

第五回
バックエンド作成
& セールス

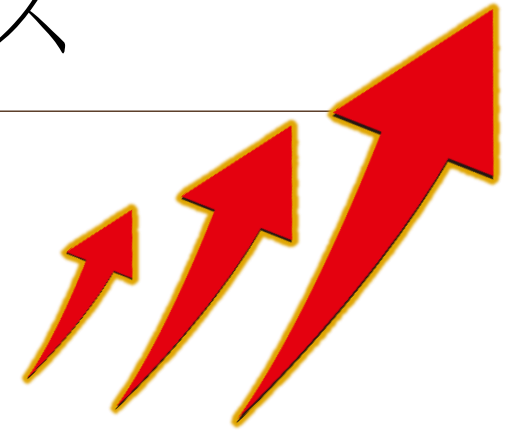


好き&得意で突き抜ける!

スーパー
ステージアップ
起業塾





第五回 バックエンド作成 & セールス





- ☑ シェア & 前回のおさらい
- ☑ 大きな収益を生むバックエンド作成
- ☑ セールス苦手を克服！お金のマインドセット
- ☑ いつの間にか売れちゃう！へビのカラダセールス

まずは皆さんの報告から



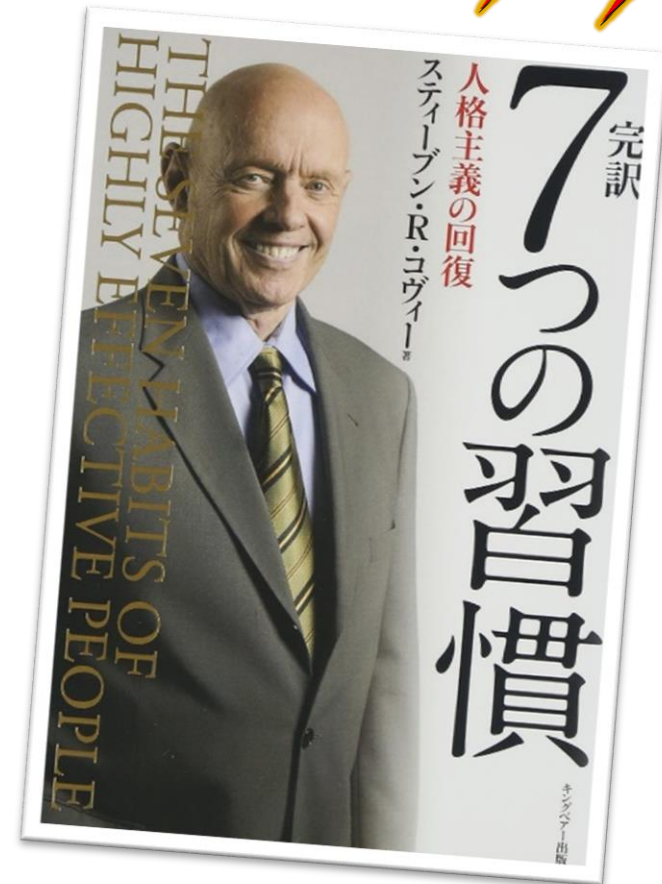
この二週間、何か動きがあった方はご報告下さい。
また質疑等も可能です



第四回 七つの習慣勉強会



- ☑ シェア & 前回のおさらい
- ☑ 七つの習慣の前に…
- ☑ 七つの習慣 ～私的成功～
- ☑ 七つの習慣 ～公的成功～



◆ 7つの習慣

- 第1の習慣 主体性を発揮する
- 第2の習慣 目的を持って始める
- 第3の習慣 重要事項を優先する
- 第4の習慣 Win-Winを考える
- 第5の習慣 理解してから理解される
- 第6の習慣 相乗効果を発揮する
- 第7の習慣 刃を研ぐ



起業の基礎

■ インサイド・アウト

自分(内側)から周囲(外側)に影響を及ぼす。
他人や環境を変えるには自分が変わるという考え方。

信頼されたいなら信頼される人になる
愛されたいなら愛される自分になる

起業の基礎

■ インサイド・アウト

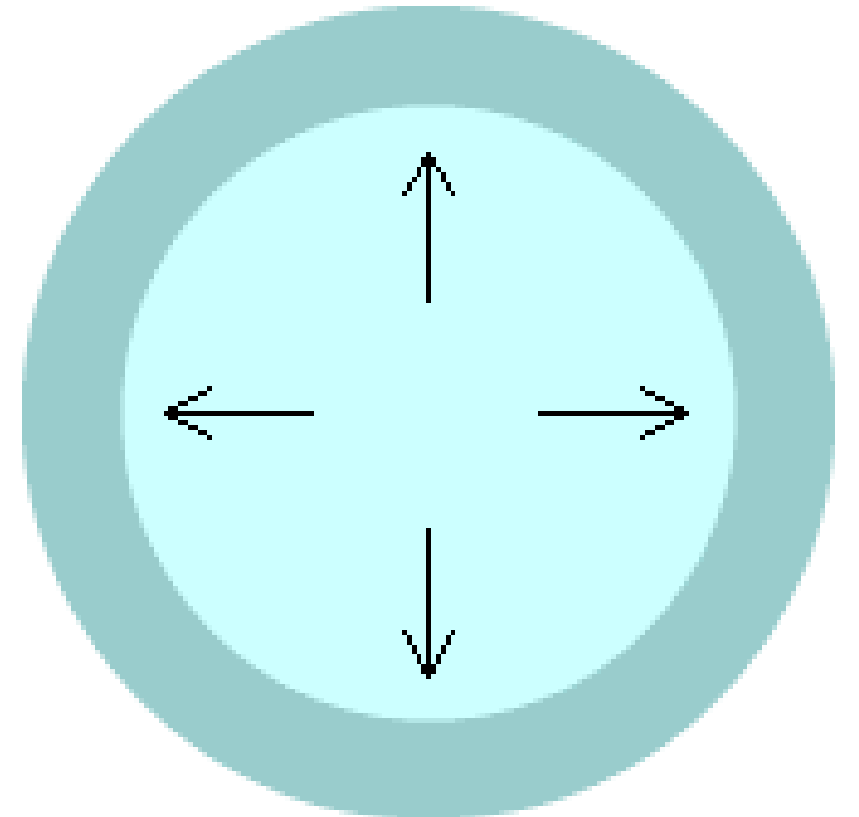
全ての問題は自分の中にあり、
自分が変わらなければ周囲も変わらない
という考え方

起業の基礎

■ 第1の習慣 主体性を発揮する

影響の輪＝信頼の輪

主体性を発揮し
誰からも信頼され
必要とされる人になろう。



影響の輪が広がる

起業の基礎

■ 第2の習慣 目的を持って始める

◆ ミッション・ステートメントとは…

人それぞれの生活、
行動における憲法のようなもの。
形式や内容、分量は人それぞれ。
こうでなければいけない、というものは全くありません。

個人であれば
「使命・志」

企業であれば
「理念・ credo」

※ただし、義務でなく心からワクワクできて楽しむことであるべき

起業の基礎

■ 第3の習慣 重要事項を優先する

◆ 成功者の共通点

成功者達の共通点は、成功していない人達の嫌がることを実行に移す習慣を身に着けていることである。

必ずしも好きでやっているわけではないが自らの嫌だという感情をその目的意識の強さに服従させているのだ。



まず決めるべきはゴール

■ 時間の考え方 = 志から見て行動を決める

	緊急	緊急でない
重要	【第一領域】 緊急かつ重要	【第二領域】 緊急でないが重要
重要でない	【第三領域】 緊急だが重要でない	【第四領域】 緊急でも重要でもない

志、使命から考えて
重要か緊急かを考える
第二領域がカギとなる！

【バランスが大事】

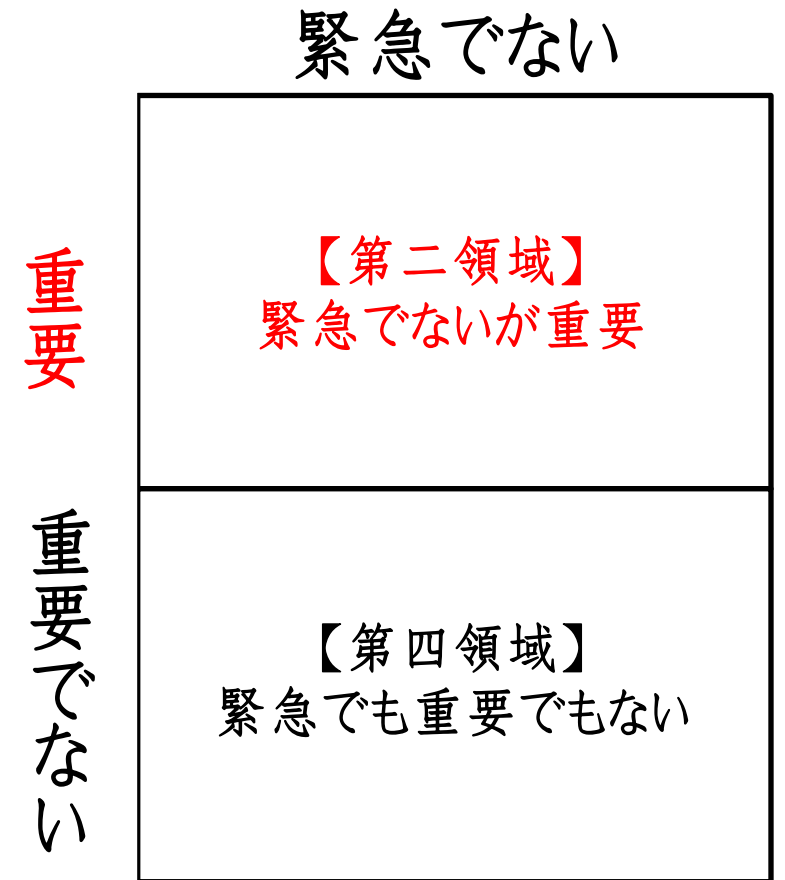
どこかをゼロにする必要はないが、3や4が多いと志を果たすまで時間がかかる。

まず決めるべきはゴール

■ 緊急度ではなく重要度を優先する

第2領域は第1、第3領域のように向こうから働きかけてはくれず、自分で管理しなければならない難しさがあります。

でも第2領域が未来を創ります！



起業の基礎

■ 第4の習慣 Win—Winを考える

◆ コビー博士

私たちは勝つか負けるかで物事を考えがちだ。



しかし公的**成功**とは他者を負かして手に入れるものではなく
関わったすべての人が喜ぶ結果を手に入れることである。

起業の基礎

■ Win-Winを考える

「勝者がいれば必ず敗者がいる」
と考えるのは間違い。

自分のやり方、相手のやり方だけでなくもっと
良い方法を模索する。

お互いに良いのはどんな方法か。

Win-win

自分も相手も勝つ
両者が納得する
第3案を発見する

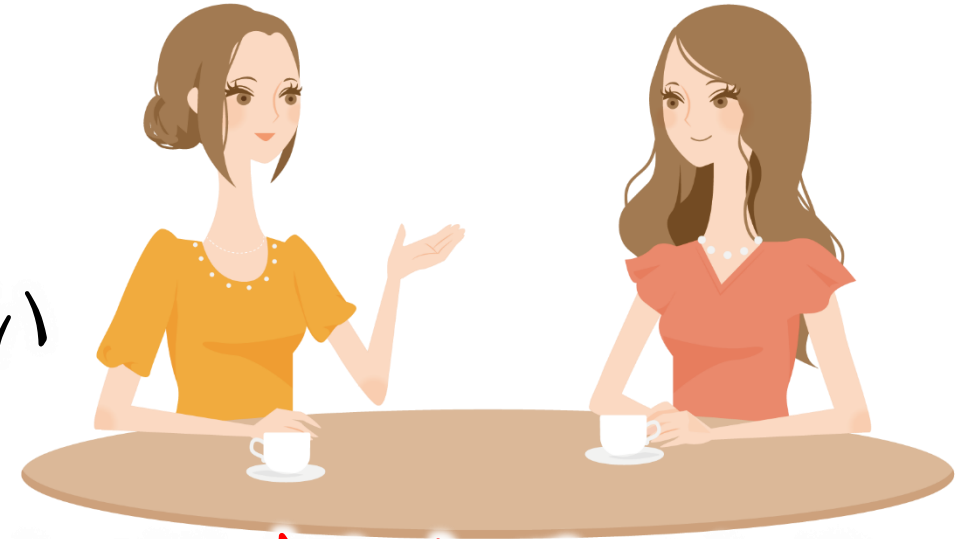
No Deal

取引しない
Win-Winを目指したが
双方が納得できない場合

起業の基礎

■ 第5の習慣 理解してから理解される

人は話すことに「快樂」を感じる
自分の「快樂」を優先してはいけない



大事なことは問題をきちんと理解することや
「どう感じているか」に耳を傾けること。

起業の基礎

Win-Winの関係をうむ

会話の段階

高い

④感情移入して聴く

相手の目線で聴く。相手が世界をどう見ているか感情移入によって理解する

③注意して聞く

関心をもって深く聞く。相手が問題と思っていることが何か理解しようと努める。

②選択的に聞く

自分が興味がある部分にのみ関心を持ち自分の目線で解釈・評価する

①聞くふりをする

ただ相槌をうつだけで話の内容には無関心。別のことを考えている。

①無視する

話しかけられても返事もしない。相手の存在を認めた振る舞いをしない。

低い

起業の基礎

■ 第6の習慣 相乗効果(シナジー)を発揮する

◆ コビー博士

違いを尊重することがシナジーの本質である。



本当の意味で豊かに生きられる人は
自分のものの見方には限界があると認める謙虚さをもち
違いを尊重することによって得られる豊かな資源を大切にする。

起業の基礎

相乗効果:AとBの意見から大きな成果が生まれる

第三の案

A

B

創造的でお互いに
大きなメリットを
もたらす成果

起業の基礎

■ 第7の習慣 刃を研ぐ

◆ コビー博士

一日のうちわずか一時間を、
自分を内側から磨くことに使うだけで
私的 success という大きな結果を生み、人間関係も良くなる。



長期的に肉体、精神、知性を日々鍛え、強くし
人生の難局に立ち向かい乗り越えられるようになるのだ。

起業の基礎

■ 自分自身を磨く(刃を研ぐ)活動例

肉体を磨く

食事・運動によって身体をメンテナンス

- ・定期的な運動の時間
- ・規則正しく食事をし、十分睡眠をとる

→ 第一の習慣 主体的である

精神を磨く

心を静めて自らの価値観を深く見つめる

- ・瞑想、ヨガなどで自分と向き合う
- ・文学や音楽鑑賞、自然でリフレッシュ

→ 第二の習慣 終わりから考える

社会・情緒を磨く

他人との関係を強化し心の平安を保つ

- ・意見が異なっても納得できるまで話し合う
- ・相手の立場を尊重して話を聴く

→ 第四～第六の習慣

知性を磨く

知識を増やし、情報選択・収集力を身に着ける

- ・優れた書物を読むことで社会を知る
- ・ブログやSNSで経験や考えをアウトプットする

→ 第三の習慣 重要事項を優先する

◆ 7つの習慣

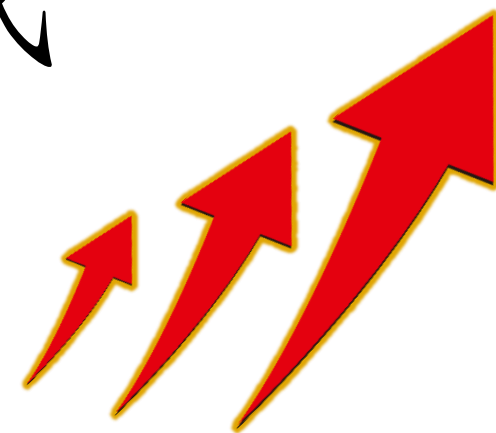
- 第1の習慣 主体性を発揮する
- 第2の習慣 目的を持って始める
- 第3の習慣 重要事項を優先する
- 第4の習慣 Win-Winを考える
- 第5の習慣 理解してから理解される
- 第6の習慣 相乗効果を発揮する
- 第7の習慣 刃を研ぐ





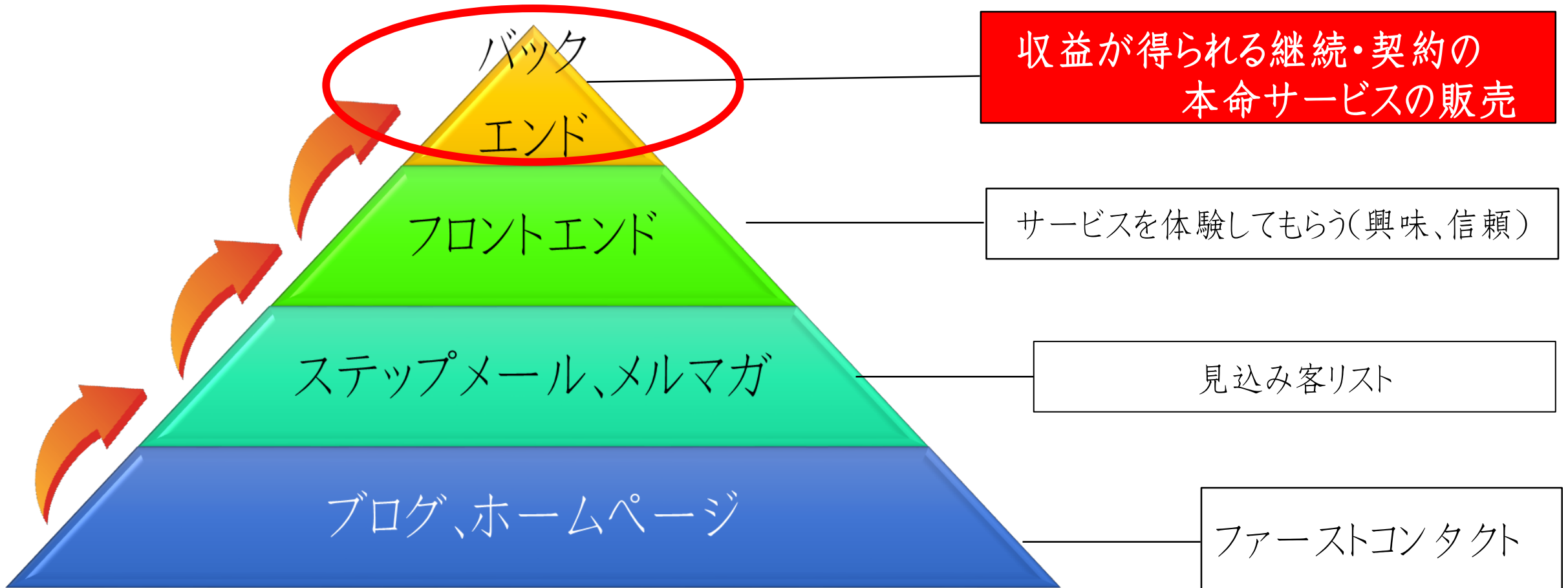
【ここからが今日の本編】

大きな収益を生む
バックエンド作成



バックエンド作成 & セールス

■ 集客の仕組みを理解する。



そもそも

バックエンドとは？

【ビジネス目線】

大きな収益が出る商品



高額サービス 又は 継続サービス

【顧客目線】

最も結果が出る商品



内容が魅力的であれば購入する

【最重要ポイント】

顧客に結果が出る
内容かを追及する。

【最重要ポイント】

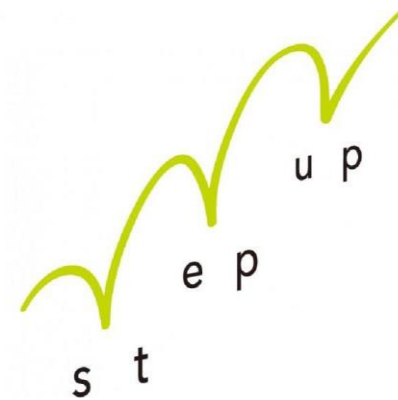
顧客に結果が出る内容かを追及する。



顧客に成果を出すために必要な知識や経験を積み続け、バックエンドの中身を進化させる。

いま出来ないことはどん欲に学ぶ。

◆バックエンド例



- 高額サービス

→ 継続個別サポート、講座・塾、合宿

- 継続サービス

→ 会員制サービス、システム、協会・教室

【バックエンド作成の順序】

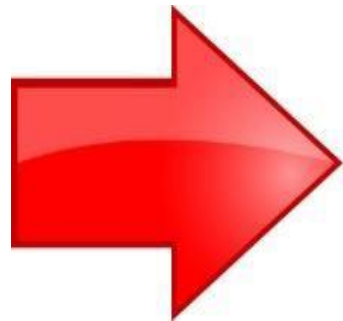
- ① ペルソナ・コンセプト設定 (ブランディングワーク2)
- ② 競合バックエンドリサーチ (ブランディングワーク4)
- ③ バックエンド企画 (ブランディングワーク5)
- ④ 内容精査・ブラッシュアップ (ブランディングワーク6)
- ⑤ 販売コンテンツ作成 (ブランディングワーク7)

①

ペルソナ &
コンセプト設定

① ペルソナ・コンセプト設定(ブランディングワーク2)

【誰をどうしたい】を
決めるところがスタート



その結果を出すには
何が必要かを考えていく

① ペルソナ・コンセプト設定(ブランディングワーク2)

ペルソナが

【夜も眠れず悩んでいること】

は、なにか。

②

ライバルの
バックエンドリサーチ

② 競合BEリサーチ(ブランディングワーク4)

その悩みを競合他社は

どんな内容で

サポートしているのか？

② 競合BEリサーチ(ブランディングワーク4)

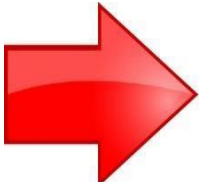
【リサーチポイント】

- キャッチコピー、商品名
- 価格 ・商品内容(期間、フォロー)
- 強み(真似したい点)
- 弱み(自分が勝てる点・克服する点)

② 競合BEリサーチ(ブランディングワーク4)

【リサーチの注意点】

- 同業5社、異業種5社ほど。
- 自分より上手くいっている人を調べる
- 弱み探しが特に大事！
- 同業者のお客までみれば本物か分かる

 理想の同業者をモデリング

【バックエンド作成の順序】

- ① ペルソナ・コンセプト設定 (ブランディングワーク2)
- ② 競合バックエンドリサーチ (ブランディングワーク4)
- ③ バックエンド企画 (ブランディングワーク5)
- ④ 内容精査・ブラッシュアップ (ブランディングワーク6)
- ⑤ 販売コンテンツ作成 (ブランディングワーク7)

③

バックエンド企画

(オファー作成)

③ BE企画(ブランディングワーク5)

【作成ポイント】

- 商品名、キャッチコピー
- セールスポイント、他にはない独自性
- 形態(講座?塾?個別?)
- こんなひとにお勧め(具体的な悩みの特定)
- 商品内容(期間、時間、フォロー、特典、価格)
- 受講後の状態

バックエンド作成 & セールス

今日は簡単なワークで考えていきましょう！

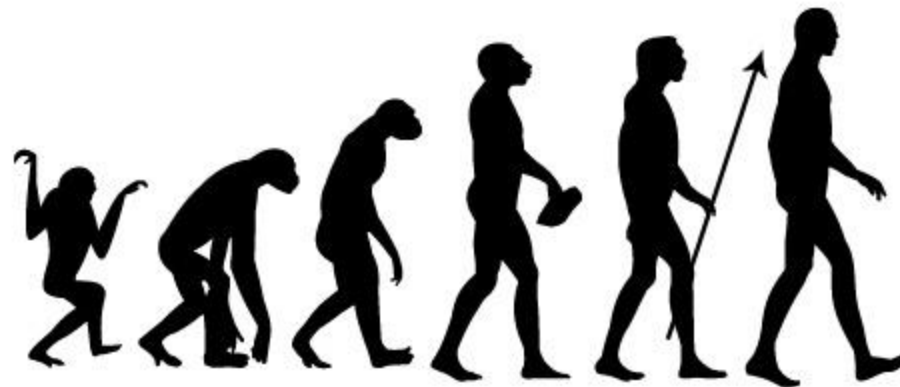
ステップ1 対象顧客（ペルソナorターゲット）

ステップ2 サービスを受けるとどうなる？

ステップ3 どんなサポートが必要？

ステップ4 特典、保証、金額は？

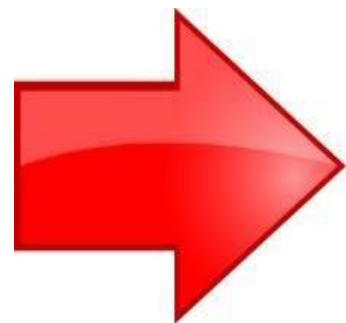
ステップ1&2 対象顧客 & ゴール設定



ステップ1&2 対象顧客 & ゴール設定

【誰をどうしたい】を

決めるところがスタート

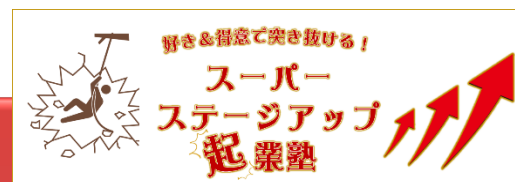


その結果を出すには
何が必要かを考えていく

ワーク 1

どんな人が対象？

夜も眠れず悩んでいることは？



【住福の場合】

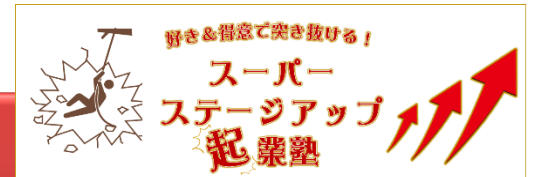
起業初期の個人事業主。趣味レベルから商売レベルになりたい。

月収10、30、50、100万円と伸ばしていきたい。

Webが苦手！マインドを強くしたい！（自信が無い、お金を受け取れない）

ワーク 2

あなたの
サービスを受けると
実生活がどう変わる？



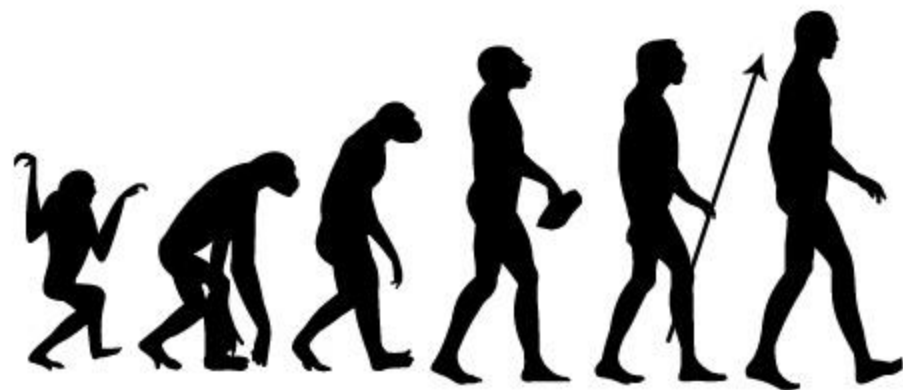
【住福の場合】

起業初期のモヤモヤ(動けない、自信が無い)が消え
安定して理想の集客・売上が出来る状態になる。

ステップ3

どんなサポートが必要？

何ができる？



ワーク 3

顧客の悩みを解決するために…

提供できるサービスと

必要な回数や期間を書き出す！

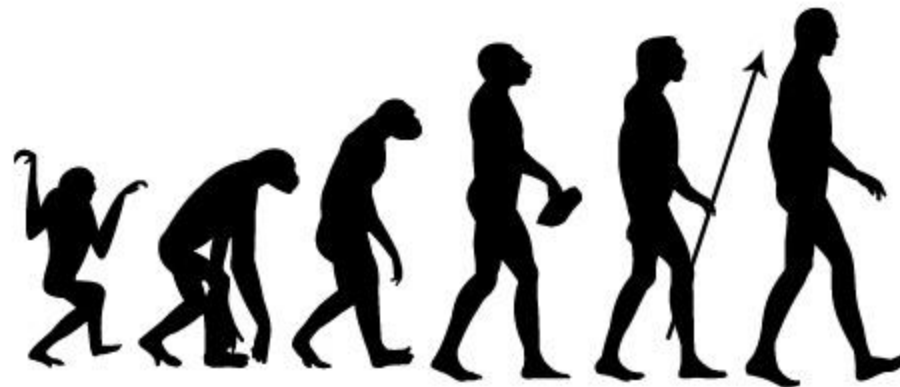
【住福の場合】

コンセプト作り、「行動できない」を無くす方法、自己肯定感の上げ方、
お金のマインドセット、ブログ集客、メルマガ集客、LINE、Instagram、
バックエンド作り、セールス手法 etc → 4か月8回講座＋個別



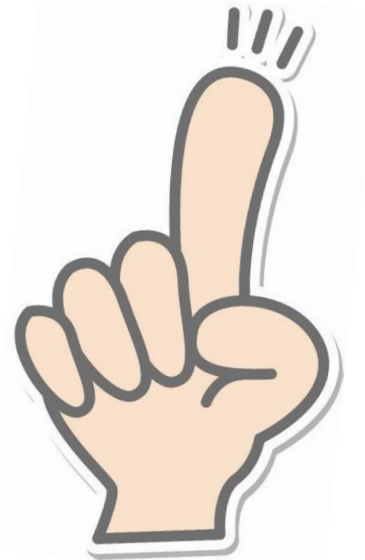
ステップ4

特典、保証、金額は？



【かなり大事なポイント】

- 特典で付加価値アップ
- 業務委託で強みを強化
- 保障や限定感なども吉

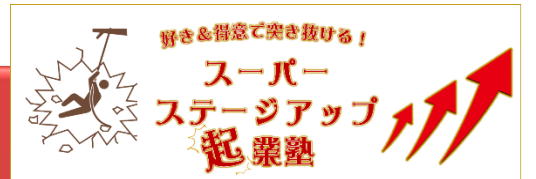


ワーク 4

どんな特典や保証が
つけられますか？

【住福の場合】

- オンラインサロン永久会員権（特典）
- 人気外部講師の特別セミナー（特典）
- 成果が出るまでサポート（保証）



ワーク 5

コースと価格を決める



【住福の場合】

はじめの一步コース(25万円) : 講座十月1回60分セッション

安心サポートコース(35万円) : 講座十月1回120分セッション

本気の覚悟コース(55万円) : 講座十月2回120分セッション+BC

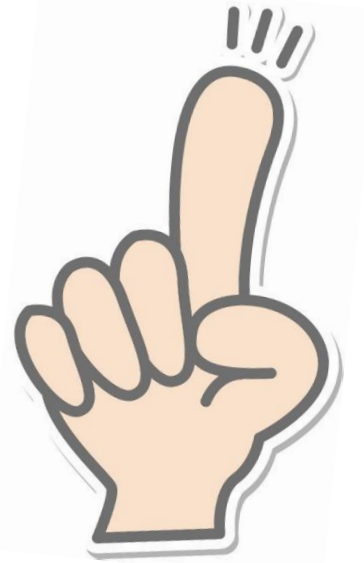
※オプション ブログカスタマイズ(BC) 別途5万円～ HP制作(WP) 別途10万円～

※各コースメールサポートは無制限

価格設定のポイント

- ① お客様が覚悟を決められる
- ② 安心して受け取れる(少し勇気出す位)
- ③ 自分が出し惜しまなくていい

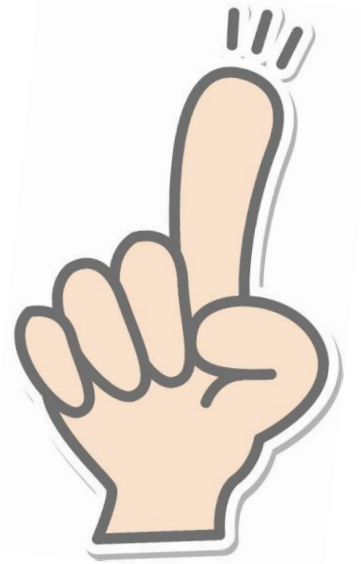
全て含めて



オファーといいいます。

オファーが魅力的でないと
売れないと心得ておきましょう！

「売れる！」の方程式

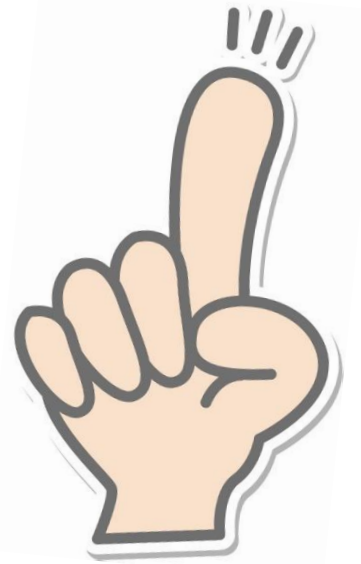


オファー × 認知度 × 信用度

たまたま「売れた」のではなく、
当たり前前に「売れる」状態を作ろう！

- 人としての信用
- サービスへの信用
- 他の人からの信用

「売れる！」の方程式



感情を制する者が
セールスを制する

「自分の気持ち」が結果に影響します！

【バックエンド作成の順序】

- ① ペルソナ・コンセプト設定 (ブランディングワーク2)
- ② 競合バックエンドリサーチ (ブランディングワーク4)
- ③ バックエンド企画 (ブランディングワーク5)
- ④ 内容精査・ブラッシュアップ (ブランディングワーク6)
- ⑤ 販売コンテンツ作成 (ブランディングワーク7)

④

バックエンドの内容精査

【最重要ポイント】

顧客に結果が出る
内容かを追及する。

④ 内容精査(ブランディングワーク6)

【 30ステップワーク 】

ステップは
増やしてOK

→ バックエンドの設計図づくり

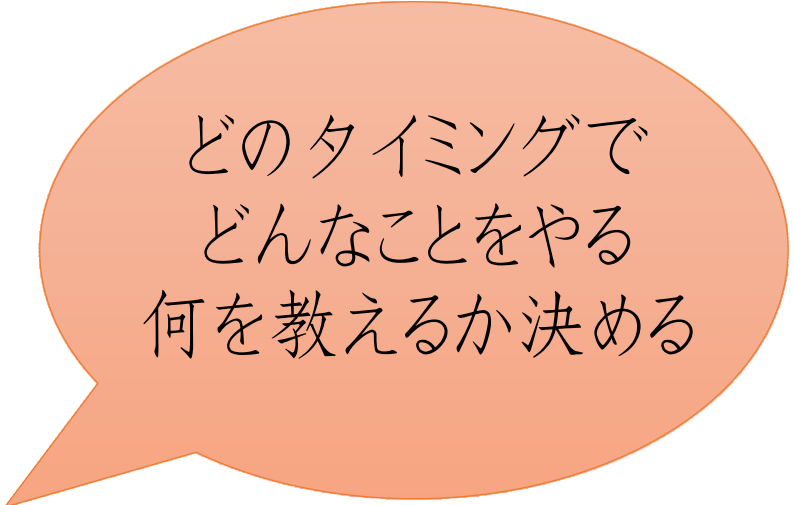
- どんな順序でサービスを提供するか
- どんな資料や準備が必要か
- なにか学ぶべきものはないか

④ 内容精査(ブランディングワーク6)

【 30ステップワーク 】

例)月収100万円になるビジネス構築

- ステップ1 コンサルのオーデイションを行う
- ステップ2 Facebookの秘密のグループを作る
- ステップ3 コンサル手順の説明をする&支払方法の確認
- ステップ4 初回登録ワークを出す
- ステップ5 契約書・請求書を作り確認してもらう
- ステップ6 初回登録ワークを見ながら120分セッション
- ・
- ・
- ステップ100 月収100万円稼げている 又は 稼げる基盤が出来ている



どのタイミングで
どんなことをやる
何を教えるか決める

【休憩】



【バックエンド作成の順序】

- ① ペルソナ・コンセプト設定 (ブランディングワーク2)
- ② 競合バックエンドリサーチ (ブランディングワーク4)
- ③ バックエンド企画 (ブランディングワーク5)
- ④ 内容精査・ブラッシュアップ (ブランディングワーク6)
- ⑤ 販売コンテンツ作成 (ブランディングワーク7)

⑤

販売コンテンツ
作成

販売コンテンツとは？

プレゼンして売る場合

= プレゼン用資料、説明用資料

Webで売る場合

= 販売記事、商品詳細記事



セールスとは

■ バックエンド販売

セミナー(即売)
& フォローセッション
→ 1対1で売る

難易度:中

体験セッション
キャンペーンセッション

難易度:低

当たり前で売れるの方程式
= オファー × 認知度 × 信用度

ブログ、HP
メルマガ、SNS
→ ネットで売る

難易度:高

1か月毎にどこで売なのか 又は
何を売なのかを変え、計画的に
発信していくと飽きられない。

売上の考え方

- × 毎月同じ売上(安定)を目指す(月商ベース)
- 売れるシーズンにしっかり売る(年商ベース)

◆ 売れるシーズンは年に4回

1月、4月 → 新しいことを始めやすいシーズン

7月、12月 → ボーナスでお金のあるシーズン

売上伸ばす部

販売コンテンツとは？

プレゼンで売る場合

= プレゼン用資料、説明用資料

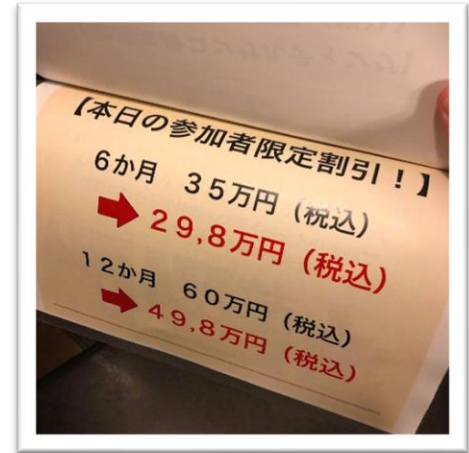
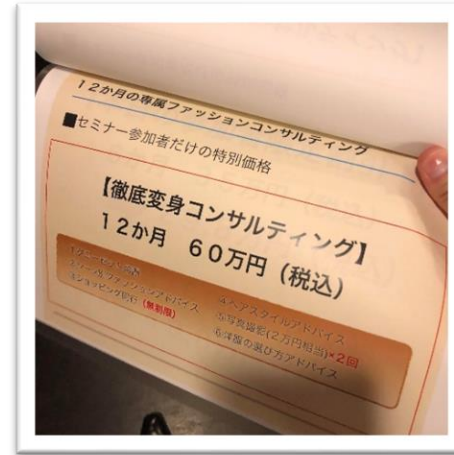
Webで売る場合

= 販売記事、商品詳細記事



バックエンド作成 & セールス

プレゼン用資料、説明用資料



PowerPointやCanvaで作る

資料の構成(内容の順番)について

- 1、一言で言うとどうなれるサービス
- 2、自分の経験やお客様の成果
- 3、プログラム(内容)やサポート内容の紹介
- 4、特典や保証、価格・申込期限の紹介
- 5、さいごに…(自分の想い)

バックエンド作成 & セールス



資料が出来たら印刷して
プレゼンしやすいファイルで管理

バックエンド作成 & セールス

このプレゼン資料は
セミナー・お茶会
などでも使えます！

自分や大切な人(子供・パートナー)を
犠牲にする働き方は終わりにしよう！

**自分ブランド
構築コンサルティング**
月収50万円～200万円を最短距離で実現！



自分が大事な人をちゃんと大事にできる
ビジネスの仕組みを作りませんか？

Webで楽しい未来を創造する

NEXT
INNOVATION

バックエンド作成 & セールス

テンプレートを会員サイトから
ダウンロードして
編集・作成下さい。



ご希望の方は住福が添削します。

販売コンテンツとは？



リアルで売る場合

= プレゼン用資料、説明用資料

Webで売る場合

= 販売記事、商品詳細記事

販売記事とは…

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
- 購入するとどうなれるか伝わらない
- 売り手の人間性や思いが伝わらない



オファー×認知度×信用度

販売記事と集客心理学

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 **一言で伝えると「どんな変化があるのか」**

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

■ 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

✓ 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

14日から22日まで受付の場合…

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

興味関心を
高めておくこと！
LPのコピペNG。

【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。

※○がある日が発信日の目安

14日から22日まで受付の場合…

日	月	火	水	木	金	土
					1 友引	2 先負
		6 先勝	7 友引		8 先負	9 仏滅
10 大安 大安	11 赤口	12 先勝	13 友引	14 先負	15 仏滅	16 大安 大安
17 赤口	18 先勝	19 友引	20 先負	21 仏滅	22 大安 大安	23 赤口
24 先勝	25 友引	26 先負	27 仏滅	28 大安 大安	29 先勝	30 友引
31 先負						

有料級の
濃い発信を
心がける時期

【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！

※○がある日が発信日の目安

14日から22日まで受付の場合…

日	月	火	水	木	金	土
					1 友引	2 先負
3 仏滅	4 大安 大安	5 赤口	6 先勝	7 友引	8 先負	9 仏滅
10 大安 大安	11 赤口	12 先勝	13 友引	14 先負	15 仏滅	16 大安 大安
17 赤口	18 先勝	19 友引	20 先負	21 仏滅	22 大安 大安	23 赤口
24 先勝	25 友引	26 先負			29 先勝	30 友引
31 先負						

最終日は
昼・夜の
2回発信

※○があ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！

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





セールス苦手を克服！
お金のマインドセット



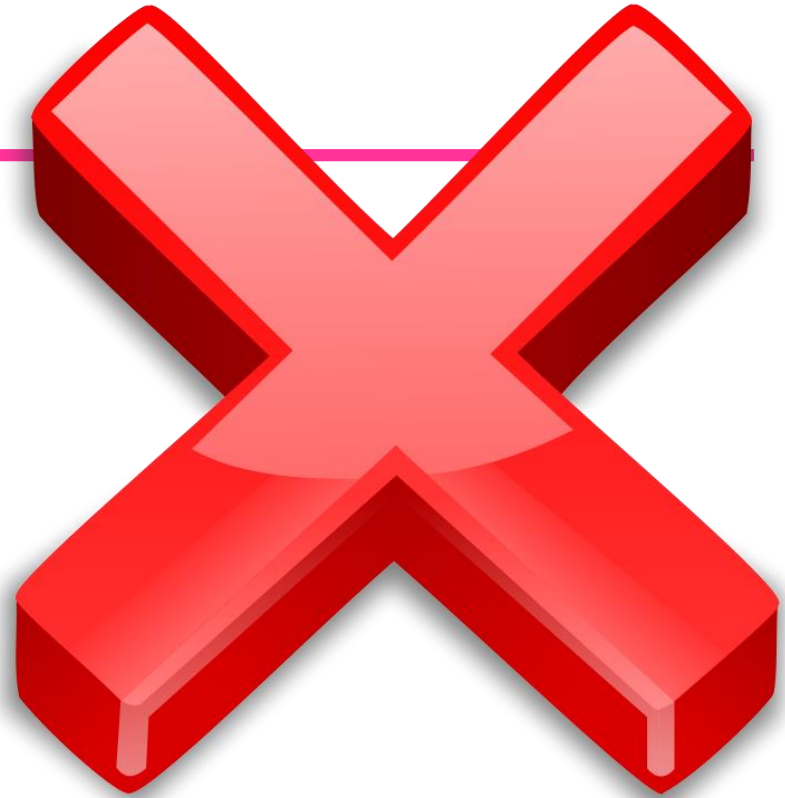
セールスって
どんなイメージ？
得意？好き？

セールスとは



売込み！

頑張っつて買わせる！



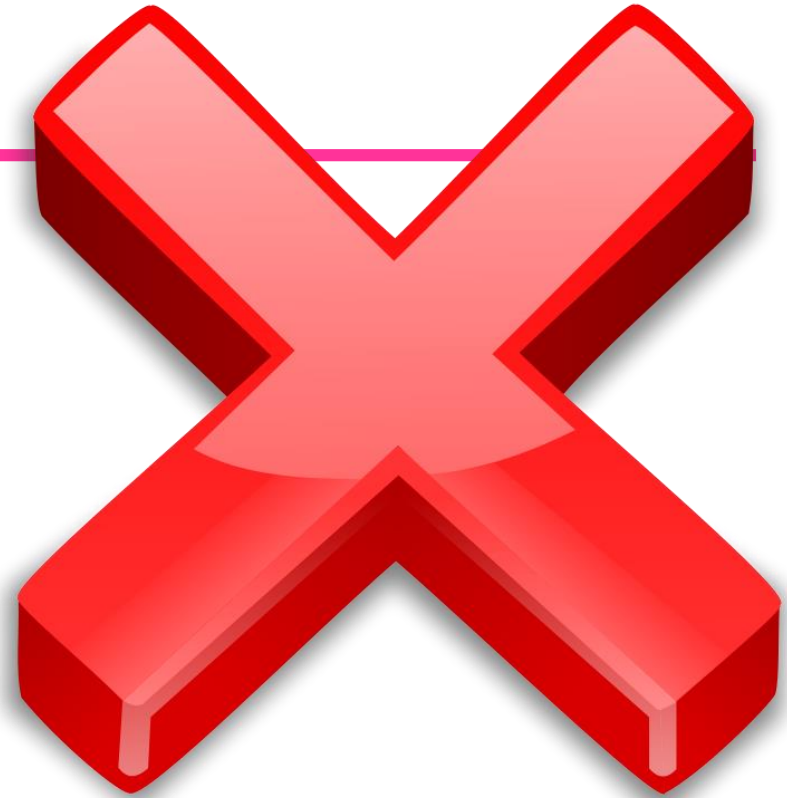
セールスとは

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



■ お金とは

お金 = 決心料

決めるところで、しっかりお金を頂く。

金額によってお互いのマインドも大きく変わる。

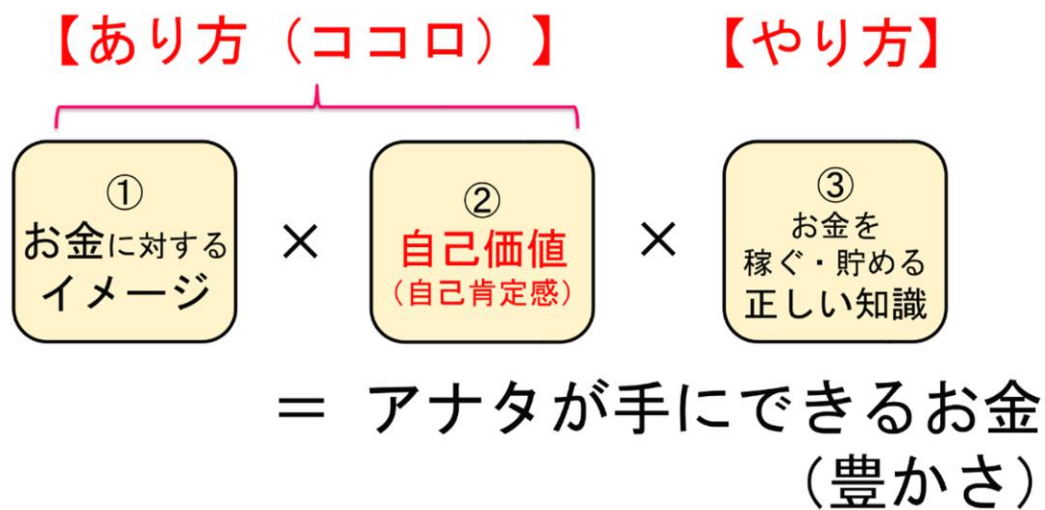
ただし起業初期は
安くてもいいから沢山の
経験と実績を積むこと！

バックエンドは
あくまで一つの型

相手次第で内容・価格は
変化してOKです！

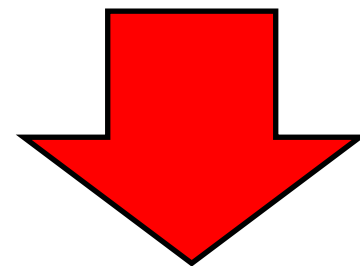
起業の基礎

【余談】 お金の公式



幸せなお金持ちになるためにはココロのあり方が超重要

お金と心は
密接に
関係している！



自信が必要

自信を手に入れるには…

- ① 沢山の人に喜んでもらう
- ② 自己否定を手放す
- ③ その一歩を踏み出す

起業の基礎

結果を出せるか不安…で売れません。

コチラが全力でやるなら、
最終的に結果が出るかどうかは相手次第。

結果や相手は
コントロールできない

結果以上に

やる気があるなら
とことん付き合うよ！

相手のやる気、気持ちにコミット

お金を受け取るというのは…

慣れ

お金のブロックというか
「受け取る勇気」を
出せるかが大事



いつの間にか
売れちゃう！

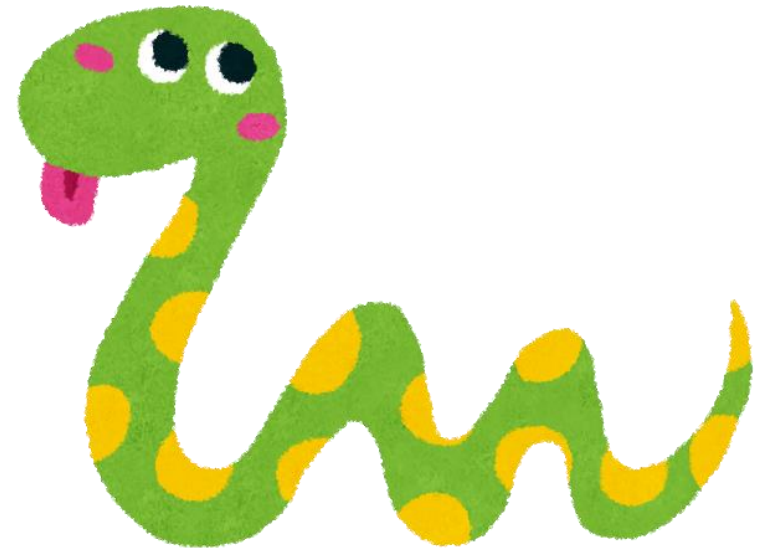
へビのカラダセールス



■ 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！



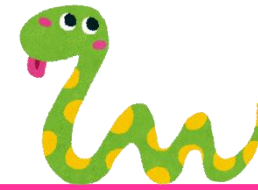
リアルでセールス&集客

■ 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

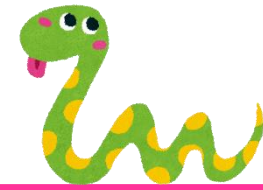
5~10%
意思決定・判断

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

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

契約に繋がるセッションの流れ

◆ セッションって3種類あります

- ① 体験セッション
- ② 単発セッション(本セッション)
- ③ 継続セッション(バックエンド、契約)

契約に繋がるセッションの流れ

◆イメージとしては…

- ① 体験セッション → 問診
- ② 単発セッション → 応急処置
- ③ 継続セッション → 根本治療

契約に繋がるセッションの流れ

◆ 体験セッションとは

本セッションや継続セッションに

繋げるためのセッション

課題を教えることがメイン

契約に繋がるセッションの流れ

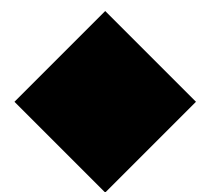
【要注意！】

体験セッションで

本セッションはやらない！

(それはお客さんに伝えておいてもOK！)

契約に繋がるセッションの流れ



一番大事なことは…

たった一回の
セッションだけで
相手の人生を変える
のは難しいと心得る

相手の人生に素晴らしい

変化を起こすには

どうすればいいかが軸

契約に繋がるセッションの流れ

◆体験セッション前の準備

- ① ヒアリングして現状や悩みを把握
- ② セッション前に信頼構築しておく
- ③ やっとお話しできますね！状態を作る

この時点で
いくつか悩みを
解消しちゃうのもアリ！

契約に繋がるセッションの流れ

■ 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

満腹にせず、1人では根本解決は無理…と気づいてもらうこと！

契約に繋がるセッションの流れ

■ 体験サービスの提供内容

必要な対処策はコレ！
改善するまでに
どれくらいの期間が必要！

専門家として
相手の問題の

ドクター ー になりましょう！



というか、これ自体が
体験セッションの内容です！



- 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】

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か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】

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、受けるとこうなります」

「△△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！」

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

＝ 自分もそうなるかもと感じる

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。



- 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

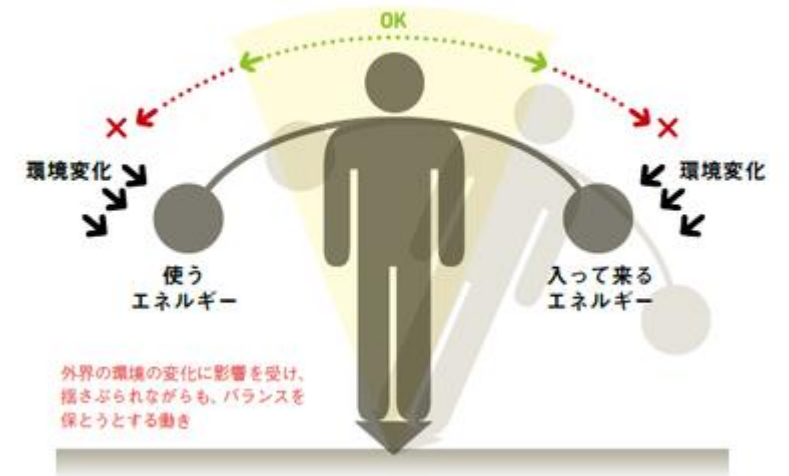
を伝えよ！

契約に繋がるセッションの流れ(補足)

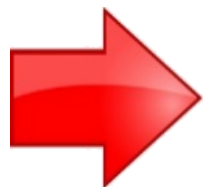
ホメオスタシスの弥次郎兵衛

■ 体験サービスの提供内容

習慣化の話もしてあげる…



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！

契約に繋がるセッションの流れ

■ 期間を決めてあげる

3～5日以内

に決めると
安くなるor特典があるなど！

リアルでセールス&集客

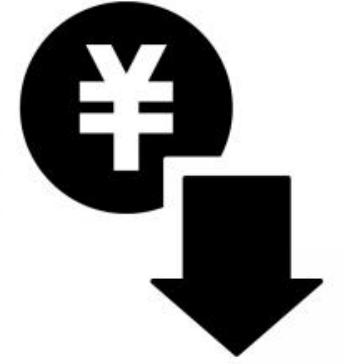
■ 期間や人数を限定してあげる

【限定】

されると

人は背中を押され、決断しやすい！





■ 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！！」

リアルでセールス&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

■ いい感じだったらこんな質問をする

「もし始めるなら、いつからやりたいですか？」

「もしやるならどのコースが良さそうですか？」

「やるとしたら、どんな不安や問題が

クリアになればやってみたいですか？」

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
- 自分セルフイメージのエネルギー(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

ワーク6
残り1か月半、
具体的にどんな
取り組みをしますか？
どこを目指しますか？



好き&得意で突き抜ける！

スーパー
ステージアップ
起業塾



以上

おつかれさまでした。

【次回開催:11月24日】



6回目 LINE公式 & インスタ、メルマガ & ステップメール

「店舗）LINE公式 & インスタ」(10—12時)



「情報）メルマガ & ステップメール」(13—15時)

両方受講も可能！

