

レポート

あなたの商品をバンバン売るアフィリエイト組織を作る方法！

This report is written by

ダイレクト出版株式会社

小川忠洋

<http://www.123marketing.jp>

【重要】

あなたはこのレポートの無料配布権を持っています。このレポートは友達や知り合いなどに自由に配布していただいてもかまいません。あなたの商品のボーナスや、アフィリエイト特典、見込み客のEメールを集めるためのオファー、何んでも使っていただいても結構です。ただしレポートの内容は編集しないでください。あるいは、[このレポートを配布してコミッションを得るには、こちらをクリックしてください。](#)

著者 小川忠洋

ブログ[小川忠洋 online](#) [はこちら](#)

ダイレクト出版株式会社代表取締役



専門分野はダイレクトレスポンス広告、セールスコピーライティング、インフォビジネスなど。

インフォビジネスをスタートして1年未満で、9個の商品をリリース。そのうちほとんどがベストセラー商品に。また、彼の[トップガンインターネットマーケティングニュースレター](#)ではインターネットマーケティング関連で日本一の購読者をスタートして3ヶ月たらずで獲得。インフォビジネスで独自型アフィリエイトを最初に成功させた。

また、ダンケネディ、ジェフポール、リーミルティア、ヤニクシルバーなど海外の巨匠と呼ばれる人達の日本ライセンスでもあり、1年間で数々のライセンスを獲得、インフォライセンスビジネスや海外のインターネットマーケティングに関して日本で最も詳しい人物の一人である。

ア フ ィ リ エ イ ト 関 連 商 品

[発表！あなたのサイトの売上アップを保証するアフィリエイトプログラム](#)

<http://www.123marketing.jp/drm>

さて、今日は、多分ネットビジネスをやっている誰もが興味がある、**最高のトラフィックソース**についてお話ししよう。

インターネットビジネスをしていて一番頭を悩ますのがこのトラフィックという奴だ。一トラフィックとは、ようはあなたのサイトに来る訪問者のこと。

多分、今ネットビジネスをしてる人にとって最も有名なのがキーワード広告だろう。グーグルアドワーズやオーバチュアのキーワード広告は年々売上が倍増していて、大企業もガンガン乗り出してきてるとてもメジャーな広告媒体だ。

あれは料金がオークション形式なので、大企業が乗り出してくると、一気に値段が上がったりする。それに、去年の11月くらいだけ？オーバチュアは情報ビジネスの広告を一斉にストップした。上手に使えばとてもいい媒体なんだけどね。

他にはどんなトラフィックソースがあるだろうか？

- ・キーワード広告
- ・メルマガ広告
- ・バナー広告
- ・SEO
- ・純粋なリンクからのトラフィック
- ・JVからのトラフィック
- ・アフィリエイト

まあ、こうしてみると、色々なトラフィックソースがあるわけだ。たいていの人はキーワード広告に夢中になっているが、僕自身はキーワード広告とかSEOは苦手なので、あんまりやっていない。

では、どうやってトラフィックを集めているのか？

その最大のリソースを公開しよう。

それは、【アフィリエイト】だ。

広告とはリスクを取ってリターンを得るとというのが基本だけど、アフィリエイトは売れたらコミッションを払えばいいわけだから、事実ノーリスクで運営できる、たった一つの媒体だ。

そして、アフィリエイトのいいところは、
『**自分専用の広告媒体**』だということ。

自分でメディアを持つということは、メチャメチャ強烈な戦略だけど、実現するのはメチャメチャ難しい。しかし、アフィリエイトだったら、簡単にそれに似たような事が実現できるというわけ。実際は自分専用のセールス組織と言ったほうが正しいけどね。

こないだ、日本一のアフィリエイターで働かないで年収5160万円の著者である川島さんに会った時にこんな事を言われた。

『**自社アフィリエイトで成功しているのは、この業界では多分、小川さんところくらいですよ。●●さんところも**さんところも実際はあまり上手く行ってないですよ**』

と。へえーこれにはちょっとビックリした。
まあ、確かに実際、トラフィックのほとんどがアフィリエイトから来ているし、ウチがうまく行っているのは間違いない。しかし、他の人も上手く行ってると思ったが実際はそうでもないとのことだ。

そこで、このレポートで“アフィリエイトを成功させるヒント”を話していきたいと思う。多分、これから話す内容は、売ってもOKなんじゃないかと思うくらいのモノだ。

何で、そんなもんをタダで提供するかといえば、[アフィリエイトのシステム](#)を発売するからだ。だから、僕の目的は、そっちを買ってもらうことで、これから公開する情報を売る必要はないってこと。

もちろん、この情報を読んだからってそのシステムを買わなきゃいけないなんて条件はない。

ただ、僕もビジネスマンだから、情報を提供しつつ、できるだけアフィリエイトをやらなきゃ、バカじゃないか？と思うようなモノを提供するつもりだ。じゃあ、いつてみようか？

Lesson #1

■アフィリエイトとは何ぞや？

アフィリエイトとは、あなたの商品・サービスをWEBサイトやメルマガを持っている人がそこに無料で紹介してくれて、あなたの商品・サービスが売れた時だけ、コミッションを支払うという極めて単純明快なもの。

アフィリエイトプログラムは、その性質上、あなた**金銭的に損することは不可能**。何故なら商品が売れたら、売上の一部をコミッションとして支払うわけだから当然だね。

そして、あなたの商品・サービスを、メルマガやWEBサイトなどで紹介してくれる人たちをアフィリエイトターと言う。

ご存じのとおり、アフィリエイトターは紹介するだけなので、商品の製作・発送・サポート・なんやかんやをまったくやらなくていい。原価がないので、これで儲かるととてもおいしい。

ポイントは、このアフィリエイトプログラムというのは、

1) 商品・サービスを販売するあなたにとっては、**ノーリスクで販路を拡大できる**のと、

2) それを紹介するアフィリエイトターにとっても、**ノーリスクでその商品を販売してコミッションを得ることができる**。

Copyright All Right Reserved Tadahiro Ogawa & Direct Publishing,inc

つまり、完全なWIN・WINの関係なのだ。

普通、あなたが自分の商品・サービスを販売しようと思えば、広告をする必要がある。そして、広告には莫大なコストがかかる。

しかし、アフィリエイトプログラムを使えば、実際に商品が売れるまでコミッション（広告費は発生しないのだから、**実質、無料広告**とも言える。

両者にとってリスクはほとんどないし、商品販売するあなたにとっては、売上を爆発させるチャンスでもある。実際、アフィリエイトプログラムはインターネットビジネスを大きく変えつつあって、矢野総研によれば、2008年にはアフィリエイトの広告規模は1000億円を超える予想らしい。

※ちなみにラジオ広告全体で1800億円くらいだから、アフィリエイトだけで1000億はすごい。そして、成長度合から考えてもすごい。

まあ、知ってると思うけど、これがアフィリエイトプログラムのざっとした概要。

■ 1ティアVS2ティア

次に、アフィリエイトプログラムを運用する点で最も重要なポイントがある。

それは、

- ◆1ティア・アフィリエイトを採用するのか？
- ◆2ティア・アフィリエイトを採用するのか？

という選択。

- 1ティアアフィリエイトというのは、上で説明したような普通のアフィリエイトの事。
- 2ティアアフィリエイトというのは、2段階のアフィリエイトの事。

例えば、あるアフィリエイトAさんがいたとする。

Aさんのサイト or メルマガ上であなたの商品を紹介して、誰かがあなたのサイトに来て商品を買った場合、Aさんにコミッションが支払われる。

ここでは、2万円の商品売って5000円のコミッションが出たとする。

そして、アフィリエイトBさんと言う人がいてその人はAさんのサイトを見て、面白そうだから、あなたの商品をAさんと同じようにアフィリエイトしようと考えた。

そして、あなたのアフィリエイトプログラムに登録した。

すると、BさんはAさんのサイト経由（つまり紹介）であなたのアフィリエイトに登録したわけだから、Aさんに何らかの報酬が発生する。

例えば、さっきの例で2万円の商品売った時。

Bさんのサイトであなたの商品を紹介した。Bさんには5000円のコミッションが発生。

この時にBさんを紹介したのはAさんだから、ということで、Aさんにも1000円のコミッションが発生する。

これが2ティアアフィリエイト。

一般に紹介したアフィリエイトをサブ・アフィリエイトと呼びそれに発生するコミッション（この例の場合は1000円）をサブ・アフィリエイトコミッションと呼ぶ。

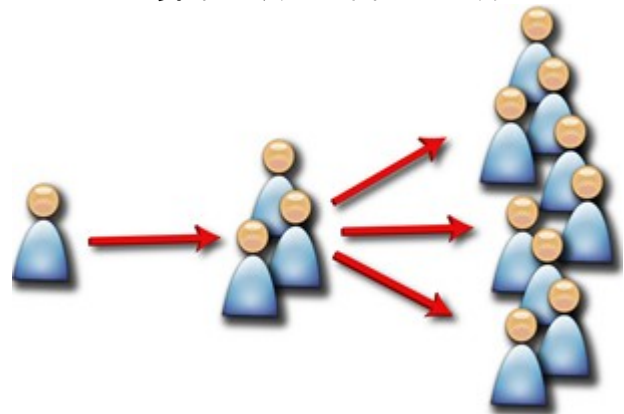
1ティアと違うポイントは、
2ティアアフィリエイトの場合、
アフィリエイトはあなたの商品を紹介するだけでなく、あなたのアフィリエイトプログラムも紹介するメリットがあるので、アフィリエイトがあなたの代わりにアフィリエイトを募集してくれる。

これがメチャメチャ強烈だ。
単純な話。あなたは何もしなくてもアフィリエイトがどんどん増えていくという夢のような事が起きる。

実際、僕の場合、最初にアフィリエイトプログラムをスタートしたときに登録した人は145人くらいだった。そして、平成進化論にアフィリエイト募集の広告を出して登録されたのが、19人くらいだった。

（かなり後悔した。やらなきゃよかった・・・）

そして、それから特にアフィリエイト募集をがんばってやったわけじゃないけど、約10か月で8826人までアフィリエイト組織が膨らんでいる。



アフィリエイトがアフィリエイトを募集して
くれる2ティアプログラムの増え
方の図

スゴくない!?

間違いなく言えることは、もし僕が2ティアじゃなくて普通の1ティアのアフィリエイトプログラムをやっていたら、アフィリエイトの数はまだ1000人、いや500もいってなかったと思う。

だから、もしあなたがアフィリエイトプログラムを始める時は僕は、絶対に2ティアを選ぶことをお勧めする。

じゃあ、2ティアよりも3ティア、4ティアのほうがいいんじゃないか?という質問も出てきそうだが、3ティア以上は止めたほうがいい。

アフィリエイトプログラムをアマゾンよりも先にやっていたインターネットマーケティングの元祖、コーリールードルは3ティア、4ティア以上は効果が下がると言っていた。

何故だろう?

答えは簡単で、3ティア、4ティア以上になると、コミッションがバラけすぎるからだ。

本来商品を紹介して、販売に成功したアフィリエイトがコミッションをたくさんもらうべきだけど、その分が3ティア、4ティアの人に分配されたら自然と、コミッションは少なくなる。すると、そのアフィリエイトプログラム自体に魅力がなくなるってわけ。

それと、ネットワークビジネスと違うのか?

という質問もでるだろう。

これは、形としてはとても似ているけど、重要なポイントが全く違う。ネットワークビジネスはどんなものでも、ほぼ間違いなく参加する際に登録費用みたいなお金がかかる。アフィリエイトプログラムは参加するのにも何をするのにも一切お金がかからない。それと、ネットワークビジネスにある友達や知り合いをビジネスに勧誘する、という行為が一切ない。だから、形式・プログラムとしてはとても似ているけど、全く違うものなのだ。

僕の経験から言えば、感情的に受け入れれないとか、そういった謎の理由がない限り、2ティアアフィリエイトを絶対にお勧めする。

Lesson #2

■プロモーションツール

一度、アフィリエイトプログラムをスタートしたら自動的にアフィリエイトが商品をバンバン紹介してくれてバンバン売ってくれると思ったら大間違い。

結論から言うとアフィリエイトというのは怠け者だ。

あなたも聞いたことがあるかもしれないけど、ほとんどのアフィリエイトは大してコミッションを稼ぐ事ができないその理由は、アフィリエイトはコミッションを稼ごうと必死になって努力しないからだ。

なので、アフィリエイトが望んでいるものは二つ

- ①簡単にできて
- ②すぐに結果が出るもの。

つまり、あなたがアフィリエイトプログラムをスタートする時にはアフィリエイトにとって極めて簡単にできるようにしておく必要がある。

その為にはアフィリエイトにツールを提供する必要がある。アフィリエイトが頭を使ってあなたの商品の紹介文を考えてくれるなんて絶対に期待しちゃいけない。

事実、あなたが一番あなたの商品の事に詳しいんだからこれらのプロモーションツールはあなたが作ってアフィリエイトに提供しないといけない。

じゃあ、アフィリエイトのプロモーションツールとしてどんなものがあるか？
代表的なものを紹介しよう。

1. 3, 5, 10行広告
2. メールプロモーション
3. バナー広告
4. ポップアップ
5. 商品レビュー
6. 記事広告

それぞれ、解説すると、

1) 3, 5, 10行広告

このタイプの広告はよくメルマガ広告のヘッダーやフッターなどに使われる。
こんな感じだ↓

【必見】ネットビジネスで何千万と稼ぎ続けている人たちの“秘訣”とは？
それは「情報」です。

成功しようとしている人は、ネットビジネスの成功の秘訣や

その背景となる考え方を、今まさに成功している人物から聞き出している現実があります。そして、そのことをあなたにも可能にするのが、“ネットビジネス・インサイダークラブ”です。

>> <http://123direct.info/tracking/af/856/goipM1rp/>

なのでアフィリエイトがメルマガを配信していた場合、この広告文をいつものメールに差し込むだけでコミッションが発生するというわけだ。この広告文を自分で考えるのは非常にしんどい仕事なのでアフィリエイトがやってくれる事を期待してはいけない。

実際、この広告文はメルマガだけでなく、アフィリエイトのサイトなどにも簡単に使える。

2)E メールプロモーション

アフィリエイトがするプロモーションの中で最も効果が高いのがこのメールプロモーションだ。

アフィリエイトがメルマガやニュースレターを発行していたらそのリストに対して、あなたの商品を紹介するためだけのメールを流す。これが最も手っ取り早くて最も効果がある。

おそらく、説明の必要もないだろう。あなたも何度も何度もこういうメールを受け取ってるだろう。

これももちろん。アフィリエイトが書くなんて事を期待してはダメ。

あなたが書かないと！

たった1通のメールを書くだけで、それを何千人ものアフィリエイトが使ってあなたの商品を買ってくれるわけだから、真剣に時間をかけてやる価値はあるでしょ？

このメール広告をやる時の重大なポイント。

それは、1ショットで終わりにしない事。

ほとんどのアフィリエイトはこういったプロモーションメールを1通送っただけで、その商品の紹介が完了したと考える。

しかし、ここでメチャメチャ役立つポイントを紹介しよう。

同じメールをもう一回送ると、同じくらいの売上が上がる。

もう一回送ると、もう一回同じくらい売上があがる。

実際問題は、同じメールを3回も連続で送りたい人は誰もいないので、**3通の連続した別々のメールを送るといい**。

つまり、あなたが3通セットのメールプロモーションを作るのだ。1通目はこれ、2通目はそれ、3通目はあれ。って感じでね。

これはとても重要なポイントだ。

3)バナー広告

バナー広告も説明の必要はないだろう。

ヤフーとか、楽天とかどのサイトに行ってもグラフィックのバナー広告が貼ってある。

バナー広告には昔ながらの横長のやつから最近では縦長のスカイスクレイパー型というタイプ、ヤフーのトップページにあるようなちっちゃい奴までいろいろある。

最近のデータによると縦長のスカイスクレイパー型というタイプが反応がいいようだ。A8とかバリューCとか昔からあるアフィリエイトASPでは、これらのバナー広告がメインとして扱われてきた。

でも、実際はメール広告のほうがはるかに速効性がある。
バナー広告は一度張ってもらったら残るので長期的にはいいのかもしれない。

4)ポップアップ

ポップアップはどのように使うかという、アフィリエイトのサイトに誰かが訪問した時にあなたの商品をプロモーションするポップアップが出るという仕組み。

最近ではポップアップブロッカーがあるので効果がないとされているがそんなことはない。
僕はポップアップがあったらブロックを解除してでも見る。

ポップアップには何種類かあって、

- ・サイトに訪問した時に前が出る普通のポップアップや
- ・サイトを去る時に出るEXITポップアップ
- ・サイトの裏側に出るポップアンダー

などがある。

ポップアンダーやEXITポップアップはアフィリエイトのサイトの負担にもならないのでお勧め。これもかなり効果のあるプロモーションツールなので、是非アフィリエイトに提供したいところだ。

5)商品レビュー

商品のレビューというのは、アマゾンなどで見ることができる。
その本の購入者が、その本の感想なりコメントを入れているものだ。

あなたはアマゾンに行って本を買うときに 一番、何を信用して買う？

出版社のコメント？

著者のコメント？

もし、あなたが僕と同じタイプの人間だったら、レビューを一番信用するはずだ。多分、アマゾンで星5つとか付いてたら 「そうとういい本なんだろーなー」 って思うだろう。

このようにレビューというのは、とても信用されてとても、読まれるものなのだ。

なので、あなたが自分の商品をアフィリエイトに紹介してもらうときに、あたかも、第三者がレビューを書いているような口調で、その商品に対するコメントをかいてみたらどうだろう？

そうだ。そのコンテンツは読まれて、信用される。
だから、直球の売り込みよりももっとソフトでもっと効果がでるだろう。

実際、アフィリエイトのビジネスモデルで、レビューサイト。という商品レビューだけをかき集めたサイトがある。そんなモデルが成り立つのも、このレビューというのが読まれて、信用されるからなのだ。

※売り込みメールサイトなんて成り立つと思う？誰も見ないし、見ても信用しないでしょう？

このページに商品レビューのサンプルを乗せておいたので見てみよう。

<http://www.123marketing.jp/yanik/ISLreview.html>

6) 記事広告

記事広告とは、商品に関連する役立ち情報＝記事を書く。

まあ、レポートを書くような感じだね。

そして、その記事の最後に、著者として、あなたの名前を書いておく。そして、その著者紹介のところではあなたのサイトへのアフィリエイトリンクがある。と、こんな感じ。

つまり、あなたの紹介文とリンクを含んでいるのでアフィリエイトはあなたのサイトにビジターを送り込むことができるというわけだ。この記事広告の最もいいところは、あなたのサイトに来る人はあなたの記事とあなたの紹介文を読んで、リンクをクリックして来るわけだ。

つまり、心理学で言う“フレーミング”ができていているというわけ。

フレーミングとは、例えば、ホテルで食べるサラダはファミレスで食べるサラダよりもおいしく感じるということ。たとえ、中身が全く一緒だったとしても。つまり、中身だけでなく、そのパッケージや紹介のされ方などによって感じる価値は変わるということ。

例えば、あなたの商品なりサービスなりをポロクソに言われているページのリンクをクリックして、あなたのサイトに来た人は、そういうフレーミングがかかっているということ。

記事広告では、それが全くプラスの方向に働く。

つまり、あなたの記事とあなたの紹介文を読んでクリックしてきた人は、あなたをその道の“権威” “専門家”として考えている。

そのようにフレーミングがかかる。さて、そんな人は普通に検索エンジンや売り込みメールから来たひとよりも成約率が高いだろうか？もちろん！だから、同じ1クリックでも、他のクリックに比べて全く価値が違う。

そして、記事広告はアフィリエイトにとってもかなり嬉しい。

何故なら、メルマガ発行者やホームページ運営者にとって一番の悩みは何だと思う？そう。それはコンテンツだ。メルマガ読者、ホームページの訪問者に価値あるコンテンツを提供することが一番の悩みだ。

そして、コンテンツを作ることはあなたもご存じのとおり、しんどい。特にアフィリエイトにとっては、あなたの商品を紹介するためのコンテンツを作るなんてメチャメチャしんどいのだ。

それをあなたの記事広告が解決するのである。

この記事広告は、記事というだけあって、全くもっての売り込みではない。だから見た人は、コンテンツを受け取ったと感じる。読者はいい情報を流してもらった価値をもらったと思う。そうすれば、メルマガが発行者もHP運営者も見込み客から感謝されることになる。そして、読者にとって、親切にも記事を書いた人のサイトへのリンクまであるではないか！（笑）

記事広告を書くときの記事のポイントは何個かある。

- まずは、読みやすい記事を書くこと。文章が長いものは疲れるのでできるだけ短くザクザク切れるような文章を書こう。
- 当然だが、自分の商品に関することを書こう。自分の商品で解決できるようなことを書こう。ただし、記事中で売り込みをしてはならない。
- とても便利な記事だけど、その記事の中で完結しないこと。何かもっと知りたくなるような要素を残しておくこと。

などなど。とにかく、記事はアフィリエーターにとっては、売れても売れなくても嬉しいコンテンツなのだ。実際には効果があるので売れるけどね。

記事広告のサンプルを以下に出そう。

いいタイトルは、天才の作品

From: ヤニクシルバー

これは、エマニュエル・ハルドマン・ジュリアスが、本の売り上げを伸ばすのに、タ

イトルの変更をすることについて言ったことばだ。また、おそらく彼は、それを経験から知っていたにちがいない。

なぜなら、彼こそが、20世紀の前半だけで、1億冊以上の「リトル・ブルー・ブックス」をひとりで売った男だからだ。（そうだよ、間違いではない、確かに1億冊）

「The First Hundred Million」というタイトルの彼の著書は、ある特定の実証済みのタイトルを用いて、いかにセールスを伸ばすかについて、深い洞察を与えてくれる。実際、彼の本は、本のタイトルの変更がセールスといかに関係しているかを科学的に調査し、まとめた本である。

もっとも特筆すべきことは、ハドルマンジュリアスが、自分の本の宣伝をするのに、タイトルだけを使ったことだ。彼の打った広告には、セールス・コピーは、一切なく、本のタイトルだけが羅列されている。

彼は、あるポリシーをもって、事業を営んでいた。

ーもし、ある本のタイトルが年間で、1万部以上の売上をあげなければ、その本は、「病院」と呼ばれる彼の事務所に戻される。病院内で、彼は、その売れ行き不調の本のために、新たなタイトルを考案してやり、タイトルが決まれば、再び売場へと戻してやった。

もし、新たなタイトルをもらった本が、それでも、まったく売れなければ、それは結局「墓場」行きとなる。

彼の話によれば「The Art of Controversy(議論の技術)」というのが、もともとの本のタイトルだった本が、それまでまったく売れていなかったのに「How to

Argue Logically いかにも、論理的に議論するか」というタイトルに変更したとたん、飛ぶように売れ、3万冊が瞬く間に売れたそうだ。

ここで驚くべき事実は、タイトルを除いて、本の内容は一切、変更されていないということだ。また、彼は、ある特定のコトバがタイトルに含まれると、必ずどの本もよく売れるという事実に気づいた。

例えば、「～についての真実」というコトバは「パテントメディスン」というタイトルで売り出された本のセールスを伸ばした。1925年、アーサー・クランプ博士がしたためたこの本は、たったの3000冊しか売れていなかった。

しかし、この本のタイトルが「パテントメディスンについての真実」というタイトルに変わるやいなや、セールスが飛躍的に伸び、なんと1万冊も売れたのだ。

**従って「～についての真実」というコトバは、
魔法の力を秘めたコトバなのである。**

つぎに「ライフ」や「ラブ」といったコトバが使われた本が非常によく売れることに彼は気づいた。使い古された印象のある、それでいて、尚も非常に効果的なフレーズである「ハウ・ツー」に次いで、この「ライフ」や「ラブ」が非常に読者にとって魅力的なコトバであることに彼は気づいた。

「ハウ・ツー」をタイトルにした本は、常に、彼のセールスランキングリストのトップを占めた。例えば、例を挙げるなら「ハウツー・サイコアナライズ・ユアセルフ」というタイトルでは、43000部も売れたが「サイコアナリシス・イクスプレンド」というよく似たタイトルでは、5000部ほどの売上であった。

また「ハウ・アイ・サイコアナライズド・マイセルフ」というタイトルでは、13

500部をなんとか売り上げることができた。

さらに、Hジュリアスは、世間のひとが、**事実**をつよく求めていることを発見した。
(これは、現代でもかわらない) つまり、「**あなたが知っておくべき事実**」というフレーズは、強力なアピールがあることがわかった。

どのようにこの情報を応用すればいいのか？

簡単だ！この偉人の知恵を拝借するには、効果があると判明したコトバやフレーズを、タイトルやEブックやメルマガの記事や無料レポートやヘッドラインなどに使えばいいのだ。

例えば、もしわたしが美容整形外科医であれば、つぎのようなタイトルをつけた無料のEブックを配布しただろう。

「脂肪吸引術について知っておくべきこと」

または

「レーザー治療でしわを消す方法」

この二つはともに、ヘッドラインとしても使えるだろう。ヘッドラインこそ、1番ちからを込めて、あなたはいいものを作りたいはずだ。なぜなら、ひとの欲望が刺激されるかどうかは、ヘッドライン次第だからだ。

ヤニクシルバー：彼はインターネット上でのビジネスの自動化、サイトのセールスコピーライティング、情報ビジネスなどのトップエキスパートとして世界的に有名。彼のコピーライティングセミナーは参加費が46万円以上する。しかし、まだ彼は自分WEBサイトを作ることができない。

彼は、いくつかのインターネットマーケティングマニュアルやツールを作り自宅から奥さんと二人で膨大な利益を生み出している。彼のベストセラー**インスタントセールスレターテンプレート集**は彼の処女作で最近になって日本語版も販売されている。[彼の無料DVDはこちらからゲットできる。](#)

さて、この記事を見た人は売り込みされてると感じるだろうか？

そして、この記事の著者であるヤニクにたいして、どんな感情をもつだろうか？

説明の必要はなだらう。

Lesson #3

■コミッションの設定の仕方

ここは悩みどころである。
悩んでも悩んでも実は答えはない。

実際、どれくらいのコミッションでアフィリエイトにモチベーションがでるかは分らない。
それに商品の粗利も考えないといけないからね。

ただ、僕の経験から言える事は数字の3・5・10にどうも山があるようだ。

つまり、例えば、コミッションが5000円でも6000円でも同じだけど、4000円と5000円では違うとか。3000円でも4000円でも同じだけど、2000円と3000円だったらずいぶん違うとかね。

これは、数値的な計測をしたわけではないので参考程度に考えてほしいが、コミッションは3000円・5000円・10000円という風に区切るのがいいだろう。このあたりは自分でアフィリエイトを運営して行って、どれくらいのコミッションの時にアフィリエイトの動きが活発になったかという経験を積んで学んでいくしかない。

ただ、一番重要なのはあなたの商品の粗利だ。

なので、粗利の低い商品を扱っていると、アフィリエイトを動かすのにも苦勞する。アフィリエイトを動かす場合にはその分、あえて、商品の値段が高いほうがいい時もある。

ただ、ほとんどの人が忘れてるのがバックエンドからの利益だ。

つまり、初回の購入で利益を出そうとしているからどうしてもコミッションをケチってしまう。その結果アフィリエイトはあんまり活発にはならない。

でも、一度あなたから商品を購入した人には別の商品を販売することができる。そして、セミナーでも何度も話しているが、本当の利益はまさにそこにあるのだ。

だから、初回の利益なんかムシしてアフィリエイトにコミッションを寛大に支払うと長期的に見れば、とてもいいことが起きる。

実際、僕が一番初めにマークジョイナーのマニュアルを販売したときにもアフィリエイトに払ったコミッションは確か、粗利8000円くらいの商品で7800円だった。

その結果、アフィリエイトはガンガン商品を紹介してくれて、僕は一気に顧客リストを増やすことができた。もちろん、キャッシュはほとんど残らなかったけどね。

ただ、この時のもう一つの大きなポイントは
メルリストも顧客リスト以上にたくさん集まったということ。
顧客リストの1.2倍くらいのメルリストができた。

それが、2～3か月で一気に起きて、僕はそのリストに向かって別のバックエンド商品を販売しはじめて利益を作り始めた。

だから、アフィリエイトにコミッションを設定するときにはバックエンドの利益を、将来の利益を見据えて設定すべきだ。たった、1回のトランザクション（取引）にこだわるべきではない。

■システムの種類

さて、アフィリエイトプログラムを始めるときには大きく分けて2つの方法がある。

1) 1つはASPを使う方法

2) 1つは自社でやる方法

ASPとは、例えば、大手でいくと、A8ネットやbluecommerce（ヤフーに買収された）それから、リンクシェアなどいろいろある。情報商材に特化したASPはインフォカート、インフォトップ、インフォストアなどがある。

これらのASPにマーチャント（商店・広告主）として参加すると、他の広告主同様にASPに登録するアフィリエイトにタッチすることができる。

たとえば、A8に広告主として参加すれば、A8が既に持っている40万人くらいのアフィリエイトに

「うちのアフィリエイトになりませんか？」というアプローチができる。（ただし広告費がかかるけどね）

ただ、これは一長一短で、アフィリエイトもいっぱい参加しているけど、広告主もいっぱい参加しているので、他の広告主と、アフィリエイトプログラムのコミッションとかを直接比較されたりする。まあ、業者からすると、ひとつのマッチングビジネスみたいなモデルだ。

A8やバリューなどの大手はだいたい月額4万円くらいの基本料金がかかって、その上アフィリエイトに払うコミッションの30%を取られる。実はこれが地味にめちゃめっちゃ痛い。あなたのアフィリエイトプログラムが成功すると、この費用が馬鹿にならないのだ。

実際僕は、前に言ったマークジョイナーのマニュアルのプロモーションの時にこの30%だけで、300万円ちかく払ったのだ・・・（泣）

情報商材のASPの場合はだいたいどこも基本料金がゼロで、売上の8-10%前後を利用料として払う。

■次に自社で構える場合。

自社で構築する場合のメリットは、とにかく自由度が上がること。
自由自在にプロモーションなどを設定できる。

たとえば、アップセルやクロスセルなど。

ぶっちゃけで言うと、僕にはアップセルなしでセールスをするなんて信じられない。何故なら、そこに本当の利益があるんだから。実際それがあったからこそ、さっき言ったような8000円の粗利で7800円コミッションなんて馬鹿なプロモーションができるわけだ。だから、メチャメチャ、メチャメチャ、メチャメチャ、キーポイントだよ。

実際、ASPの場合、いろいろな制約があって自由にできない事が多い。また、あなたの会社独自のアフィリエイトなので、競合他社のアフィリエイトプログラムと直接比べられるような事がない。

また、もっと重要なポイントとしては、アフィリエイトはたくさんある中の一つの商品とは考えないのであなたの会社独自のものだから、あなたとアフィリエイトのリレーションシップ（信頼関係）が深まるということだ。

実はこれが、アフィリエイトプログラムを運用していく上でとても重要なポイントになる。誰だって、昨日知ったわけのわからない会社の商品よりも前から知ってて、販売している人間の顔も知っているところの商品の方が紹介しやすいに決まってる。

そして、自社のアフィリエイトをセールス組織としてトレーニングすることができる。これは長期的に考えてとてもとても重要な事だ。

ちょっと自慢をさせてもらおうと、僕が自社アフィリエイトで成功した理由はこのマインドセットにある。僕は他の人が考えるように、アフィリエイトをアフィリエイトとは考えてなかった。僕はアフィリエイトを営業マン組織と考えていた。

どんな会社でも営業マンが入ってきたら、いろんな道具を与えてあげて、研修やトレーニングをする。そういう観点からみると、僕もまだまだアフィリエイトのトレーニングができてないんだけど、

ただのアフィリエイトと考えている人と、
バーチャル営業組織と考えている人では、やることにメチャメチャ大きな違いが出る。
つまり結果にも違いがでる。

ただ、自社独自アフィリエイトにも欠点はある。それは、アフィリエイトの募集を完全に自分
自身でやらなければいけないということ。ASPを使えば、すでにそこに登録している人たちが
いて、そのアフィリエイトたちに、自分のプログラムの広告が打てる。ただし、広告費がか
かるけどね。そうすれば、スグにある程度のアフィリエイトは集まるってわけだ。

まあ、僕の経験上では、自社独自だろうがASPだろうが、結局のところはアフィリエイトは
自分の力で開拓しなければいけないというのが、実際のところだ。

実際、2ティアを採用すれば、独自アフィリエイトのほうが、何もしなくてもアフィリエイト
が集まるので効率がいい。

ASPの2ティアはほとんど機能しない。何故なら、2ティアでサインアップするアフィリエイト
イターはASPのアフィリエイトとしてサインアップするのであってあなたのアフィリエイト
イターとしてサインアップするのではないからだ。A8のアフィリエイトはA8のアフィ
リエイトなのだ。あなたは一時的に借りているにすぎない。（傭兵みたいなもんだ）

レッスン1でも言ったとおり、僕はアフィリエイトの募集に平成進化論に15万円の広告
費をかけただけだ。（しかもそれは、たったの19人のサインアップで大失敗）でも、その後
なにもしなくても勝手に増えて、今では8800人以上になった。（多分このレポートが読まれ
ているころには1万人以上になってるだろうな・・・）

実際、海外ではほとんどが自社独自アフィリエイトだ。ASPを使うのは大企業とか、あまり
インターネットマーケティングに詳しくないような会社がやっているようだ。まあ、それが
僕が今回、自社アフィリエイトプログラムを作った理由でもあるんだけどね。

これに関しては、どっちがイイというよりも、どっちが自分に合ってるかという事かもね。

Lesson #4

■アフィリエイトをリクルートする方法

このアフィリエイトをリクルートする方法に関しては、ASP型のアフィリエイトと自社独自のアフィリエイトでちょっと様子が違う。ASP型アフィリエイトだと、そのASPにしているアフィリエイトがすでに何万人何十万人といるので、そのリストで募集するのが一般的。

A S P型のアフィリエイトにアフィリエイトターとして参加してみるとわかるが、毎日のように新しいアフィリエイトの告知がくる。あれは、あなたのように商品を販売している人が広告費を払ってそのリストにメールを送ってるわけだ。

だから、A S P型の場合は、新商品が出るたびにアフィリエイト募集の広告メールを出してそのつど、アフィリエイトターを募集するようになる。それで、アフィリエイトターが集まるかどうかはコミッションやオファーがどれだけ優れているかによる。

自社独自アフィリエイトの場合は、そんなものはないので、自分で集めないといけない。それで、どうやって集めるかとうと2つの方法がある。

1. 有料広告に出す

2. 無料でできる範囲。

オプション#1としては、広告を出すという事。

前にも話したように僕はアフィリエイトの募集を一回だけ平成進化論というメルマガに有料で（15万円くらいだったかな？）広告を出した。

それと同じようにたとえば、キーワード広告でアフィリエイトターを集めたり、メルマガ広告で集めたり、実際に広告にお金を払って集める方法がある。

だが、はっきり言ってこれはお勧めはしない。特にスタートの時点からやる必要はない。

何故なら、あまり効果がないのと（僕の広告は15万円で19人のサインアップだった）そんなことをする必要もなくアフィリエイトターは次のオプション#2で集まるからだ。だから、

どうしても一気にアフィリエーターを集めたい！というのと、広告費がたっぷりあるというのでない限り、止めたほうがいい。

広告費をかけるなら、自分の商品の販売のほうで
広告費をかけたほうがいい。

オプション#2 無料でできる事

実はあなたの商品を紹介してくれる最高のアフィリエーターはどこにいるかといえば、あなたの手元にいる。

それは、あなたの商品を買ってくれた顧客リストの中にあるのだ。

だから、実際に自分の顧客からアフィリエーターをリクルートするのが、一番、効率的で効果的な方法だ。自分の商品を実際買って使って、満足した人ほどそれを人に伝えるのは上手なはず。そして、本当にいい商品だったら伝えたいと思う。

だから、自分の既存客から効率よくアフィリエーターを獲得するシステムを作ろう。
いくつか、簡単にできることがある。

A) サンキューメールでの告知

商品を買ったら、絶対にサンキューメールがお客様の元に届くはずだ。

Copyright All Right Reserved Tadahiro Ogawa & Direct Publishing,inc

そのサンキューメールってのはあなたも経験があるだろうけど、そんじょそこらのメルマガなんかよりは圧倒的に購読率が高い。

だから、そこであなたのアフィリエイトプログラムを告知するのはとても効率のいい方法だ。もちろん無料でできるし。

それに何がいいって、一度、3～5行くらいの告知を設置してしまえば、あとは、あなたが何もしなかったとしても、アフィリエイトのリンクを自動でそのEメールがしてくれるわけだ。商品が売れるたびに、アフィリエイトも一定の割合で増える

■商品の中身

あるいは商品の中身そのものに、アフィリエイトプログラムのお知らせを入れておくのもいいだろう。あなたの商品を気に入ったお客はきっとアフィリエイトプログラムにも興味を示すはず。

商品そのものとは別の封筒を一つ用意して、アフィリエイトプログラムのお知らせをその封筒の中に入れておけばいい。

これも無料で今すぐにできる。さらに効果は大きく継続性も高い。

■メルマガでの告知

これは、まだ、顧客にはなっていないけど、あなたのメルマガの読者からアフィリエイトを集めるという方法も全然悪くない。

例えば、僕の日刊マガジンで、アフィリエイトプログラムの案内をすとかね。それをヘッダーやフッターに入れて毎回目にするようにしてもいいし、号外プロモーションのようにしてもいい。

どちらにせよ、無料でできることだし、あなたの事にすでに興味を持っている人たちだ。アフィリエイトプログラムにも興味を持つ人は多いだろう。

■ステップメールでの告知

きっとあなたも既にステップメールを使っているだろう。それなら、商品を紹介するステップメールの中にアフィリエイトプログラムの告知を入れてみてはどうだろう？

そのステップメールに登録してから、例えば、2週間後にアフィリエイトプログラムの告知がいくとかね。ここでは最初の早い段階で、（例えば、2日目とか3日目とか）でアフィリエイトの告知をしないほうがいい。

何故なら、その時点ではアフィリエイトプログラムよりも、商品そのものの説明をしなければならぬからだ。とにかく、これもまた一度そのメールを設置すれば、あと自動的にアフィリエイトが増えていくという極めて美しい仕組みだ。

- 1.あなたが商品を宣伝する
- 2.あなたのサイトに来た人がステップメールに登録
- 3.その中から何人かが商品を購入
- 4.何人かがアフィリエイトプログラムに登録
- 5.アフィリエイトが宣伝を始める。
- 6.2に戻る。

これをグルグルと延々繰り返すことになる。

■サイト上で

もちろんあなたのサイト上にもアフィリエイトプログラムの告知をすべきだ。

ちなみにこれを書いている今の時点で、僕は自分が、サイト上でアフィリエイトプログラムの告知を全くしてなかった事に気がついた。

あーあ・・

それもしてたらもっともっと集まっただろうなー。

あなたはこんなミスしちゃダメだよ。

■ジョイントベンチャー

もし、あなたのアフィリエイトプログラムが2ティアだったら、（2ティアについてはレッスン1でお話したのでそちらを参照） 誰かほかの人とジョイントベンチャーすることができる。

つまり誰かのメルマガでアフィリエイト募集の告知をしてもらう。そこで、アフィリエイトになった人は全てそのメルマガ発行者の2ティアになる。

アフィリエイトがこれからコミッションを発生させるたびにそのメルマガ発行者にコミッションが発生することになる。

これってなかなかいい取引じゃない？

そして、これも無料でできるしね。

さて、などなどいろんな方法があったけど、もう一つ大きなポイントがある。

それは、アフィリエイトのサインアップのプロセスだ。

アフィリエイトが登録するときのプロセスは何段階もあってはいけない。簡単でなければいけない。

例えば僕のアフィリエイトプログラムのサインアップページはちゃんとプログラムのセールスコピーがあって、そして、銀行の口座情報なんかを求めている。

何故なら銀行口座情報なんかなくても、Eバンクを使えば名前とメールアドレスだけで、コミッションの振込ができるからだ。（もちろん後から銀行口座を登録することだってできる）

銀行口座がたまたま分らなくてサインアップを後回しにされるのを避けるためだ。このようにアフィリエイトの登録プロセスはメリットを伝えて簡単に登録しやすくしなければいけない。そうする事で登録率を上げることができる。

まあ、しかし色々と話してはきたけど**実際のところ、2ティアを採用していて、上のどれか一つでもやっていれば、ぶっちゃけ、自然と増える。**これが2ティアが最大にうれしいところだ。

実際問題、僕には今約9000人のアフィリエイトがいるわけだけど、そのうちお金をかけて集めたのは19人だからね。まあ、その人たちが2ティアで募集してるのを含めればもう少し増えるだろうけど…。たいした差はないよね。

アフィリエイトの募集に関しては、とにかく2ティアが最大のポイント。後は、それをどれだけ活かすか

Lesson #5

■アフィリエイトを育てる方法

まず、何回か言っていると思うけど、アフィリエイトプログラムをやる上で最も重要なのが「心構え」つまり「マインドセット」だ

こういった話をしようとする¹とたいていの人は耳をふさいでしまうけど実際これが一番、大切なこと。成功している人はみんなこういった「心構え」を大切にしている。

アフィリエイトプログラムをやる上での大切な「心構え」とは何か？

それは、アフィリエイトはあなたの会社の営業組織、セールスチームであるという認識を持つこと。

たいていの人は、アフィリエイトプログラムは「アフィリエイトプログラム」っていう、ただの広告媒体のひとつくらいにしか思っていない。でも、実際は違う。アフィリエイトはたくさんの人間の集まりで、決してメルマガの中にある3行とか5行の広告ラインではない。

そして、アフィリエイトの中には、
キーワード広告が得意な人や
メルマガアフィリエイトが得意な人や、
サイトにトラフィックを集める事が得意な人、
それからブログをやっている人、
SEOの得意な人など
様々な人がいる。

それらの全ての力を使えるのがアフィリエイトプログラムだ。

え？

キーワード広告なんて自分でやった方がいいじゃんって？

もちろん。自分でキーワードやった方が収益性は高いだろう。

でも、実際、今できてる？

キーワードやって、ブログやって、メルマガ書いてetc.etc.etc.etc.etc.etc.etc.etc.etc.できてる

実際できてるならいいけど、できてないなら、タラレバの話はやめよう。あなたは起業家なんだから、やることが山ほどあるはず。一つ一つの分野、全部の専門家になることなんて不可能なんだ。

ひとつひとつの分野は奥が深い。それに注力しようと思えばそれなりの時間がかかる。それだけの時間コストを投入できるかどうか？ 自分よりも優れたアフィリエイターがいるならその人にやってもらったほうがいいと思わない？

僕はそう思う。それがアフィリエイトプログラムが一番好きな理由だ。

さて、そういう訳で、アフィリエイターをセールスチームと考えた時、必ず必要なことが出てくる。

それは、トレーニングだ。

本当にこれはプチ営業マンの集団だ！

と考えると何をすればいいかがいろいろ分かってくるもの。

例えば、新人の営業マンがあなたの会社に入ったとき、

Copyright All Right Reserved Tadahiro Ogawa & Direct Publishing,inc

「じゃあ、営業行ってきて・・・」
って何も説明せずに外にだすだろうか？

まあ、普通の人なら出さないわな。
だから、あなたの商品や売り方などをトレーニングする必要があるし、トレーニングされたアフィリエイトはトレーニングされてないアフィリエイトよりも売上を上げる。（当然のことだよな）

そして、アフィリエイトもトレーニングされる事を望んでいる。
何故なら、ほとんどのアフィリエイトプログラムはほったらかしだからだ。

アフィリエイトはコミッションを稼ぐという目的を持ってあなたのプログラムに登録してきている。
もちろん、あなたがその目的達成の手伝いをすれば、喜ばれるに決まっているわね。

トレーニングをする方法として、まずは、最低でも、アフィリエイトが登録したら「ウィルカムメール」
を送って、あなたのアフィリエイトプログラムの詳細を説明しよう。

そこで、まず最初に何をすればいいか？
という事をステップバイステップで教えてあげよう。そしてFAQなども用意してあげていれば、アフィリエイトも迷うことはない。

トレーニングと同様、もう一つ重要な事がある。
それはなんだろう？

営業マンを想像してみて……

そう。

もし、アフィリエイトが人間だったら、モチベーションが下がる。

という事で彼らのモチベーションをキープしないといけないというわけだ。ちなみにアフィリエイトのモチベーションというのは極めて低い。なのでこのモチベーションをキープするのがとても重要だ。

ほとんどのアフィリエイトは1日くらいでモチベーションが下がる。あきらめる。

これじゃコミッションが稼げないのは当たり前なんだけど、

「当然だ！」

なんて言うのは起業家のあなたが使う言葉ではない。

モチベーションがいかに下がらないようにするかを工夫するのがあなたの仕事だ。

具体的な方法としては

■ニュースレターを出す

アフィリエイトに定期的にメールでニュースレターを流す必要があるだろう。

新商品の案内だけでなく、あなたが広告文を新たに書いたら、新しい広告文の案内。メチャメチャ活躍しているアフィリエイトがいたらその人たちの紹介など。あるいは、アフィリエイトでコミッションを上げるためのコツなんかもいいかもしれない。

■コミッション獲得報告

一番最初に商品が売れる瞬間。
その売上通知のメールを受け取った瞬間。

ビジネスをやっていてこれ以上に感動的な瞬間があるだろうか？
そして、これ以上にモチベーションが上がる瞬間があるだろうか？

アフィリエイトもあなたと同じ人間だ。
だったら、同じ感動を共有してあげる必要もあるだろう。

「コミッションが発生しました！」
これ以上にモチベーションを上げる方法はない

■統計データ

何クリックあっていくつ売れたのか？
いまいくらコミッションがあるのか？

なども、アフィリエイトが知りたがる、最低限の情報だ。

次に、アフィリエイトプログラムを実践していく上で、絶対に知っておくべき法則を紹介しよう。

それは、

■ 5 : 95の法則

20 : 80の法則って知っているかな？

よくデパートなんかで売上の8割は2割のフロアから出ているという法則。発案者の名前を取ってパレートの法則なんても呼ばれてるけど、

これはほとんど全ての分野に適応可能な法則だ。

- ・あなたがやっている仕事のうち2割の仕事が8割の収益を生み出している。
- ・あなたが雇っている従業員のうち2割の人間が8割の貢献をしている。
- ・営業マンのうち2割の人間が8割の売上を上げている。残り8割の人間で2割の売上を上げている。

これは「少数が多くを生み出す」という経済原則みたいなもん。

そして、アフィリエイトプログラムにもこれはまんべんなく適応される。

ただ、アフィリエイトの場合は、80 : 20なんてやさしいものではなく5 : 95になると言う事。つまり、あなたのアフィリエイトの5%が95%の売上をもたらすと言う事だ。この5%の事を「スーパーアフィリエイト」と呼ぶ。

つまり、アフィリエイトプログラムを成功させるにはこのスーパーアフィリエイトをいか

に動かすかにかかっている。ここで大切なのが、スーパーアフィリエイトには特別扱い特別なコミッションの設定が必要だと言う事。

だって、明かにその他大勢のアフィリエイトよりも何十倍も売るのに、同じコミッションというのは、おかしいでしょ？普通に考えて。

だから、スーパーアフィリエイトには特別にコミッションを高く設定する必要があるわけ。

じゃあ、具体的にどれくらい高くすればいいんだ？
って話になるけど、もうこれは気持ちの問題よ 「特別待遇してますよ」 っていう気持ちの問題

もう一度 「心構え」に戻って。
もし、一人だけメチャメチャ売る営業マンがいたとして、その人とその他大勢の営業マンと同じ給料を払っていたらどうなるだろう？

そのスーパー営業マンはモチベーションを下げることは間違いない。その上、最悪な場合は他社に引き抜かれてしまうだろう。だから、それなりの人にはそれなりの報酬を与えるべき。

実際、このスーパーアフィリエイトコミッションを使えば、JV（ジョイントベンチャー）なんかも簡単にできる。

例えば、セミナーとかで知りあった人とJVしようなんて話になったとする。

その時はJVの人をアフィリエイト登録して、
その人と約束した特別コミッションを設定してあげればいいだけ。
簡単すぐにできる！

このように、JVがとても簡単にできるというのもアフィリエイトプログラムの非常に大きなメリットでもあるんだ。だから、アフィリエイトに使わなくてもJV専用に使っても十分使えるプログラムだ。

さて、これでアフィリエイトレッスンは
おしまい。

どうだった？

きっとアフィリエイトプログラムに対する考え方が変わったんじゃないかな？
そして、独自で2ティアアフィリエイトをやってみたくなかったんじゃないかな？

先日リリースした、[DRMアフィリエイト](#) では、ここで話してきたような事がすべて簡単に
実現できる。例えば、

- ✓ スーパーアフィリエイトに特別コミッションを設定することもできるし、それを使ってJVをすることもできる。
- ✓ 自社のアフィリエイト組織を作ってバーチャルセールsteamを作ることができる。

- ✓ アフィリエイトセンターをオリジナルデザインで作れるので、アフィリエイトをトレーニングしたり、広告ツールを提供したり、コミッションや統計情報などを簡単に表示して、売れるアフィリエイト組織を作れる
- ✓ 無料お試し、ランディングページでのメルアド収集、アップセル、クロスセル、などさまざまなマーケティングテクニクを使うことができる！
- ✓ メールでニュースレターを発行してモチベーションをキープすることもできるし、売上が発生したらコミッションゲットメールも届く。
- ✓ もちろん、他社のアフィリエイトプログラムと比較されることもない。
- ✓ もし、まだカード決済アカウントをもっていないなら、世界で1億人以上が使うペイパル（手数料2.4~3.4%）との統合で15分以内にカード決済をスタートすることができる
- ✓ 決済システムとの連携により、データをばっちり管理できる！
- ✓ 2ティアシステムでアフィリエイトを簡単に自動的に増やすことができる！
- ✓ 誰もあなたのアフィリエイトを盗むことができない！

などなど、これはほんの一部なので、詳細はこちらで確認しよう。

<http://www.123marketing.jp/drm>

独自アフィリエイトで育てたアフィリエイトは長期的にあなたの商品を販売してくれる。それは、あなたのビジネスのセールス部門の一つとして活躍する。決してただの広告ツールの一つではない。

今、ほとんどの人はこの可能性に気付いていない。なので、あなたが一步先を行ってアフィリエイト組織を育てるいいチャンスだ。

このプログラムは実際、あなたのサイトの売上を保証するアフィリエイトプログラムなのだ！
なので今すぐチェックしよう。

<http://www.123marketing.jp/drm>

To your online profits!!

小川 忠洋