるだけのアクセスでは何の意味もありません。貴方のページにアクセスした人がそこにある商品に興味を持ったり、さらには購入に至ったとき初めて意味を持ちます。

しかしこの様な有効なアクセスを多数得る事は自己流でやっけてはほとんど不可能です。

2. アクセスはあっても商品が売れない。

貴方のアフィリエイトへのアクセスはそれなりにあっても商品が売れないという方もおられるかと思います。それはページを見る人のニーズと商品が一致していないことが一番の理由です。

おなか一杯の人にいくら美味しい物を勧めても食べてはもらえませんが、おなかのすいて死にそうな人には多少値段が高くても食べてもらえるでしょう。

この様に、ページにアクセスする人が欲するであろう商品を販売することがもっとも重要です。このことは非常に重要なことですが、素人にはなかなか難しい問題です。

3. モチベーションがあがらずほったらかし

アフィリエイトの成果が出なければ誰でもモチベーションがあがりません。しかし、ネットの世界で今売れている旬な物をアフィリエイトすることはとても大事です。

アフィリエイトページは時々アフィリエイトする商品や記事のメンテナンスを行うこともとても重要です。

(でも、解っていてもアフィリエイト成果が出ないとほったらかしになりますよね。)

以上、アフィリエイトが儲からない理由を簡単に述べましたが、これをご覧の貴方を数%の稼げるアフィリエイトターになってもらうことができるノウハウを以下にご紹介します。

(じっくりご覧下さい)

このノウハウは、儲からないアフィリエイトターの問題点を全て解決してくれます。

パソコンど素人の主婦”や“時間がないサラリーマン”をわずか2～3ヶ月の期間で成功に導いた「keyword “trust” & “emotion” 2011」法

<http://urx.nu/2Bkr>

多少費用がかかりますが決して貴方を裏切りません。すぐに元が取れます。

ASPの成果ページを見るのが楽しくなります。

想像してみてください、毎日毎日アフィリエイト成果が上がり儲かる状況を。

その他にこれから流行するアフィリエイトの優良ノウハウを以下にご紹介します。

1. 物品アフィリエイトの決定版

パソコン初心者が最速で6桁稼ぐ物販アフィリエイト戦略【疾風アフィリエイト】

<http://urx.nu/2Bky>

2. これから大きく伸びるスマートフォンアフィリエイトで稼いでください。

スマートフォンアフィリエイトツールの決定版 山本寛太朗の『スマホツインターボ』
ミリオン

<http://urx.nu/2BkA>

3. 今流行の儲かるツイッターアフィリエイトの手引書

ツイッターアフィリエイトツールの決定版 山本寛太朗の『ツイスター』 ミリオン

<http://urx.nu/2BkD>

[FXで月収の数倍稼がせます。](#)

FXって何？ という人でも大丈夫、必ず稼げます。

FXはパソコンを使って時間に縛られずいつでもできるネット副業で必ず稼げます。

保障付き！

FXで悠々投資生活者が続出中！初心者でも簡単に稼げるノウハウ、ネット副業で初心者でも必ず稼げるFXノウハウのご紹介です。

このノウハウを使えば初心者でも簡単に安全なFX投資が出来て、小額から始めて大きく資産を増やせます。

FXで失敗している人は、自己流で欲深くやっているからです。

このノウハウは、確実に儲けることが出来るようにやさしく解説され、初めての方でも大丈夫です。 心配ありません。

これらのノウハウでFX投資を行えば、本業以外の収入があり、毎日が楽しくなります。

想像してみてください。 今の収入の何倍ものお金が手に入ることを、ワクワクしませんか。

何はともあれ、下の3つのノウハウの説明をじっくりご覧ください。

1. ステイブルバイナリー【カリスマ主婦トレーダー山本有花のバイナリーオプション攻略法】

大きくは儲からなくても、安心して堅実に稼げる、主婦でもできる安定収益構造計画です。

<http://urx.nu/28dF>

2. 【支持されて一周年】FX初心者でも空いた時間にぱぱっと稼ぐ、究極のスキルマジック-恋スキャFXビクトリーDX完全版

日常のちょっとした空き時間に、相場から無理なくパパッと稼げます。

<http://urx.nu/28dI>

3. ついにFXの金のクモの糸が販売開始！ゴールドenspайダーFX5年～10年と使える一生物の宝、プロが実際に利益を出しているこのノウハウを使って、あなたも今すぐデイトレを完全にマスターして 安定的に大きく稼げます。

<http://urx.nu/28dK>

上記の情報は全て、平成24年11月現在の最新のものです。

貴方様のご成功を祈念いたします。

ありがとうございました。

尚、このレポートは再販、再配布ご自由にしていただいてもかまいません。