はじめに ~ 購読者を増やしたい ~

目次

目次

なぜニュースレターの認知を広げるべき？🤔

読者が課金するまで📖
- 訪問者
- エンゲージ読者
- 定期読者
- ロイヤル読者 / 課金読者

ではどうやって定期読者を集めるのか？

リンク集👇

なぜニュースレターの認知を広げるべき？🤔

これまで存在していたブログサービスの分析ツールは、ざっくり PV 数を追えるだけでした。これまでは広告モデルで成り立っていたので、PV だけがそのブログの質を決める指標でした。
しかし、theLetter を利用している方は課金読者の蓄積が最重要課題となるはずです。10 万 PV あろうが、100 万 PV あろうが、お金を払ってくれる人が 0 人だとこれまでのブログツールと変わらないですよね。
そういった種類の記事は、theLetter ユーザーの皆さんが書かなくても、世の中に量産され続けます。
しかしながら、有料課金モデルというのは、コンテンツを見かけた全員が課金するものではそもそもありません。
そのため、まずはニュースレターの認知を広げ、ニュースレターページの訪問者を増やす事から始める必要があります。

読者が課金するまで📖

認知を広げ、ニュースレターページの訪問者を増やしたらどうなるのか、もう少し詳しくご説明します。
単なるサイトの訪問者から、実際に課金するまで、読者は下記の図のような流れを踏みます。



図の右側に行けば行くほど、人数は少なくなってくるので、どのような有料メディアでも、一番左端の「訪問者」の人数は最低限確保する必要があります。
海外の個人ニュースレターの定期読者全体における課金読者の比率は **4 ~ 10%** 程度と言われています。
ここから、いかに定期読者（無料）の母数を持ち、そのために訪問者をどう連れてくるか？ということが重要だということが分かります。
それぞれの説明を下記に書いていきます。

訪問者

訪問者は、記事タイトルを見て興味を持って訪れてくれた人から、単純に誤タップなどの操作ミスでアクセスしてきた人まで様々です。
訪問者を増やすには、Twitter や Facebook、note などで告知することが重要です。
下記の記事が参考になるかと思います。

- はじめてのニュースレター投稿前のSNS告知

- 「このニュースレターについて」ページの書き方
- ビジネスメールの署名欄にニュースレターページへのリンクを入れる
- [記事追加]

エンゲージ読者

もし、記事内容が少しでも心のどこかに響けば、何らかのアクションを行うようにネット上のメディア（SNS など）はできています。このアクションを行った人を「エンゲージ読者」と言うことにします。
エンゲージ読者が起こすアクションは、下記のようなものがあります。

- SNS 上でシェアしてくれる
- 個別チャットや口コミで広げてくれる
- 記事がシェアされている投稿にいいね！やブックマークをしてくれる
- 投稿者にリプライや DM などで意見をくれる
- 購読登録をしてくれる

このようなサインを見逃さないように、Twitter 等でエゴサーチをすることが重要です。エゴサーチの方法や効果的なコミュニケーション、ちょっとした工夫でエンゲージ読者を増やす方法は下記のドキュメントが参考になります。

- [エゴサの方法とコミュニケーション：制作中]
- [読者エンゲージメントを高める方法：制作中]

定期読者

そして、記事に価値を感じ、「このようなクオリティの記事が定期的に配信されるなら、ぜひ読みたい！」と思ってもらえると、メールアドレスを打ち込み、定期読者へと変わります。
定期読者の収集が直近の目標になるかと思います。
この定期読者を可視化し、集められるところが、theLetter の大きな強みです。定期読者がどれくらい定期購読しているかは、管理画面の「オープン率」より確認可能です。一般的に 50% を超えていると相当良いメディアとされており、今のところ theLetter は平均 65% 前後のオープン率となっています。
オープン率を上げたり、定期読者を増やしたりする方法は下記のドキュメントが役に立ちます。

- [オープン率を上げる方法：制作中]

- [定期読者を増やす方法：制作中]

ロイヤル読者 / 課金読者

定期読者のうち、毎回記事を読んでくれたり、熱い意見をぶつけてくれたり、人に積極的にあなたのニュースレターページを紹介してくれる人はロイヤル読者と言われます。
一般的に、有料メディアはロイヤル読者をいかに増やすか？というところがポイントになります。
ロイヤル読者はちょっとしたきっかけがあれば、すぐに課金読者へと移り変わってくれます。
定期読者から課金読者までの流れは、有料読者の増やし方についてのカテゴリで詳しくご説明できればと思います。

- [カテゴリリンク：有料読者を増やしたい]

ではどうやって定期読者を集めるのか？

ここまで、課金読者の蓄積には、定期読者の収集が必要で、そのためにはあなたのニュースレターの認知を広げ、訪問者やエンゲージ読者を増やす必要があるということを記述してきました。
基本的に、良いコンテンツであれば口コミでも少しずつ広がるものですが、口コミはコントロールできるものではありません。
最低限そのコンテンツを見てもらう努力が必要であり、その努力は自身でコントロールができます。
theLetterドキュメントは、その努力の具体的なノウハウを共有し、皆様への支援になれればと考えています。

リンク集👇

- 最初の記事を投稿する前に
    - はじめてのニュースレター投稿前のSNS告知
- 購読者を増やしたい
    - はじめに ~ 購読者を増やしたい ~
    - SNSのプロフィールからリンクする
    - Twitterの固定ツイートにニュースレターの宣伝を固定する

    - 「このニュースレターについて」ページの書き方
    - 更新記事の効果的なTwitterプロモーション（前編）
    - 更新記事の効果的なTwitterプロモーション（後編）
- その他
    - ビジネスメールの署名欄にニュースレターページへのリンクを入れる
    - 効果的な Twitter エゴサーチ