

第 26 回 占い師兼コーチのブログ活用法

～ 田舎なのに世界各国から申込！の謎 ～(ML セッション)

日時：平成 17 年 10 月 1 日(土)～31 日(月)の 1 ヶ月間各自が都合のよい日時

場所：各自の自宅又は職場(メール送受信・インターネット接続可能な場所)

ファシリテーター：珠帆美汐(スピリチュアルコーチ、北海道在住)

ファシリテーターブログ URL：<http://plaza.rakuten.co.jp/tamaho24/>

皆さんのブログ活用度を知りたく、アンケートを作成。

■質問

あなたはブログを持っていますか

投票結果は 計 7 票。その内訳は

ブログとホームページ両方持っている 4 票 57.14%

ブログだけ持っている 2 票 28.57%

ホームページをもっている 0 票 0.00%

ブログという言葉をしらない 1 票 14.29%

HP は無いけどブログだけ持っている方は 3 割もいらっしゃるのに、ホームページだけでブログを持っていない方はゼロ。この辺に、ブログの浸透ぶりがうかがえますね。やはり、作成が楽で更新が楽。ネット上で情報発信を考える方が、まずはブログから取りかかるとなってきたのでしょうか。

(参加者さまからご指摘を受けたように、「ブログもホームページも持っていないが、ブログという言葉は知っている」という選択肢が抜けておりました(^_^ 申し訳ありませんでした。投票しようとしたのに、適した選択肢が無かったために投票できなかった方、本当にごめんなさいね。)

◎ブログとは

まずは「ブログとは？」というキーワードで検索して調べて見ました(^_^)

◎個人や数人のグループで運営され、日々更新される日記的な Web サイトの総称。

内容としては時事ニュースや専門的トピックスに関して自らの専門や立場に根ざした分析や意見を表明したり、他のサイトの著者と議論したりする形式が多く、従来からある単なる日記サイト(著者の行動記録や身辺雑記)とは区別されることが



多い。

IT 用語辞典「ブログとは」<http://e-words.jp/w/E38396E383ADE382B0.html> より一部抜粋

◎ブログ(blog)は、「web-log」の略で一言で定義するにはその意味があまりにも広いですが、一般的には時系列で並べられた記事とそれに関するコメントが定期的に更新されるようなサイトのことです。

(中略)一般的なウェブページとは次のような特徴で区別されています。

1. 記事ごとに時間記録(timestamp)を持つ。
2. 記事が時系列に並ぶので最新の記事が常に上段に位置する。
3. 記事ごとにリンクできる。
4. リンクとコメントを通して相互コミュニケーションが可能。

ブログとは <http://www.exblog.jp/help/exblog.asp> より一部抜粋

例えて言えば、ホームページは白い画用紙に自由な絵を描くようなもので、ブログは絵日記帳でしょうか。所定の欄に日付を書き、絵を描き(画像を置き)、文章を書く。ホームページは自由なデザインが可能ですが、その構築が面倒。ブログは、デザインの自由度は低いです、構築する手間が不要。そしてその分、よく知られているように、ブログは更新が楽。リンク機能、コメント機能があるため、読者、閲覧者、他のブロガー(ブログを書いている人)との双方向コミュニケーションが容易で、盛んです。

◎私のブログについて。

私は楽天にて、「占い師兼コーチの田舎暮らしのよもやま日記」というタイトルで、日々考えたことをつづるブログを開設しております。私という人間の考え方や人となりをつぶさに見ていただき、この人になら言いにくいことを話してもよい、相談してみたい、と見ている方に思っていたきたい、という願いを込めて日々書き込んでおります。かなりな賑わいです。おかげさまで、インターネット経由の依頼が後を絶ちません。

今のコーチングのクライアントさん 22 名の全員が、インターネットで私のブログと HP を見て申し込まれた方々です。ホームページしか持っていなかったときは、こんなに多くの問い合わせやお申し込みをいただいけませんでした。私は北海道の山奥の小さな村(人口 1300 人ほど)に住んでいるのですが、そんな環境でも、こうして仕事が順調なのは、全てブログのおかげだと考えています。

海外からのアクセスもあります。タロット占いの依頼、コーチングの依頼、合わせて、今までに 4 度、海外から寄せられました。イギリス 1、フランス 1、アメリカ 1、アラブ(ドバイ)1 という内訳です。見ているだけ、という方の数はもっと多いのじゃないかな。

こんな効果をもたらすブログの秘密とは、そしてブログの有効な活用法、おすすめブログ会社、いい日記の書き方などは皆さんと一緒に考えてみました。ブログという使いやすく、効果の高いツールをみんなでも使いこなしていくために私の考えや私の経験が、

何かのお役に立てたなら幸いです。

◎ビジネスツールとしてのブログの存在意義

『自分についての個人的な情報を率直にさらけ出すことを「自己開示」という。自己開示がすすむほど、相手との関係性は深まり親密となる。これは互酬性といって、情報を教え合うことが双方の報酬となるからである。』

プレジデント 2005.10月号 P66 “「無視されないメール」の心理テクニック”より抜粋

私はこの文章が、ビジネスツールとしてのブログの存在意義を一言で言い表しているような気がします。どんな人なのか、わからない人に仕事を頼みにくい、頼みたくない。どうせならば、親しい人、親近感を抱いている人、話しやすい人に頼みたい。自分と波長が合う人、趣味や価値観が近い人に頼みたい。

ブログこそが潜在的クライアントとサービス提供者の間の心理的距離を埋め、波長が合うか否か、価値観が近いかなどの判断基準を潜在的クライアントに提供してくれるのだと思うのです。ブログは膨大な情報量の名刺だと言えるかもしれません。「私はこのようなことを考え、このような日々を送っている者です」というリアルタイムの自己紹介。

逆に言えば、ブログに書かれている内容によっては、顧客を遠ざけることもあり得ます。

私の場合…以前占い教室を探していたとき、ある占い教室を開いている占い師さんが、日記の中で、クライアントさんの悪口を延々と書いているのを見たとき、「絶対ここでは習いたくない!」と思いました(^-^; 個人的な日記ではなく、ビジネスツールとしてブログを捉えるとき、ある程度の「これは書く、これは書かない」という選択と自己開示を両立させるバランス感覚が必要になってくると考えられます。

私自身の場合のブログ効果。

私の場合、ブログを書き出してから、とたんに問い合わせ数が増えました。一つは単に露出度が増えたことにあると思います。「コーチング」は流行りだし、私はサンプルセッションを無料で一人一回30分提供しているので、お試しがやりやすいですね。

HPしか持っていないときから、「無料サンプルセッション」のお申し込みがありました。以前はウェブリングで見た、という方が多かったです。それが知人の紹介か。そういう方は、私と波長が合うとは限らなかった。サンプルセッションしてみても、その後の契約に結びつかないことが多かったです。

でも、ブログ経由の方は、最初っから波長の合う方が多いんです。で、最初っから私に親近感を覚えて下さっている。ラポールが築きやすい、もしくはすでに築けている。時には「ファンなんですー」というスタンスです。すごくコーチングがやりやすく、そしてその後の成約率がとても高い。

すぐに契約に結びつかなくても、その後ずっとブログの読者で居てくれ、友人知人に「こんな人がある」と紹介してくれ、セミナーなどに参加してくれる、というような貴重な存在になってくれることが多いです。「珠帆さんのコーチングを受けました。感動的でした」というような日記を各自のブログに書いてくれ、トラックバックしてくれたりします。

毎日毎日、「こんなことに重きを置き、こんなことに迷い、こんなことを考え、こんな日々を送っている、こんな私」を発信しつづけるということは、ある一定の周波数を発信しつづけているということなんだと思うのです。

その周波数帯を受信する感受性の方だけが集まってくる。そんな日記に興味を抱くからこそ、読者なんです。

ブログは、「そんなあなたに親近感と共感を抱く」という方だけをより分けて届けてくれる。すでに濾過されているのです。だからこんなに反応がよ

い。私の考えるブログ効果はこれです。

- ・濾過装置。
- ・選別装置。

そんな人々を対象に、セミナーの告知などをする、とても反応がいいですよ! ブログの愛読者の方々とは、既に人間関係、信頼関係ができあがっている、ので、参加が無理でも、告知の応援をしてくれたりします。

各自のブログに広告文を載せてくれ、推薦文まで書いてくれたりします(^-^ ああ、ブログ効果にもう一つ付け加えられますね。

- ・人脈構築装置。

最後に、私の10月のブログ効果の実例をあげます。「最近コーチングのサンプルセッションの申し込みが少ないなあ。ちょっとてこ入れしよう」と思い立ち、10月初めに「私がサンプルセッションを無料で提供している理由」というような日記を書きました。すると、その後、10月末までに、サンプルセッションのお申し込み人数が22人。そして、本契約に至った方が3人。1/7の確率は少なめかもしれませんが、たいていの方がとても好意的な感想を各自のブログに書いてくださったり、「HPなどでの公表可」として好意的な感想文をよせてくださったりしています。今後の種まきとして、とても効果的な宣伝広告だったと感じています。だいたい、費用がゼロで済んでいますね。

◎私の使っている「楽天日記」の個性、特徴

一言でブログと言っても、多様な趣旨、デザイン、雰囲気があります。私が選んでいる楽天日記は、ユーザー同士の交流のしやすさが特徴です。

どのように交流しやすいかというと、まず、足跡機能があります。そのページを訪れた楽天ユーザーが最新50人表示されます。表示されたハンドルネームをクリックすると、その人のページに飛べます。どんな人が自分

のページを読んでくれたかが一目で分かり、そのリンクをたどった「ご訪問ありがとうございました。足跡たどって参りました。」という挨拶、交流が日常的に行われています。

また、「日記テーマ投稿」という機能があります。「0歳児のママ」とか「ビジネス・起業について」とか「鋼の錬金術師について語ろうよ」など、各種多様な記テーマがあり(ユーザーが次々に作成できます)そのテーマを選んでいる日記のタイトルを一覧できます。いわば、2チャンネルの板やスレッドのようなものです。

我が子が0歳児だとして、「0歳児のママ」という日記テーマを覗くと、同じような日常を送っている人の日記が読めます。同じようなことにアンテナを貼っている人同士で交流できるのです。情報収集の方法として、同好の士を見つける場として、使いやすい機能です。しかし、純粋なビジネスツールとして捉え、ユーザー同士で親しく交流する必要を感じない場合などは、かえってうざったく感じる場面があるかもしれませんね。ブログ会社の特徴、個性をつかんでから、選ぶと効率的かもしれません。

◎記事に付くコメント数は多い方がいい?

コメント数は多い方がいい、と私は考えます。コメントを集めることには、大きな意義があります。「コメントという形の個別のやり取りを通した親近感」があれば、「たまに覗いて読むだけ」の関係よりも、ずっと読者との関係が近くなるからです。その人にとってあなたは、「通りすがりの知らない人」から「知人」へと、場合によっては「友達」に昇格するのです。そうなれば、何かの折りに、お仕事を頼まれるかもしれないし、お友達に「あの人以上に信頼できるよ」という形で紹介してくれるかもしれません。これぞ、お仕事に対するブログ効果の最たるも

のですね。

もし、ブログを頻繁に更新していてアクセス数もあるのにコメントが少ない、と言う方。読者がコメントを残しやすい内容を意識してみてください。読者だって、自分が絡めた方が楽しいのです。どうか絡みやすいとっかかりを用意してあげてください。



◎コメントのつきやすい記事の内容とは

「読者がからみやすく」、「読者にもそれなりの見識が述べられる」こと。大きな反響を呼びやすい日記の例に「読者が発言のきっかけをつかみやすいもの」「読者側に情報提供欲求を呼び起こすもの」があります。

1. お見舞い型：風邪を引きました、こんな災難に遭いました、など
2. おめでとう型：今日誕生日です、合格しました、結婚しました、など
3. あるある型：私もそんな体験ある!という共感を呼ぶもの。思わぬ事故に巻き込まれた話や、我が子がこんなことをしでかしてくれた、とか、私こんなおとぼけミスをしちゃいました!話。
4. 私がお役に立てるかも型：読者にアドバイスや情報を呼びかけるもの。もしくは、アドバイスや情報を思わず提供したくなるもの。

「逃げ出した猫が戻ってきました」という日記の場合、1と3の混合型です。「それは大変でしたね」という感じのコメント、また「私も猫飼ってます」とか「私も猫好きなんです」というニュアンスのコメントが多く付きます。もし日記の末尾を「猫が外に出にくくするにはどうすれば良いでしょう?」で結べば、4の要素も加わり、より一層の反響が望めたのではないかと、と思います。

◎コメントを多く集めるための秘訣とは

露出度です。あちこちのブログを訪問しては、自分のブログのURLが残る形でコメントを残す。そうすれば相手も訪れてくれ、コメントを残してくれます。そして、親しくなり、相手のブログと相互リンクをする。似たテイストで日記を書いている相手と相互リンクをすれば、その日記が好きで時々読んでいる人を、自分の日記の読み手に引き入れることができます。

これはほぼ日刊でメルマガを発行しているようなものです。リンク数を増やすことや、おもしろがって訪問してくれ、時にはコメントを残してくれる読者を確保することは、発行数を伸ばすこと。そのために、人のブログを訪れてコメントを残す。これはメルマガの相互紹介作業です。また、書いてる内容の自己開示度の高さも影響すると思われます。「互酬性」効果です。

◎アクセス数アップのために

見かけたときに、クリックして読んでもらえるかどうか、はタイトルと出だしの数行に掛かってます。そこに、みんなが知っているベストセラーの題名とか、有名タレント、流行り言葉があると、たくさんの人が食いつきます。コメントが付きやすいのが絡みやすさ、アクセスが増えるのが食いつき、と区別できるような気がします。

もちろん、ランキングサイト、検索サイトへの登録など、他にも色々できることはありますが、まずアクセスを増やすのに工夫できる、ささやかなのに大切なことは、「タイトル」と出だしの数行です!

◎アウトプットツールとしてのブログ

集客に注目して、「ビジネスツールとしてのブログ」について語って参りました。それ以外にも、ブログの効用は

たくさんあります。

一つには、「頭を整理するのに最適なツール」なのです。まず、自分がいったい何を考えているのか、自分が言いたいことはなんなのか、どこに引っかかっているのか、を書くことによって整理整頓できる。つまり、セルフコーチングの場として利用できる、ということですね。

実はもう一つ利点があります。一石二鳥なんです。キーワードは「アウトプット」。つまり、自分の考えていることを形にして残すことができる。それをまとめて小冊子にできる。それをまとめてメルマガとして発行できる。それをまとめて書籍ということで出版することができる。小冊子でもメルマガでも、ひとりでコツコツ書けるものなのですが、それってなかなか意志の力の必要なことですよ。

ブログは読者さんたちが居てくださるので、コメントやアクセス数という形で反響があります。つまり、励みになるのです。一人なら書けないものも、書いてしまうのです。

書いていることに魅力があり、特定多数の読者さんをファンにしていれば、出版したときに買ってくれることでしょう。口コミの宣伝も担ってくれることでしょう。アウトプットのツールとして、ブログを有効に利用しない手はないですよ。

◎参加者からのキーワード

以上、私の考える「ブログの効用」「ブログ利用法」について、まとめて見ました。以下、MLセッションに参加してくださった方々が投げてくださいましたキーワードの数々です。

★やはり視覚からの刺激は人の印象に残る。ブログは画像の掲載も容易です。ですから、物作り、表現、に関わるお仕事をしている方には、とても心強い営業ツールになりえますよね。ブログ。日々の作品例を次々にアップして

いくことができますから。もちろん、ものづくり系ではなくても、画像は使えますよね。たとえば、開催したセミナーの様子をデジカメで写してアップするなど。

★ブログは更新がしやすい。HTMLの知識などなくても、メールを書くような手軽さで自分で更新作業ができる。

★その人が没頭している世界をかいま見ることができる。その人の人となりを知ると、親近感や信頼感が育ちやすいものです。いかに潜在顧客に信頼されるか、親近感を持ってもらうか、というのは大きな課題だと思うのですが、一つの解決策ですよ。ブログに個人的な趣味や生活について書いていく、ということが。

★各ブログによって、雰囲気や使い勝手が違う。

★地方在住者にとって、ホームページやブログなどは心強い味方。

★ブログは更新頻度が高い方がよい。やはり活気があるところに人は集まる。

★こんな人がいて、こんな仕事をしているよ、ということを知ってもらうきっかけになる。

★ビジネスツールとしてのブログ効果は、情報の即時伝達と、筆者への親近感。

★その日その日のあったことを次々にウェブ上にアップしていける。文章だけでなく、画像も。その時そのときのトピックに遅れずについて行けるところが、ブログの良い点。ブログは更新が容易で、時系列に記事が並び、最新の記事が必ずトップに来る。

★より効果的なブログ活用法「時は金なり、プラスのメッセージ、そして、継続は力なり」生ものである情報が新鮮なうちに、ポジティブなメッセージを込めて、継続して書いていく。写真も忘れずに。

★目的が曖昧になると、それだけ効果もないブログになる。目的を絞ると効果は上がる。

★ブログの情報は検索で上位に掲載される。これもブログの大きな強み。

◎「スカイプ」を使用した座談会

11月30日の日曜日、22時より。

遅れての参加の方を含めると、4名の参加者となりました。

スカイプというのは、簡単にダウンロードできる（もちろん無料）システムで、このシステムを使うと全世界の方と無料で通話できてしまいます。音質もよく、この際ダウンロードされるのもお勧めです。こちらからどうぞ↓

<http://skype.livedoor.com/>

わいわいがやがやとブログについて語り合い、ブログのトラックバックという機能について話し合ったり、実際にお互いのブログにトラックバックしあっこしたりして遊びました。参加者の方から、スカイプ会議での気づきとして、以下の4点が投稿されました。

1. 地理上の距離を超え、4者同時にネット上で（ヘッドホンマイクを使って）普通の電話のように話げできた。

2. ネットの接続料金以外、スカイプに関わる費用は無料。

3. スカイプ通話と平行してチャットも4者同時にネット上でできたので、通話げ繋がりにくい時もチャットで補えた。

4. 日常的にコーチングにもスカイプを活用されているコーチも多い。

ファイルの送受信も、通話しながら支障なく行えるので、レジュメのようなものを共有したり、画像を送り合ったり、資料を送受信したりなども行えます。

スカイプを使って、PCから固定電話への通話や固定電話からPCへの通話げ可能になっています。

以上、10月のMLセッションのまとめです。貴重な機会を、ありがとうございました。私にとっても、自分の考えや意見を整理することができた、得難い機会でした。

また、たくさんの方のご意見や観点を

聴かせていただいて、良い刺激になりました。

ありがとうございました。

