

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



やり方は一つ!
やり方は様々!

絶対やった方がいいのに、
やらない人が多いことセミナー

ここで質問です。

セミナーで聞いたこと
全部やってる？



“全部”じゃなくても…

- ・一番大事なポイント
- ・みんながやらないコト

をやると差がついてきます！

大事なのにやらない人が多いことBEST 10

- ① ステップメールの続編作り
- ② ステップメールのオファー作り
- ③ 毎月イベントやセミナーを開催
- ④ ファストアンサーとSNSの動線づくり
- ⑤ 使命や自分のビジネスの目的の明確化
- ⑥ 継続クライアントへのフォローアップ
- ⑦ リスト取りの仕掛けの量・意識
- ⑧ LINE @でのコミュニケーションとRM
- ⑨ フロントもバックエンも期間・人数限定で集める
- ⑩ 押すとこ押さないといけませんえん

この中に必ず
伸びしろ
があります！

① ステップメールの続編作り

売れるアメブロ＆ワードプレスになっちゃう 7日間集中講座

全31話

自分ブランドをつくり、仕事が200%楽しくなった サロンオーナー優子さんの ステップアップストーリー

全33話

ゼロから6ヶ月で月収7ケタ突破！コンサルビジネス構築徹底解説

全21話

ステップメールは最強の教育ツール。
本編終了後もステップを追加しておくことで

意識改革・興味付け強化

① ステップメールの続編作り

何を伝えていい？

- ・お客様の声、実績
- ・ノウハウ、お悩み解決記事
- ・自分のあり方、考え方、使命

最低でも20話以上がオススメです！

② ステップメールのオファー作り

そもそもステップメールの目的は？

- ・プロとしての信頼構築
- ・サービスを受けるメリットの教育
- ・新規集客(フロント申込)の自動化

② ステップメールのオファー作り

◆自動化ステップメール作成のコツ

順序	タイトル	HTML	文字	配信タイミング 前配信との間隔
0	1日目 売れるアメブロ＆ワードプレスはこう使えば集客出来る！	×	。	読者登録直後
1 ▼	2日目 売れるサイトを作るための3つの鉄則			1日後
2 ▼	3日目 売れるサイトタイトルの作り方			1日後
3 ▼	4日目 思わず「読みたくなる！」サイトタイトルの作り方			後
4 ▼	5日目 [特典付] アメブロでもWPでもコレやらないとダメセブン！			
5 ▼	6日目 「何を書けばいいか」とかで悩む必要なし！			
6 ▼	7日目 記事ネタに困らなくなる&集客力を上げるコツ			
7 ▼	【おまけ】((customer_name))にスペシャルなプレゼントです！			
8 ▼	【今まで！】((customer_name))の半年後や一年後をズバリ予想！			

本編で
①プロとしての信頼構築
②サービスを受けるとどうなる
オファーメールで
③フロント申込み自動化

※本編と別に2～3話作る！

② ステップメールのオファー作り

◆自動化ステップメール作成のコツ

- 1、ノウハウさえ書けばいいものではない
- 2、通常回にはフロント案内を入れない
- 3、お客様の成果は毎回サラッと入れる
- 4、最終話は販売記事！フロントに繋げる！

② ステップメールのオファー作り

メルマガ・ステップメールの基本

◆伝えていくべき項目

信頼と興味、
意識を高める！

- ・サービスを受けるメリット、他との違い
- ・実績(受けた人がどうなったのか)
- ・自分の過去、決意
- ・投資意識
- ・やらない時の後悔

③ 毎月イベントやセミナーを開催

【コンサル 宮脇小百合さんの提案】

住福さん、毎月必ずセミナーや
イベントで見込み客の方と
交流するといいですよ。



→ すぐにお客さんになる人や
数年後にお客さんになる人が続出！

③ 毎月イベントやセミナーを開催

【コンサル 宮脇小百合さんの提案】

住福さん、毎月必ずセミナーや
イベントで見込み客の方と
交流するといいですよ。



交流できる場を増やす！

コミュニケーション、コミュニティ作りを意識するといい。
友達を作りやすいとか、連れてきやすい環境を作ってあげる！

④ ファストアンサーとSNSの動線づくり

SNSには情報が溢れているが…

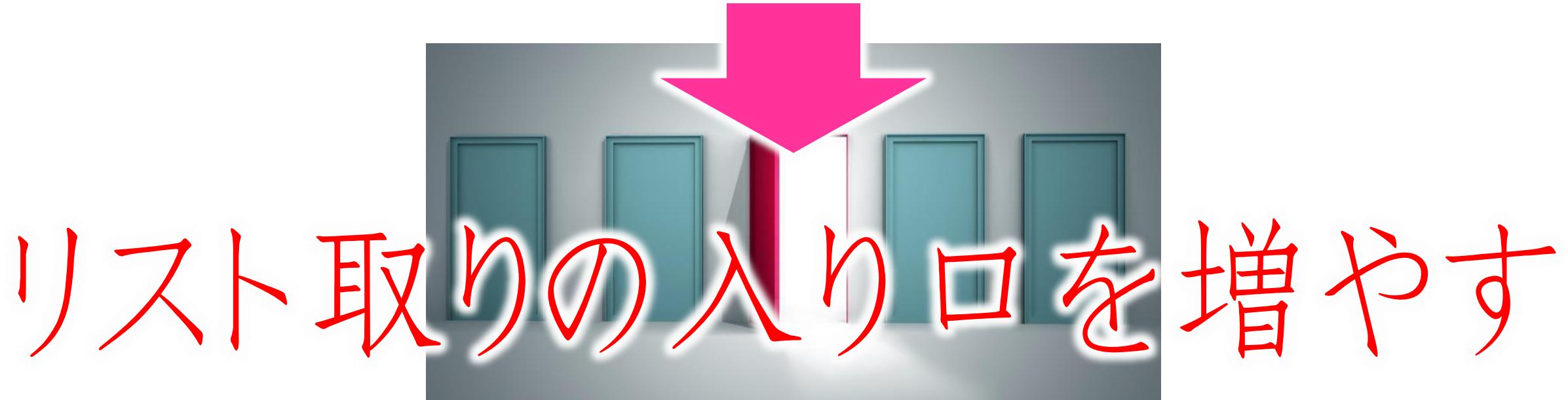


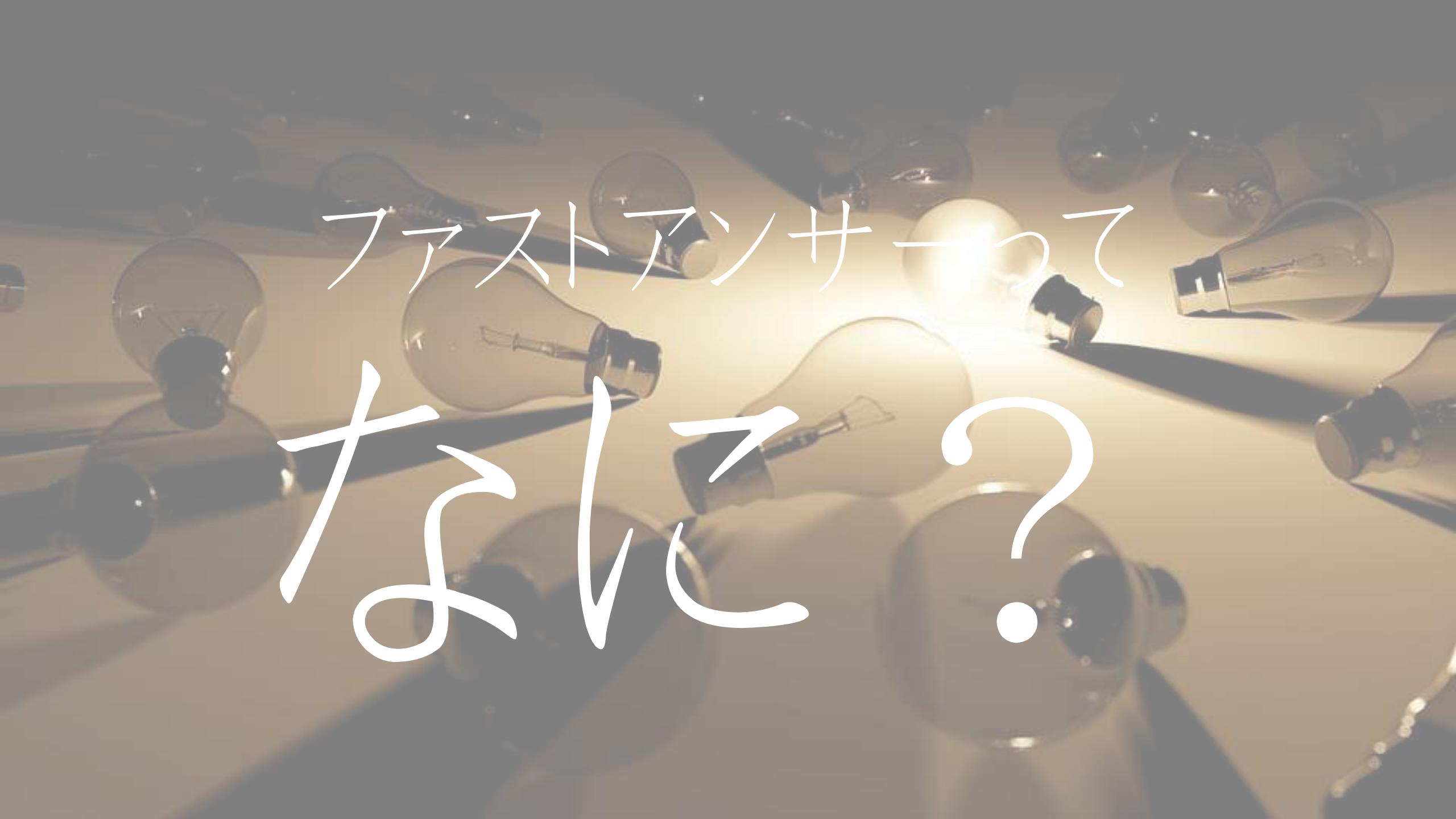
「気軽で面白そうなもの」との相性が最高！



リストがあれば何でもできる！

そこでオススメなのが
ファストアンサー



A collection of vintage lightbulbs and glassware on a wooden surface.

ファストアンサーって
なんに?

◆ ファストアンサーってなに？

Facebookなどでも見かける診断アプリの
リザーブストック版。

回答してもらうことで自動的にメルマガに
登録され、見込み客を増やすことができる。

◆ ファストアンサーってなに？

メルマガが読者を増やすものといえば…

ステップメール

◆ ファストアンサーってなに？

徹底比較！

気軽さ

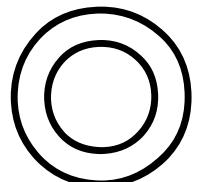
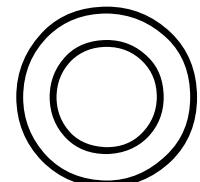
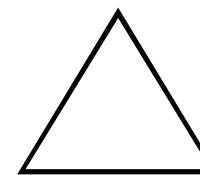
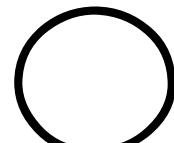
拡散力

教育力

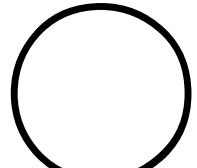
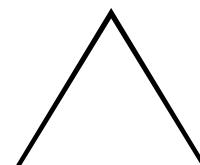
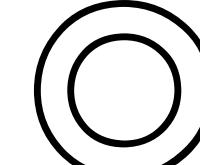
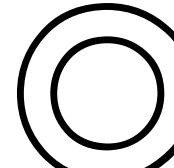
継続力



ステップメール



ファストアンサー



流行る
ファストアンサーの

特徴



◆ 流行るファストアンサーの特徴

- ① 「タイプ別」の診断である
- ② 友人の結果も気になる（シェアしたくなる）
- ③ どの結果でもおもしろい（評価でなく特徴）
- ④ 回答が来るまで予測できない

◆ 伸びないファストアンサー

- ① 「タイプ別」でなく「評価」
- ② 結果をシェアしたくない
- ③ 受ける前から答えが想像できる
- ④ おもしろくない（コンセプトや内容自体が）

周りの方も巻き込んで
遊びたくなるような
結果の予測できない
タイプ別診断を作ろう！



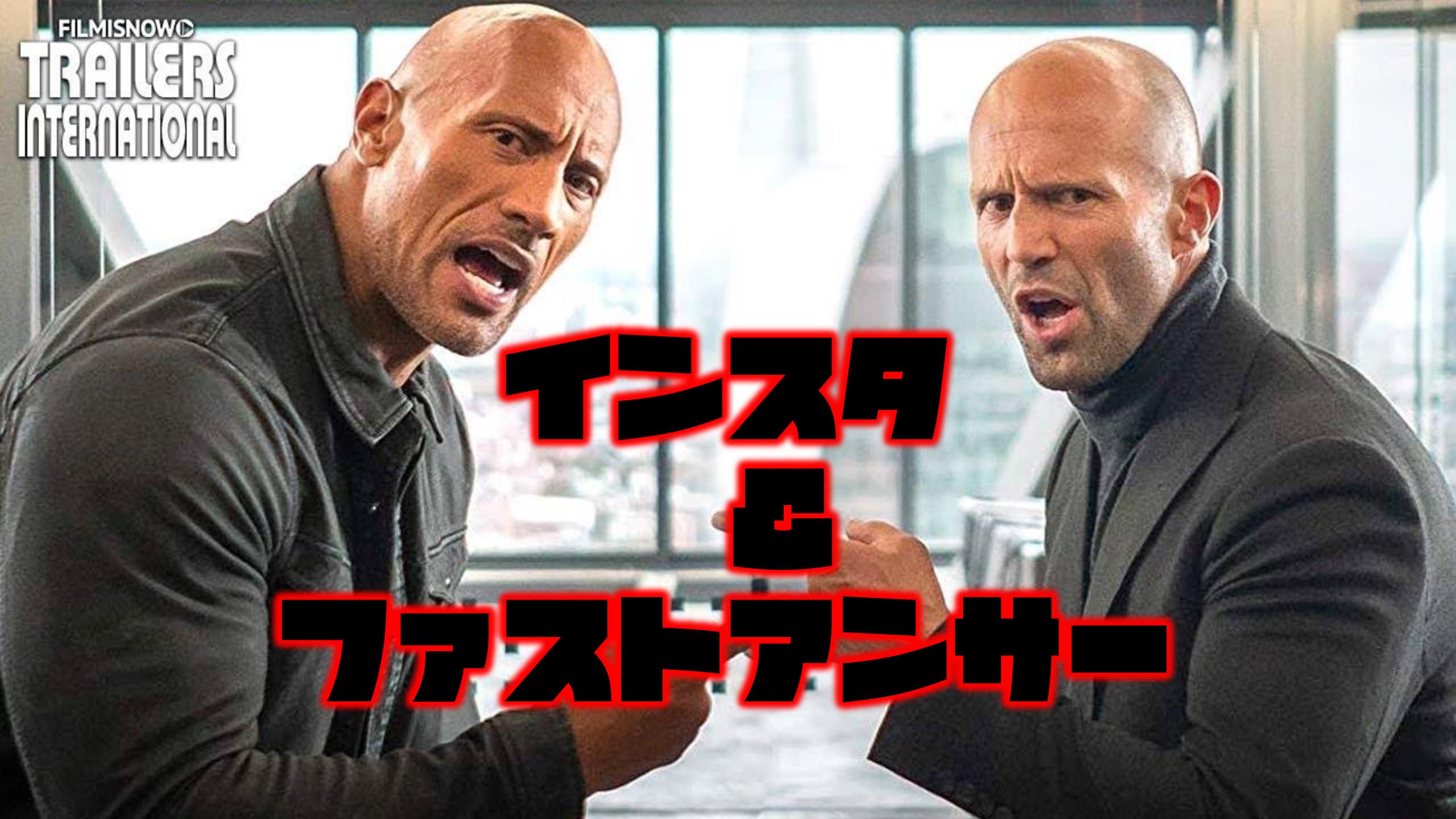


FILMISNOW
TRAILERS
INTERNATIONAL

THE RUMBLE

ラストアテンバー

5



⑤ 使命や自分のビジネスの目的の明確化

【 POINT 】

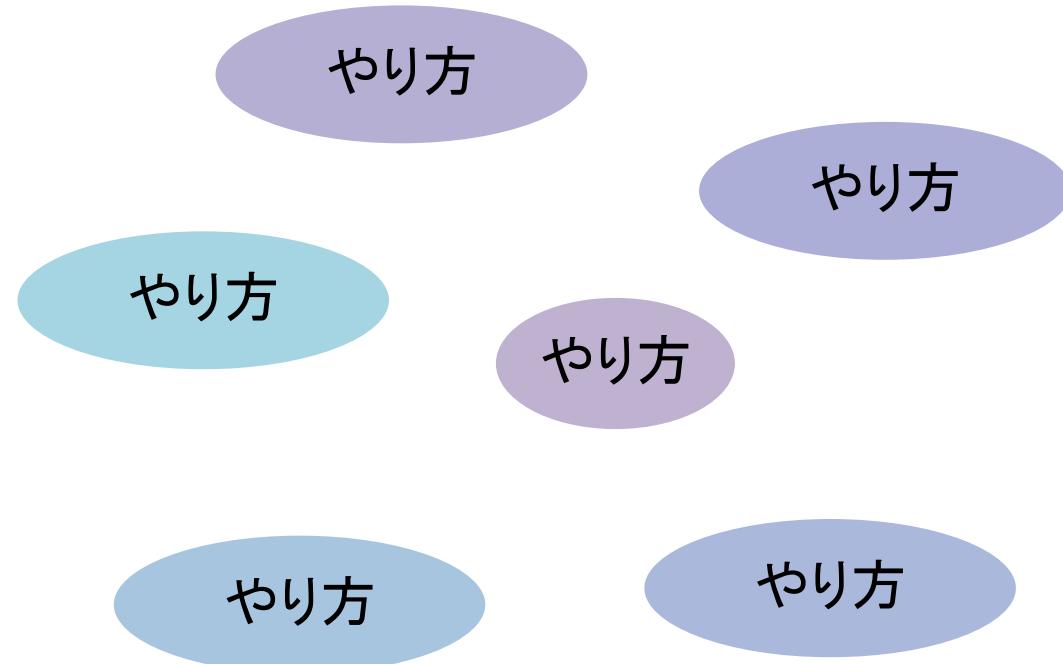
- ・使命は立候補制である
- ・間違うこともあるので心に素直に
- ・合ってたらどんどん上手くいきます！
- ・合ってなかつたら柔軟に方向転換でOK

手を挙げて
ごらん



集客の仕組み

■ うまくいかないパターン(アウトサイドイン)

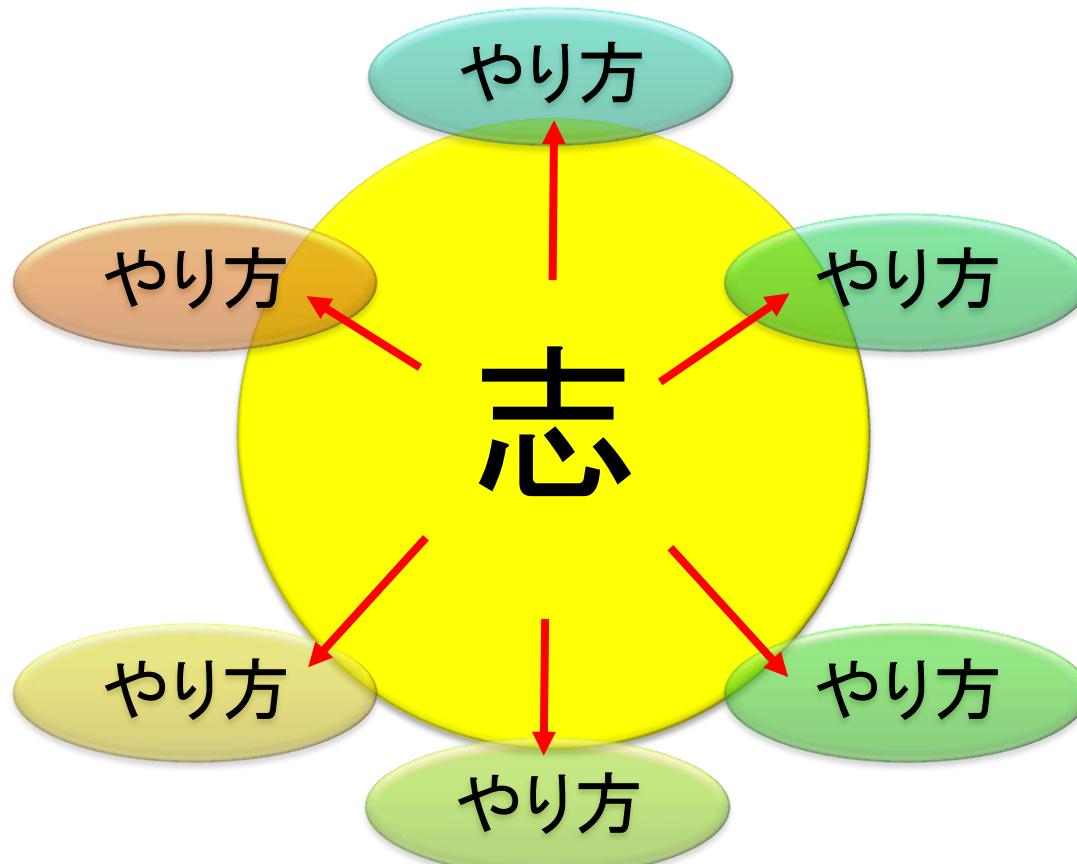


志・目標が無いから全てが
点になり、繋がらない。
煽らないと売れない。

「なんのために」が無いと
「なんとなく良さそう」が基準になりブレる。
誰からも支持されずうまくいかない。

集客の仕組み

■ うまくいくパターン(インサイドアウト)



志・目標をもち、
それを成すためには
何をやるべきかを逆算していく
(やり方:ブログ、メルマガ、FB、手紙、チラシ、講座など)

「なんのために」からスタートすれば
「やり方」には創意工夫が生まれ
「やり方」に想いが乗るから支持される。

集客の仕組み

もう少し分かりやすくすると...、



家＝やり方【スキル】
(ブログ、FBなど)

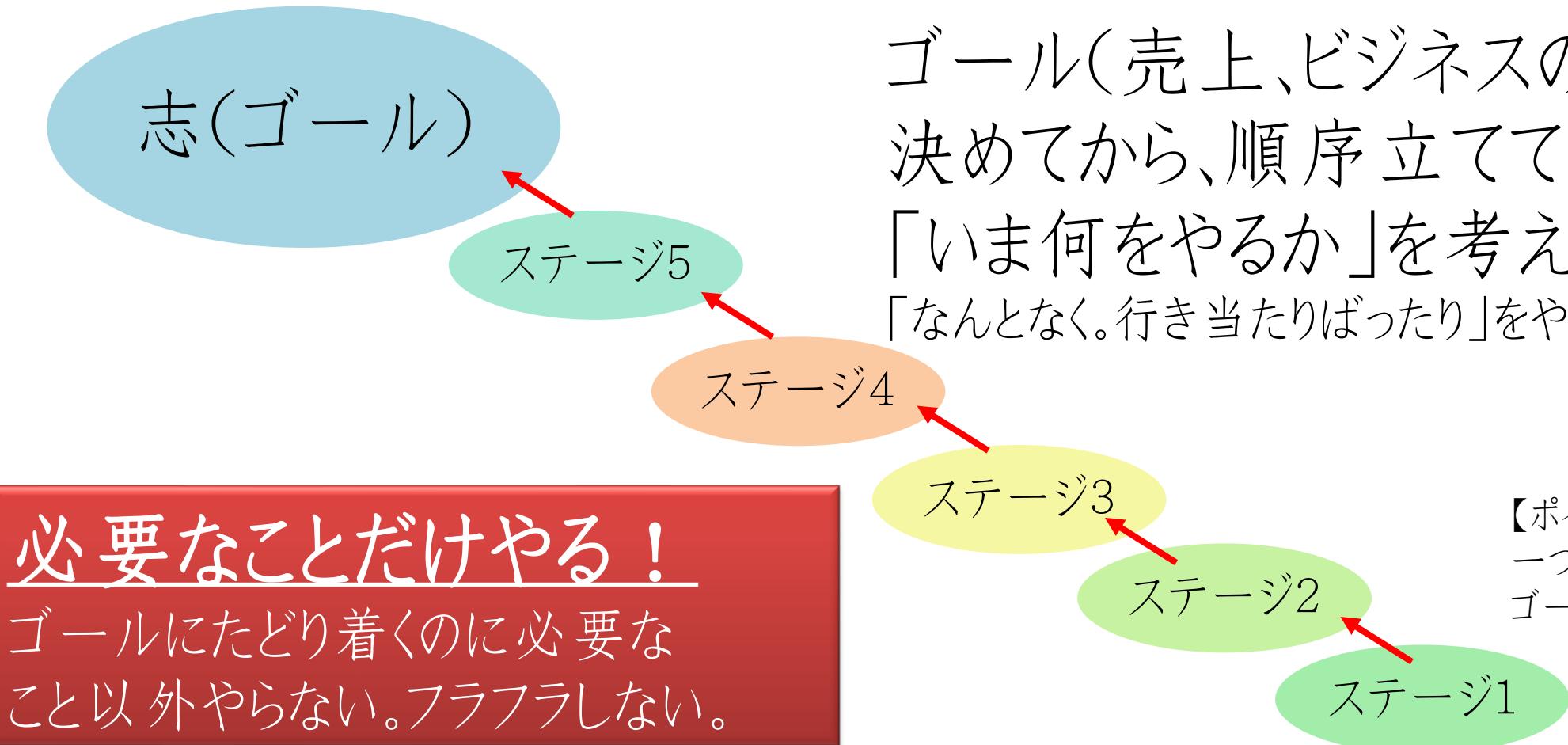
土台＝志【マインド】
(動機、使命、イメージなど)

⇒ 土台が緩いとブレる！ズレる！

終わりを
思い描くところから
始める

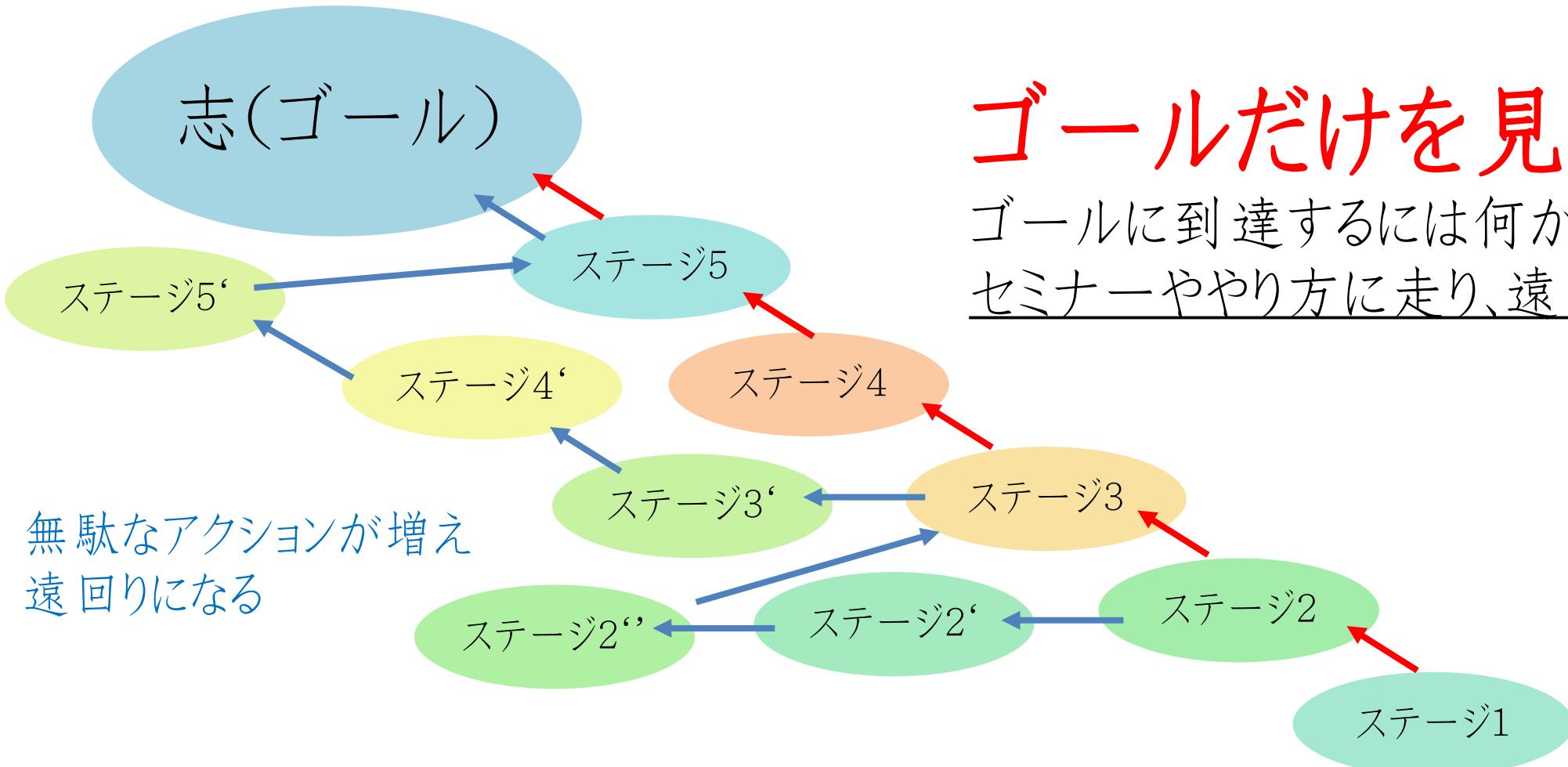
まず決めるべきはゴール

■ 終わりを決めて逆算していく



まず決めるべきはゴール

■ ゴールが決まっていないと…



まず決めるべきはゴール

■ 終わりを思い描くところからがスタート

志(ゴール)

使命、志は何か。

ステージ4

そのためには何が必要か。

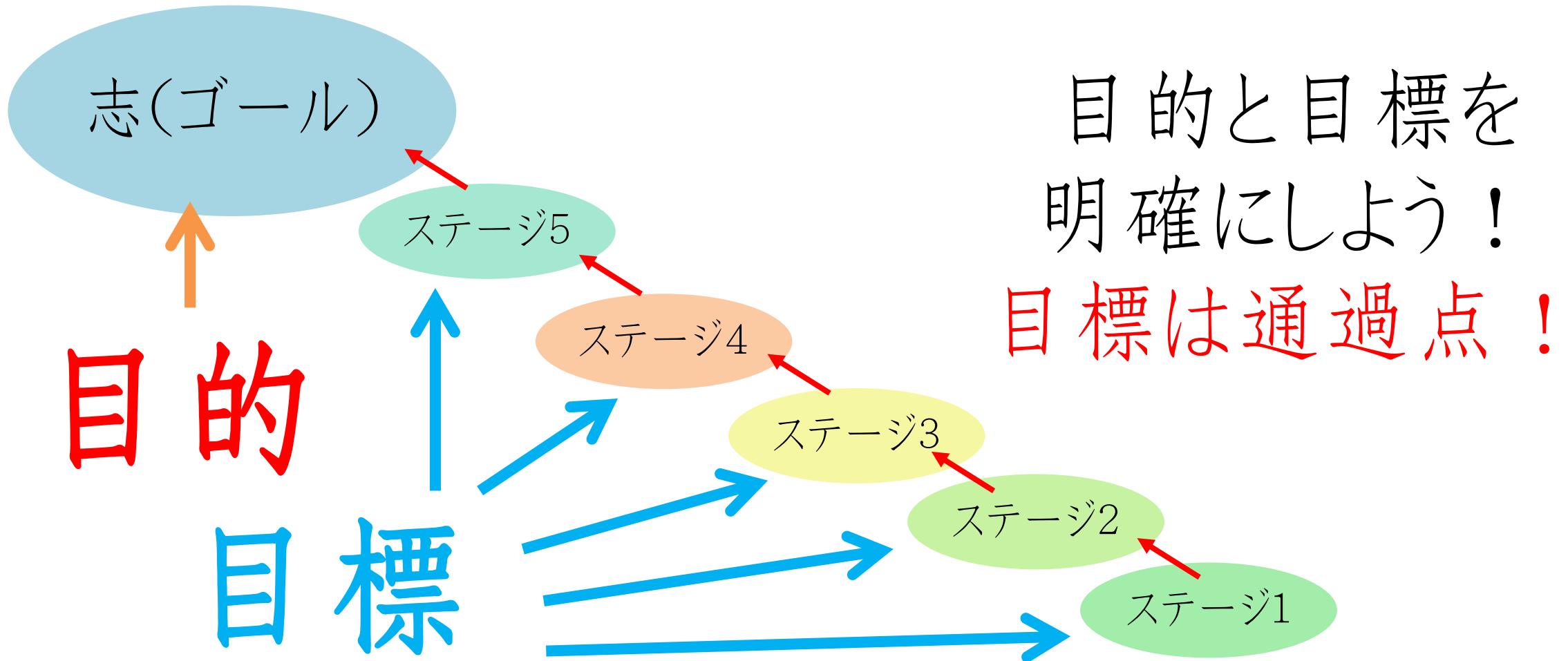
ステージ3

ステージ2

ステージ1

まず決めるべきはゴール

■ 終わりを決めて逆算していく





【ワーク&シェア】



いまの**目標**(売上・生活状態)

と

ビジネスの**目的**(使命)は何?

⑥ 繼続クライアントへのフォローアップ



⑥ 継続クライアントへのフォローアップ

Join the Family

一番大事にすべきは

身内



⑥ 継続クライアントへのフォローアップ



ずっと離れて(あくせく)する人

→ 新規ばかり追いかける人

新規で困らない人

→ 既存クライアントから紹介がある人

ファミリーを
大事にする！
どんなフォロー？



【ワーク&シェア】



自分に出来そうな &やりたい
フォローってどんな感じ？

⑦ リスト取りの仕掛けの量・意識

何月までに
何人増やす?
どうやって?

リスト取りとは「仕掛け」である

リスト数 = 収益

誘導記事を書く、紹介される記事を書く、
新コンテンツ、見込み客へアプローチ、コラボ企画



【ワーク&シェア】



メルマガがLINE@
何月までに何人増やす?
どうやって?(戦略)

⑧ LINE @でのコミュニケーションとRM_(リッチメニュー)



何が良いの？

- ① 視覚的にオススメを表示
- ② 誰がいつ押したか分かる！
- ③ 押した人にすぐLINEできる

→初回購入・申込率アップ！

⑨ フロントもバクエンも期間・人数限定で集める

【超鉄則】



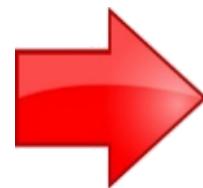
人は“限定”されると
決断しやすくなる

フロントの販売

■ フロントの募集パターンは？



早割、人数限定特典などで
キャンペーンアプローチをかける！



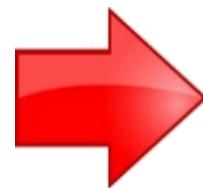
常時募集で集まらない場合はフロントの募集も
受付期間・人数を限定して見るといい。

バックエンドの販売

■ 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。

⑩ 押すとこ押さないといけません！

セールス時、商品案内だけして
ぼーっとしてませんか？



セールスしないことが美德ではない
必要そう、背中を押して欲しそうなら
勇気を与えることこそ美德！



【ワーク&シェア】

お客様の背中を押すために
どんなコミット(決意表明)をする?
仕事に対するどんな想いを伝える?

大事なのにやらない人が多いことBEST 10

- ① ステップメールの続編作り
- ② ステップメールのオファー作り
- ③ 毎月イベントやセミナーを開催
- ④ ファストアンサーとSNSの動線づくり
- ⑤ 使命や自分のビジネスの目的の明確化
- ⑥ 継続クライアントへのフォローアップ
- ⑦ リスト取りの仕掛けの量・意識
- ⑧ LINE @でのコミュニケーションとRM
- ⑨ フロントもバックエンも期間・人数限定で集める
- ⑩ 押すとこ押さないといけませんえん

この中に必ず
伸びしろ
があります！

質疑応答タイム



以上
おつかれさまでした。

【10月開催】

10/1 am10-12

セッションスキルつむつむ部

10/15 am10-12

契約に繋がるセッションの流れ
徹底解説マスターセミナー

10/21・28 am10-12

七つの習慣勉強会 前編・後編

