





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
 - ④7月の目標やご褒美のシェア

【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



Summer
SEASON



今までで一番の売上げを作る!

売上伸ばす部 ^{ステージ} 3

A photograph of a man and a woman in a gym. The man is on the left, shirtless, wearing grey shorts, and is lifting a large dumbbell. The woman is on the right, wearing a white sports bra and white shorts, and is also lifting a dumbbell. The background is a bright, modern gym with large windows and various pieces of equipment.

筋トレはやるか？

売上伸ばす部の目的

7月に過去最高、
もしくは今年最高の
売上を作る！

売上伸ばす部の目的

【夏の相場】

公務員:約2ヶ月分

一般:1~2ヶ月分

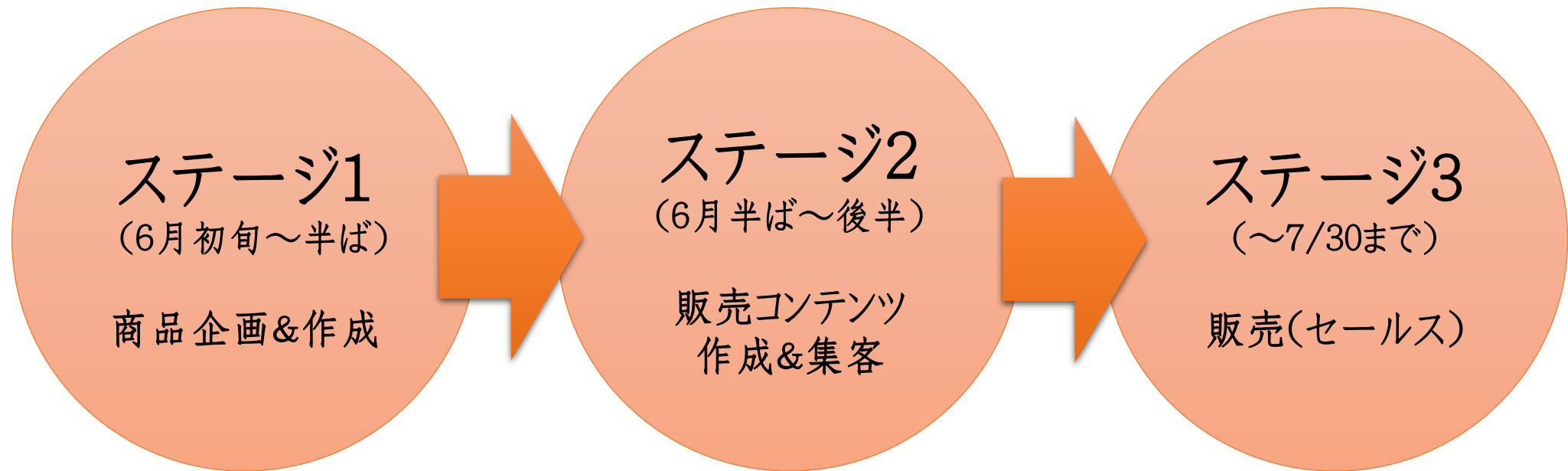
【夏のボーナス】

公務員:6月30日

一般:6月末~7月中旬

売上伸ばす部の流れ

こんな流れで進みます…



全て繋がるので出来るだけオンタイムで受講ください。

売上伸ばす部の流れ



ステージ2 「コンテンツ作成」は進んでいますか？

販売記事とは…

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、実績は？
- 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 **一言で伝えると「どんな変化があるのか」**

販売記事とは…

【重要ポイント】

誰がどうなるを

繰り返す！ 擦り込む！

→ 一言で伝えると「どんな変化があるのか」

販売記事とは…

【重要ポイント】

読んでほしいところは

【赤字太字】で強調！

販売記事とは…

【重要ポイント】

申込み以外の
リンクには飛ばさない

販売記事とは…

【重要ポイント】

共感するストーリーで
読者を引き込む

販売記事とは…

■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

ここが
ストーリー！

販売記事とは…

【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。

売上伸ばす部

さらに出来る人は…

- タイトルバナー
- お客様の声バナー
- 帯バナー
- BFバナー (ビフォアフター)

インパクトや
見栄えがアップ!

などにもチャレンジ!

< 囲み枠を使うところ >

- 箇条書きの部分
- お客様の声
- サービス詳細
- よくある質問

< ジョンソンボックス >

四角に囲まれた部分の

精読率は高まります。

キャッチコピーのあとに

入れるのもオススメ！

売上伸ばす部

ステージ3 (~7/30)

販売(セールス)

売上伸ばす部

の、前に大事なこと！

テーマ、数値目標は
覚えていますか？

売上伸ばす部

このステージ3は

自身のエネルギーが

もろに売上に反映します！

売上伸ばす部

自信が無い、焦り、不安など

非言語の部分

が、文章や表情で伝わりやすい！

～気持ちは軽やかに！ワクワクドキドキ感を意識してください！～

A photograph of a man and a woman in a gym. The man is on the left, shirtless and wearing grey shorts, lifting a dumbbell. The woman is on the right, wearing a white sports bra and shorts, also lifting a dumbbell. The background shows gym equipment and bright lighting.

ステータス

売上伸ばす部

ステージ3 (~7/30)

販売(セールス)

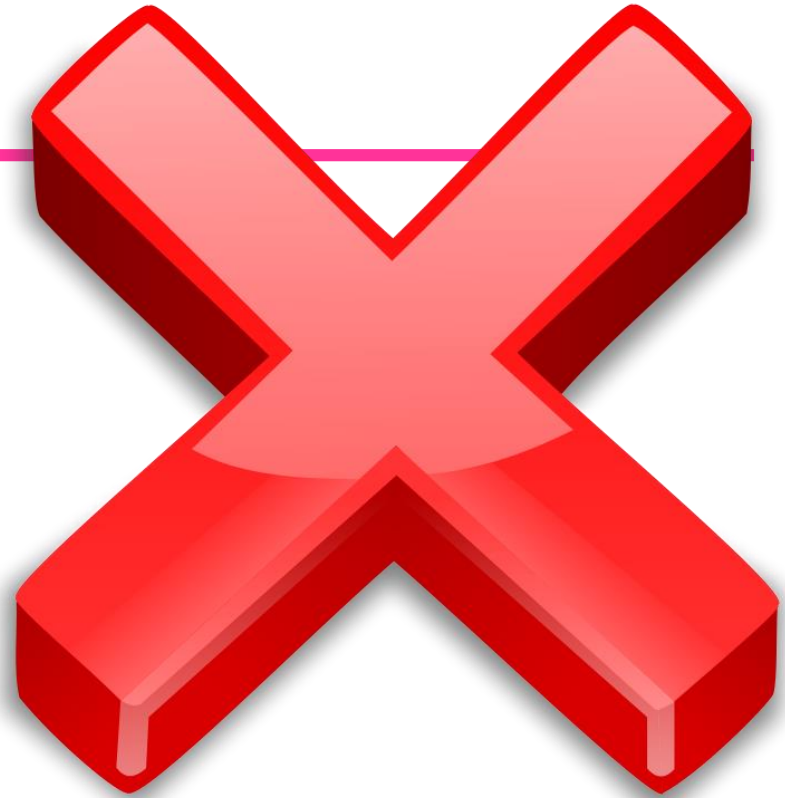
セールスって
どんなイメージ？
得意？好き？

セールスとは



売込み！

頑張っつて買わせる！



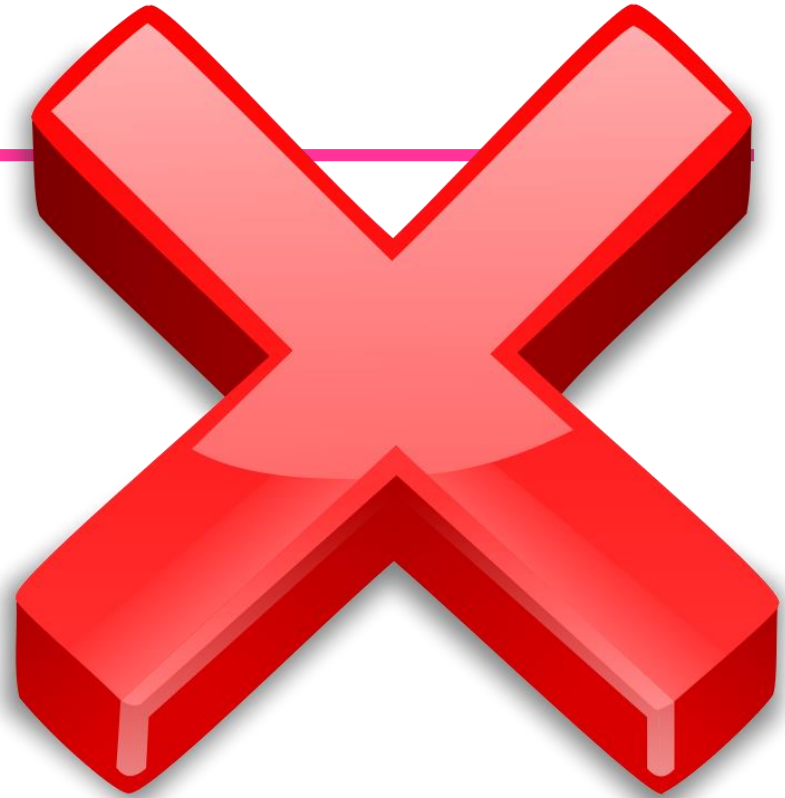
セールスとは

お客さんが欲しいと思うモノ

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



セールスとは

■ 大きく2パターン！

プレゼン or Web

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

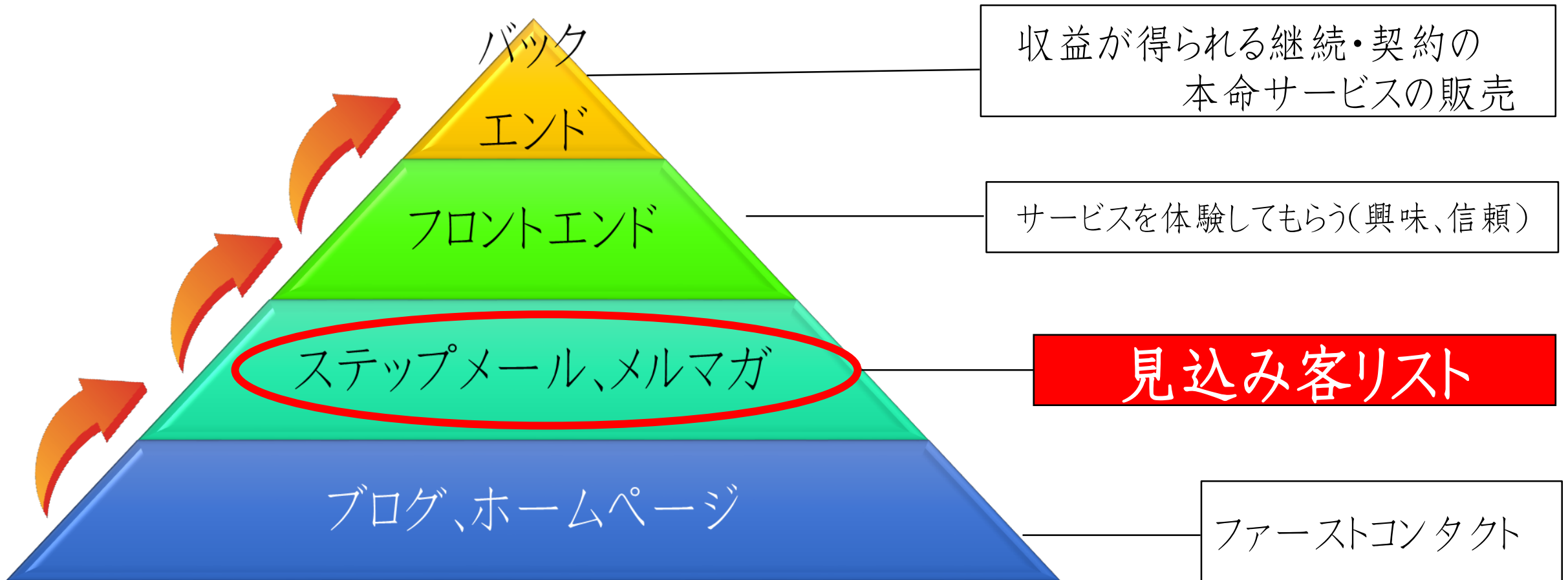
Webでセールス&集客

■ 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、インスタでも
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公式

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

【重要ポイント】

誰がどうなるを

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

■ 販売記事を書く場所

- ワードプレス、ホームページ
- ペライチ
- リザーブストック



Webでセールス&集客

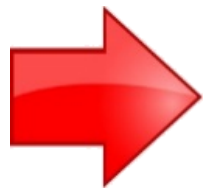
■ 3つの要素を抑えましょう

- 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

■ いま動いてもらうには？

【期間限定募集】が効果的



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

■ 募集の5つのフェーズ

- ✓ 予告期(1週間ほど)
- ✓ 募集開始日
- ✓ 募集中
- ✓ 締切り日
- ✓ 締切り後



Webでセールス&集客

✓ 予告期(1週間ほど)

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がスタート

(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

■ 予告する内容は？

- サービスの魅力や特典
- 一言で言うと、どうなれる
- 同業者との違い、自分のウリ
- お客様の声(変化や成果)



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～水で吉日
- 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。

過去の受講者
問合せがあった方など
(コミュニケーションが目的)

■ 予告期のポイント

→ いつから募集なのか、募集状況もアピール

【明日募集開始】(誰がどうなった)

【募集開始】 ○○継続コース

【本日×切】 (受けるとどうなる)

お客様の声
お客様の成果

気持ちは軽やかに！ワクワクどきどき感を意識

11日から17日まで受付の場合…

興味関心を
高めておくこと！
LPのコピペNG。

	水	木	金	土
3	友引	4 先負 一粒万倍日 巨の目	5 仏滅 一粒万倍日	6 赤口
7	先勝	8 友引 一粒万倍日	9	10 仏滅
14	友引	15 先負	16 仏滅 巨の目	17 大安 大安 一粒万倍日
21	先負	22 仏滅	23 大安 大安	24 赤口
28	29 仏滅 巨の目	30 大安 大安 天敵日 一粒万倍日	31 先勝	

※○がある日が発信日の目安

【予告期】

1週間ほど前から2~3回は案内。

【募集開始日】

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。

11日から17日まで受付の場合…

有料級の
濃い発信を
心がける時期

	火	水	木	金	土
		3 友引	4 先負 一粒万倍日 巨の目	5 仏滅 一粒万倍日	6 赤口
7 先勝		先負	11 大安 大安	12 赤口	13 先勝 寅の日
14 友引	15 先負	16 仏滅 巨の目	17 大安 大安 一粒万倍日	18 赤口	20 友引 一粒万倍日
21 先負	22 仏滅	23 大安 大安	24 赤口	25 先勝 寅の日	27 先負
28 仏滅 巨の目	29 大安 大安 天徳日 一粒万倍日	30 赤口	31 先勝		

※○がある日が発信日の目安

【募集中】

読者からするとセールスがウザいので
開封率ダウン&登録解除が多い

対策として…

お客様の声+濃いノウハウ
マイストーリーなどの連載記事
を配信するといいです。

読者を飽きさせないことや
解除したらもったいないと思わせつつ
商品の効果・魅力を伝えていく時期！

11日から17日まで受付の場合…

日	月	火	水	木	金	土
	1 赤口 寅の日	2 先勝	3 友引	4 先負 一粒万倍日 巳の日	5 仏滅 一粒万倍日	6 赤口
7 先勝	8 友引 一粒万倍日	9 先負	10 仏滅	11 大安 大安	12 赤口	13 先勝 寅の日
14 友引	15 先負	16 仏滅 巳の日	17 大安 大安 一粒万倍日	18 赤口	19 先勝	20 友引 一粒万倍日
21 先負	22 仏滅	23 大安 大安	24 赤口	25	26 友引	27 先負
28 仏滅 巳の日	29 大安 大安 天徳日 一粒万倍日	30 赤口				

最終日は
昼・夜の
2回発信

※○がめる日が発信日の目安

【締切り日】

一番申し込みが多い日。
なか日はこの日のための準備期なので
反応が無いのが普通！焦らないコト！
締切日は昼夜2回案内が鉄則。

【締切り後】

締切り後も申し込みがあるので
サービスの募集が終わった旨や、
申し込んでくれた方とのやりとりなどを
発信の中で匂わせることで遅れて
申し込みがある！

Webでセールス&集客

【最後まで諦めないで！】

Webでの販売は

募集開始日と最終日

が一番売れます！



【ワーク】

予告・案内時の
発信内容を10個考えてみよう！



例)

- ① どんな人向けか、どうなれるのか
- ② どんなプログラムなのか
- ③ 商品への想いや熱意
- ④ ○○○さんのお声



プレゼンで セールス&集客編



プレゼンでセールス&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 期間や価格の見せ方

プレゼンでセールス&集客

■ 3つの要素を抑えましょう

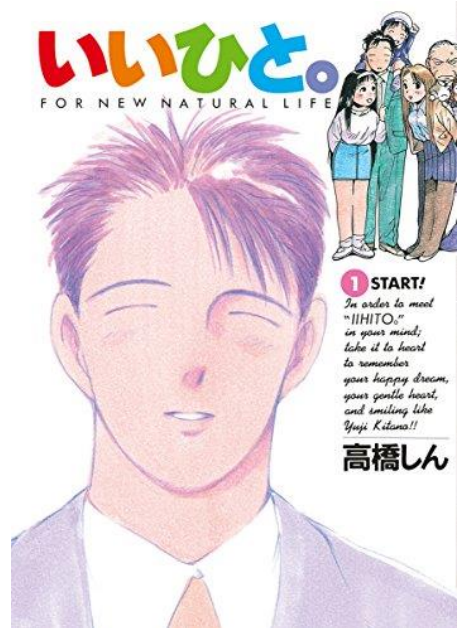
- ① 体験サービスの提供内容
- ② クロージングまでの流れ
- ③ 期間や価格の見せ方

プレゼンでセールス&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！

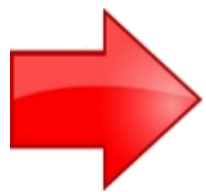


■ 体験サービスの提供内容

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

満足させ過ぎず、気づかせよ！



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

セールスマンの言うことを
簡単に信じますか？



【内容】を語るのではなく

【結果】を教えるのが一番効果的



【内容】とは

こういうことを学べる。こういういことが身につく。



つまり、【説明】です。

【結果】とは

実生活での変化。現実的な数値変化など。



つまり【成る未来】です。

【説明】



売れない人のパターン

＝ 売り込まれていると感じる

【成る未来】



売れる人のパターン

＝ 自分もそうになれるかもと感じる。

Q、売り込まずに売るには？

A、「成る未来」を語り
すでに「成った人」を見せる。

+ 迷っていたら背中を押してあげる。

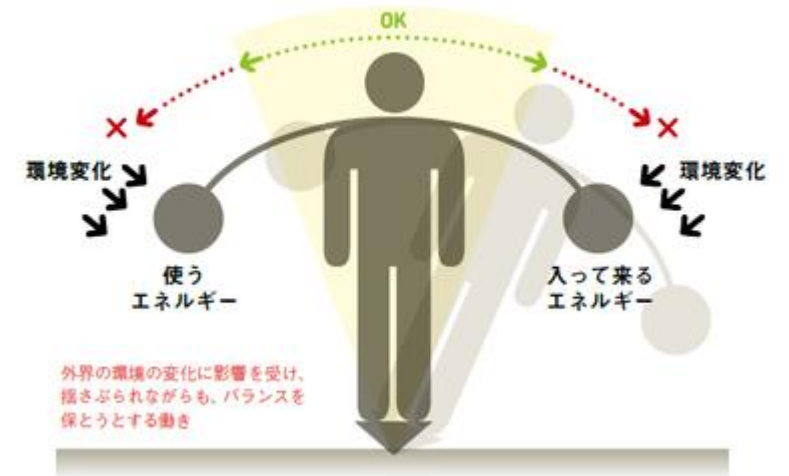


プレゼンでセールス&集客

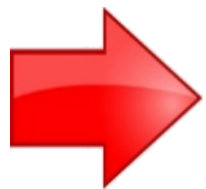
■ 体験サービスの提供内容

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！

プレゼンでセールス&集客

■ 3つの要素を抑えましょう

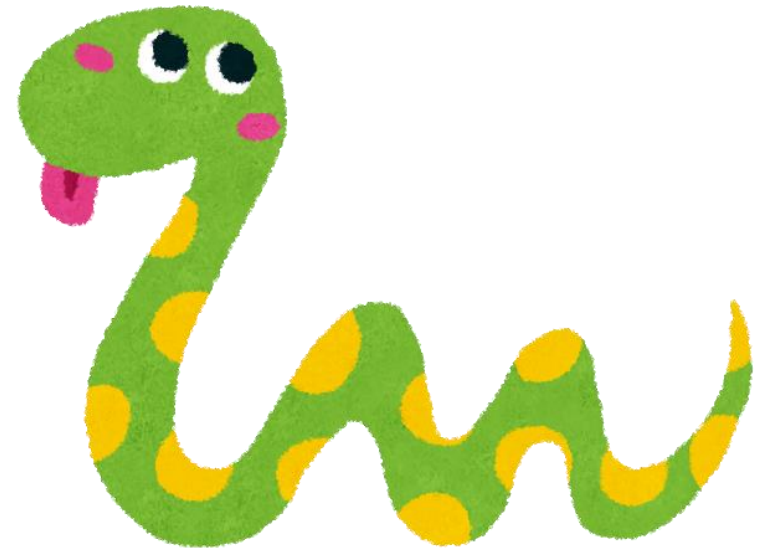
- ① 体験サービスの提供内容
- ② クロージングまでの流れ
- ③ 期間や価格の見せ方

プレゼンでセールス&集客

■ 質問です。

クロージングはいつから
始まっている？

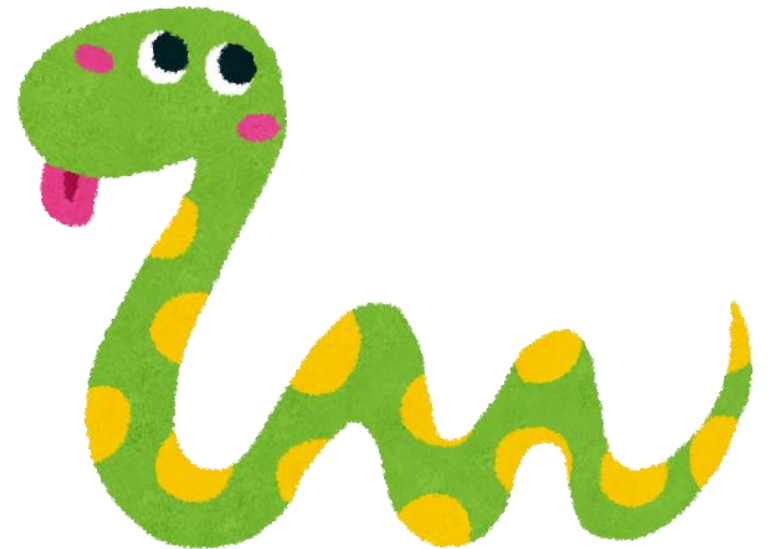
実は会う前から始まっています！

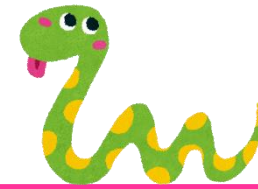


■ セールスはヘビの尻尾

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

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

- 1、大前提として売り込まない
- 2、悩みを引きだす
- 3、願望を引きだす

お悩み解決タイム

- 4、受けた人はどうなった

提案タイム

- 5、あなたがどうなるを言う
- 6、私はあなたをどうしてあげたい
- 7、限定条件を提示する

すぐに解決しない！
まずはジックリ話を聞く！
必ず重要ポイントをメモ！
カルテを作っていく。



このボリュームは様々ですが…

課題7～9割

解決1～3割

次ページで
ポイント解説

- 1、大前提として売り込まない
- 2、悩みを引き出す
- 3、願望を引き出す

お悩み解決タイム

- 4、受けた人はどうなった

提案タイム

- 5、あなたがどうなるを言う
- 6、私はあなたをどうしてあげたい
- 7、限定条件を提示する

【提案時のポイント】

①ここまで感じてることを聞く

「〇〇さん、ここまで話してみても今、どんなことを感じていますか？」

「いまの状況を変えるには何が必要か確認してみましょう。」

→ 「次はどうしたらいいんですか？
一人じゃ大変そう…」を引き出す

- 1、大前提として売り込まない
- 2、悩みを引き出す
- 3、願望を引き出す

お悩み解決タイム

- 4、受けた人はどうなった

提案タイム

- 5、あなたがどうなるを言う
- 6、私はあなたをどうしてあげたい
- 7、限定条件を提示する

【提案時のポイント】

②提案していいか確認する

「〇〇さんに必要なサービスがあるんですが、聞いてみますか？」

「〇〇さんの問題を全て解決し、なりたいた言われてた状態にするサービスがありますが気になりますか？」

- 1、大前提として売り込まない
- 2、悩みを引きだす
- 3、願望を引きだす

お悩み解決タイム

- 4、受けた人はどうなった

提案タイム

- 5、あなたがどうなるを言う
- 6、私はあなたをどうしてあげたい
- 7、限定条件を提示する

【提案時のポイント】

③相手に合わせて話す

「〇〇さんの場合は特にこのワークが良くて、受けるようになります」

「△△が苦手な〇〇さんでも、この××ならきっと出来るし、変われますよ！」

- 1、大前提として売り込まない
- 2、悩みを引きだす
- 3、願望を引きだす

お悩み解決タイム

- 4、受けた人はどうなった

提案タイム

- 5、あなたがどうなるを言う
- 6、私はあなたをどうしてあげたい
- 7、限定条件を提示する

【提案時のポイント】

④ 自分の想いを伝える

「〇〇さんにはまだ伸びしろが沢山あるし、心から応援したいです！」

「〇〇さんが変わると、きっと△△な世界に変わりますよね！私も一緒にその世界をみたいです！」

セールスとは

プロポーズだ！

熱いエネルギー

を伝えよ！

プレゼンでセールス&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・人数や価格の見せ方

プレゼンでセールス&集客

■ 期間や人数を限定してあげる

3日～5日以内に決めると
安くなるor特典があるなど！

プレゼンでセールス&集客

■ 期間や人数を限定してあげる

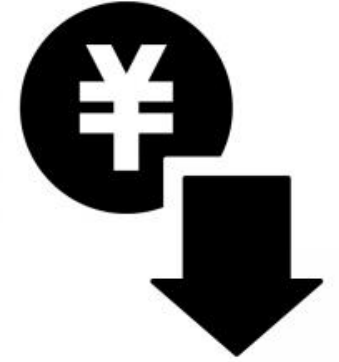
【限定】

されると

人は背中を押され、決断しやすい！



プレゼンでセールス&集客



■ 価格でお得感と決意を促す！

1〜2段階落とすことが大事！

「欲しいけど高い、こりゃ無理だ…」

→ 「お、これなら頑張れば出せるかな…」

→ 「マジか！これならイケる！即決や！！」

プレゼンでセールス&集客

■ 価格でお得感と決意を促す！



「欲しいけど高い、
こりゃ無理だ…」

「お、これなら
頑張れば出せるかな…」

「マジか！これならイケる！
即決でしょ！今でしょ！」

契約に繋がるセッションの流れ

■ 断られるというのは…

- 魅力、価値が伝わっていない
- 自分のエネルギーセルフイメージ(SI)が低い
- 相手にとってタイミングではない

契約に繋がるセッションの流れ

■ やっちゃいけないこと

- 説明なしに資料やLPだけ送る
- 期間、人数の期限を設けない
- 無理に契約を獲る

セールスとは

■ 大きく2パターン！

プレゼン or Web

➡ 得意な方でやりましょう！

売上伸ばす部

原則!!

売りたい時ほど…

「目の前の人を大事に」

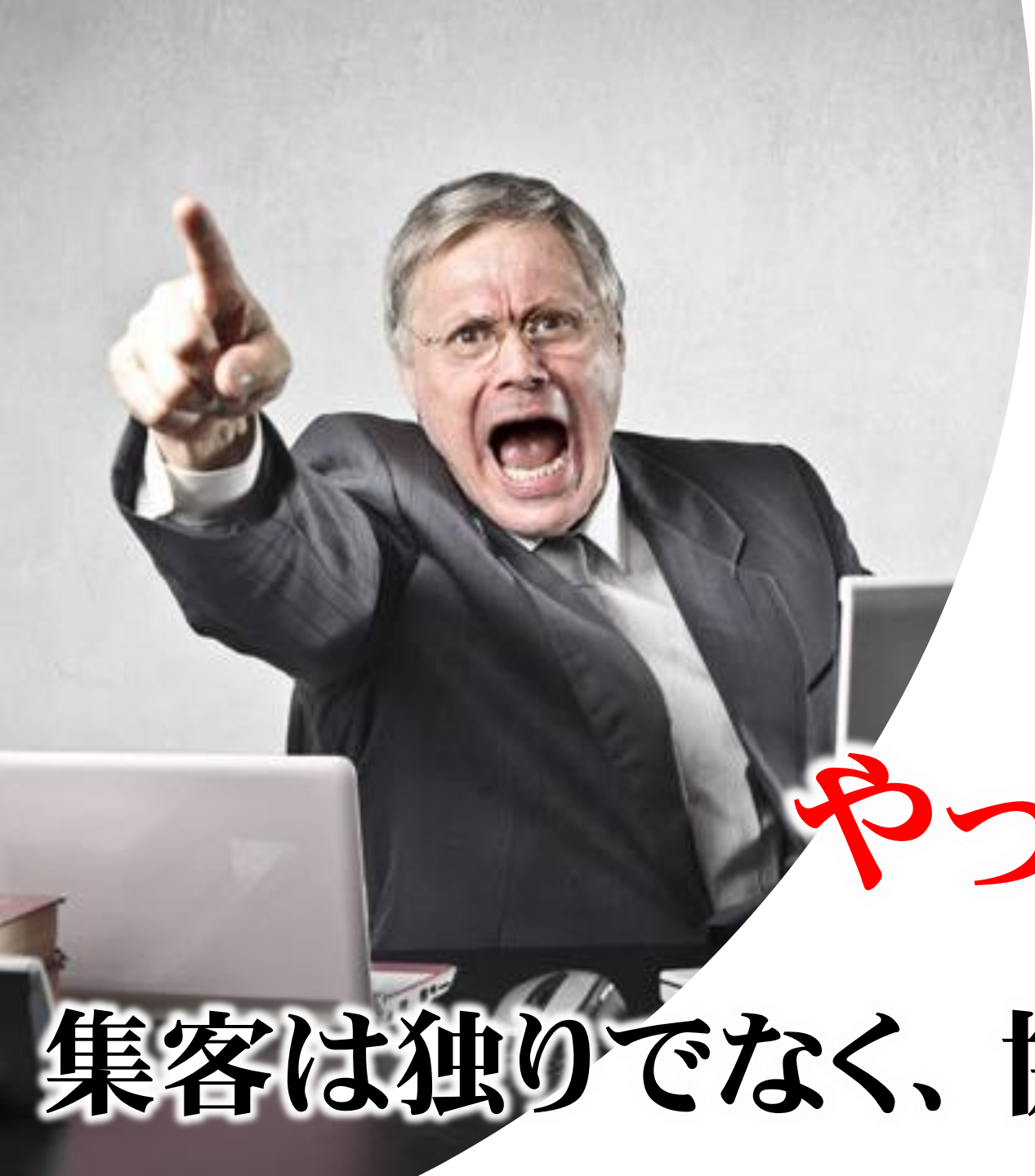
つい「新規！新規！」と行きがちですが、まずは足元を見ましょう。身近な人を大事にすることで、リピートや紹介など良い流れが生まれます。

売上伸ばす部

集客・販売期こそ濃い発信を！

売りたい時ほど「売込み」ではなく
「感謝or共感記事」を書きましょう。

濃いノウハウや連載記事、
自分の思い、過去の失敗と成功談など



【重要】

**可能な範囲で
シェア・紹介を
やっていきましょう**

集客は独りでなく、協力してやる意識を！



皆さんの成果報告を
心待ちにしております！



質疑応答タイム



【7月開催 毎回am10—12時】

7/1 売り上げ伸ばす部'夏 ステージ3

7/8 スマホでリール動画の作り方セミナー

7/16(火) なんでも相談できちゃうグループコンサル

7/22 おやすみ

7/29 夏休み特別企画 子供起業セミナー(無料)

