





まずは皆さんの自己紹介

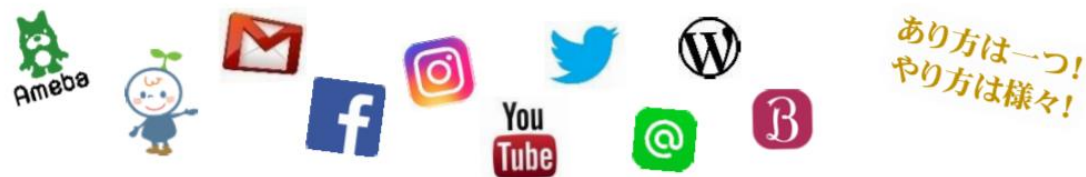
- 
- 
- 
- 
- ①お名前、地域
 - ②ご職業
 - ③自身の強み、アピールポイント

【オンラインセミナー受講の注意事項】

- このレジュメは後程プレゼントします！
- 周囲が騒がしい場合はミュート設定を。
- このセミナーは録画し、メンバーに公開されます。(撮影はココからです。)

★ 個人事業主のための五つ星ビジネス経営塾 ★

自分ブランド構築オンラインサロンメンバー限定



売り込まずに売る!

セールスマスターセミナー

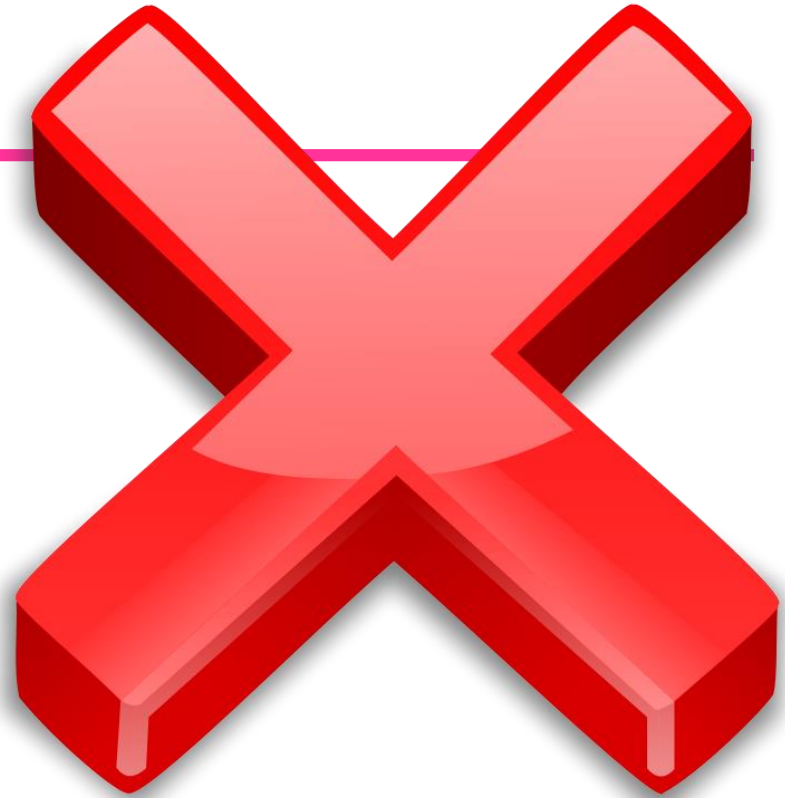
セールスって
どんなイメージ？
得意？好き？

セールスとは



売込み！

頑張っつて買わせる！



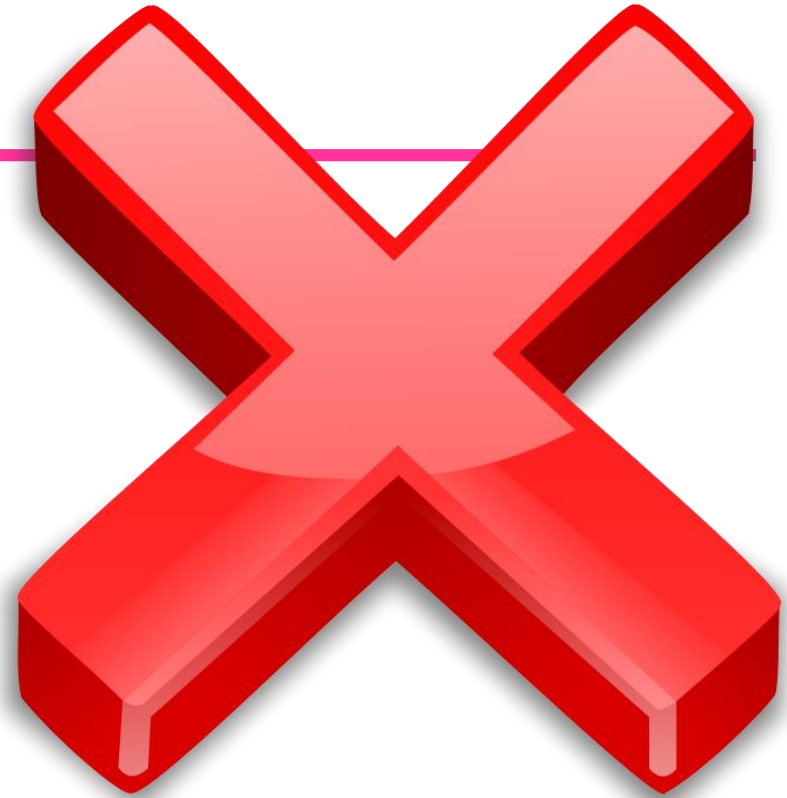
セールスとは

お客さんが欲しいと思うもの

必要なモノを【提案】すること

その結果、感動・満足を起こすもの

セールスとは



誰にでも

提案・売っちゃダメ

セールスとは

セールスとは…

喜ばれること

感謝されること



バックエンドの販売



セールスとは

■ 大きく2パターン！

リアル or ネット

➡ 実は基本は同じ！

セールスとは

■ バックエンド販売のパターンは？

- ブログ、HP **契約**
- メルマガ **契約**
- セミナー **契約**
- 体験セッション **契約**
- セミナー → フォロー **契約**

販売パターンは様々。
まずは自分が得意な
ところを抑える！

セールスとは

■ バックエンド販売のパターンは？

- ブログ、HP 契約
- メルマガ 契約
- セミナー 契約
- 体験セッション 契約
- セミナー → フォロワー 契約

LP次第では
突然申込みが
あることも！

セールスとは

■ バックエンド販売のパターンは？

- ブログ、HP 契約
- メルマガ 契約
- セミナー 契約
- 体験セッション 契約
- セミナー → フォロー 契約

この2つはコチラの
誘導次第

誰でも売れちゃう
バックエンドのセールス手法

セールスとは

■ バックエンド販売のパターンは？

全て出来るように
なりましょう！

集客やセールスの前に
【お客さんの心の仕組み】を
知っておきましょう。

集客

心理学



集客心理学

■ どれが一番おいしそうですか？



コンビニで買える
シュークリームを
食べ比べてみた

集客心理学

■ その時意識の中では何が起きている？

5~10%
意思決定・判断

90~95%
記憶・思考パターン
概念・思い癖
習慣・人格 など

顕在意識(知性) → 論理的。説明書を読む脳

潜在意識(感性) → 感情的。小説を読む脳

POINT !

人は潜在意識でモノを買い
顕在意識で理由付けをする！



■ その時意識の中では何が起きている？

【集客や販売のヒント】

実はこれ
「自己催眠」

潜在的な理由をキツカケに購入を決め、
顕在的な価値で自分を正当化する。

■ その時意識の中では何が起きている？

潜在意識(感性)

「なんとなく美味しそう…」

実はこれ
「自己催眠」

顕在意識(知性)

「だって〇〇だから！」



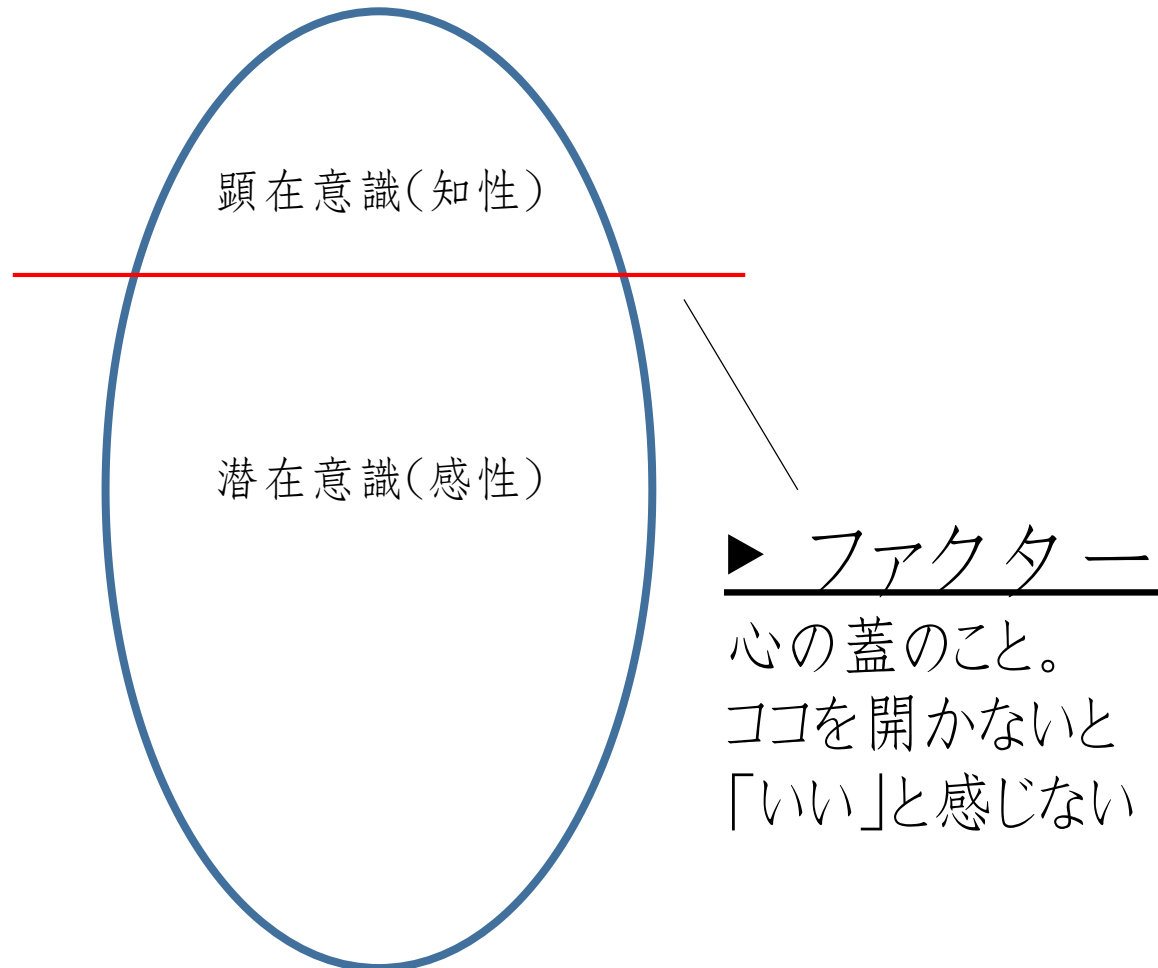
■ その時意識の中では何が起きている？

【集客や販売のヒント】

売れない文章は考えさせる。

売れる文章は感じさせる。

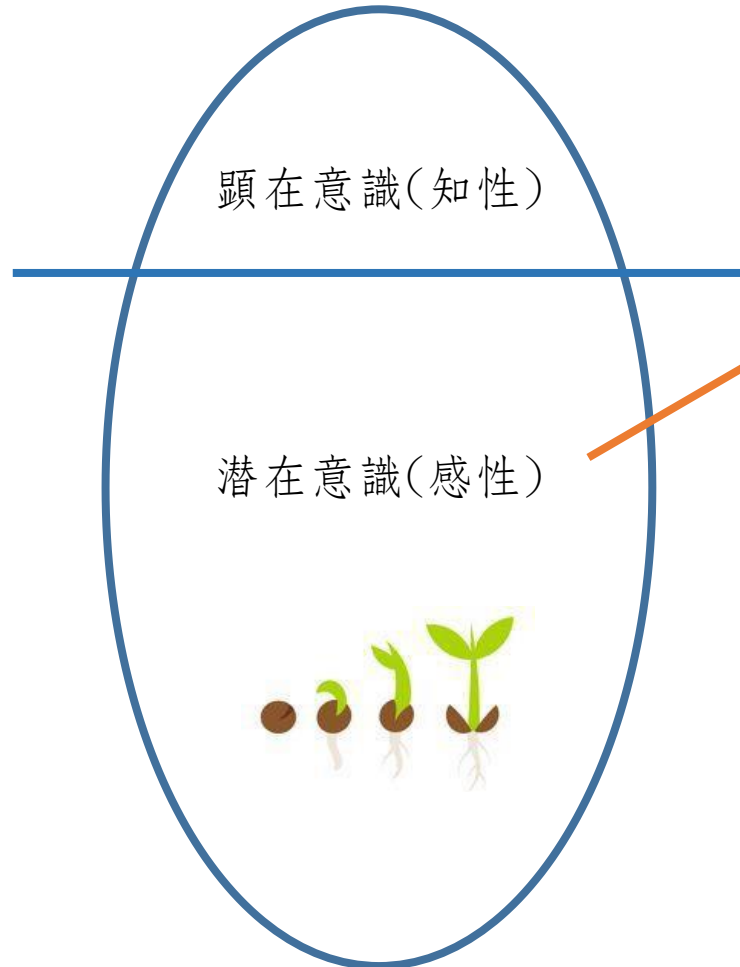
■ その時意識の中では何が起きている？



- ◆ ファクターの開き方
 - 安心、信頼しているとき
 - リラックスしているとき
 - 気持ちいいとき
 - 嬉しいとき
 - 驚いたとき
 - 集中しているとき
 - 運動しているとき
 - 恍惚としているとき

集客心理学

■ その時意識の中では何が起きている？



POINT !

潜在意識で何を感じてもらいたいのか、
何に気付いてほしいのかを考える。

繰り返し刷り込んでいくこと！

どんな言葉がいい？どんな表現がいい？どんな写真や映像がいい？

その【イメージ】が種となり芽となり花となる

■ 人は感じて動くので【感覚】を刺激する！

- 視覚
- 聴覚
- 味覚
- 触覚
- 嗅覚

業種で伝える【感覚】を変える

飲食なら？ お肉が… _____

サロンなら？ お顔が… _____

■ 人は感じて動くので【五感】を刺激する！

- 視覚
- 聴覚
- 味覚
- 触覚
- 嗅覚

小林製薬は、ネーミングの天才！

ブルーレットおくだけ、ブルーレットどぼん
しみとりーな、ナイトール
頭痛にハッキリエース

■ 人は感じて動くので【五感】を刺激する！

- 視覚
- 聴覚
- 味覚
- 触覚
- 嗅覚

ネーミングひとつでイメージさせる

☆自分主体でなく相手主体

ビジネスコンサルタント

→ 売上げアップの専門家 など

集客心理学

■ イメージさせる文章には【ストーリー】を！

販売記事・募集記事には…

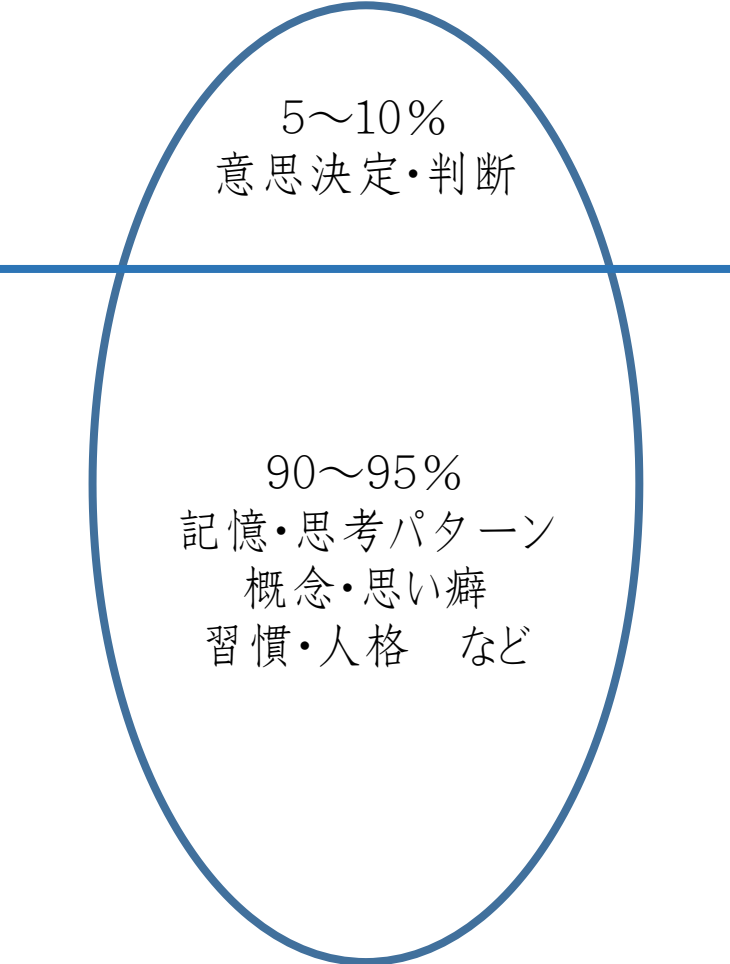


物語やたとえ話を上手に入れる

➡ 潜在意識に届きやすい内容になる

集客心理学

■ その時意識の中では何が起きている？



5~10%
意思決定・判断

90~95%
記憶・思考パターン
概念・思い癖
習慣・人格 など

顕在意識(知性) → 論理的。説明書を読む脳

潜在意識(感性) → 感情的。小説を読む脳

POINT !

まずは潜在意識に働きかけるよう、ストーリー(物語)を伝えていく！

■ イメージさせる文章には【ストーリー】を！

ベーシックな流れ・・・



- ①モヤモヤした日常
- ②キツカケ
- ③行動
- ④失敗
- ⑤成功(学びや気づき)

➡ 相手をワクワク イメージさせること

集客心理学

■ イメージさせる文章には【ストーリー】を！

例えば…

その状態を既に手にしている

その状態を感じている【前提】で話を進める

➡ 商品・サービスが気になり出す！

■ 相手の【意思を尊重】する表現を！

「断言」が多いとシャットアウトされるかも！

「～かもしれません」「～は、どうですか？」など

- 許容的表現
- 選択肢を与える



■ ネガティブ・コマンド(否定命令)を上手に使う

「やめろ」と言われると「やりたくなる」心理

- まだ購入しないでください！
- 成功したくない方は見ないでください！
- 安い方が良いという方は向かないかもしれません！





■ セールス・集客の鉄則

潜在意識で感じてもらい
顕在意識で価値を理解してもらう

これが伝わるように文章を書く・トークすればいい！

Webで セールス&集客編



Webでセールス&集客

■ 3つの要素を抑えましょう

- ① 見込み客リスト
- ② ランディングページ(LP、販売記事)
- ③ スケジューリング

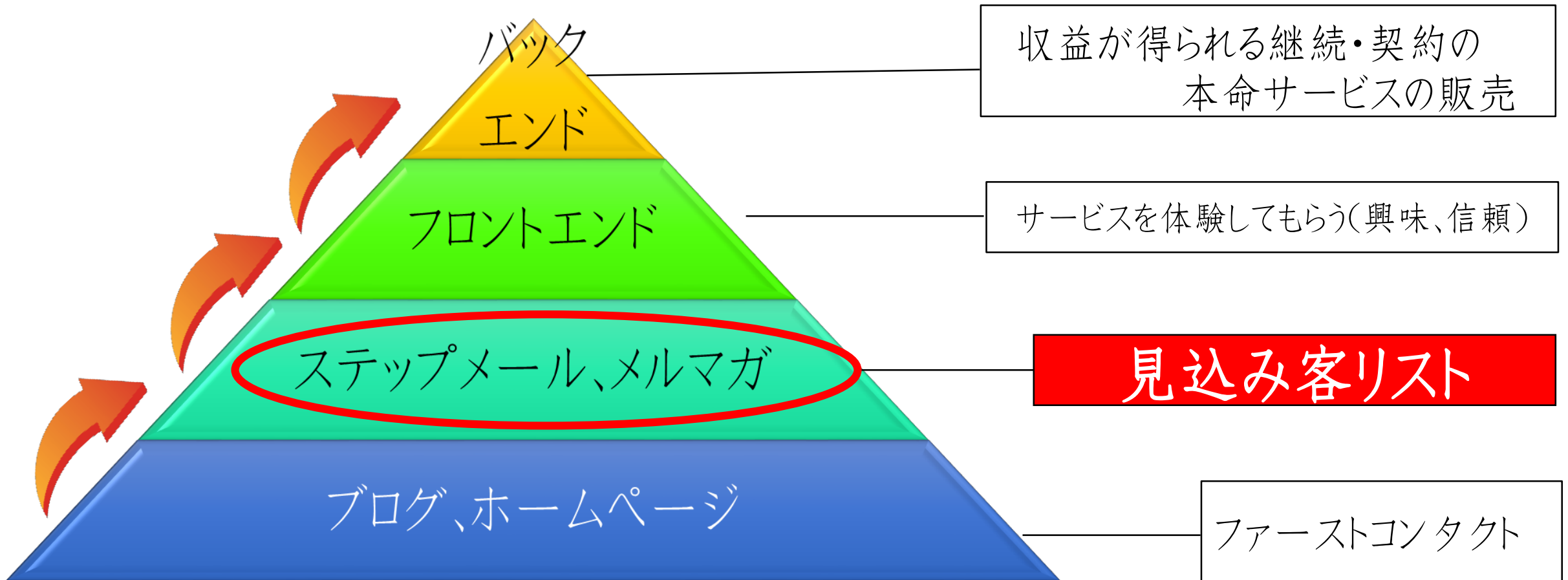
Webでセールス&集客

■ 3つの要素を抑えましょう

- ① 見込み客リスト
- ② ランディングページ(LP、販売記事)
- ③ スケジューリング

Webでセールス&集客

■集客の仕組みを理解する。



Webでセールス&集客

見込み客とは…

①だけなら
ブログ、FBでも
可能ですね♪

①興味・関心が高く、購買意欲がある

②売り手のタイミングで直接情報を届けられる

➡ メルマガやLINE @

Webでセールス&集客

◆メルマガの読者 = 見込み客

読者300人 → **集客**に困らなくなる

読者1000人 → **お金**に困らなくなる

1リスト1万円/年収と言われます。



Webでセールス&集客

見込み客との関係構築・・・

普段から有益な情報を発信し

信頼や興味関心を積み重ねることが大事！



いつか会いたい、教えてもらいたいという関係性を築く！

Webでセールス&集客

■ 3つの要素を抑えましょう

- ① 見込み客リスト
- ② ランディングページ (LP、販売記事)
- ③ スケジューリング

Webでセールス&集客

ランディングページ(販売記事)とは…

- 販売したい商品の紹介記事
- 集めたいイベント、セミナー告知文
- メルマガの案内文

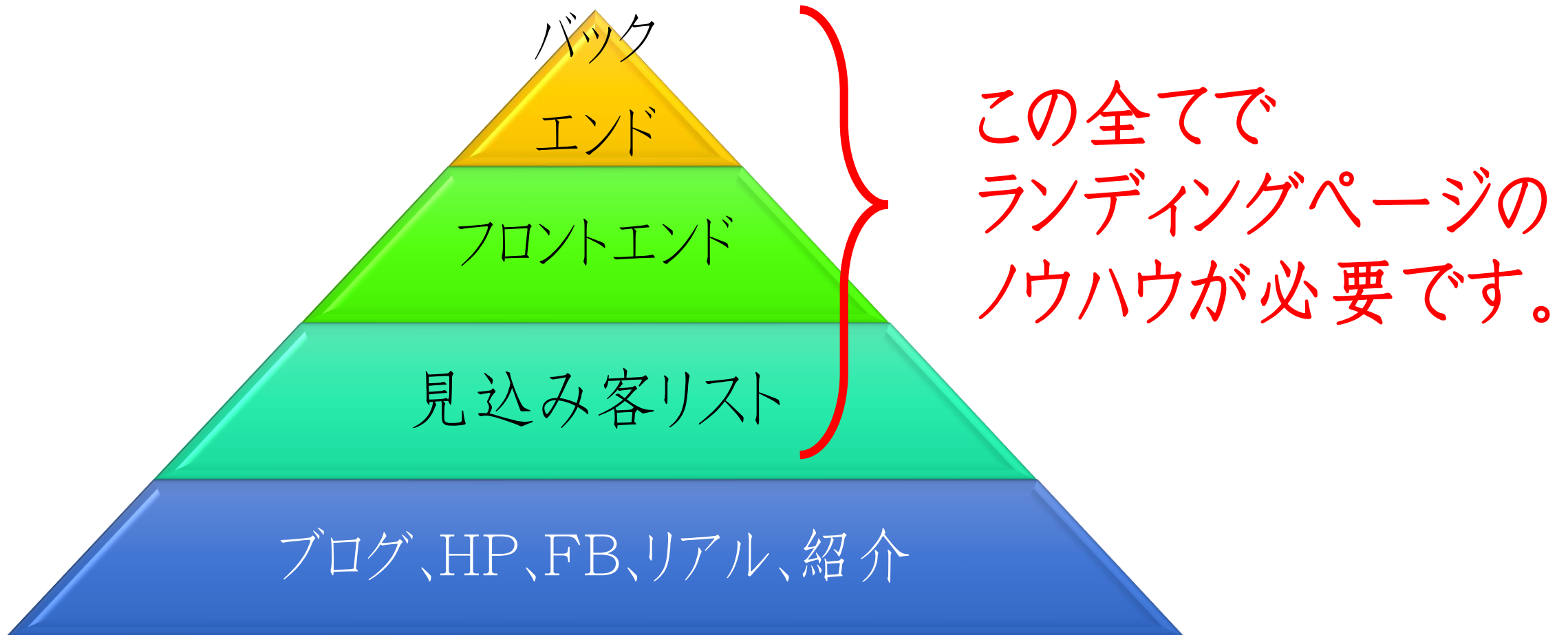
「コレは売りたい！集めたい！」という

気合を入れて作る記事



Webでセールス&集客

■信頼を築いていく、ステップマーケティング



Webでセールス&集客

イケてない販売記事の特徴

- 箇条書きが多すぎる
- 商品やサービスの説明がメイン
- 売り手の人間性や思いが伝わらない



Webでセールス&集客

販売記事に必要な内容



- ①購入するとお客様はどうなるのか
- ②その理由、根拠は？
- ③すでに購入した方はこうなっている
- ④商品(サービス)の詳細、申込みリンク
- ⑤売り手の想いや熱意

【重要ポイント】

誰かがどうなるを

繰り返す！ 擦り込む！

【重要ポイント】

読んでほしいところは

【赤字太字】で強調！

【重要ポイント】

申込み以外の
リンクには飛ばさない

Webでセールス & 集客

■販売記事の流れ

- ① ターゲットの悩み 又は **誰がどうなった**を伝える & 申込み
- ② 自分や顧客の苦い経験談で興味・共感をそそる
- ③ **誰がどうなる**商品、サービスなのかを伝える
- ④ **その根拠や実績**を見せる
- ⑤ **お客様の声**を入れる(出来ればお客様との画像つき)
- ⑥ 再度、**誰がどうなる**を伝える
- ⑦ 商品、サービスの詳細 & 申込み
- ⑧ 最後に…で自分の想いを伝える & 申込み

申し込みページを別に作る必要がある
もしくは
自動スクロール機能を使う(WP)

Webでセールス&集客

■販売記事、告知文は超重要！

ボリュームが多く、面倒ですが

集める力が

跳ね上がります！

ボリューム
=内容がある！

Webでセールス&集客

■ 販売記事を書く場所

出来れば
アメブロ以外



高額サービスは
削除リスクがあるので
別サイトに作るのがオススメ

Webでセールス&集客

■ 販売記事を書く場所

- ワードプレス、ホームページ
- ペライチ、eat.auto
- リザーブストック



【リアルな場では…】



チラシや冊子があると提案もしやすい。

【ファスティングビジネスを成功させる】

ファスティングアドバイザー 売出し力アップコース

ファスティングのことは分かったけど、どう売り出したらいいかわからない…

◆ コースを受講頂くことによりなれます！ ◆

- スムーズで説得力のあるカウンセリングとクロージングが出来るようになります。
- 自然と口コミ・紹介が起るようなSNSのやり方を身に付けることができます。
- 自信をもってお客様のファスティングをサポートできるようになります。
- 現場で分からないことがあったときにすぐに疑問解決ができます。
- ファスティングビジネスの仕組みをマンツーマンで構築します。

【ファスティングビジネスの基本的な流れ】

この流れを構築していくファスティングアドバイザー向けのビジネスコースとなります。特に重要な「カウンセリング」で、ここで如何にお客様のニーズを惹きだし必要性を感じて頂けるかが、売上アップのキーポイントになります。

「カウンセリング」に関しては特に講師Kiyomiの得意分野であり、独自のプレゼンスライドとカウンセリングシートをプレゼントしているため、カウンセリング力は大きく上がることでしょう。

またセールスが苦手という方でも、スムーズにクロージングする秘訣をお伝えします。美容整形外科でクロージングを担当・指導していたので、クロージングのイロハなら私にお任せください♪ もちろんスタッフ様への研修も可能です。

ファスティングアドバイザー売出し力アップコース詳細

- ◆ **ベーシック 1か月コース 13万円(+税)**
 - ・コンサルセッション 120分×1回(主にカウンセリング方法を指導)
 - ・カウンセリングシート、プレゼンスライド(セットで5万円程の内容)
 - ・期間中のメールサポート無制限
- ◆ **プラチナ 3か月コース 25万円(+税)**
 - ・コンサルセッション 120分×4 + ベーシックの内容
 - ・カウンセリング方法、売出し力のコンサルティング(ブログ、SNS)
 - ・既にお持ちのサービス・商品との相合せ商品化の提案、食事指導の細かいやり方
 - ・ファスティング後の食事指導シート・ファスティング後の最終レポート用紙
 - ・日々の報告メールのひな型
- ◆ **プレミアム 6か月コース 40万円(+税)**
 - ・セッション 120分×6 + ベーシック&プラチナの内容
 - ・売出し力のコンサルティング(ブログ、SNS、メルマガ、動画)、セールス&クロージング

◆ お支払いやお申込、もしもはクレジットカードでお支払いいただけます。分割払いも可能です。ご相談ください。
◆ セッション日は日曜日以外で、お昼に都合がよい日で行っていただけます。セッションのキャンセルは前日までに。当日キャンセルの場合はキャンセル料一部が掛かります。
◆ お申し込み後のお客様都合でのキャンセルの場合、ご返金は出来ませんのでご了承ください。

【お申込みの流れ】
お手元のアンケート用紙に記入、もしくは 講師Kiyomiまで直接お申し出、ご連絡下さい。
なおご案内させて頂くキャンペーンは当日限りとなります。

ファスティングアドバイザー&セールスコーチ Kiyomi (加田 喜代子)
10年間におわり、美容外科に勤務、美容外科業界に居ながら自分の美容を追求する中ファスティングに出会い、一躍間で多くの健康に成功。その経験と知識を元に、美容、健康、美容を多くの方に伝えるためにファスティングアドバイザーとして独立。現在はアドバイザーの養成、ビジネス構築のサポートまで行っている。

ファスティングだけでなく、内容も楽しくなる「無条件マインド」を世に広める活動も積極的に行っている。今年10月には書籍出版も予定している。

ブログへのアクセスはコチラから
 <https://ameblo.jp/fastingkiyoko>

◆ 販売元は販売元ファスティングアドバイザー Kiyomi <https://ameblo.jp/fastingkiyoko>
◆ お申込み、お問い合わせはコチラ e-mail: kiyon0928@gmail.com



Webでセールス&集客

■ 3つの要素を抑えましょう

- ① 見込み客リスト
- ② ランディングページ(LP、販売記事)
- ③ スケジューリング

Webでセールス&集客

■ バックエンド販売のパターンは？

メルマガなどで不定期に

【期間限定募集】するのも効果的



実際は常時受け付けでも、あえて受付期間を設けることで、検討中の方が【決める機会】になる。

Webでセールス&集客

■ 販売記事の反応を上げるには…

いきなり募集しても反応は薄いので

1週間ほど前の予告からスタート

(詳細が決まる前から案内してもOK)

受付スタートした時点で「良ければ買ってみよう」と思われているレベルが理想(興味が高く、検討しているレベル)

Webでセールス&集客

■ 販売記事の反応を上げるには…

予告する内容は？

- いつから受付開始
- 誰がどうなるサービス
- このサービスへの思い
- クライアントがどうなっている



バックエンドの提供内容に関連することで得られた成果はここでも伝えてOK

体験や単発だけで出たクライアントの変化・成果も案内してOKです(*´艸`)

Webでセールス&集客

【その他のポイント】

- 受付開始は月～水
- 1週間予告。1週間受付。
- 最終日は二回案内すること。
- 個別で直接ご案内するのも大事。



■ 案内時のポイント

→ いつから募集なのか、募集状況をアピール

【○月○日募集開始】○○○継続コース

【明日募集開始】(誰がどうなった)

【募集開始】○○○継続コース

【募集中】(誰がどうなった)

【残○席】(誰がどうなった)

お客様の声
お客様の成果

10日から17日まで受付の場合…

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3 ○	4	5 ○	6	7
8 ○	9 ○	10 ○	11 ○	12 ○	13	14 ○
15	16 海の日 ○	17 ◎	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4

最終日は
昼・夜の
2回発信

※○がある日が発信日の目安

【予告期】

1週間前から3～4回小出しで案内。

【販売期】

販売日前後含めて5日間と
販売終了日2日間。

お客様の声や連載記事
(ノウハウやストーリー)を配信。

読者を飽きさせないことや
商品の効果・魅力を伝えていく！

10日から17日まで受付の場合…

日	月	火	水	木	金	土
1	2	3 ○	4	5 ○	6	7
8 ○	9 ○	10 ○	11 ○	12 ○	13	14 ○
15	16 海の日 ○	17 ○	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3	4

**最終日は
昼・夜の
2回発信**

※○がある日が発信日の目安

よくある間違い！

募集開始のメルマガ・ブログは…
LPのコピペはNG。

基本は

「サービス(商品)への想い」 又は
「お客様の声(受けるとどうなる)」

を書き、LPへ誘導します。

大事なことは信頼や興味を高めること。

【ワーク】

販売記事に必要な内容を書き出す！

- ① あなた自身は以前どんな経験がある？
- ② 購入するとお客様はどうなる？その理由は？
- ③ 実際に購入した方はどうなっている？
- ④ あなたの想いや熱意はどんなもの？



リアルで セールス&集客編



リアルでセールス&集客

■ 3つの要素を抑えましょう

- ① 体験サービスの提供内容
- ② クロージングまでの流れ
- ③ 期間を決めてあげる

リアルでセールス&集客

■ 3つの要素を抑えましょう

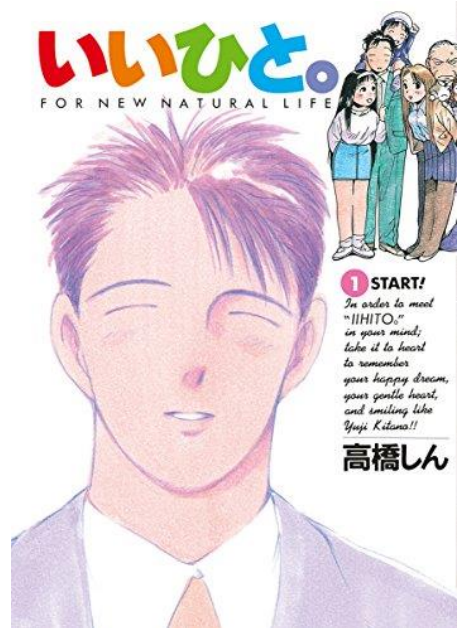
- ① 体験サービスの提供内容
- ② クロージングまでの流れ
- ③ 期間を決めてあげる

リアルでセールス&集客

■ 体験サービスの提供内容

お腹いっぱいになると
お客さんは購入しない！

話過ぎるのはお客さんのためになりません。
「ついつい話し過ぎちゃう」はただの自己満足！

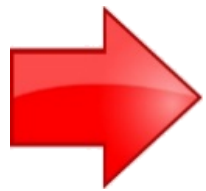


■ 体験サービスの提供内容

体験セッションやオリエンテーションは…

やること(課題)
9割
やり方(ノウハウ)
1割

満足させず感動させろ！



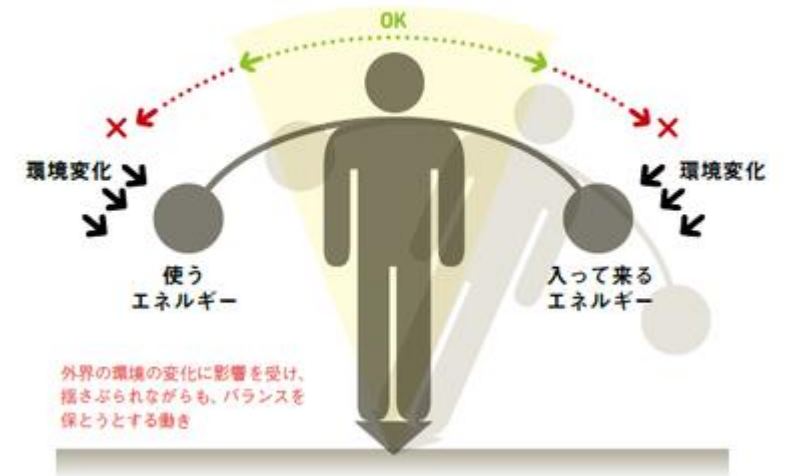
本サービスを受けると課題が改善できる
具体的に「**どれくらいの期間でどうなれる**」を伝える

リアルでセールス&集客

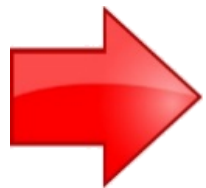
■ 体験サービスの提供内容

習慣化の話もしてあげる…

ホメオスタシスの弥次郎兵衛



人は元に戻る！（脳の安全装置）



恒常性(ホメオスタシス)とって、カラダもココロも今の状態がベストと思っているから元に戻る。だから繰り返し受けることで根本から改善できる！

リアルでセールス&集客

■ 3つの要素を抑えましょう

- ① 体験サービスの提供内容
- ② クロージングまでの流れ
- ③ 期間を決めてあげる

■ 質問です。

クロージングはいつから
始まっている？

実は会う前から始まっています！

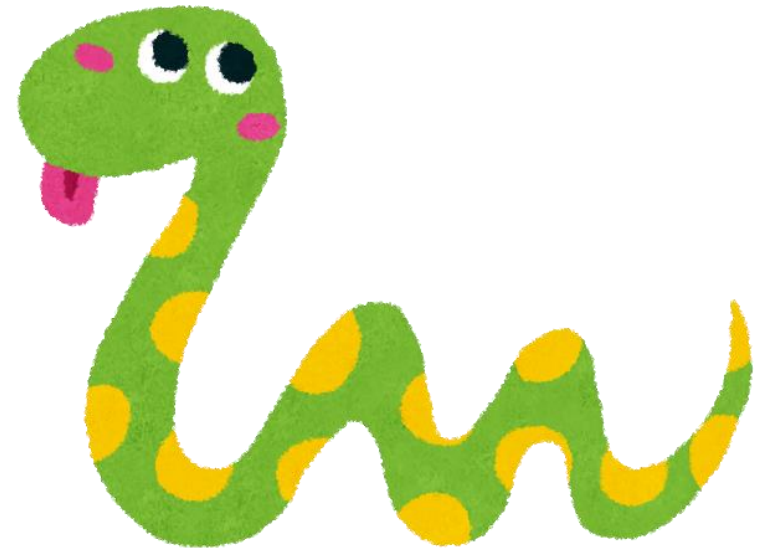


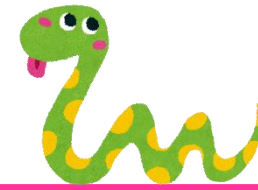
リアルでセールス&集客

■ セールスはヘビの尻尾

どこからセールスクロージングなのか
分からないのが理想！

沢山の要素が積み重なり
ご成約へと繋がっていく





顕在意識

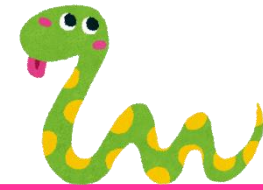
5~10%
意思決定・判断

潜在意識

90~95%
記憶・思考パターン
概念・思い癖
習慣・人格 など

■ 沢山の要素とは…

- あなたのことを信頼している
- 自分に必要だと感じている
- 購入後の未来が視えている
- 商品に価格の妥当性を感じている



■ 信頼構築、必要性の刷り込み

- 問合せ、予約時からのやりとり
- どれくらい課題があり時間が必要か
- 本サービスを受けるとどうなるか
- このまま何もしなかったらどうなるか

誰でも売れちゃう
バックエンドの
セールス手法

【ワーク】

販売員のシュミレーション

あなたはケータイショップの店員です！

3分でスマホを売って下さい！

（設定は自由にどうぞ！）

誰でも売れちゃうバックエンドのセールス手法

■ 購入に必要な要素は？

- A. ラポール（信頼構築）
- B. ニーズ（深い悩み）
- C. ビジョン（悩みが解決できる）
- D. ウォンツ（欲しいと思う）
- E. ブレイブ（決断する勇気）

7ステップで
満たしていく

誰でも売れちゃうバックエンドのセールス手法

■ セールスの7ステップ

- | | |
|------------------|---|
| 1、大前提として売り込まない | A |
| 2、悩みを引き出す | B |
| 3、願望を引き出す | C |
| 4、受けた人はどうなった | C |
| 5、あなたがどうなるを言う | D |
| 6、私はあなたをどうしてあげたい | E |
| 7、限定条件を提示する | E |

- A. ラポール（信頼構築）
- B. ニーズ（深い悩み）
- C. ビジョン（悩みが解決できる）
- D. ウォンツ（欲しいと思う）
- E. ブレイブ（決断する勇気）

特に5、6は
相手の心を動かす

セールスとは
プロポーズだ！

By じゅん

【ワーク】

販売員のシミュレーション

あなたはケータイショップの店員です！

3分でスマホを売って下さい！

（設定は自由にどうぞ！）

リアルでセールス&集客

■ 3つの要素を抑えましょう

- ① 体験サービスの提供内容
- ② クロージングまでの流れ
- ③ 期間を決めてあげる

リアルでセールス&集客

■ 期間を決めてあげる

当日～5日以内に決めると
安くなるor特典があるなど！

質疑応答タイム



以上

おつかれさまでした。

【次回開催】

6月21日(木) 22時～

ワードプレス作る部 初級編



WORDPRESS

【次々回開催】

6月28日(木) 22時～

ワードプレス作る部 中級編



WORDPRESS