

イラストレーターが学ぶ
【マーケティングの基礎】

完全マニュアル②

販売 編

究極の販売
テクニックを
大公開！

LINE



開始2ヶ月でイラスト初収益発生…！
マーケティング初心者でもマネタイズ
できた真相とは…！？
収益化の基礎徹底解説！



■著作権について

本冊子と表記は、著作権法に保護されている著作物です。本冊子の著作権は、発行者にあります。

このレポートの利用に際しては、以下の条件を遵守してください。

1.このレポートに含まれる一切の内容に関する著作権は、レポート作成者に帰属し、日本の著作権法や国際条約などで保護されています。

2.著作権法上、認められた場合を除き、著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部を、複製、転載、販売、その他の二次利用行為を行うことを禁じます。

3.これに違反する行為を行った場合には、関係法令に基づき、民事、刑事を問わず法的責任を負うことがあります。

4.レポート作成者は、このレポートの内容の正確性、安全性、有用性等について、一切の保証を与えるものではありません。また、このレポートに含まれる情報及び内容の利用によって、直接・間接的に生じた損害について一切の責任を負わないものとします。

このレポートの使用に当たっては、以上にご同意いただいた上、ご自身の責任のもとご活用いただきますようお願いいたします。

さて、ここから販売編です。

集客編でTwitterアカウントを作ったので、

今度は**販売戦略**をメインにやっていきましょう！

しっかりアカウントを整えて、日頃から情報発信をしていれば、それだけでもお客さんを呼んでくることはできますが、

販売を身につけることでさらに**効率的**にご依頼につなげることができます。

販売編で学べることは以下のとおりです。

- ・ **コピーライティング**
- ・ **イラストご依頼フォームの作成方法**
- ・ **公式LINEの作成方法**
- ・ **ネット上でできるセールスの方法**
- ・ **その他販売につながるテクニック**

販売戦略の方法はいろいろあると思うのですが、わたしがこれまでに150万円の自己投資をして学んできた手法を全てお話ししますね。

✦——————————✦

コピーライティングについて

✦——————————✦

コピーライティングとは？

ネット上でものを売る、情報発信をするためには、ライティングスキルが不可欠です。

Twitter、ブログ、商品販売ページなども文章ベースで構成されています。「セールス＝売る」ためですから、売るためには、相手にとって「価値のあるもの」だと納得してもらう必要があるわけです。

そんな商品やサービス、または人の持っている価値を、正しく余すところなく伝えることができるスキルがコピーライティングです。

このコピーライティングを習得できるようになれば、商品のそのものの価値だけでなく、それ以上の価値をお客様から感じてもらえるように魅せることができます。

そうなれば、あなたのイラストを**1,000円から5,000円**にあげることで可能になりますよね。

さらに、あなたの文章に惹かれたお客さんがあなたの**ファン**になってくれることだってあるのです。

もし、この技術を習得しなければ、あなたがいかに優れたイラストを描いて、素晴らしい機能や特徴があっても、それがお客さんにとって有益だということを伝えることができません。

そうなければ商品の購入にもつながりません。

なので、文章で売る技術もしっかり勉強していきましょう。

- ・「書く」前に準備しておくべきこと

コピーライティングは、普段のツイートやイラストを販売するときの文章を作る際に活用していくのですが、

意識しておくべきことがあります。

そう、まさに前回の集客編で学んだターゲット設定ですね。

- ・ 誰に
- ・ 何を
- ・ どうやって
- ・ ゴール

どんなイラストを誰に向けてどうやって売り、お客さんの最終的なゴールを想定しながら書いていきましょう。

お客さんのゴールについては、イラストを売るで終わってではなく、そのイラストを使うことでお客さんはどんな状態になれるのか、そこまで考え文章で伝えてあげましょう。

たとえばビジネス系のイラストだった場合、そのイラストを使うことでターゲットのお客さんから親しみをもたれて、フォロバ率もUPし、ビジネスがうまくいって商品が売れるという「状態」までを文章にしましょう。

これが考えられていないうちは書き始めても着地点を見失い、独りよがりな文章になってしまうので要注意です。

逆にそこまで考えられるようになると、あなたのターゲットにどんな言葉を使えばイラストを購入してくれるのか分かるようになります。

行動するまでの人間の4つの心理を知る

コピーライティングの最終ゴールは
”相手に行動（購入）してもらうこと”です。

そのためには、まずは人が行動するまでの
過程を知っておく必要があります。

人が行動するためには
4つのステップがあります。

4つのステップは以下の4つです。

- 1.知る
- 2.見る
- 3.興味を持つ
- 4.行動する

ぱっとしないと思うので
あなたが”映画”を見るまでの行動を
例にとりましょう。

まず、あなたが映画を見るには
映画があることを知る必要があります。

どんな映画があるか知るために、あなたは
アマゾンプライムや映画サイトで

どんな映画があるか検索するはずです。

その時に

あなたは様々な映画の存在を知ります。

そして、あなたはいろんな映画を見て
興味を持ったものをクリックします。

そしてそのクリックした映画の概要を軽く見て
それでも興味があれば視聴します。

結果として、あなたは”映画を視聴する”
という行動を起こしたわけです。

ここで

コピーライティングが使われていたこと
にお気づきでしたか？

あなたは映画のタイトルに
惹きつけられてしまっていたのです。

つまり、コピーライティングとは
この人が行動することを後押ししてあげる
役割を持っているのです。

しかし、行動することを邪魔している
おおきな大きな壁が3つ存在するのです。

この3つを壁を突破しない限り
人はいつまでたっても
行動に移すことができません。

超えるべき3つの壁

超えるべき壁は以下の3つです。

1. 読まない
2. 信じない
3. 行動しない

基本的に人は、文章を読みません。

Twitterも毎日のように
投稿していますがわたしの文章を

隅から隅まで読んでくれる人なんて
ごくわずか。

そして、仮に読んでくれたとしても
基本的にその情報は誰も信じません。

『わたしは信じてるよ！』
と思う方もいるかもしれませんが

心の中では
もっとこうした方がいいのではないか

こっちのやり方の方が効率がいいのではないかと
考えてしまっています。

わたしも実際そうでした。

つまり、あなたがお客さんを行動させるのに
コピーライティングを用いないのは
裸足でサッカーをしているぐらい無謀。

この3つの壁を突破できない限り
あなたは個人で稼ぐことは無理なのです。

これははっきりと断言できます。

では、この3つの壁をどう突破すればいいのか。

4つのパートを意識すれば割と簡単に
突破することができます。

4つの重要なパート

上の3つの壁を超えるために、
以下の4つのパートを意識してください。

- 1.なぜパート
- 2.なにパート
- 3.どうやってパート
- 4.今すぐパート

初めての方もいると思うので
軽く先に4つのパートを説明します。

(1) なぜパート

なぜパートではあなたのイラストをなぜ
買ったほうがいいのかわからないと行動しない人。

(2) どうやってパート

どうやってパートではどういった手順でイラストを
買えばいいのかわからないと行動に移せない人。

(3) 何パート

何パートでは、どんなイラストを売っているのか
わからないと行動に移せない人。

(4) 今すぐパート

今すぐ買うことを後押ししてあげないと行動に移せない人。

上の説明だけでは、
分かりづらいと思うので、TwitterでSNSマーケティングをしたい
ビジネス初心者さんにアイコンイラスト売るということを例にとっ
て解説します。

例えば、あなたがビジネス系の人に対して
イラストを売りたいとします。

なぜの部分、あなたのイラストをなぜ買ったほうがいいのかを説
明します。

ただ、「○○なアイコン描きます。」って一言書いただけじゃなくて
あなたのイラストを買うことでどんな未来が得られるのかをお客さ
んに想像させてあげるイメージです。

ここの、なぜのパートがきちんとかけていれば
あなたのイラストを**そのものの価値以上**に感じてくれます。

何パートでは、あなたがどんなイラストを描いているのかサンプル
のイラストをのせましょう。

どうやってパートでは実際のご依頼の流れを説明します。
わかりやすく図にするなりしてお客さんの購入に対する壁を取り除
いてあげましょう。

最後の今すぐパートでは、「購入はこちらから」とお客さんがどこ
から購入したらいいのか迷わないようにしっかりと後押ししてあげ
ましょう。

文章だけでは分かりづらいので、あとで内容をご依頼フォームで作
りながら説明していきます。

売れるコピーを作るテクニック

その他、売れるコピーを作るためのテクニックをご紹介します。

普段のツイートや商品の紹介ページでも意識して書いていきましょう。

ベネフィット

ベネフィットとは、イラストを購入した後に得られるポジティブな未来のことです。「このイラストにはこのような特徴があるので、スゴいですよ」ではなく、「このイラストを使うことで、あなたはこのようななりますよ」という未来を見せましょう。ベネフィットは「このような商品です→だから何？」と考えて見つけてください。

例) 親しみやすいイラストです→だからお客さんから信頼されたりファンができることで商品の成約率が上がる効果があります。

効果訴求

あなたのイラストを買うことで、ユーザーが抱えている悩みや欲求がどう解決されるかを明記します。

例) 「もう〇〇で悩まない」「〇〇ができるようになる」「〇〇な悩みはありませんか？」

期間・時間

どのくらいの期間でユーザーの悩みが解決されるかを明記します。

①と組み合わせることで、より商品・サービスを使った時の具体的なイメージをもたせることができます。

例) 「〇ヶ月で～～」「たった〇日で～～」

信頼性

商品・サービスの効果を保証することも大きな効果が期待できます。実績や数値、お客さんの声などで客観的な信頼を得ていきましょう。

例) 「〇万個突破！」 「〇割の人が〇kg痩せた！」

緊急性、限定性

人は「焦り」や「お得感」を購買意欲が高まります。

限定性・緊急性のある言葉はユーザーの購買意欲を高めてくれます。

例) 「〇日限定で」 「今だけ！」 「先着5名限定」

専門性（ターゲットの絞込）

ユーザーに「これは自分のことだ」と捉えてもらうことも効果的です。

例) 「〇〇代独身男性へ」 「〇〇に悩んでいるあなたへ」

好奇心（意外な事実、衝撃の真実など）

人がもともと持っている好奇心を活かしたパターンです。

例) 「あなたの常識〇〇は、実は間違っていた」 「実は〇〇は～～だった！」

具体性

数値のような具体性を持った言葉で、リアリティをもたせると、商品やサービスに信頼性や説得力が生まれます。

例) 「〇千〇〇〇人が使っています」「フォロバ率が50%アップ!」

ストーリー性

お客様の痛みに寄り添った感情移入するストーリー性があるか？

「できなかったことが、できるようになる」といった、読み手が変化していくストーリーがイメージできると、興味・関心を継続させることができます。例えば、ビフォーアフターの変化を数字で伝えることができれば、真実味を持ったわかりやすいストーリーになります。

人気をアピール

「流行っている」「トレンド」「大勢がやっている」など、多くの人に支持されて人気であることをアピールすると、安心や信頼を得ることができます。

例) 人気NO1、一番の売れ筋商品、OLに大人気

(人気をアピールする小技)

※ココナラで受注件数をMAX1にしておく。1件ご依頼があったら「満枠対応中」と表示され、ご依頼の数は多くないのにお客さんから見たら「この人、人気なんだな」と思ってもらえる。

カタカナを使う

カタカナを繰り返す言葉は、音や語感でイメージを伝えやすいという効果があります。ただし、使いすぎると鬱陶しくなるので、バランスを考えて適切に活用してください。

例) 「グングン成長する」「ジワジワ効いてくる」「サクサク作業がすすむ」



イラストご依頼フォームを作成しよう



コピーライティングを学んだところで、早速実践に活かしていきましょう。ご依頼フォームの紹介文にも今まで学んだコピーライティングを活かした文章を作っていきます。

《参考例》

・ SNSアイコン

ベネフィット

SNSでフォロバ率がグングン上がる愛されアイコンを描きます。
(※サンプル画像)



何パート

(紹介文)

ご覧いただきありがとうございます！

SNSをはじめたらフォローされたいですね。

たくさんの人にフォローされるためにアイコンを設定するのですが
ここで、大事なポイントがあるのです。

好奇心、なぜパート

・ 自分の好きなイラストなだけじゃフォロー獲得にはつながらない！

自分が好きな絵柄を提示するよりも、この人をフォローしたい！

と思ってもらえるアイコンにすることが大事なのです。

そのアイコンとは…？

笑顔のアイコンです。

わたし自身、複数のアイコンを使いいろいろ試した結果
笑顔のアイコンがもっとも効率よくフォローされることがわかりまし
た。  具体性

わたしがアイコンを描いた方はフォロワーさんが1日で30人増えたり
など…うれしい報告をたくさんいただいております。  人気をアピール

私自身も「アイコンを見ると癒される」「アイコンが素敵なのでフォ
ローしました」などたくさん言っていました。

たくさんの人から愛されるようになったので、私は笑顔のアイコンのこ
とを"愛されアイコン"と呼んでいます。

ぜひ笑顔のアイコンにしてみませんか？

イラストの発注がはじめてでよくわからない。  お客様の不安を
取り除く
という方のために、ラフの修正を無制限にしております。

(線画までの修正です。線画以降は修正不可となります。)
安心してご希望のアイコンを作成することができますよ。

もしどんなアイコンがいいのか思いつかない…

という場合はご相談ください。

一緒にぴったりのものを考えましょう！

セット販売に

つなげる

お客様の不安を

取り除く

おそろいのヘッダーも作成できます。

作成後1年間、ヘッダーのテキストを無料で1回だけ変更することができます。発信内容が変更になった際でも安心です！

SNSを伸ばしたい方はぜひご相談ください。

2. 受注の流れ



※イメージ画像があればご提示ください。

3. 料金表 (わかりやすく!)

料金表				
基本		オプション		
		人数追加	背景	特急料金
SNSアイコン	¥5,500	1人追加につき ¥1,000	¥1,000	3日以内 ¥2,000
SNSヘッダー	¥6,500			

4.ご注文テンプレート

◆ご注文テンプレート◆

(お任せのところは空欄で大丈夫です)

・キャラの特徴

(性別、年齢、目の形、髪の長さ、表情、服装、ポーズ等)

※イメージ画像があればそちらをお送りください！

・背景色:

・使用用途:

・希望納期:

・ファイル形式: (png、jpg)

・サイズ:

・解像度:

・サンプル使用しても大丈夫か:

etc…

⊘注意事項⊘

・自作発言・二次配布は禁止です

・制作したイラストはサンプル等に使用する場合がございます。

ご注文時に確認させていただきます。

5.ご注文はこちらから！

 [今すぐパート](#)

今すぐ、笑顔あふれるアイコンでSNSを伸ばしていきましょう！

[こちら](#)のLINE公式から注文やご質問をよろしくお願ひします。

最低限、これくらいは整えておくといいですね。

これをコピペしてつかってくださってかまいません。

ご依頼フォームはnoteでもココナラでもサイトは何でもいいので作ってみましょう。

《意識すること》

・お客さんはイラストを購入することに慣れていない方がほとんどです。販売までの流れを分かりやすく簡潔に説明してあげましょう。

・商品ページが完成したら、お客さん目線でどういう部分に面倒に感じるのか？どんな不安を感じているのか一度考えてみましょう。

「この人にイラスト頼んでも大丈夫かな・・・？」

「初めてイラストを依頼するけど販売の流れってどんなかんじなんだろう・・・？」

などいろんな不安を抱えているはず。お客さんの立場になって、こういう不安を取り除いてあげられるような内容になっているか確認し、修正していきましょう。



イラスト販売サイトの種類



ご依頼フォームが完成したらその内容をイラスト販売サイトにも使い回しましょう。

販売サイトも活用してさらに集客をしていきます。

あと、販売サイトで売れている人の紹介ページの文章でいいなと思った部分はどんどん取り入れていくこと。

成功者から学ぶことは、最短での成果を出す秘訣です。

イラスト販売サイトについての紹介をしますね。

①ココナラ



会員数170万人

ココナラは、今までの経験や知識、そして身につけてきたスキルを商品として売ることのできるサイトです。

ココナラなら、スキルや趣味を自分から出品して売ることが可能で、基本的には出品している経験や知識、スキルをみた人がお仕事を依頼してくる形になります。

ココナラでは、出品した者に対してランクがつけられるという制度があるので、**ランクが高いほど購入つまり依頼されることが多くなります。**

つまり、仕事を受け、相手からの評価がいいほど単価を上げることができるようになります。

②SKIMA (スキマ)



会員数2.5万人以上

SKIMAは、イラストや占い、文章を依頼できるコミッションの総合スキルマーケットです。

占い、悩み相談、似顔絵や文章などあなたの得意スキルをなんでも売り買いできます。

SNSはアイコンや表紙絵、恋愛相談や人には言えないディープな悩みなどなんでも依頼できます。

SKIMAのサイトをパッとみたところ、イラスト、デザイン、キャラ販売の要素が強く、ココナラでのスキル提供の要素のみとされている方が多いです。

③note（ノート）



会員数100万人以上

noteは、文章、写真、イラスト、音楽、映像などの作品を投稿して、クリエイターとユーザーを繋ぐことができる全く新しいタイプのWebサービスです。

作成した作品（ノート）は、公開時に通常のブログやSNSでなどに無料で公開することもできますし、手軽に売り買いすることも可能です。

ココナラで自分が行っているスキルサービスを紹介し、リンクを貼ることでよりスキル販売の売り上げにつながります。

noteの会員登録者数は、100万人を超え、月間アクティブユーザー数は1,000万人を突破しています。

登録していないのであれば、今すぐに登録しましょう。

+

+

販売実践編

+

+

最強のマーケティング手法DRM

イラストを売る土台ができたところで、いよいよ販売の実践編に入ります。

まずはじめに、イラストレーターこと学ぶべき最強のマーケティング手法DRMについてお話していきます。

DRM（ディーアールエム）はダイレクトレスポンスマーケティングの頭文字を取ったものです。

D・・・ダイレクト

R・・・レスポンス

M・・・マーケティング

マーケティング手法の一つですね。

DRM（ダイレクト・レスポンス・マーケティング）の流れ

DRMを活用したTwitter集客～商品販売までの流れは次のとおりです。

①Twitterで見つける

↓

②フォローする

↓

③顧客リストになる（公式LINEなど）

↓

④教育

↓

⑤商品のオファー

①Twitterで見つけてもらうには？

インプレッションをあげる行動をする

→こっちから積極的にフォローする

→ターゲットに刺さる発信をする（ツイート）

→ターゲットにリプ、いいねをする

→ターゲットに直接DM（ダイレクトメッセージ）を送る

→Twitter広告を出す

②フォローしてもらうには？

→信用（実績、人っぽさ、満足感、口コミ（いいね、リプの数））

→お得感（フォローするメリットを感じてもらう）

→ファン作り（自己開示、V字逆転ストーリー、今ある悩みをどうやって乗り越えようとしているか、等でお客さんの共感を得る&応援したい！と思ってもらう）

③リストになってもらうには？

→誘導

（商品ページのリンクや公式ラインのリンクがお客さんから見えるところに貼ってあるか？）

→認知

（ツイート、イラストのプレゼント企画、お客さんにDMやリプで直接PRする）

→ファンになってもらう

→お得感を出す

④教育するには？

→コピーライティング

（自分のイラストの価値を余すところなく伝える、イラストを買う必要性をお客さんに伝える）

→避けたい欲、得たい欲を刺激する

（イラストを買うことでこんな未来が得られますよね）

⑤商品のオファー

→そもそもターゲットがほしがっているイラストか？

→どこから購入できるのか分かりやすくしておく。

うまくいかない場合は、どこかに必ず問題があるはず。

どこが問題なのか、ひとつずつつぶしていく。

ひたすら実践→修正のくり返し。

最初は質よりも数。数をこなしていくうちに、自分なりのうまくいくやり方が見つかる。

リストマーケティングについて

リスト化とは・・・あなたのブログに訪問してくれたひとのアドレスや名前を独自で管理することです。

リスト化するメリットは次の3つです。

- ✔️ お客さんにいつでもアプローチできる
- ✔️ 定期的に配信をすることで、単純接触効果を与えられる
- ✔️ 何かトラブルがあってもすぐに復活できる

お客さんに直接どんな商品を求めているのか聞くことができる。
(アンケート調査)

リストをとって、いつでも見込み客と連絡できるようにして彼らと定期的に接触することで好意をもってもらい、いざ動き出すときに助けてもらえるようにするのです。



公式LINEを作ろう



具体的なリストマーケティングのやり方は、公式LINEをつくることです。これからリストを確保するためにLineOfficial アカウント(公式ライン)を作成しましょう。

公式LINEでリストに配信することにより、あなたのファンにより一層なってもらいます。

そしてファンになってもらえばあなたの商品は買ってもらいやすくなります。

さらに、リストになってもらうことで、いつでもお客さんにアプローチできるようになります。

そのぐらい強力なツール。とっていてくださいね。

公式LINEで無料相談を設置して、お客さんとチャットや電話をしてイラストを売ることも可能です。

<https://www.linebiz.com/jp/column/technique/20190418-3/>

お客さんを集める方法

・リスト取りの2つのやり方

お客さんを集めることをリスト取りと言います。

リスト取りにはプッシュ型とプル型の2通りがあります。

プッシュ型...ビラ配りのイメージ。DMやコミュニケーションを駆使してあなたのターゲットに直接アピールする方法

プル型...無料プレゼントやツイートして宣伝してお客さんのほうからきてもらう方法

→今すぐ誰でもできるのはプッシュ型

・プッシュ型（押す）のリスト取りの方法

- ①自分のイラストを売りたいターゲットをフォローする
- ②フォロバされる
- ③テンプレDMを送る。

<DMの送り方>

あくまでも参考例なので、あなたのターゲットに合わせて内容を変えてみてください。

【ビジネス系（SNSマーケ関係）がターゲットの場合】

○1通目 カンタンなあいさつ

フォローバックありがとうございます！

嬉しかったので、メッセージ送ってみました🐣🌸

イラストレーターをしている、ゆきと申します。

これから、よろしくお願いします！

○2通目 相手の現状を聞く

お返事ありがとうございます！✨

○○さんは普段、どのようなことをされている方なのですか？🌸

(お客さん)

SNSマーケのお仕事をしています。

○3通目 相手の悩みを聞く

そうなんですね！ ✨

SNSマーケでフリーランスをされているのですね！

憧れます！ヘッダーも素敵ですね！ ✨

依頼とか受けて誰かに描いてあげたりしてるのですか？

(お客さん)

いえいえ、これは描いてもらったやつなんですよ…

でもなんかちょっと… (悩んでいる雰囲気だったら4へ)

○4通目 商品のオファー

そうなんですね！ ✨

わたし、ヘッダーも作成しているのでよければ相談に

乗りますよ！

(電話相談につなげる または 商品リンクを送る)

※ぐれぐれも押し付けがましくしないこと

自己開示→相手に共感しつつ悩みを聞く→商品のオファー（提案）

テクニック

- ・いきなり買ってください！でなく、相手の悩みや現状をしっかりとヒアリングする。自分も共感、自己開示することで、相手から親近感をもってもらえる。
- ・お客さんはどういう状態になりたくて、今どういう悩みがあるのか想像しながら、文章を考える。
- ・DMはなるべく早く返す。
- ・数をこなす。ターゲットを絞っているので、そもそも購入につながりやすい。
- ・ココナラなどの販売サイトに誘導して実績を増やし、販売サイトからの集客も見込める。
- ・1通目であいさつ+イラスト商品ページのリンク付きの文章を送るもいいし、やり方はさまざまです。
（ただし、Twitterは規制が厳しいので、DMを送るときは送る時間を最低4時間以上はあけて1度に5人くらいにとどめておきましょう。）

その他

- ・テンプレ化し、メモなどにコピペしておくが良いです。コピペには iPhone ならコピカンというアプリが優秀。
- ・プレゼント企画の宣伝でもOK。「抽選で〇名様限定で無料でアイコン描いてるので、よければ参加してみてくださいね」→リストにつなげる。

DM送って迷惑だと思われたらどうしよう…そんな悩みはいっさい捨ててください。あなたのイラストを必要としてくれている1人に届くことを意識しましょう。むしろ、こんなにいい商品を持っているのに、教えてあげない方がお客さんにとって不幸だと思うこと。

最初は慣れないと思いますが、直接ターゲットにアプローチするのが収益化への最短近道です。

(必ずしもやる必要はありませんが、手段の1つという感じです)

- ・プル型（引く）のリスト取りの仕方

①企画をする

・公式LINEに登録してくれた人の中から抽選で〇名に無料でイラストを描きますよ！ツイートをRTしてくれた人は当選確率UP！のような企画をしてお客さんに拡散してもらい、認知度をさらに上げる。

（例：アイコンを無料で描きますよでお客さんを集める→あなたのイラストを潜在的に欲しいお客さんが集まる→ヘッダーなどセットせ売れそうなものを直接お客さんに有料で売る）

- ・他の絵師さんとコラボ企画をすることでさらに露出をあげる。

②固定ツイートを公式LINE誘導する形であなたのイラストご依頼フォームを貼る。

・Twitterのリンク欄と住所欄を上手く利用して目をひく。（集客爆上げのヘッダーを作成します。などコピーライティングを使って目を引く文章を書く）

・その他販売テクニック

訴求方法でターゲットと差別化する

例：「あなたのアイコン描きます！」と書くのではなく「フォローされるアイコンを描きます」と出品する。さらに、商品説明のところにフォローされたらどんないいことがあるのかというベネフィットを入れる。ターゲットが何を求めているのか一目でわかるようにする。

(ちょっと中級者向け)

さらに、あなたのターゲットが欲しがるとなものをセットで売る。例えば、初心者っぽいビジネスアカウントの人をターゲットにイラストを売っていきたい場合、イラストを描くだけじゃなくて、「今だけTwitterアカウント作成方法のPDFを無料でプレゼントしますよ」と相手がほしがるとなものを一緒に売る。完全に他のイラストレーターとの差別化が図れる。

・リピーター様割引

「2回目のご依頼からは、〇〇円引きで描きますよ。」など、リピーター割引をすることでお客さんを逃さないようにする。

・松竹梅の法則

松竹梅の法則とは、商品を3つの価格帯に分けて展開した場合、多くの人が真ん中の価格帯の商品を購入する傾向にあるという法則です。

松竹梅の三つのラインナップがある中で「竹」が最も選ばれる理由として考えられるのは、「**極端の回避性**」です。

人間には、極端な選択を避けるという心理が備わっており、1番高いものや1番安いものを気づかないうちに避ける傾向があります。

その理由としては、1番高いものは価格的に贅沢に感じる上に納得のいく品質でなかったときに後悔する可能性があり、反対に1番安いものは貧乏に思われることを避けるためなどが挙げられます。

このような心理がはたらくことで、人は3つの選択肢を与えられた際には**中間価格帯の商品をつい選んでしまう**ようになります。

イラストも松8,000円、竹6,000円、梅4,000円の3つのコースを事前に用意しておき、相手に中間を選ばせるというやり方もあります。