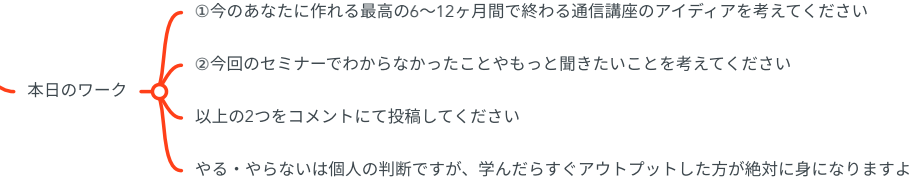
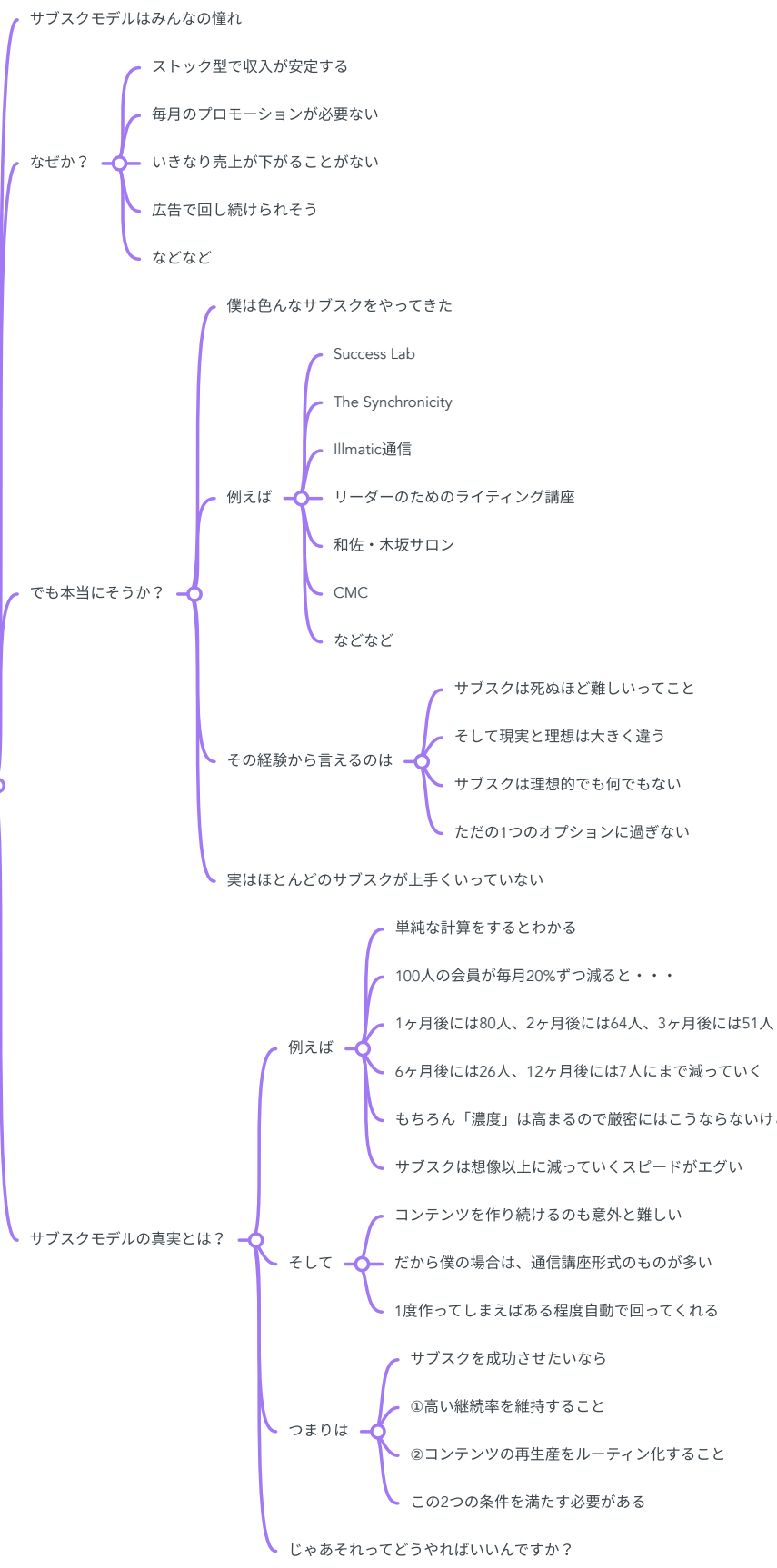


コミュニティ構築ブートキャンプ3日目
「お客さんが離れて行かない圧倒的継続率の
サブスクビジネス構築術」

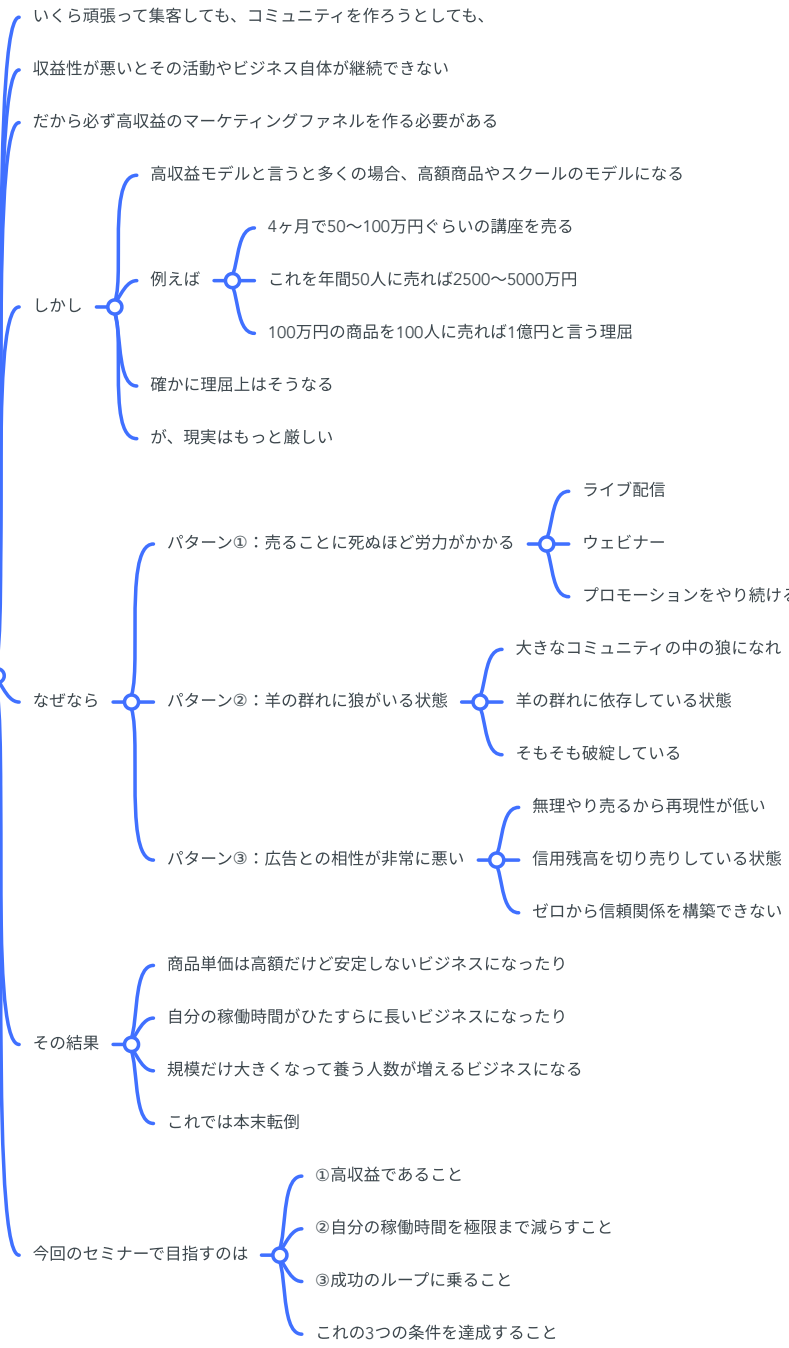
継続率の高いサブスクの作り方



サブスクの強み・弱み



今回のセミナーの趣旨



1. 今回のセミナーの趣旨

- 1.1. いくら頑張って集客しても、コミュニティを作ろうとしても、
- 1.2. 収益性が悪いとその活動やビジネス自体が継続できない
- 1.3. だから必ず高収益のマーケティングファネルを作る必要がある
- 1.4. しかし
 - 1.4.1. 高収益モデルと言うと多くの場合、高額商品やスクールのモデルになる
 - 1.4.2. 例えば
 - 1.4.2.1. 4ヶ月で50〜100万円ぐらいの講座を売る
 - 1.4.2.2. これを年間50人に売れば2500〜5000万円
 - 1.4.2.3. 100万円の商品を100人に売れば1億円と言う理屈
 - 1.4.3. 確かに理屈上はそうなる
 - 1.4.4. が、現実はずっと厳しい
- 1.5. なぜなら
 - 1.5.1. パターン①：売ることに死ぬほど労力がかかる
 - 1.5.1.1. ライブ配信
 - 1.5.1.2. ウェビナー
 - 1.5.1.3. プロモーションをやり続ける
 - 1.5.2. パターン②：羊の群れに狼がいる状態
 - 1.5.2.1. 大きなコミュニティの中の狼になれ
 - 1.5.2.2. 羊の群れに依存している状態
 - 1.5.2.3. そもそも破綻している
 - 1.5.3. パターン③：広告との相性が非常に悪い
 - 1.5.3.1. 無理やり売るから再現性が低い
 - 1.5.3.2. 信用残高を切り売りしている状態
 - 1.5.3.3. ゼロから信頼関係を構築できない
- 1.6. その結果
 - 1.6.1. 商品単価は高額だけど安定しないビジネスになったり
 - 1.6.2. 自分の稼働時間がひたすらに長いビジネスになったり
 - 1.6.3. 規模だけ大きくなって養う人数が増えるビジネスになる
 - 1.6.4. これでは本末転倒
- 1.7. 今回のセミナーで目指すのは
 - 1.7.1. ①高収益であること
 - 1.7.2. ②自分の稼働時間を極限まで減らすこと
 - 1.7.3. ③成功のループに乗ること
 - 1.7.4. これの3つの条件を達成すること

2. サブスクの強み・弱み

- 2.1. サブスクモデルはみんなの憧れ
- 2.2. なぜか？
 - 2.2.1. スtock型で収入が安定する
 - 2.2.2. 毎月のプロモーションが必要ない
 - 2.2.3. いきなり売上が下がることがない
 - 2.2.4. 広告で回し続けられそう
 - 2.2.5. などなど
- 2.3. でも本当にそうか？
 - 2.3.1. 僕は色んなサブスクをやってきた
 - 2.3.2. 例えば
 - 2.3.2.1. Success Lab
 - 2.3.2.2. The Synchronicity
 - 2.3.2.3. Illmatic通信
 - 2.3.2.4. リーダーのためのライティング講座
 - 2.3.2.5. 和佐・木坂サロン
 - 2.3.2.6. CMC
 - 2.3.2.7. などなど
 - 2.3.3. その経験から言えるのは
 - 2.3.3.1. サブスクは死ぬほど難しいってこと
 - 2.3.3.2. そして現実と理想は大きく違う
 - 2.3.3.3. サブスクは理想的でも何でもない
 - 2.3.3.4. ただの1つのオプションに過ぎない
 - 2.3.4. 実はほとんどのサブスクが上手くいっていない
- 2.4. サブスクモデルの真実とは？
 - 2.4.1. 例えば
 - 2.4.1.1. 単純な計算をするとわかる
 - 2.4.1.2. 100人の会員が毎月20%ずつ減ると・・・
 - 2.4.1.3. 1ヶ月後には80人、2ヶ月後には64人、3ヶ月後には51人
 - 2.4.1.4. 6ヶ月後には26人、12ヶ月後には7人にまで減っていく
 - 2.4.1.5. もちろん「濃度」は高まるので厳密にはこうならないけど
 - 2.4.1.6. サブスクは想像以上に減っていくスピードがエグい
 - 2.4.2. そして
 - 2.4.2.1. コンテンツを作り続けるのも意外と難しい
 - 2.4.2.2. だから僕の場合は、通信講座形式のものが多い
 - 2.4.2.3. 1度作ってしまえばある程度自動で回ってくれる
 - 2.4.3. つまりは
 - 2.4.3.1. サブスクを成功させたいなら
 - 2.4.3.2. ①高い継続率を維持すること
 - 2.4.3.3. ②コンテンツの再生産をルーティン化すること
 - 2.4.3.4. この2つの条件を満たす必要がある
 - 2.4.4. じゃあそれってどうやればいいんですか？

3. 継続率の高いサブスクの作り方

- 3.1. 具体的な事例で考える
 - 3.1.1. じゃあリーダーのためのライティング講座はどうなっているのか？
 - 3.1.2. 具体的な数字を出すと
 - 3.1.2.1. 現在までに3700名以上が受講
 - 3.1.2.2. 18ヶ月間全て受講すると18万円
 - 3.1.2.3. 一括払いの場合は15万円
 - 3.1.2.4. 通常は3ヶ月更新
 - 3.1.2.4.1. 3万円×6回
 - 3.1.2.5. 売上比率は
 - 3.1.2.5.1. 約58%が一括払い
 - 3.1.2.5.2. 残り42%が分割払い
 - 3.1.2.6. 平均継続日数は8ヶ月

3.1.2.6.1. つまり1人平均8万円の売上

3.1.3. これって月々の継続率で考えるとほぼ9割継続していることになる

3.1.4. つまり、結果的に継続率90%のサブスクを作れていると言うこと

3.2. なぜ9割継続するサブスクになるのか？

3.2.1. 答えは「一括払い」にある

3.2.2. つまり58%が一括払いを選択しているから

3.2.3. 平均継続率が底上げされている状態

3.2.4. 実際には残り42%の人は結構辞めていく

3.2.5. しかし、最終的に残るのであれば内訳は関係ない

3.3. 例えばこれはオンラインサロンなどでも同じ

3.3.1. もしも1年間払いが70%だったら？

3.3.2. そしてさらに2年目の継続率が50%だったら？

3.3.3. 仮に100人会員がいたとしたら

3.3.3.1. 70人が年払いで

3.3.3.2. その内35人が2年目も継続するなら

3.3.3.3. 実質この70人の平均継続日数は1.5年になる

3.3.3.4. もしも残り30人がそこそこ継続するなら そのサブスクの平均継続日数はめちゃくちゃ高い

3.3.4. 参加費が月々5000円で考えると

3.3.4.1. 年払5万円×70人

3.3.4.1.1. 350万円

3.3.4.1.2. +2年目5万円×35人で175万円

3.3.4.2. 5000円×30人×平均6ヶ月

3.3.4.2.1. 90万円

3.3.4.3. 合計すると2年で615万円になる

3.3.4.3.1. 会員1人あたり6.15万円

3.3.4.3.2. 平均継続日数12ヶ月

3.3.4.3.3. 2年目の継続率や3年目次第でまた変わる

3.4. つまり結論は・・・

3.4.1. サブスクの成功要因は実は「月々の継続課金ユーザー」ではなく

3.4.2. 「一括払ユーザー」をどれだけ増やせるかにかかっている、と言うこと

3.4.3. 理想的には「ストック型」だけど、現実的には結局、高額商品を売るとほとんど変わらない

3.4.4. 特に価格帯が月1万円以上のものは一番継続させるのが難しい

3.4.4.1. 経費を減らしたいときに目立つ

3.5. だからサブスクを作るときは

3.5.1. 基本的に一括払いのプランを最強のコスバにしておいて

3.5.2. 月額プランを「オプション」として選べるようにしておくほうがいい

3.5.3. サブスクというのはあくまで「見せ方」の一種だと考えてもいい

3.5.4. そしてさらに

3.5.4.1. 「いつでも一括払いにアップグレードできる状態」を作り

3.5.4.2. 都度都度、アップグレードのオファーを出すことで、一括払いユーザーが増える

3.5.4.3. この部分を自動化することで収益性が高まっていく

3.6. 高収益、かつ、自動化された仕組みの構築

3.6.1. これを目指すなら、一括払いが最強コスバのサブスクは鉄板の商品になる

3.6.2. リーダーのためのライティング講座は無料お試しを増やせば増やすほど平均8万円の売上になる

3.6.3. じゃああとはそれをどうやって売るか？

3.6.4. どうやって集客するか？の問題になる

3.6.5. 実際僕らがリーダーのためのライティング講座を売るために実働する時間はほぼゼロに等しい

3.7. LTVはどれぐらいで考えればいいのか？

3.7.1. 獲得した「リスト」当たり、平均して1年間でどれほどの収益を目指すか？

3.7.2. 僕の基準は「年間1万円」を目指すこと

3.7.3. 例えば年間1000人の新規リストが集められるならそこから1000万円

3.7.4. 1万人集められるならそこから1億円の売上を生み出す仕組みを構築すること

3.7.5. これぐらいの収益構造が作れれば、あとは広告とSNSを頑張れば上手くいく

3.7.6. しかし、収益構造が穴だらけの場合はいくら集客を頑張っても徒労に終わるので、まずは穴を塞ぐことが先決

3.8. 自転車操業から抜け出す方法

3.8.1. プロモーションや高額講座を繰り返す自転車操業を抜け出すには

3.8.2. ①直接稼働が必要な講座に無理やり人を入れない

3.8.3. ②初心者や勉強が必要な人はまずはオンライン講座に入ってもらう

3.8.4. ③全ての活動をコンテンツ化して再利用することを前提に考える

3.8.5. ④入り口部分とバックエンド部分だけに集中できる状態を作る

3.8.6. 実は「セールス」で全てを解決しようとしないことが重要

3.8.6.1. セールスはタイミングが5割以上関わる

3.8.6.2. 最高のオファーをタイミングよく繰り返し投げればいい

4. 本日のワーク

4.1. ①今のあなたに作れる最高の6～12ヶ月間で終わる通信講座のアイデアを考えてください

4.2. ②今回のセミナーでわからなかったことやもっと聞きたいことを考えてください

4.3. 以上の2つをコメントにて投稿してください

4.4. やる・やらないは個人の判断ですが、学んだらすぐアウトプットした方が絶対に身になりますよ