

AI時代の最新マーケティング戦略 ～熱狂ファン化が止まらないコミュニティ構築～ スタディーガイド+ワークブック

みなさん、こんにちは。アメリカの現役マーケティングコンサルタントYUKIです。

『熱狂ファン化が止まらないコミュニティづくりの極意』をご視聴くださりありがとうございます。

今回のテーマとなるコミュニティ構築は、2023年以降AIが発達する新市場で結果を出すための、新マーケティング戦略のコア的要因となる重要なコンセプトです。

今後、特にチャットGPTのような人間並みの文章力を持っているAIが発達してくると、従来の市場では一般的だった【情報価値】による差別化ができなくなります。

そこで、これから大切になっていくのが、「人間に提供でき、AIには提供できない価値」を作り出していく能力です。

情報価値で差別化ができなくなった市場では、「繋がり」や「体験」そして、それらを通して生まれる「感情」の提供で差別化していくことがとても大切になります。

それでは、その様な人間にしか生み出すことができない、ここの繋がりはどこで生まれるのでしょうか？

その答えこそが、今回の学習テーマでもある「コミュニティの構築」なのです。

コミュニティに所属すると、そこでの出会いや体験を通して、「感情」や「この場で、今の瞬間にしか手に入らない経験」という様々な価値が生み出されます。

コンテンツ配信で見込みユーザーと出会い、「あなたのコミュニティに所属し続けることでしか手に入らない唯一の体験」の提供で差別化することで、あなたを信頼し、長期的にあなたのビジネスを支持してくれる熱狂的なファンが増えていくのです。

本書では、AI時代におけるマーケティング戦略として【熱狂ファン化を生み出すコミュニティ作りの極意】をステップバイステップで分かりやすく解説していきます。

- コミュニティとは何か
- ファンの多いコミュニティを0から作る方法
- AI時代に突出できる強いコミュニティの共通要素

これらについて学びたい方は、ぜひ最後までご覧ください。

目次

1.そもそもコミュニティとは何なの？

ビジネスでのコミュニティ作りとは

2.AI時代コミュニティマーケティングが必要不可欠になる理由

人間にしか提供出来ない価値とは

3.ファンが増えるコミュニティ構築5つのステップ

ステップ1：潜在メンバーを理解すること

ステップ2：共通の目的を持つこと

ステップ3：相手目線に立ったコミュニケーション

ステップ4：リーダーシップをとる

ステップ5：エンゲージメントを促す

コミュニティ構築ステップ5 まとめ

4.オンラインコミュニティ構築で心がけること

ポイント1：改善し続ける

ポイント2：フィードバックを得続ける

5.さいごに

ワークブック

1.そもそもコミュニティとは何なの？

まず、コミュニティとは何なのか？という定義から説明していきます。

一言で言うと、コミュニティとは、共通の興味関心傾向や趣味または同じ目的やゴール、使命などを持った人たちが集まる集団のことです。

お互いに同じような方向性に進んでいる人たちがお互いに集まり、支え合うための環境、居場所などをコミュニティと呼びます。

私たちの周りの身近なところにも、コミュニティというのはたくさんあります。一番身近なところというと家族、スクール、職場の同僚などもコミュニティです。

つまり、コミュニティは、私たちが人間として他の人とのつながりを感じて活動していくためにこの社会で必要不可欠なあり方であり、所属していることを実感できる繋がりの中にもあるのです。

ビジネスでのコミュニティ作りとは

ビジネス用途で形成されているコミュニティも存在します。

例えば、オンラインサロンやビジネス系のSNSは、「ビジネス」というテーマで同じような興味関心を持った人が集まり、何かしらの成功やゴール達成を目指して共に活動・交流するコミュニティです。

実は、コミュニティを構築することができると、単にビジネスの存在を差別化できるだけでなく、集客数の向上や将来の収益化にも繋げることができます。

所属することに価値を感じ、コミュニティを形成できると、その場にいるメンバーの顧客満足度が高まり、「この人のビジネスから購入したい」と思ってもらえる確率が高まります。また、コミュニティ自体を有料にし、参加したければ課金しなければならないシステムを構築することも可能です。

これに関しては、後ほどさらに詳しく解説しますが、コミュニティ構築をマーケティング戦略に取り入れることには、ビジネスの存在を差別化できる以外にも収益化に繋がる数多くのチャンスを確認することに繋がります。

さて、それではどの様にしてビジネスコミュニティを形成して行けば良いのでしょうか？

NEXT LEVEL BIZZ, INC.

答えはとてもシンプルで、通常のコミュニティーと同じく、所属間や繋がりを与えることができる場を形作って行くことです。

そのためには、自分がリーダーとなり、同じ目的を持っている人たちを集めてグループを編成していくことが重要になります。ゴールが同じだと、進む方向性も同じになるからです。

結果、お互いに助け合うだけでなく、一緒にいるという感覚や、一体感、他の人との繋がり、帰属感も生み出すことが可能になります。

この様な場を提供することができると、単なる体験価値を与えることができるだけでなく、コミュニティリーダーとしてのあなたの卓越したイメージ、つまり「市場で唯一だよれる存在」としての位置付けをすることが可能になります。すると、結果としてビジネスの熱狂的なファンが増えるのです。

2.AI時代コミュニティマーケティングが必要不可欠になる理由

それでは、コミュニティとは何かが理解できたところで、ここからは、なぜAI時代にコミュニティマーケティングがそれほど重要になるのか、と言う事について解説していきます。

まず、新時代に結果を出せる新しい在り方を理解するためには、その新たな時代の鍵を握るツール（今回の場合は=AI）の特徴をしっかりと理解しておかなければなりません。

近年話題になっているAI、特にChatGPTは、人間とほぼ同じレベルの文章力を持っています。

これはどういうことかと言うと、まるで本物の人間と会話をしている様なレベルでの会話をロボットとできる時代になりつつあるということです。

それでは、この新たな傾向が、どの様に今後のコンテンツマーケティングに影響を与えるのでしょうか？

少し考えてみてください。

これまでの社会では、専門的な知識や、マーケティング用の文章などは、何十年もその道を極めてきた、経験値の高い専門家しか提供することができませんでした。だからこそ、「より良い情報をわかりやすく配信できているブランドが突出する」と言うような、情報での差別化が成り立っていたのです。

しかし、2022年以降に市場にで始めたChatGPTの様なAIは、オンライン上に存在する全ての文献を学習して得た結果を瞬時にユーザーに共有してくれます。しかも、読みやすい文章にまとめ、分かりやすく生成してくれるのです。

例えば、ChatGPTに「今日のSNS投稿のテーマを考えてください」とチャットを投げると、時に、マーケターよりも質の高い回答を提供してくれます。単に分かりやすい文章を作るだけでなく、コピーライティングの法則で広告風にまとめることすらできてしまいます。

その結果、あなたより経験や実績の少ないライバルビジネスでも、ChatGPTなどのAIの力を借りて、価値のある情報をさも専門家のように自分のものにしてそれを配信することができてしまいます。

AIの力を借りれば小学生でも、とても専門的なノウハウをとて分かりやすい文章で作り世の中に配信することができる時代が成立しつつあるのです。

このような理由から、AIが普及する今後の新市場では、情報価値の高いコンテンツを配信することが当たり前の時代となり、情報ではもはや競争できない時代になってしまうのです。

だからこそ、新たな差別化ポイントとして、情報ではなく体験で差別化するためのコミュニティの構築が必要になっていきます。

人間にしか提供出来ない価値とは

ロボットには創造できず、人間にしか提供できない価値とはなんでしょうか？

情報価値でこれまでのように差別化できない新しい市場では、この、『AIに提供できず人間にしか提供できない価値は何か？』という問いへの答えを導き出していくことが重要になります。

AIに提供できず人間にしか提供できない価値のコアには3つの要素があります。

- 体験
- 体験により生み出される感情の提供
- つながり

この3つです。

1つ目は体験です。

もちろん、AIとのやりとりも体験の一つですが、ここで指す体験とは、心が心底動かされる身のある体験のことです。

このような、一生の宝物になる体験とは、多くの場合、魂をもつ動物や植物同士での関わりがある環境に身を置くことで初めて得られます。

単なるbotとのやり取りでは、魂が震える体験をすることは難しいでしょう。また、botとのやりとりは複製が可能です。

しかし、人間同士が関わることで起きる体験は、その瞬間にしか手に入らない唯一無二の価値を作ってくれます。

そして次に、2つ目の要素は、体験をすることで生み出される感情です。

NEXT LEVEL BIZZ, INC.

感情とは、その瞬間に関わっている者同士が交流することでしか生み出すことができない神秘的なものです。その場に関わっている人が変わったり、その時々環境が少しでも変わると同じ感情は絶対に生み出されません。

Chatbotとのやり取りだと、そこまで感情が動くことはありませんが、人間同士でのコミュニケーションが発生する体験こそが、より大きな感動、喜び、ワクワクなどという感情を生んでくれるのです。

そして、最後に3つ目の要素となる「繋がり」に関してです。

AIは、まるで心を持っているかの様に振る舞うことはできますが、実際のところ魂が宿っていないため心は持っていません。

つまり、AIと心の繋がりを持つことはできないのです。

ですので、深い繋がり、人間に生み出せるけれども、AIには提供できない価値となります。

そして、これら3つを提供することができるのが、コミュニティです。

コミュニティでは、同じゴールを共有することで、共感や仲間意識が生まれます。そして、同じ場所で交流をすることで、共通の体験ができ、それにより、その場にいる人にしか理解できない特別な感情が生まれます。結果、一体感と心の繋がり、結ばれる人々の集団が出来上がるのです。

「このコミュニティに所属していたから自分はこの体験ができた」

「このやる気が生まれた、このような気持ちになれた」

「ゴール達成まで前に進むことができた」

「単に情報を得るだけでなくその情報を身につけるための努力ができた」

「継続することができた」

このような体験価値を作り、あなたのビジネスの顧客として集団に所属することへの価値を生んでいくことが、今後のAI時代に突出できるビジネスになるために必要な成功の鍵です。

3.ファンが増えるコミュニティ構築5つのステップ

ここからは、ファンが増えるコミュニティを構築するための5つのステップを解説していきます。

ステップ1：潜在メンバーを理解すること

ファンが増えるコミュニティを構築するための第一ステップはターゲット理解です。

どのような人にコミュニティに入って欲しいか、または自分のコミュニティに入ってベネフィット・メリットを受けるようなターゲット層の人たちは、どのような人なのかを徹底的に理解しましょう。

自分が感じる価値ではなく、顧客と見込み顧客が価値を感じる価値をコミュニティに反映させなければメンバーは増えません。

それでは、顧客が求める真の価値を提供するためには何をすべきなのでしょう？

その答えは、価値を提供したい相手のニーズを理解することです。

「なぜそもそもその人たちがコミュニティに入ろうと思ってくれるのか」

「なぜその人たちが自分のコミュニティに入るべきなのか」

これらを常に自問し、調査し続けることで、ターゲット層を徹底的に理解しましょう。

ターゲット理解は、メリットを感じてもらえるコミュニティを構築し、団結力や繋がりの高いコミュニティを育成するために一番初めに行うべきコアな要素です。

ステップ2：共通の目的を持つこと

そして次に2つ目のステップは、共通の目的を持つことです。

ここではコミュニティの共通の目的というのをあらかじめ設定し、メンバー対象者に向けて明確にしておきます。

冒頭でもお伝えしましたが、コミュニティの原則として、参加者が皆、同じ方向性を向いていることが重要です。

せっかく人が集まっても、みんながバラバラな方向を向いていたら、それぞれのメンバーが自分の私欲やメリットのために、自己中心的な思いで活動を始めるので結束力が生まれません。そうすると、和が乱れ、コミュニティ自体が崩壊してしまいます。

そもそも、コミュニティに所属するメリットの1つは、メンバー同士で結束してお互いにサポートし合いながら前進し成長することですよね。

一緒に前進するためには、共通の目的や使命を持つことが大切です。

共通のゴールを持つことで、コミュニティの**存在意義**を決めておきましょう。

あらかじめコミュニティのゴールや規則を定め、その後は、それに共感し共に成長していける仲間だけをコミュニティ内に受け入れることが重要です。

ステップ3：相手目線に立ったコミュニケーション

ファンが増えるコミュニティ構築3つ目の要素は、参加者の言語を使い、相手の目線に立ったコミュニケーションをとっていくことです。

例えば起業家の中には、自己実現を通して社会に貢献することがモチベーションになっている人もいれば、とにかくマネタイズしたい、とにかく利益化がしたいという数字を負うことが一番の目的となっている人もいます。

どちらが良い悪いということはありませんが、前進する動機要因が全く別のこれら2パターンの起業家に対して同じコミュニケーション方法を取ると、効果的な意思疎通ができません。

例えば、同じ「収益化を達成する」というゴールを語る際、貢献に価値をおく起業家には、「年商億を超えると、その分資金ができるので、ビジネス成長のための投資予算を増やせることに加え、アフリカに井戸を掘り、現地の子供たちの生活環境を向上させるチャリティー支援をする力も手に入ります」という会話の仕方をすると、相手の心に届きやすいでしょう。

しかし、数字を追うことが動機の起業家には、「年商億を達成すると、フェラーリが変えます。」という話し方をする方が、より大きく相手の感情ややる気を動かせるかもしれません。

このように、コミュニティメンバーを深く理解することで、相手のコアにあるモチベーション要素を理解し、相手の興味・関心を引くキーワードを使ってコミュニケーションを取らなければ、心に届く交流や繋がりができないのです。

NEXT LEVEL BIZZ, INC.

人々を団結させ、その場に所属する人の心を揺さぶり、相手を行動に突き動かすことで、高みに持ち上げていくことがコミュニティリーダーのミッションです。

そして、これを実現するには、相手目線に立ったコミュニケーションを取ることが必要不可欠となります。

それでは、相手目線に立ったコミュニケーション力を養うためには何をすべきだと思いますか？

答えはとても簡単です。コミュニティメンバーたちと、常に近い距離でコミュニケーションを取り続けることです。そうすることで、可能な限りメンバー1人1人を理解していくことが重要になります。

お客様を理解できるかできていないか、コミュニティメンバーとどれだけ距離を縮められるか縮められないかという要素が、市場のリーダーとしてのあなた、そしてブランドの在り方を左右するということを覚えておいてください。

ステップ4：リーダーシップをとる

それでは、次にファンが増えるコミュニティ構築の重要要素4つ目に入って行きましょう。ステップ4は、リーダーシップを取ることです。

集団ができると、必ず「リードする側」と「ついていく側」の2つの役割が出来上がります。

つまり、リーダーとフォロワーというロールの発生です。

別の言葉で説明すると、コミュニティは、リーダーがいなければ成り立ちません。そして、コミュニティの盛り上がりや結束力は、リーダーの力量に比例して大きくなります。

そのため、今後の市場で成功したければ、単なるビジネスブランドとして存在するのではなく、リーダーシップを磨き、市場のリーダーとしての在り方を極めることが重要です。

コミュニティリーダーとして育むべき重要スキルは沢山ありますが、その中でも特に重要なのは以下です。

- 正しいメンバーを選ぶ力
- 問題解決能力
- 柔軟性
- 決断力

まず、コミュニティ構築の成功はコミュニティ参加者の人数で測れるわけではないという前提原則を覚えておくことが重要になります。

どれほど参加者を集客できても、コミュニティの結束力が弱いとメンバーの満足度が下がり、ビジネスの支持には繋がりません。

しかし、結束力とコミュニティへ対するファン化の度合いが高いと、参加者数が少なくても所属価値の高いコミュニティの実現ができ、ブランド価値が上がります。

また、「このビジネスなら課金して有料のサービスを受けたい」（また、有料コミュニティの場合、『継続課金したい』）という顧客に購入意欲を刺激できるため、実際のマネタイズに繋げることも可能になります。

実際に100名以下のコミュニティ運営から億単位での収益を出したビジネスも存在しています。

しかし、そのような結束力の高いコミュニティを作るには、ある程度メンバーの選定を行わなければなりません。

そこで、コミュニティリーダーは、誰でも受け入れるのではなく、自社のコミュニティに正しいメンバーを選ぶ力を育み実践していくことが重要なのです。

また、どれほど慎重にメンバーの選定を行っていたとしても、人が集まると不一致やトラブルが発生することがあります。

その様な場面では、問題解決能力と柔軟性をもち、円滑に状況を正し、参加者を正道に導くことが重要です。

そして、時には意見が飛び交うことがありますが、その様な場面でも、「全てにイエスと答えるイエスマン」になるのではなく、コミュニティにとって最善の決断は何か？を念頭におき、参加者を高みに導くための最善の決断をする必要があります。

このように、リーダーとは、コミュニティの進歩や価値形成において重要な役割を果たすためとても重要な役割を担っているのです。

あなたのリーダーシップ力が、コミュニティの魅力となり、コミュニティの成功と今後のビジネスの反映を左右することを覚えておいてください。

そして、参加者の多さではなく、満足度を重要指標に置いたリーダーシップを意識することが重要だということも覚えておきましょう。

NEXT LEVEL BIZZ, INC.

少人数であってもコミュニティメンバー全員が満足してくれる環境を作ることができると、既存の参加者たちが他の仲間を連れてきてくれます。

また、満足度の高いコミュニティは口コミが周り、徐々に人が集まってくるものです。

このようにまずは少人数のコミュニティで全員が満足できる価値があると感じてくれるコミュニティを作ること、そして改善し続け、よりベターな環境を構築していくことが、最終的に大きなコミュニティを作るコツだということを忘れないようにしましょう。

ステップ5：エンゲージメントを促す

それでは最後に、ファンが増えるコミュニティを構築する5つ目の要素は、エンゲージメントを促すということです。

せっかく人が集まっても、実際に活動する人がいなければ、コミュニティとして成り立ちません。

このような状態を避けるには、ひとりひとりがコミュニティ内で自由に活動をしやすい環境づくりを提供していく必要があります。

参加者を行動にかりたてることで、エンゲージメントを促すスキルも、コミュニティのリーダーになりたければ必ず持っておかなければならないスキルとなります。

コミュニティの成功度は集まった人の数だけでなく、実際に集まってくれた人がどれだけ積極的に活動しているか、つまり活動しやすい環境、メンバーがのびのびと成長できる環境を提供することでも測られるということを覚えておきましょう。

コミュニティ構築ステップ5 まとめ

- ステップ1 潜在メンバーを理解すること
- ステップ2 共通の目的を持つこと
- ステップ3 相手目線に立ったコミュニケーション
- ステップ4 リーダーシップをとる
- ステップ5 エンゲージメントを促す

4.オンラインコミュニティ構築で心がけること

ここからは、実際に私自身が、オンラインコミュニティを構築する際に意識して心がけているポイントを2つご紹介します。

ポイント1：改善し続ける

オンラインコミュニティを構築する際に意識して心がけているポイントの1つ目は、改善し続けるということです。

現代社会では、オンラインサロンやSNSアカウントなどの様々なフォーマットで、既に数多くのコミュニティが存在しています。

何千万と存在するコミュニティの中から、他のライバルが運営してるコミュニティではなく、皆さんが運営してるコミュニティに入りたいと思ってもらうためには、現状で満足してはなりません。常に改善し続ける必要があるのです。

コミュニティを作って人を集めて、それで満足をするのではなく、今日よりも明日、明日よりも明後日と、常に向上する精神を培いましょう。そして、そのためには、いまこの瞬間、目の前にいるコミュニティメンバーのために何ができるかを常に自問し続けることです。これができるようになると、あなたのコミュニティは今後も進化し続けるでしょう。

ポイント2：フィードバックを得続ける

それでは次に、気をつけるべきポイント2つ目は、フィードバックを得続けるということです。

リーダーとしてコミュニティのメンバーを率いていくのはあなたですが、コミュニティを作るのは所属するメンバーたちです。

メンバーありきのコミュニティだということを忘れないでください。

だからこそ、居心地の良い、より良いコミュニティを作りたければ、その過程で、コミュニティメンバーからのフィードバックに耳を傾けることが重要です。彼らの意見に耳を貸し、彼らの意見をできる範囲で反映させる努力をしましょう。

コミュニティとは、小さな国だと思っ様にしてください。

あなたは、どのような国を作っていきたいですか？

アメリカや日本のように個人の自由が尊重される国を作りたいでしょうか？

それとも、北朝鮮の様に自由が尊重されず、国民たちがプレッシャーにより圧迫される国を作りたいのでしょうか？

当たり前ですが、独裁者が仕切る国には誰も住みたいと思いませんよね。

住みたいと思われる国、つまりコミュニティを作っていくことが、起業家、リーダーとしての皆さんの使命です。

それを実現するためには、頻繁に参加者からフィードバックを得ることで、メンバーにとってより価値の高いコミュニティを形成して行きましょう。

5.さいごに

もうお分かりかもしれませんが、コミュニティマーケティングを成功させるために必要不可欠なスキルは、なんと言っても、リーダーシップとコミュニケーション力です。

あなたのリーダーの力量が小さいと、参加するメンバーたちは、どの方向に向けばいいかわからなくなります。

しかし、リーダーとしてのあなたの力があれば、メンバーたちもあなたと一緒に成長し、共にコミュニティを育ててくれます。

そして、リーダーシップとは、決断力とコミュニケーション力なのです。

コミュニティ運営は綺麗事ばかりではありません。

人が集まると、時に何かしらの言い合いが起こることもあり得ます。そこで、嫌な気持ちをする人が出てくることもあれば、何かしらの課題が出てくる場合もあるでしょう。

しかし、そのような時に課題を解決することができれば…その課題に直面したからこそ、より良いコミュニティに成長できた！というポジティブな状況にも変えていけるのです。

そして、これを可能にしてくれるのが、正しい決断と的確なコミュニケーション力です。

参加者のために最善の決断をすること、そして、参加者と円滑なコミュニケーションを取ることで、問題解決に導くこと、これができること、どのような問題が起きても、あなたのコミュニティは絶対に成長し繁栄し続けることでしょう。

特に、AIが日常の一部になっていく、これからの時代に試されるのは皆さんの人間力だということをお覚えておいてください。

人間力とは、リーダーシップやコミュニケーションの仕方に表れます。

自己を俯瞰し、人としてのあり方を大切に生きていく人が運営するコミュニティはすごく価値が高いです。

何をすればコミュニティが育つか分からないという方は、まずは自分自身の人としての在り方を振り返り、この人について行きたい！と思わせることができるリーダースキルを磨くことをおすすめします。すると、気づかぬうちに皆さんのコミュニティは自然と人気絶えなくなるのだと思います。

NEXT LEVEL BIZZ, INC.

このスタディーガイドが、今後のAI時代に、大きく差別化できるコミュニティ構築方法を習得してビジネス成長に繋げて頂けると嬉しいです。

ワークブック

あなたのコミュニティの存在意義や共通のゴールはなんですか？

-
-
-
-

あなたの潜在メンバーのニーズは何ですか？

-
-
-
-

コミュニティメンバーは何にモチベーションを受けて、ゴールへ前進していますか？

-
-
-
-

あなたは自社のコミュニティでどんな体験を提供したいですか？

-
-
-
-

あなたはその体験を元に参加者にどんな感情を感じて欲しいですか？

-
-
-
-

あなたは自社のコミュニティで、どんな繋がりを作り提供したいですか？

-
-
-
-

どのようなコミュニティリーダーになりたいですか？

-
-
-
-

コミュニティメンバー全員に満足できる価値があると感じてもらうにはどうしたらよいですか？

-
-
-
-

自身のコミュニティにおいて活動しやすい環境づくりには、どんなものがありますか？

-
-
-
-

自身のコミュニティのコミュニケーション手段はどのようなものがありますか？

-
-
-
-

自社のコミュニティにおいて、改善すべき点がありますか？

-
-
-
-

自社のコミュニティにおいて、フィードバックに答えられる環境は整っていますか？

-
-
-
-

NEXT LEVEL BIZZ, INC.