

読まれて終わりにしない

Kindle本から仕事につなげる導線の作り方

Kindle本を出版した。

キャンペーンも行った。

読んでくれた方から、

「わかりやすかったです」

「自分もやってみようと思いました」

という感想も届いた。

それでも、

「本を出したけれど、仕事にはつながらなかった」

「問い合わせが一件も来ない」

「自分のサービスを、どこで案内すればいいかわからない」

「売り込みに見えるのが嫌で、何も書けなかった」

という方は少なくありません。

Kindle本を出版すれば、自然に仕事の依頼が来る。

そのように期待する方もいるかもしれません。

しかし、読者が本を気に入っても、

- ・著者がどんな活動をしているのか
- ・どのような相談に対応しているのか
- ・どこから連絡できるのか
- ・次に何をすればよいのか

がわからなければ、そのまま本を閉じて終わります。

読者に興味がないわけではありません。

次の行動が見えていないだけです。

本から仕事へつなげるために必要なのは、強く売り込むことではありません。

読者が、

「もう少し詳しく知りたい」

「自分の場合も相談してみたい」

と思ったときに、迷わず進める道を用意しておくことです。

今回は、Kindle本を読まれて終わりにせず、読者との次の接点や仕事へつなげる考え方を紹介します。

本を出しただけで、仕事の依頼が来るとは限らない

Kindle本には、著者の知識や経験が詰まっています。

読者が本を読めば、

「この人は、この分野に詳しい」

「自分と同じことで悩んだ経験がある」

「この方法なら、自分にもできそう」

と感じてもらえる可能性があります。

つまり、本は著者を知ってもらい、信頼してもらうための強い道具です。

しかし、信頼されたことと、仕事を依頼されることは同じではありません。

読者が、

「この人に相談できるのかな」

と思っても、相談できることが書かれていなければ動けません。

「公式LINEはこちら」

とだけ書かれていても、登録すると何が届くのかわからなければ、登録を迷います。

「無料相談受付中」

と書かれていても、何を相談できるのかわからなければ、申し込みにくくなります。

必要なのは、ただリンクを置くことではありません。

読者が次へ進む理由を伝えることです。

本を読んだ直後は、著者への関心が高まっている

読者が本を最後まで読んだときは、著者への関心が高まっています。

- ・自分の悩みを理解してもらえた
- ・役立つ方法を知ることができた
- ・著者の考え方に共感した
- ・もっと詳しい話を聞きたい

そのように感じている可能性があります。

しかし、本の最後に何も案内がなければ、読者との関係はそこで終わります。

読者は、本を閉じたあとに、

著者名を検索し、

SNSを探し、

サービス内容を調べ、

連絡方法を探してくれるとは限りません。

関心が高いタイミングで、次に進める場所を案内する必要があります。

売り込みを避けるほど、読者を迷わせることもある

本の中で商品やサービスを案内することにより、抵抗を感じる方もいます。

「せっかく読んでくれたのに、最後に営業するのは嫌だ」

「お金の話をすると、本の印象が悪くなりそう」

「自分の商品を宣伝するために本を書いたと思われたくない」

その気持ちは自然です。

しかし、読者が本を読み、

「一人では難しそう」

「自分の場合はどうすればいいのだろう」

「著者に相談してみたい」

と覚えることもあります。

そのときに案内がないことは、親切とは限りません。

サービスを押しつけるのではなく、

「一人で進める方法もあります」

「必要な方には、次のサポートも用意しています」

と、選択肢を渡します。

申し込むかどうかを決めるのは、読者です。

いきなり高額商品へ案内すると、動きにくい

本を読んだ直後の読者へ、

「30万円の講座はこちら」

「個別コンサルへお申し込みください」

と案内しても、すぐに申し込める人は多くありません。

本を読んで著者を知ったばかりの段階では、

- ・本当に自分に合う人なのか
- ・どんなサポートをしてくれるのか
- ・自分の悩みを相談できるのか
- ・費用に見合う内容なのか

を、まだ判断できないからです。

本から仕事へつなげるときは、読者に大きな決断を求めるのではなく、次の小さな行動を案内します。

読者との距離を、一段ずつ縮めていくことが大切です。

読者をお願いする行動を増やしすぎない

本の最後へ、

- ・公式LINE
- ・Instagram
- ・X
- ・YouTube
- ・stand.fm
- ・ホームページ
- ・無料相談
- ・講座
- ・メルマガ

をすべて並べる方もいます。

選択肢が多いほど親切に見えるかもしれません。

しかし、読者は、

「結局、どこへ行けばいいのだろう」

と迷います。

本の中で案内する中心の行動は、一つに絞ります。

たとえば、

「まずは公式LINEへ登録してください」

と決め、その先で、

- ・特典を受け取る
- ・追加情報を読む
- ・相談を申し込む
- ・講座の案内を見る

という流れを作ります。

入口を一つにすると、読者が動きやすくなります。

本の内容と、案内するサービスをつなげる

本のテーマと関係のないサービスを案内しても、読者は興味を持ちにくくなります。

たとえば、Kindle出版の本を読んだあとに、

突然、まったく関係のないSNS運用代行を案内されても、話がつながりません。

一方で、

- ・出版テーマの個別相談
- ・原稿作成サポート
- ・表紙作成
- ・出版までの伴走講座

であれば、本を読んだ読者の悩みとつながっています。

本で伝えた内容を自分で実践できるようにする。

一人で難しい方には、サポートを用意する。

この関係が自然です。

本の企画段階から、次の導線を考えておく

本から仕事へつなげたい場合は、出版後に急いでサービスを考えるよりも、企画段階で決めておく方が自然です。

第5回では、

- ・誰に向けた本か
- ・どんな悩みを解決するか
- ・読後にどこまで進めるか

を企画として整理しました。

※ここに第5回の記事リンクを挿入

本で解決する範囲が決まっていれば、

「その次に読者が困ること」

も見つけやすくなります。

本で一人でも進められるところまで伝える。

さらにサポートが必要な人へ、次の選択肢を案内する。

そのように設計します。

出版後に案内を追加することもできる

すでに本を出版していて、

「サービスの案内を何も入れていなかった」

という方もいるかもしれません。

Kindle本の原稿は、出版後も更新できます。

巻末の案内や著者紹介を追加し、原稿を再アップロードすることも可能です。

ただし、更新する場合は、

- ・リンクが正しいか
- ・古い案内が残っていないか
- ・プレビューで表示が崩れていないか

を確認してください。

KDPの登録や原稿更新については、第12回で紹介しています。

※ここに第12回の記事リンクを挿入

ここまで読んで、読者の次の行動は決まっていますか？

ここまで、

- ・本を読まれただけでは仕事につながらない
- ・読者は次の行動がわからないと動けない
- ・売り込みではなく、選択肢を案内する
- ・いきなり大きな商品を案内しない
- ・本のテーマとサービスをつなげる
- ・案内する入口を一つに絞る

ということをお伝えしました。

しかし、実際に導線を作ろうとすると、

「本の最後に何を書けばいいのか」

「著者紹介とサービス案内は、どう分ければいいのか」

「公式LINEへ登録する理由を、どう作ればいいのか」

「特典は何を用意すればいいのか」

「無料相談へ案内すると、売り込みに見えないか」

「サービスがまだ決まっていない場合はどうするのか」

と迷うと思います。

ここから先では、Kindle本から仕事へつなげる流れを、シンプルな3段階で作ります。

ここから先で得られること

有料部分では、次の内容を紹介します。

- ・本から仕事へつなげる3段階の導線
- ・巻末に入れる案内文の作り方
- ・信頼につながる著者紹介
- ・公式LINEへ登録してもらう理由
- ・本と相性のよい無料特典の作り方
- ・無料相談へ自然につなげる方法
- ・講座やサービスを案内する順番
- ・サービスがない場合の導線
- ・リンク切れを防ぐ方法
- ・読者を迷わせない巻末テンプレート
- ・ChatGPTで導線を作るプロンプト

価格は500円です。

本を売って終わるのではなく、読者との関係を次へつなげたい。

自分の知識や経験を、相談、講座、サービスへ生かしたい。

そのような方は、このまま続きをご覧ください。

ここから有料部分です

本から仕事へつなげる流れは3段階

複雑な仕組みを作る必要はありません。

基本は次の3段階です。

1. 本を読んでもらう

読者に役立つ内容を届け、信頼してもらいます。

2. 次の接点を作る

公式LINE、メール、SNSなど、再び連絡できる場所へ案内します。

3. 必要な人へサービスを案内する

無料相談、講座、個別サポートなど、読者の悩みに合うサービスを紹介します。

いきなり3段階目へ飛ばず、まず次の接点を作ります。

最初に「次の入口」を一つ決める

読者へ案内する入口を一つ決めてください。

公式LINE

- ・日本の読者が登録しやすい
- ・特典を渡しやすい
- ・相談や講座を案内しやすい
- ・読者と継続的につながれる

メールマガジン

- ・長い内容を届けやすい
- ・自動配信を作りやすい
- ・ビジネス向けの読者と相性がよい

SNS

- ・すぐに始められる
- ・普段の発信を知ってもらえる
- ・登録の手間が少ない

ホームページ

- ・サービス全体を見せやすい
- ・実績や料金をまとめられる
- ・複数のサービスを案内できる

初心者の場合は、普段から使っている場所を一つ選べば構いません。

複数のリンクを並べるよりも、

「まず、ここへ進んでください」

と一つに絞ります。

公式LINEを案内するだけでは登録されない

巻末に、

「公式LINEはこちら」

とURLを載せるだけでは、読者は登録する理由がわかりません。

登録することで何が得られるのかを伝えます。

たとえば、

- ・本のワークシートを受け取れる
- ・本文で紹介したテンプレートを使える
- ・追加の解説動画を見られる
- ・出版チェックリストを受け取れる
- ・最新の講座情報を受け取れる
- ・無料相談を申し込める

という内容です。

読者にとってのメリットを、先に伝えます。

本と相性のよい無料特典を作る

公式LINEなどへ登録してもらうために、無料特典を用意する方法があります。

特典は豪華である必要はありません。

本を読んだあと、すぐ使えるものが向いています。

特典の例

- ・本の内容を実践するチェックリスト
- ・穴埋め式ワークシート
- ・本文で使ったAIプロンプト
- ・テンプレート集
- ・記入例
- ・追加動画
- ・個別診断
- ・本の要点まとめ

Kindle出版の本なら、

- ・出版テーマ発見シート
- ・タイトル作成プロンプト
- ・表紙チェックリスト
- ・KDP登録確認シート

などが考えられます。

特典は、本の不足を埋めるものではない

特典がなければ、本の内容を実践できない状態にしてはいけません。

本の中だけでも、読者が内容を理解し、行動できるようにします。

特典は、

- ・作業を進めやすくする
- ・記入の手間を減らす
- ・本の内容を復習できる
- ・次の一歩を後押しする

ために用意します。

本の重要な部分をすべて特典へ移し、

「続きはLINE登録後に」

とする方法は、読者の不満につながります。

特典は一つでもいい

複数の特典を並べると豪華に見えます。

しかし、

- ・特典1
- ・特典2
- ・特典3
- ・特典4
- ・特典5

と増やしすぎると、何が最も役立つのかわかりません。

最初は、本の読者が最も使いやすい特典を一つ用意してください。

たとえば、

「本を読みながら使える、出版準備チェックシート」

だけでも構いません。

巻末の案内は、4つの順番で書く

本の最後には、次の順番で案内を入れます。

1. 読んでくれたことへの感謝

最後まで読んでくれた読者へ、お礼を伝えます。

2. 読者の現在地を確認する

本を読んだあと、どこまで進めたかを振り返ります。

3. 次の行動を提案する

特典、公式LINE、追加情報などを案内します。

4. 必要な人へサポートを紹介する

一人では難しい方へ、相談やサービスを紹介します。

最初からサービスの説明を長く書かず、読者の状態に合わせて案内します。

巻末案内の基本テンプレート

最後までお読みいただき、ありがとうございました。

この本では、〇〇に悩んでいる方が、

- ・〇〇
- ・〇〇
- ・〇〇

を進める方法を紹介しました。

ここまで読み、

「自分でも進めてみよう」

とっていただけたなら、まずは本の中で紹介した〇〇から始めてみてください。

また、実践するときに使える、

「〇〇」

を無料で用意しています。

次の案内からお受け取りください。

▼無料特典はこちら

※URLを挿入

登録後、「〇〇」とメッセージを送ってください。

一人で進める中で、

「自分の場合は、何から始めればいいのかわからない」

「企画や方向性を一緒に整理してほしい」

と感じた方には、〇〇も用意しています。

必要な方は、特典受取後の案内をご確認ください。

あなたの〇〇が、少しでも前へ進むきっかけになればうれしいです。

サービスを直接長く説明しない

本の巻末で、講座の内容や料金を何ページも説明すると、急に販売ページのようになります。

巻末では、

- ・どんな悩みを相談できるか
- ・どんな人に向いているか
- ・どこで詳しい情報を見られるか

を短く伝えます。

詳しい内容は、公式LINEやホームページなどの案内先で説明します。

無料相談へ自然につなげる

無料相談を案内する場合は、

「誰でも相談してください」

ではなく、

どのような人のための相談なのかを伝えます。

例

- ・出版テーマを一人で決められない
- ・本の方向性がまとまらない
- ・原稿をどのように作ればいいのかわからない
- ・出版までの進め方を整理したい
- ・自分に合うサポートを知りたい

相談内容が見えると、読者が申し込みやすくなります。

無料相談の案内テンプレート

本を読み、

「方法はわかったけれど、自分のテーマに当てはめると迷う」

「一人では途中で止まりそう」

と感じた方へ、無料相談を用意しています。

無料相談では、

- ・現在の状況
- ・出版したいテーマ
- ・止まっている場所
- ・次に行うこと

を一緒に整理します。

無理にサービスをおすすめする場ではありません。

まず、自分の出版をどのように進めればよいかを確認したい方は、公式LINEから「無料相談」と送ってください。

無料相談は、全員に必要なものではない

本を読んだ人の中には、自分で進められる方もいます。

その方へ、無理に相談を勧める必要はありません。

巻末では、

「まずは自分で実践してみてください」

と伝えます。

そのうえで、

「一人で難しい場合は相談できます」

と選択肢を示します。

この順番にすると、売り込み感が小さくなります。

講座やサービスを案内する場合

読者が次に必要とするサポートを考えます。

情報をもっと学びたい

動画講座、セミナー、教材。

一緒に進めたい

グループ講座、コミュニティ、伴走プログラム。

個別に相談したい

個別相談、コンサルティング、コーチング。

作業を任せたい

代行、制作、編集、デザイン。

本の読者がどこで止まりやすいかによって、案内するサービスは変わります。

Kindle出版本の場合の導線例

本

初心者がKindle出版の全体像を理解する。

無料特典

出版テーマを決めるワークシート。

公式LINE

特典配布と、追加の出版情報。

無料相談

自分のテーマや出版計画を整理する。

有料サービス

- ・出版講座
- ・個別伴走サポート
- ・原稿編集
- ・表紙制作
- ・出版代行

すべてを一度に案内しません。

まず公式LINEへつなぎ、その中で読者に合う情報を届けます。

サービスがまだない場合

現時点で、有料サービスを持っていない方もいます。

その場合も、導線を作る意味はあります。

まず、読者とつながれる場所を用意します。

- ・公式LINE
- ・メールマガジン
- ・SNS
- ・コミュニティ

そして、読者から届く質問を集めます。

どのようなことで困っているのか。

どこまでなら自分で進められるのか。

何を手伝ってほしいのか。

その声から、次の商品やサービスを考えられます。

本を出版したあとに、読者の反応からサービスを作る方法もあります。

著者紹介は、経歴をすべて並べない

巻末の著者紹介では、自分の経歴をすべて書く必要はありません。

本のテーマに関係する情報を中心にします。

入れる内容

- ・現在行っている活動
- ・このテーマに関わる経験
- ・読者へ提供しているサポート
- ・今後伝えていきたいこと
- ・連絡先や案内先

入れなくてもよい内容

- ・本のテーマと関係のない経歴
 - ・長すぎる資格一覧
 - ・読者に意味が伝わらない肩書き
 - ・過去の活動をすべて並べた年表
-

著者紹介テンプレート

〇〇

〇〇として活動しながら、〇〇に悩む方へ向けて、〇〇のサポートを行っています。

自身も以前、〇〇に悩んだ経験があり、〇〇を試しながら現在の方法を作ってきました。

これまで、〇〇や〇〇を通して、〇〇に関わってきました。

現在は、

- ・〇〇
- ・〇〇
- ・〇〇

などの活動を行っています。

本を読んで、

「〇〇について、もっと知りたい」

「自分の場合を相談したい」

と感じた方は、次の案内をご覧ください。

▼公式LINE・ホームページ
※URLを挿入

著者紹介と巻末案内は役割が違う

著者紹介

誰が書いた本なのかを伝える。

巻末案内

読者が次に何をすればよいかを伝える。

著者紹介の中に、サービスの詳しい説明をすべて入れる必要はありません。

役割を分けると、読みやすくなります。

リンクを増やしすぎない

巻末へ複数のリンクを並べると、読者が迷います。

たとえば、

- ・公式LINE
- ・Instagram
- ・X
- ・YouTube
- ・ホームページ
- ・無料相談フォーム

をすべて載せるのではなく、中心となるリンクを一つ選びます。

その他のSNSは、中心のページから見られるようにします。

短縮URLだけに頼らない

短縮URLは入力しやすい一方で、サービスが終了したり、リンク先を変更できなくなったりすることがあります。

可能であれば、

- ・自分が管理できるページ
- ・公式LINEの登録ページ
- ・自分のホームページ
- ・リンクをまとめたページ

を使います。

出版後にリンクが変わった場合は、原稿を更新してください。

URLは実際に押して確認する

原稿へURLを貼っただけで安心しないでください。

Kindleプレビューや、公開後の試し読み・本文から、実際にリンクを押します。

確認すること

- ・正しいページが開く
- ・スマートフォンでも表示される
- ・登録や申し込みができる
- ・期限切れの案内ではない
- ・古いサービス名が残っていない

リンク先の確認も、出版前の大切な作業です。

読者へお願いする行動は一つ

巻末を読んだあと、読者に何をしてほしいかを一つ決めます。

例

- ・特典を受け取る
- ・公式LINEへ登録する
- ・無料相談を申し込む
- ・次の本を読む
- ・ワークを実践する

「LINE登録して、SNSをフォローして、レビューを書いて、相談にも来てください」

とお願いを重ねないでください。

最も優先する行動を一つにします。

本の途中で案内しすぎない

本文の途中で何度も、

「詳しくは公式LINEへ」

「続きは講座で」

と案内すると、読者は、

「本だけでは解決できないのでは」

と感じます。

基本は、本文で必要な内容をしっかり伝えます。

案内を入れる場所は、

- ・はじめに
- ・関連する章の最後
- ・巻末
- ・著者紹介

などに絞ります。

特に、巻末を中心にすると自然です。

完成版・巻末案内テンプレート

最後までお読みいただき、ありがとうございました。

この本では、〇〇に悩んでいる方へ向けて、

- ・〇〇
- ・〇〇
- ・〇〇

を進める方法を紹介しました。

まずは、本の中で紹介した〇〇を一つ実践してみてください。

最初からすべてを完璧に行う必要はありません。

一つでも行動へ移すことで、〇〇は前へ進み始めます。

また、本の内容を実践するときに使える、

「〇〇」

を無料で用意しています。

次の案内からお受け取りください。

▼無料特典はこちら

※URLを挿入

登録後、「〇〇」とメッセージを送ってください。

さらに、

「自分の場合、何から始めればよいかわからない」

「一人では途中で止まりそう」

「方向性を一緒に整理してほしい」

と感じる方へ、〇〇も用意しています。

必要な方は、特典受取後の案内をご確認ください。

まずは自分で進めてみる。

難しい部分だけ、必要なサポートを利用する。

自分に合う方法を選んでください。

あなたの〇〇が、次の一歩へ進むきっかけになればうれしいです。

ChatGPTで巻末導線を作るプロンプト

私は、Kindle本の巻末に入れる案内文を作ります。

あなたは、Kindle出版と販売導線に詳しい編集者です。

次の情報をもとに、読者へ売り込みすぎず、自然に次の行動を案内する文章を作ってください。

【本のタイトル】

〇〇

【想定読者】

〇〇

【読者の悩み】

〇〇

【本を読んだあとにできること】

〇〇

【用意している無料特典】

〇〇

【案内する場所】

公式LINE、メール、ホームページなど

【無料相談で対応する内容】

〇〇

【有料サービス】

〇〇

【著者の経験】

〇〇

次の順番で作ってください。

1. 読んでくれたことへの感謝
2. 本で学んだ内容の短い振り返り
3. 読者が最初に行うこと
4. 無料特典の案内
5. 一人で難しい方への相談案内
6. 押しつけない形での締めくくり

条件は次の通りです。

- ・本の内容だけでも読者が行動できるようにする
- ・特典がなければ実践できない文章にしない
- ・高額商品を突然強く勧めない
- ・読者へ複数の行動を同時に求めない
- ・過度に不安をあおらない
- ・存在しない特典やサービスを追加しない
- ・著者の実績を勝手に作らない
- ・短い段落で読みやすくする

最後に、売り込みが強く見える場所があれば指摘してください。

導線を作ったあとに確認すること

- ☐ 本のテーマと特典がつながっている
- ☐ 本のテーマとサービスがつながっている
- ☐ 読者が次に行うことが一つに絞られている

- 特典を受け取るメリットがわかる
- 一人で進めたい人にも配慮している
- 無料相談で相談できることがわかる
- 高額商品を突然強く案内していない
- 著者紹介が長すぎない
- リンクが正しく動く
- 古い案内が残っていない

すべてを豪華にする必要はありません。

読者が迷わず次へ進めれば、導線として機能します。

本から仕事につながらないときの確認

巻末へ案内を入れても、すぐに仕事へつながるとは限りません。

反応がない場合は、次の順番で確認します。

1. 本が読まれているか

まだ読者が少なければ、まず本を届ける必要があります。

発売キャンペーンについては、第13回をご覧ください。

※ここに第13回の記事リンクを挿入

2. 最後まで読まれているか

本の途中で離脱されている場合は、巻末の案内まで届きません。

第10回の推敲も確認してください。

※ここに第10回の記事リンクを挿入

3. 案内する行動がわかりやすいか

リンクが多すぎないか。

何を受け取れるのか。

何を相談できるのか。

を確認します。

4. 本とサービスがつながっているか

読者が本を読んだあと、自然に必要なサービスかを確認します。

5. リンクが動いているか

実際に押して確認してください。

本を仕事へつなげるときに大切なこと

本の目的を、

「サービスを売ること」

だけにすると、本文も売り込みのようになります。

最初に大切なのは、読者の悩みを解決することです。

本を読んだだけで、一歩進める。

それでも難しい方へ、追加のサポートを用意する。

この順番を守ります。

本で信頼を得る。

次の接点を作る。

必要な読者へサービスを案内する。

この流れができれば、本は一度読まれて終わるものではなくなります。

シリーズ内の関連記事

本の企画とサービスがつながらない方

第5回

「読者に選ばれるKindle企画の作り方」

※ここに第5回の記事リンクを挿入

原稿が読みにくいと感じる方

第10回

「書き終えた原稿を、そのまま出版してはいけない」

※ここに第10回の記事リンクを挿入

KDP登録や原稿更新をしたい方

第12回

「KDP登録は、3つの画面を進むだけ」

※ここに第12回の記事リンクを挿入

本をまだ十分に届けられていない方

第13回

「こっそり出版から始める、Kindle発売キャンペーンの作り方」

※ここに第13回の記事リンクを挿入

今日やること

この記事を読み終えたら、次の3つを決めてください。

1. 読者に案内する入口

公式LINE、メール、SNS、ホームページなどから一つ選びます。

2. 無料で渡せるもの

本を実践しやすくするチェックリストやテンプレートを一つ考えます。

3. 一人では難しい人へ用意するもの

無料相談、講座、個別サポートなど、現在提供できるものを書き出します。

サービスがまだない場合は、まず読者とつながる入口だけを用意してください。

最後に

Kindle本は、読者へ知識を届けるためのものです。

同時に、

著者の考え。

これまでの経験。

大切にしていること。

どのような人を支援しているのか。

を知ってもらうこともできます。

本を読んで信頼してくれた人が、

「もう少し詳しく知りたい」

「自分の場合も相談したい」

と思ったときに、次へ進める場所を用意してください。

強く売り込む必要はありません。

本を読んだ人全員を、サービスへ誘導する必要もありません。

まずは、自分で実践できる方法を伝える。

追加情報が必要な人へ、無料特典を案内する。

一人では難しい人へ、相談できることを伝える。

必要な人が、自分に合う方法を選べるようにします。

本の最後に必要なのは、長い営業文ではありません。

「次に進みたい方は、ここへどうぞ」

という、わかりやすい案内です。

まずは、巻末に置く入口を一つ決めてください。

そして、

「読者は、なぜここへ進むのか」

を一文で書いてみましょう。

次回は、

「一冊で終わらせない Kindle出版をシリーズと継続収入につなげる方法」

をテーマに、一冊目の読者を次の本へつなげ、出版を続ける仕組みを解説します。