

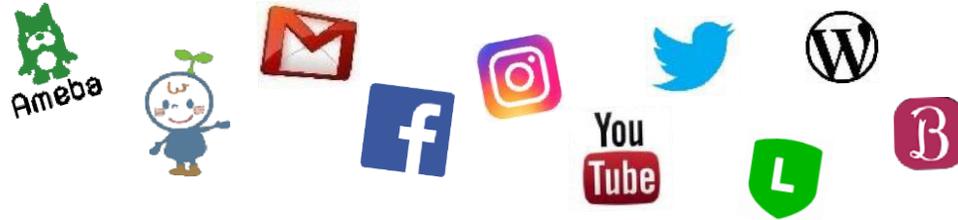
まずは皆さんの自己紹介

- 
- 
- 
- 
- ①お名前、地域
 - ②ご職業
 - ③自身の強み、アピールポイント
 - ④今の課題や目標

【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
特設サイトでご覧頂けます。
- ・ 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



あり方は一つ!
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

ココで質問です。

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
- みんながやらないこと

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BEST10

- 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 Liveでのコミュニケーションと信頼構築
- ⑨ フロントもバクエンも期間・人数限定で集める
- ⑩ 押すところ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！

◆その1
ステップメールの
続編作り



① ステップメールの続編作り

売れるアメブロ& WordPress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

何を伝えていけばいい？

- 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！

◆その2
ステップメールの
オファー作り



ステップメールの目的は？

第一目的 → **メルマガへの登録を増やす**

= 読んでみたくなる面白そうな企画が出来るかがポイント

第二目的 → **専門家・人としての信頼構築**

= ステップメール
の構成次第

サービスを受けるとどうなる

フロント申込み自動化

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			1日後
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！			1日後
5	6日目 「何を書けばいいか」とかで悩む必要なし！			1日後
6	7日目 記事ネタに困らなくなる&集客力を上げるコツ			1日後
7	【おまけ】 ((customer_name))にスペシャルなプレゼントです！			1日後の8時に配信する
8	【今日まで！】 ((customer_name))の半年後や一年後をズバリ予想！			2日後

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！

メルマガ・ステップメールの基本

最近はおフアー含め5話ほどで作るのもオススメ！

1話	本編		
2話	本編		
3話	本編	+	おフアー案内
4話	本編	+	おフアーリマインド
5話	本編	+	おフアー締切

短い構成も
好まれています

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

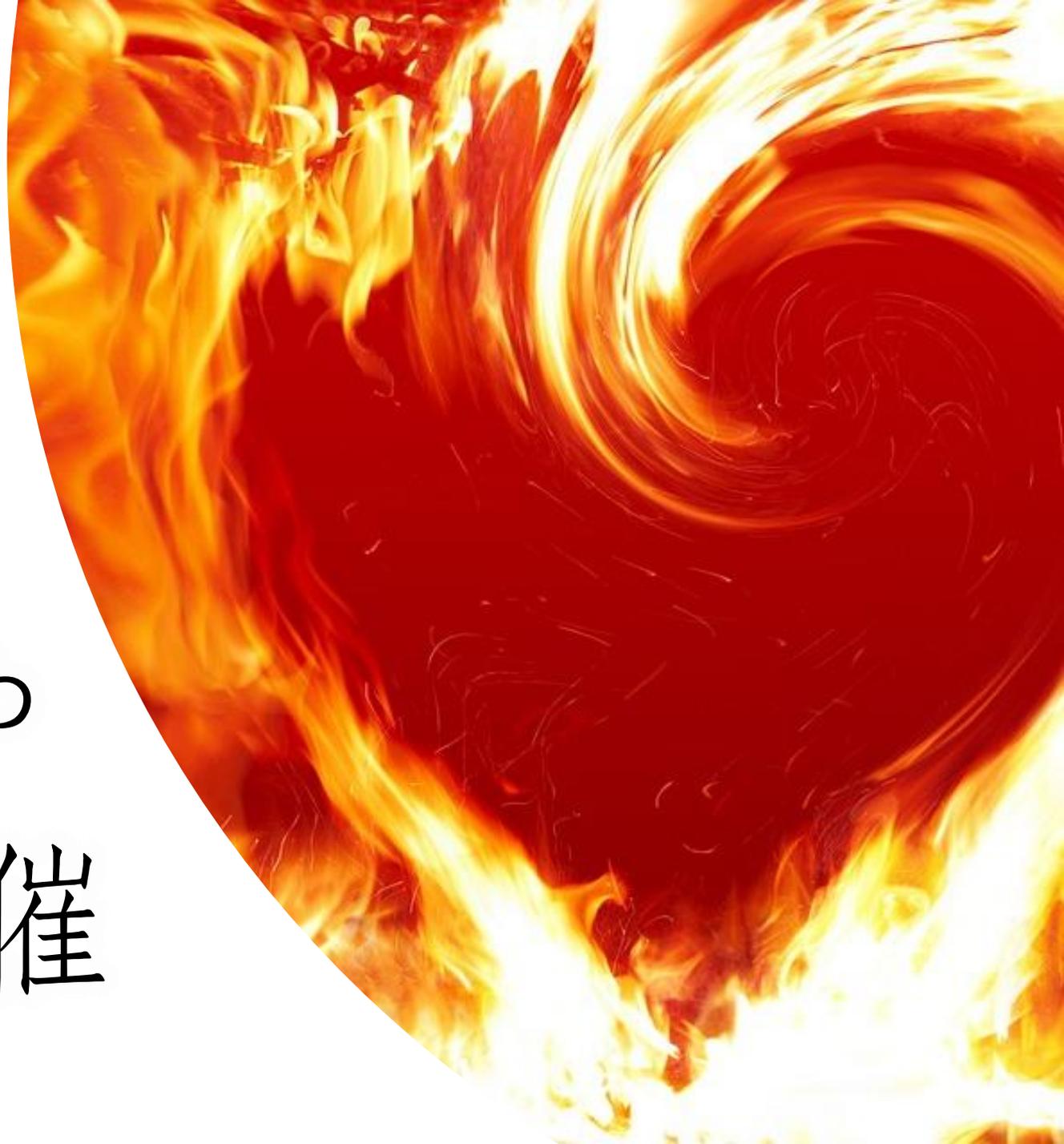
メルマガ・ステップメールの基本

信頼と興味、
意識を高める！

◆伝えていくべき項目

- ・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

◆その3
毎月イベントや
セミナーを開催



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！（特にリアル）

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い。
友達を作りやすいとか、連れてきやすい環境を作っておける！

◆その4

ファストアンサーと
SNSの動線づくり



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…

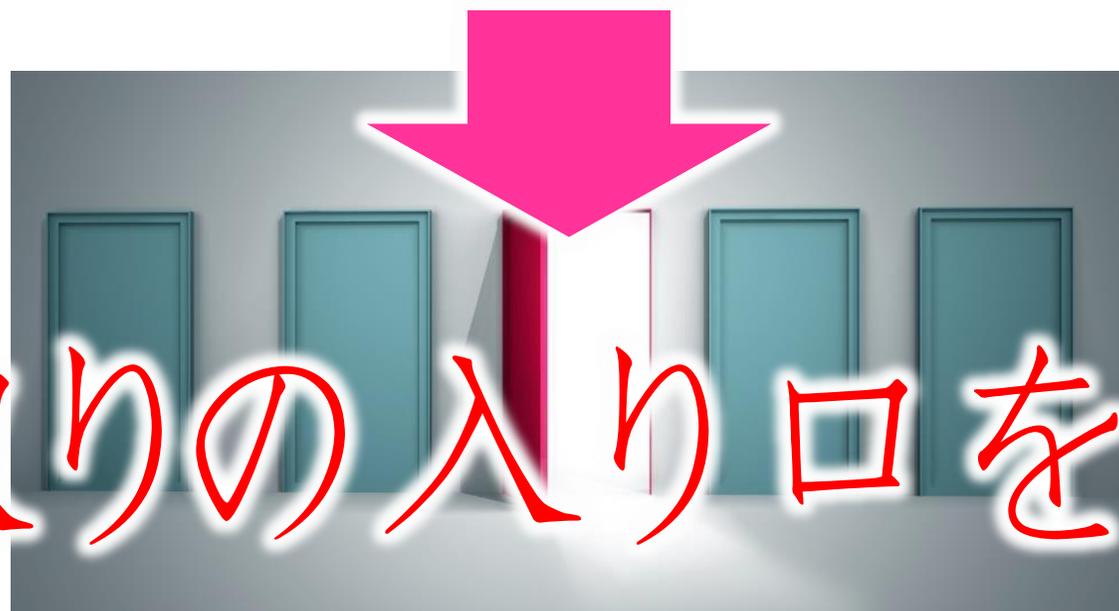


「気軽に面白そうなもの」
との相性が最高！

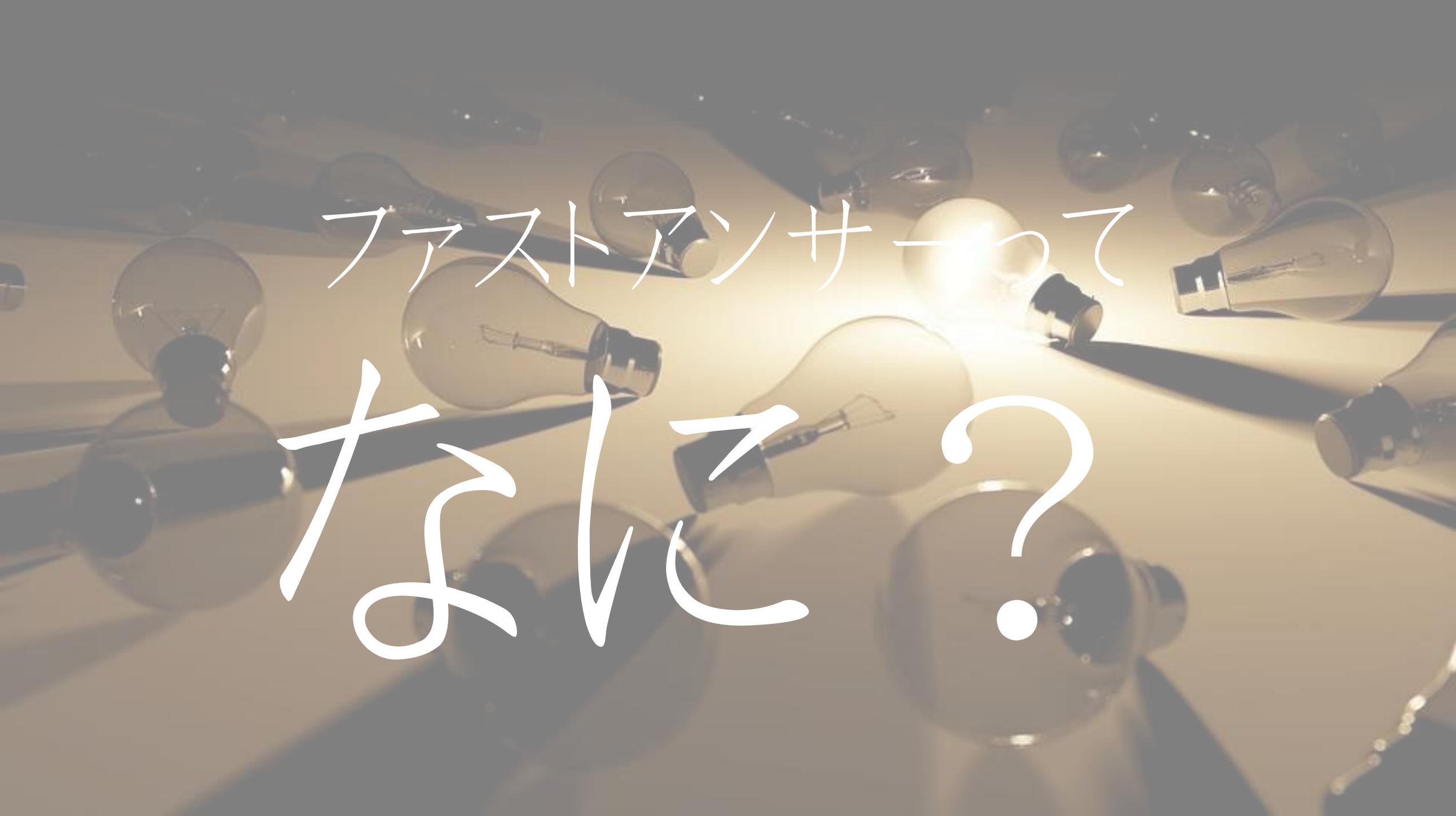


リストがあれば何でもできる！

そこでオススメなのが
ファストアンサー



リスト取りの入り口を増やす



ファストアンサーって

なに？

◆ ファー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。

回答してもらった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？

メルマガ読者を増やすものといえは…

ステツプメール

◆ 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

サキヨウコンボ

FILMISNOW

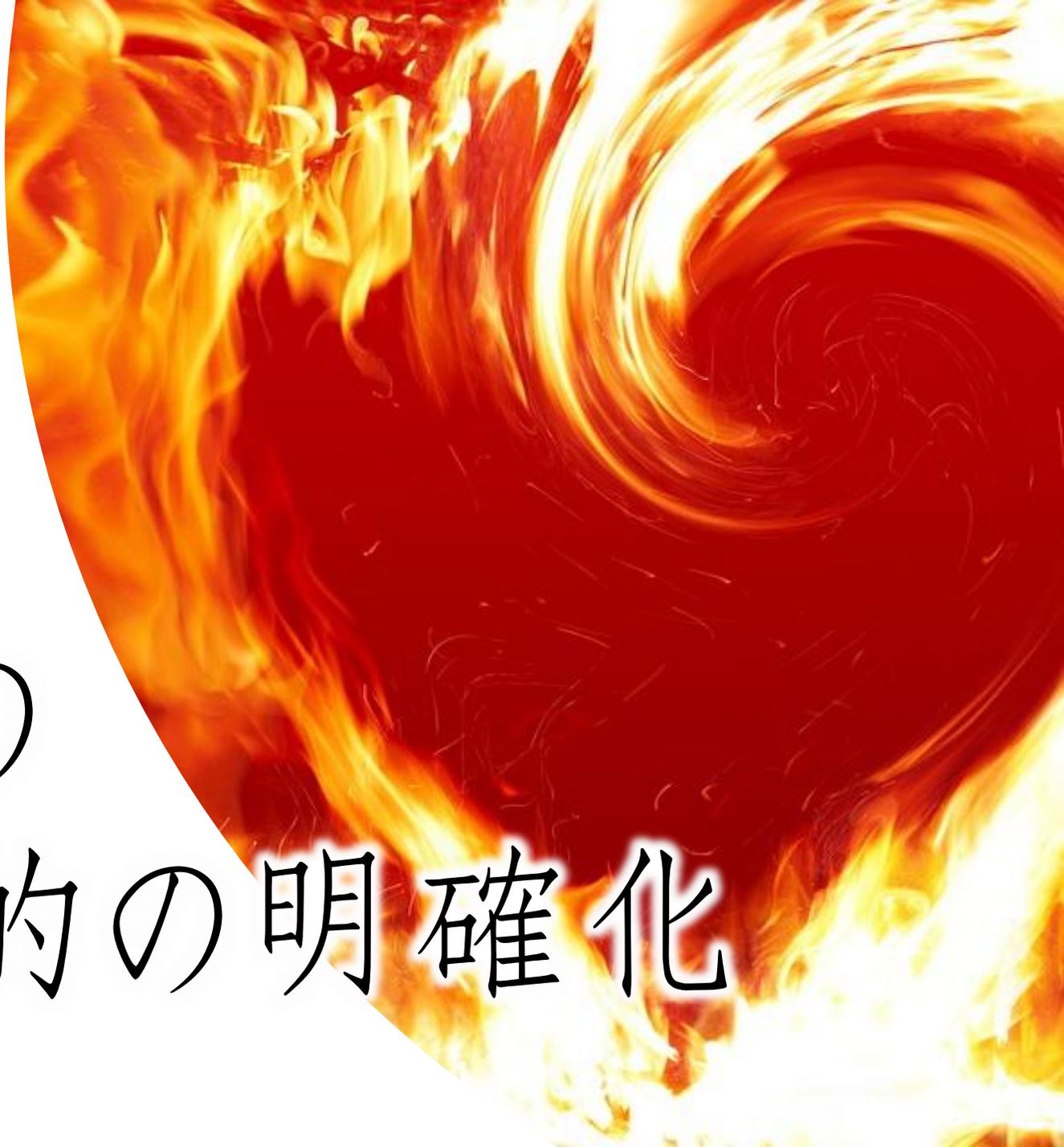
TRAILERS
INTERNATIONAL



インスタ

と

ファストアンカー



◆その5
使命や自分の
ビジネスの目的の明確化

⑤ 使命や自分のビジネスの目的の明確化

【 POINT 】

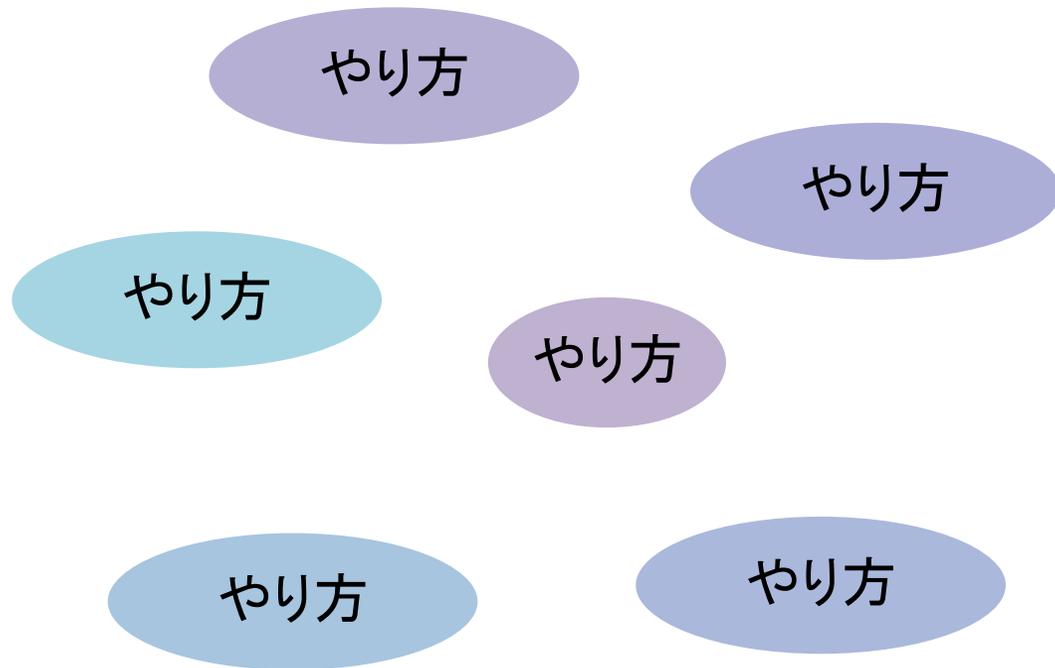
手を挙げて
ごらん

- 使命は立候補制である
- 間違ふこともあるので心に素直に
- 合ったらどんどん上手いきます！
- 合ってなかったら柔軟に方向転換でOK



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)

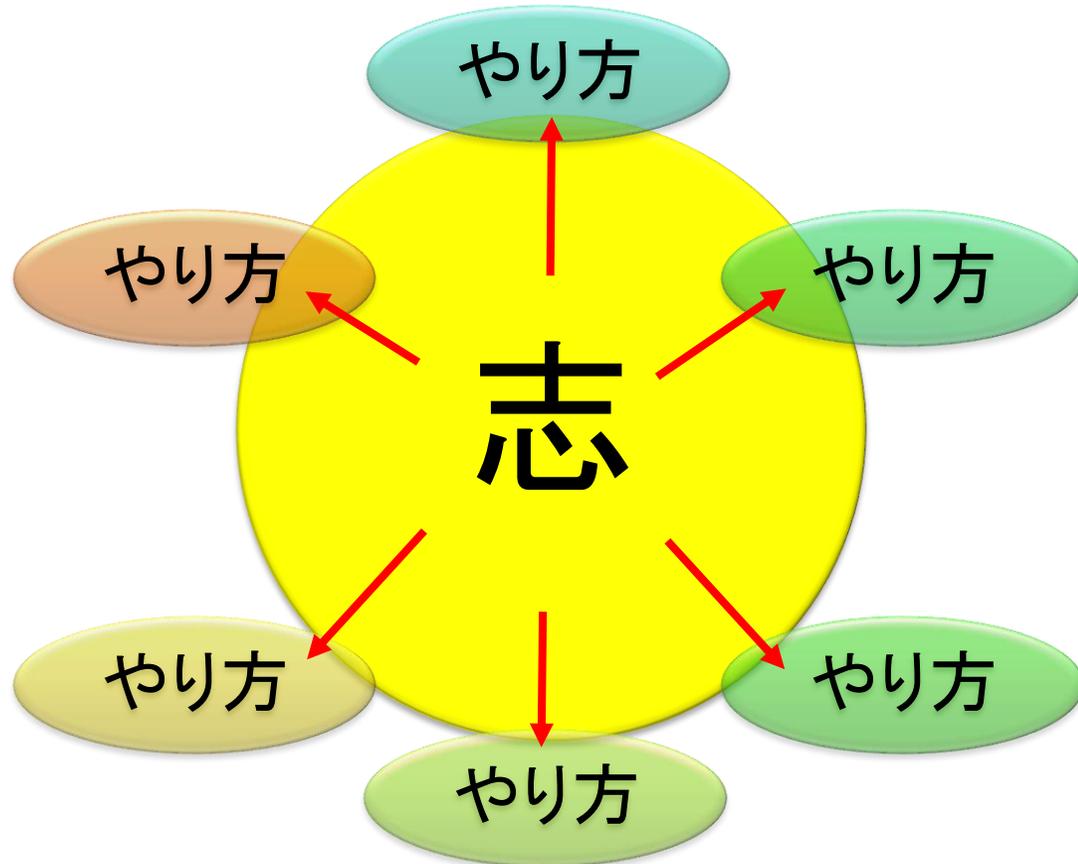


志・目標が無いから全てが点になり、繋がらない。
煽らないと売れない。

「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、

1億円の家



家＝やり方

(インスタ、メルマガ、スキルなど)

土台＝あり方

(マインド、使命、イメージなど)

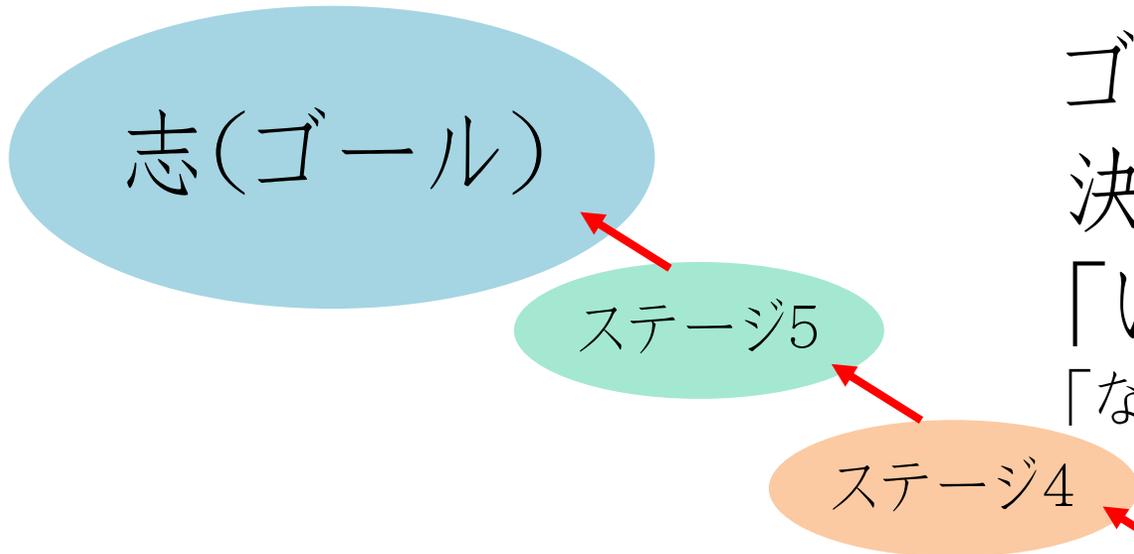
どんな土台（地盤）に
家を建てるのか？

⇒ 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



ゴール(売上、ビジネスの状態)を決めてから、順序立てて「いま何をやるか」を考えていく。「なんとなく。行き当たりばったり」をやらない！

必要なことだけやる！

ゴールにたどり着くのに必要なこと以外やらない。フラフラしない。

【ポイント】
一つ一つのアクションにゴールを定める。

ステージ1

まず決めるべきはゴール

■ゴールが決まっていらないと...

志(ゴール)

ゴールだけを見る！

ゴールに到達するには何が必要か
セミナーややり方に走り、遠回りしないこと！

ステージ5'

ステージ5

ステージ4'

ステージ4

ステージ3'

ステージ3

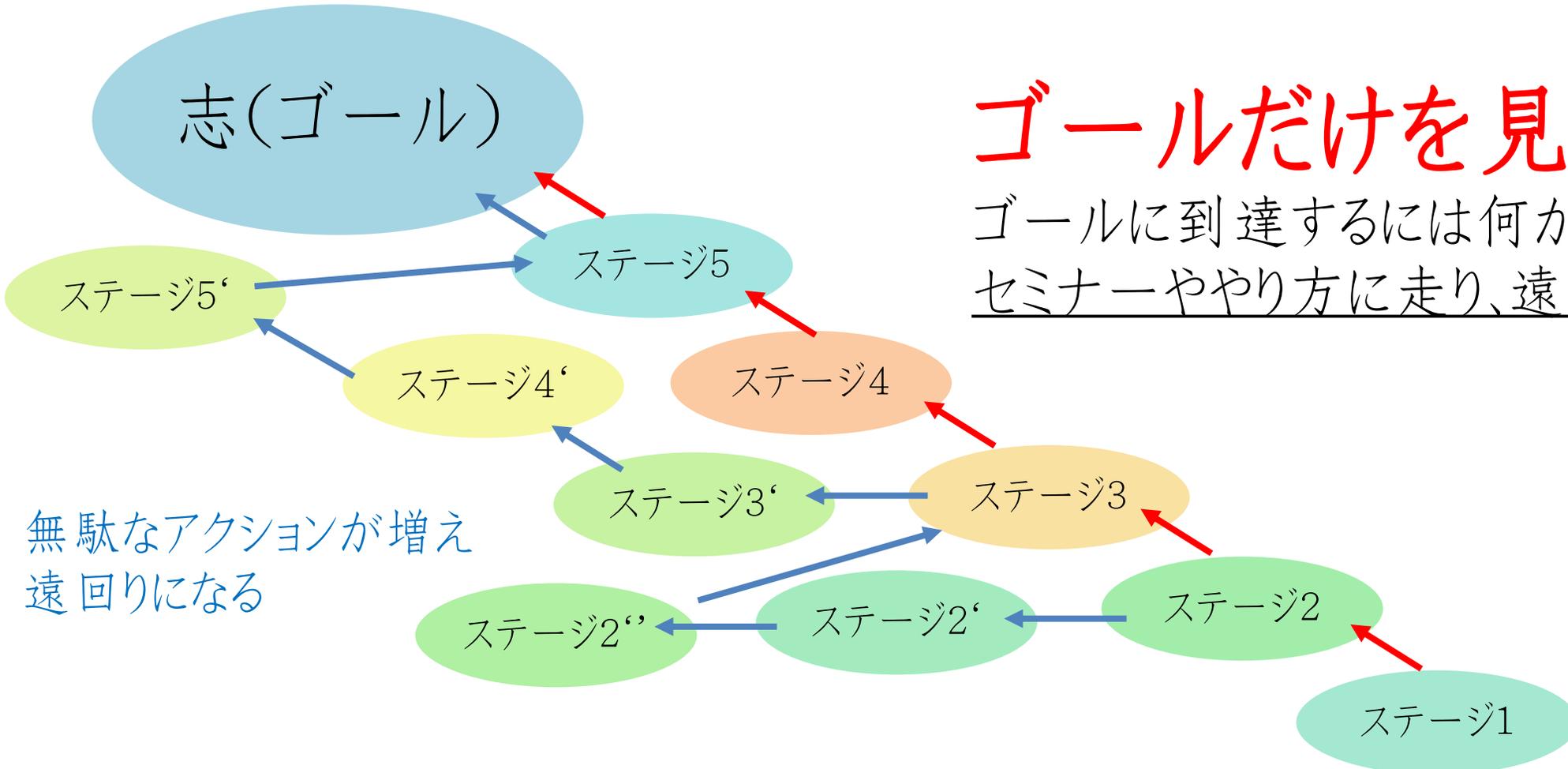
無駄なアクションが増え
遠回りになる

ステージ2''

ステージ2'

ステージ2

ステージ1



まず決めるべきはゴール

■ 終わりを思い描くところからがスタート

志(ゴール)

使命、志は何か。

そのためには何が必要か。

ステージ2

ステージ1

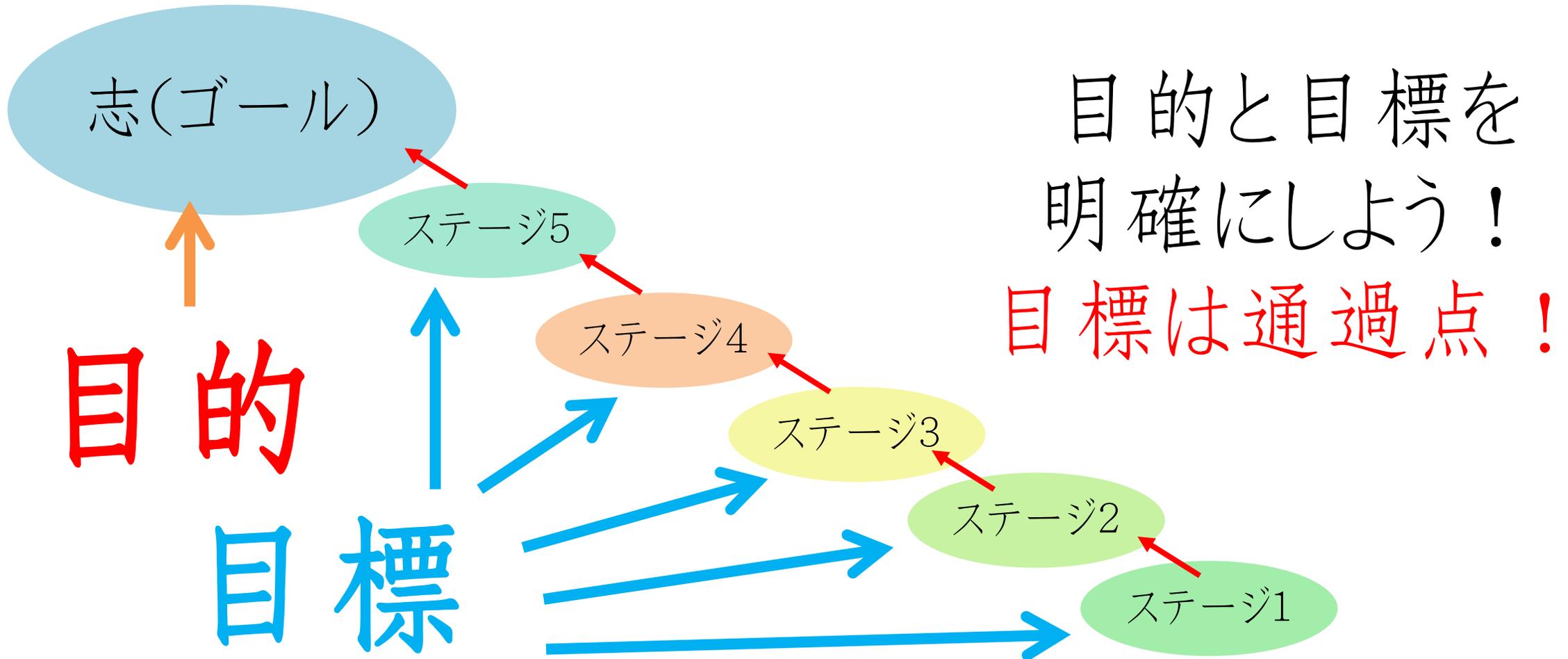
ステージ4

ステージ3

ステージ2

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？

◆その6

継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



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



ずっと齧齧(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】

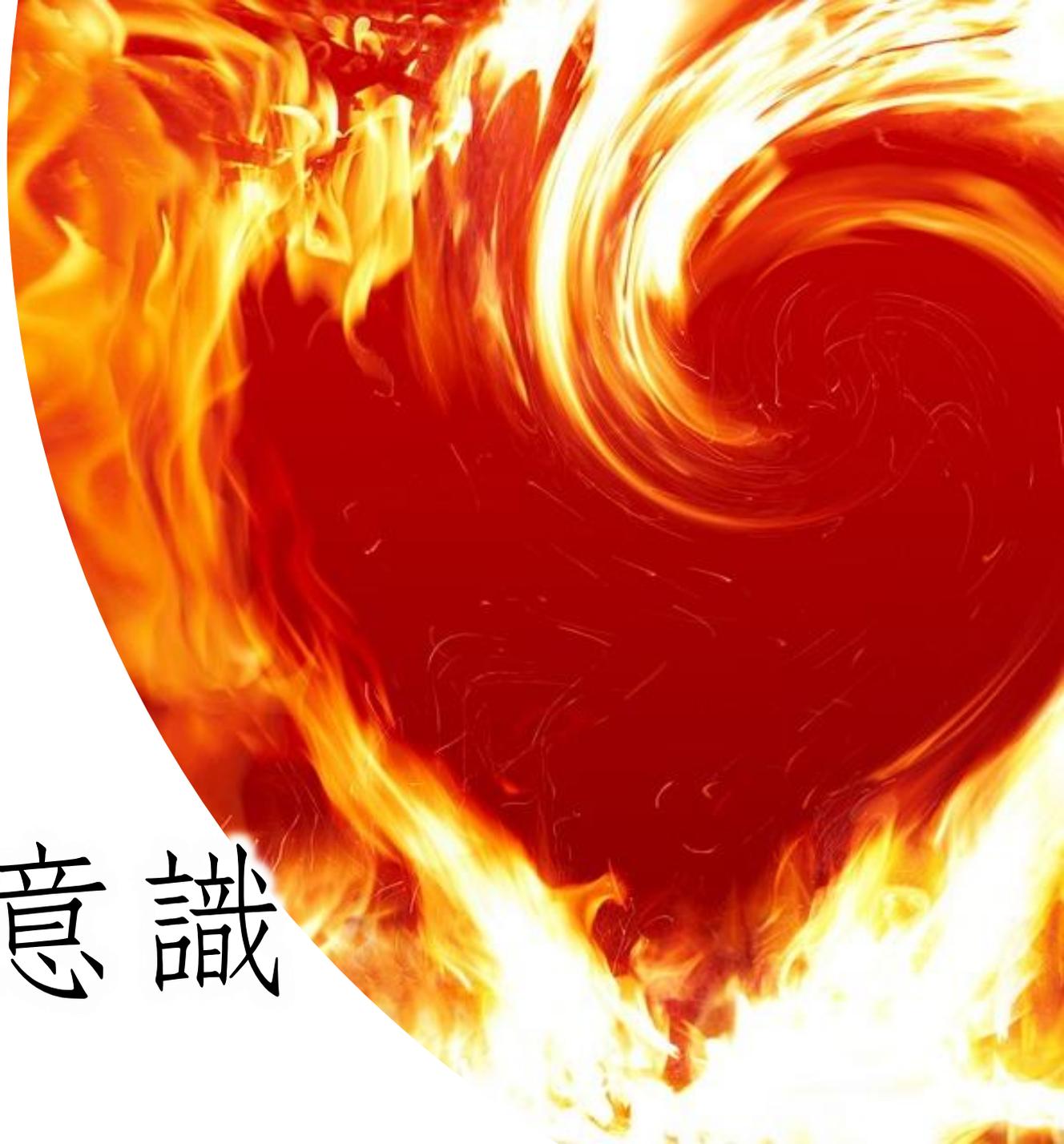


自分に出来そうな & やりたい
フォローってどんな感じ？

◆その7

リスト取りの

仕掛けの量・意識



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、SNS、
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】



メルマガかLINE公式。
何月までに何人増やす？
どうやって？（戦略）



◆その8

LIVE配信での
コミュニケーション、信頼構築

新規と売上が加速します！

シン・ステップマーケティング

ライバルの数やノウハウ発信数が増えた今の時代、

コンテンツだけではなく

人として面白く、信頼されるかが

最重要課題になっています！

新規と売上が加速します！

シン・ステップマーケティング

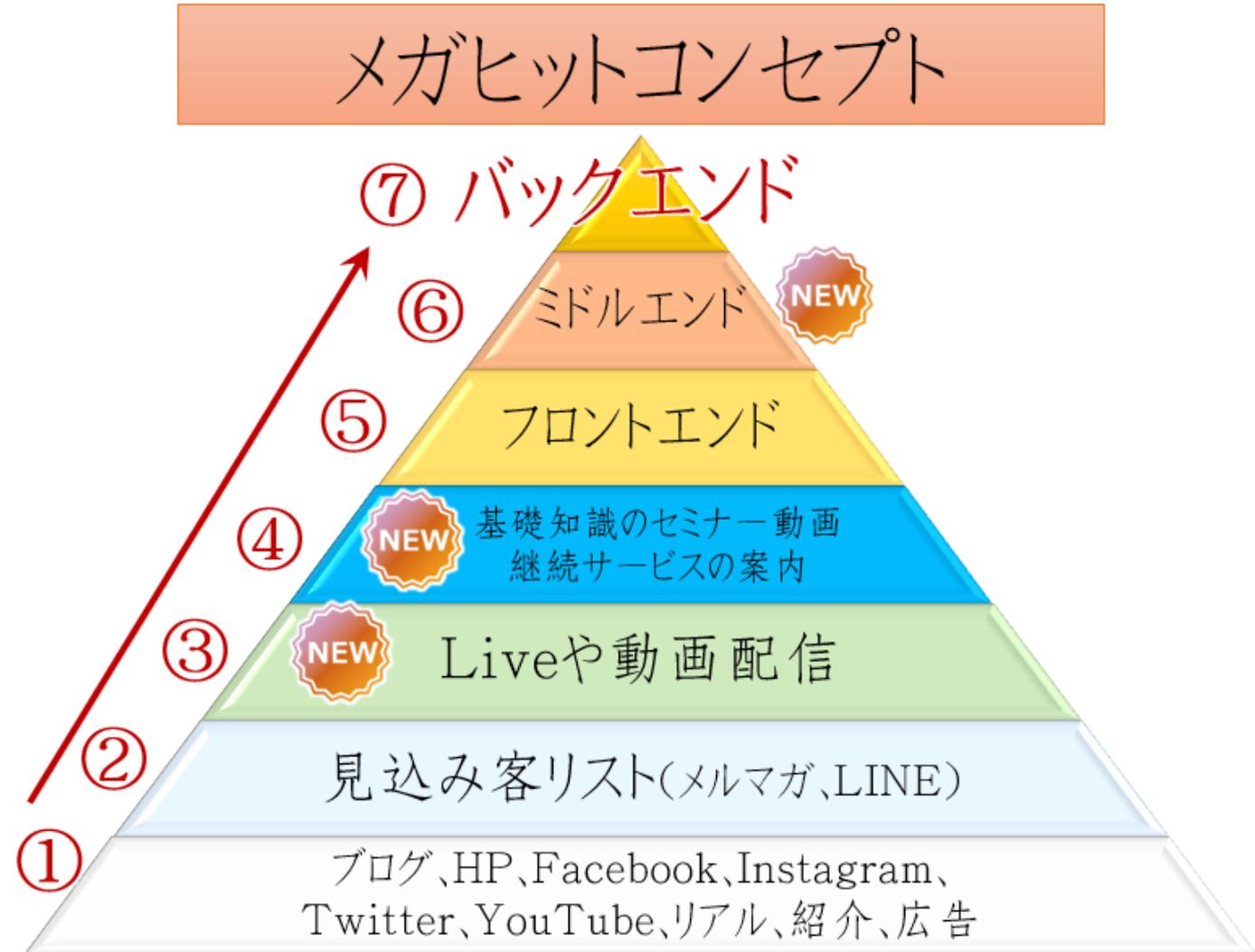
つまり…

信頼の数を増やす

= 接触頻度を増やす

⑧ LIVEでのコミュニケーション、信頼構築

新ステップマーケで
お伝えしていますが
「見える場」での
信頼構築が重要！





◆その9

フロントもバックエンドも

期間・人数限定で集める

⑨ フロントもバックエンドも期間・人数限定で集める

【超鉄則】



人は“限定”されると

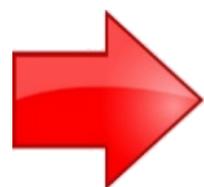
決断しやすくなる

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・人数を限定してみるといい。

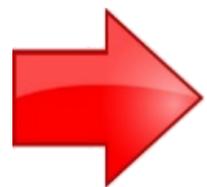
バックエンドの販売

■ 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。

◆その10

押すところ押さないと
いけません！



⑩ 押すところ押さないといけません！

セールス時、商品案内だけして
ぼ一つとしてませんか？



セールスしないことが美徳ではない
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徳！



【ワーク & シェア】



お客さん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BEST10

- 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 Liveでのコミュニケーションと信頼構築
- ⑨ フロントもバクエンも期間・人数限定で集める
- ⑩ 押すところ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。

【12月開催 毎回am10—12時】

~~4日—売上伸ばす部—ステージ3~~

~~11日—成功パターン発掘セミナー—~~

~~19日—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—~~

25日 量子力学的に年間計画作ろう会



【1月開催 毎回am10—12時】

9日 量子力学的に年間計画作ろう会

15日 細かく仕組み設計ワークショップ

22日 チャットGPTでランディングページセミナー

29日 潜在意識を使って不思議と上手くいく私になるWS

