

# なでしこスクール

起業オンラインコース

第3回

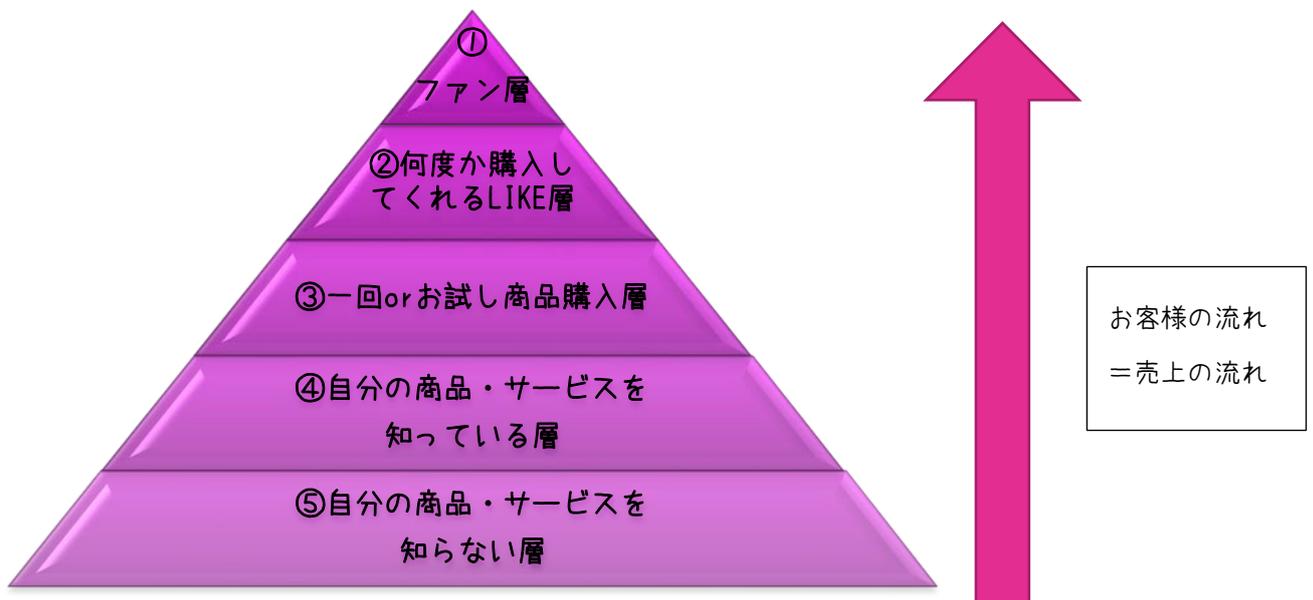
【売上作り & 集客】



## 売上作り

### 売上の流れ作り

お客様ピラミッド



### ラインナップ作り

お客様の流れに沿ったラインナップが必要

#### ■ラインナップの増やし方

##### ①商品・サービスを組み合わせる

2つ以上の商品・サービスを組み合わせることで、新たな商品・サービスを生み出せる



- ・全部セット名称
- ・コンビネーション

## ②商品・サービスを分割する

バラで販売することで良さを知ってもらい、販売促進にもつながる

- ・高価格のものを分割する。
- ・番号を振る

---

## 価格設定

---

### ■価格設定の考え方の基礎

- ①相場を確認する
- ②コストを計算する
- ③テストマーケティングをする

### ■女性のスモールビジネスには必須の価格設定の3つのポイント

- ①
- ②
- ③

### ■価格設定のコツ

「 」



### マーケティング用語

- ①フロントエンド商品:低価格。お客様を集める。入口。
- ②ミドルエンド商品:真ん中価格。バックエンド商品へ繋げる。
- ③バックエンド商品:高価格。本命。売上のメイン。

### ■お金に対する心のブロックをはずす価格設定

誰も申し込まなくて良いので、「高価格」設定を一つする。  
お客様の流れ作りシートの右下に金額を入れる

#### 《ポイント》

「ちょっと高すぎるかも><」とってしまうような価格に設定する  
⇒商品と自分自身に対する自信になる

---

## 売上・経費・利益

---

### ■利益を上げる2つのパターン

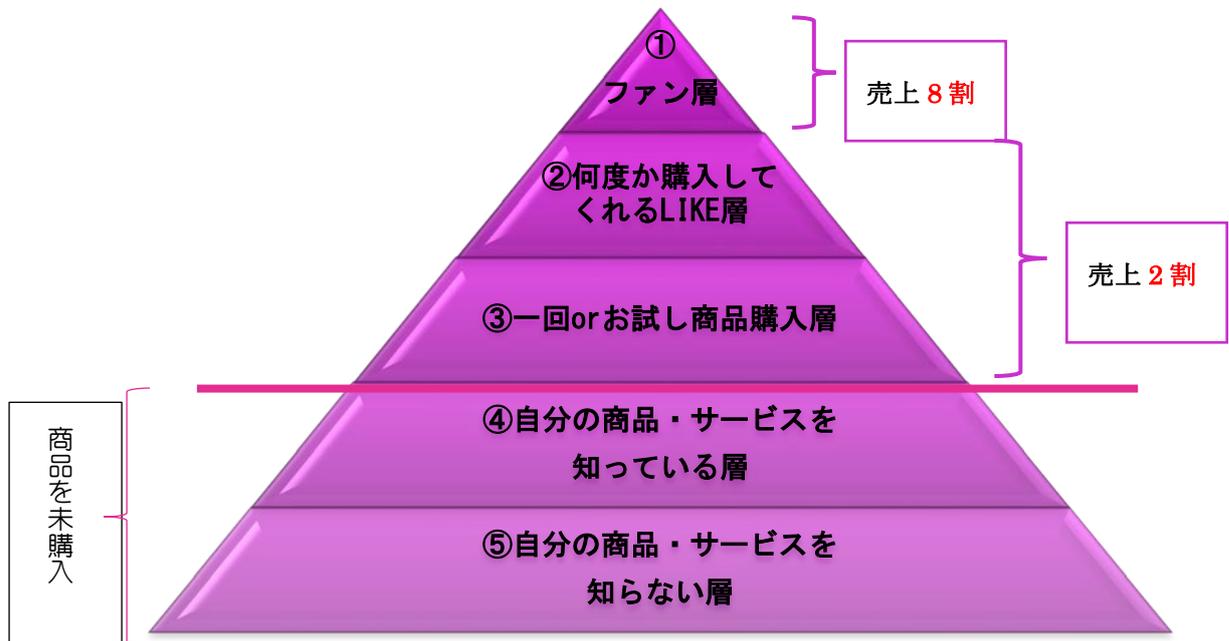
『

』

『

』

■「顧客数」＝「新規のお客様」＋「既存のお客様」



■**顧客単価** = お客様一人当たりの買ってくださった金額の合計

顧客単価を上げる方法

- ① 一つ一つの商品・サービスの単価を上げること
- ② 商品・サービスのラインナップをそろえ全部欲しくなるようにして単価アップ  
などなど・・・

■**購買頻度** = お客様一人当たりの利用頻度

購買頻度を上げる方法

- ① 季節・イベントを上手に利用する。  
【例】クリスマス、お正月、卒業・入学シーズン、etc.
- ② 業界によっては、売れる時期・売れない時期もあるので、売れる時期に売れない時期の対策をしておく必要あり。
- ③ ポイント制にする



---

## マーケティング

---

### ■マーケティングとは

Q. マーケティングとは何？

A. お客様に価値を提供してお金をいただくこと

### 売上を作る活動全般のこと

### ■マーケティングの基礎

- ①お客様にとっての価値(=ベネフィット)
- ②差別化と強み
- ③対象となるお客様の絞り込み(=セグメンテーションとターゲティング)
- ④4P

#### 【①ベネフィット】

お客様にとっての価値

お客様が商品・サービスを買うのは、それ自体が欲しいのではなく、商品・サービスがお客様にもたらす「何か良いこと」を買っている。

「お客様が欲しい=何か良いこと」

#### 【②差別化と強み】

提供する価値を買ってくださるお客様が、自分の商品・サービスを選んでくれる理由がある  
「差別化のポイント=強み」



### 《3種類の強み》

1. 手軽軸：より低価格で、より便利に買いやすくする
2. 商品軸：最新の技術の製品、最高のサービスを提供する
3. 密着軸：お客様のことをよく知り、望み・わがままをかなえる

### 【③対象となるお客様の絞り込み(=セグメンテーションとターゲティング)】

セグメンテーション：お客様を分けること

ターゲティング：分けたお客様のどれかに絞ること

### 【④4P】

1. Product (商品・サービス)
2. Price (価格・価格体系)
3. Place (販路)
4. Promotion (広告・宣伝)

例) マスカラを売るのであれば、

1. Product (商品・サービス) マスカラそのもの、デザイン、パッケージ、など
2. Price (価格・価格体系) 価格設定、割引するのか
3. Place (販路) CM、カタログ、店頭POP、セールストーク、営業パーソンまで含めた売のための仕掛け
4. Promotion (広告・宣伝) ネット販売、量販店、自社ショップ、などのチャネル

### 《ポイント》

自分の強みを評価してくれるお客様に訴えられるような4Pはどのようなものなのか

「差別化ポイント＝強み」を具体的なものとして、お客様に直接「価値」を提供するのが4P。



■マーケティング使いこなしの流れ■

1. お客様が求めているベネフィットは何？
2. ベネフィットを満たす上で、自分が競合より優れている点(差別化ポイント)は何？
3. その差別化ポイントを評価してくれるお客様はどんな方？
4. 具体的にどんな4Pで差別化する？
5. マーケティングは全体に整合性・統一性を持たせる



## 集客

### 集客の基礎

#### ■集客の基本3か条

- ①お客様に喜ばれることを、コツコツ積み重ねること
- ②自分の商品・サービスを大事にし、その想いを持って誠心誠意、お客様に伝えること
- ③一人でも多くの方と信頼関係を持って繋がること

「人(=お客様)に伝わりやすい手段(=ツール)を選んで使い、伝える」

### 集客が楽しくなる方法

#### ■楽しい集客のポイント

『集客≠ツライ』。

- ①人を『集める』のではなく、人が『集まる』ようにする。
  - ・集客に関しても、『自分』ではなく、『お客様』という視点
  - ・自分自身や自分の世界観や持ち味、想いを表現する
  - ・営業ではなく「伝える」



②お客様がワクワクする未来をイメージできるようにする。  
人が集まるのは、そこに何かワクワクする未来が待っているから。

③お客様がいるところで集客する。  
自分の対象となるお客様は誰なのかを忘れない。

④『集客＝  
』だと考える。

・いきなりアプローチしてきた男性にはすぐ心を開かない。

・集客のための宣伝・告知は繰り返す。

・オンリーワンになるということ

＝本業に力が入られるので、『競合が少ないと集客は楽になる』のです。





## ■見出し、タイトルの付け方

④お客様のメリットの中で出てきたワードをピックアップ。



そのワードを組み合わせる。

《ポイント》

- ・分かりやすいワードを心がける。

※あえて難しい表現でそれが分かる人が来るように見せることもテクニックとしてはアリ

- ・プロではないので、無理にキレイにまとめようとしな。伝わることが大事！
- ・主体は自分ではないので自分が伝えたいことより、対象となるお客様目線を忘れずに。

《+α》

- ◇ 対象となるお客様が好みそうな雑誌・HP等で使われている言葉をピックアップ。
- ◇ 対象となるお客様に近い人に気になる言葉を聞く。

## ■文章の表現方法

男性向け：理性が強い。理屈で納得しないと動けない傾向あり。縦のつながりが好きなので、すごそうな人に上から目線で言われると納得。

結論・メリット・特典を前面に。無駄を省き簡潔に。

数値でいかにすごいかを表す。

例)「〇〇日で〇〇円儲かる！」

女性向け：感性が大事。自分に共感してもらい、好きになってもらうことが集客に繋がる。

横の繋がりが好きなので、等身大のほうが伝わる。

日常生活をある程度感じさせることはプラスになる。(8対2)

話をするように文章を書く。

《ポイント》

自分のお客様にあわせて、バランスよく取り入れましょう。

**■課題3**

【1】対象となるお客様の好む雑誌を見つけて熟読する。実際に使えそうな言葉を起業ノートに書きだす。

【2】売上の流れ作りシートをもとに、商品・サービスのラインナップとお客様の流れを作る。

【3】今までの復習をする。

【4】「すぐやる宣言」を実行する。

①マインドマネジメント:

②タイムマネジメント:

③マネーマネジメント: