

# 翔太塾1.5期

～本当に生きたい人生を創る～

## DAY3



The background features a light gray gradient with a bokeh effect of soft, out-of-focus light spots in various colors. At the top, there is a cluster of sharp, overlapping circles in shades of red, orange, green, blue, and purple.

# ビジネスとは？

# ビジネスとは？

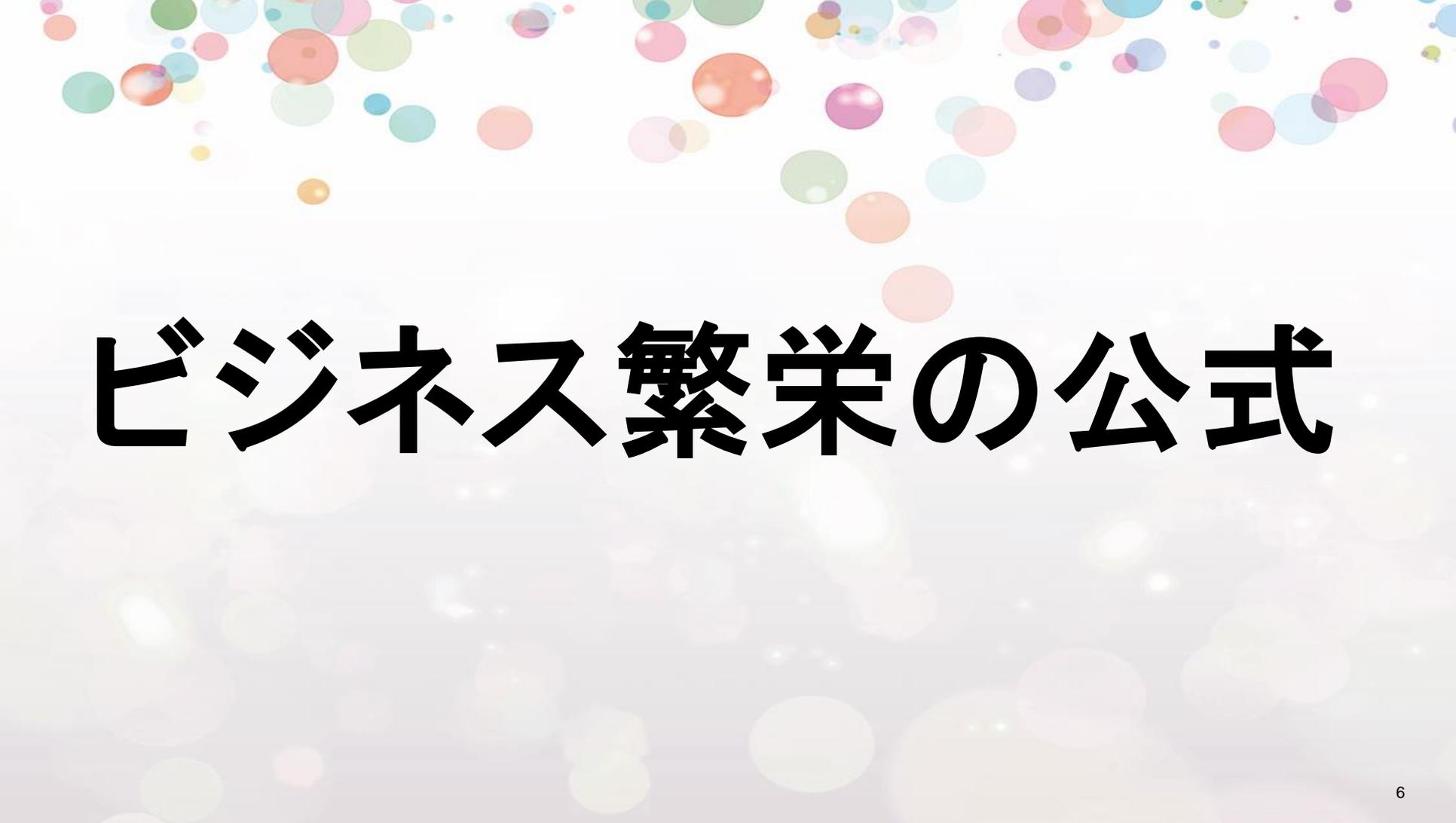
- 対価をいただいて、  
問題解決（願望実現）すること
- 役に立っても、お金にならないければボランティア
- やりたいことでも、人の役に立たないものは趣味

# ビジネスにする理由

- 広く深く長く人の役にたつため
- 活動するためには、資源が必要
- 資源があれば、さらに大きく  
質が高くできる

# 繁栄するビジネスとは？

- 愛あるビジネス
- 人は、愛を求めている

The background features a light, airy aesthetic with a bokeh effect of soft, out-of-focus light spots in various colors (pinks, blues, greens, oranges) scattered across the frame. At the top, there are several overlapping, semi-transparent circles in vibrant colors like red, blue, green, and purple, some with a slight gradient or shadow, giving a sense of depth and movement.

# ビジネス繁栄の公式

# 必要な3つの力

- 繁栄するために必要な3つの力

商品力 × マーケティング × セールス

- 商品力 : リピート・口コミ

(自分ビジネスでは、高単価の商品があることが重要)

- マーケティング力 : 集客力 人を集める力

- セールス力 : 販売力 目の前の人に伝える力

# よくある間違い

- 売れないのは、専門性がないから、サービス提供のスキルが足りないからではない。
- 自分の価値を自覚していない、伝えられていない場合が多い。

# 商品力の要素

- 専門性 ・ スキル
- コンセプト
- ポジショニング
- キャッチコピー
- かたち
- パッケージ

# マーケティング力の要素

- ブランディング
- メディア (SNS・ブログ・HP・Youtubeなど)
- ライティング
- 広告
- 打ち出し方・プロモーション

# セールス力の要素

- マインド
- ラポール
- ヒアリング
- プレゼン
- クロージング
- セールストーク ・ トークスクリプト

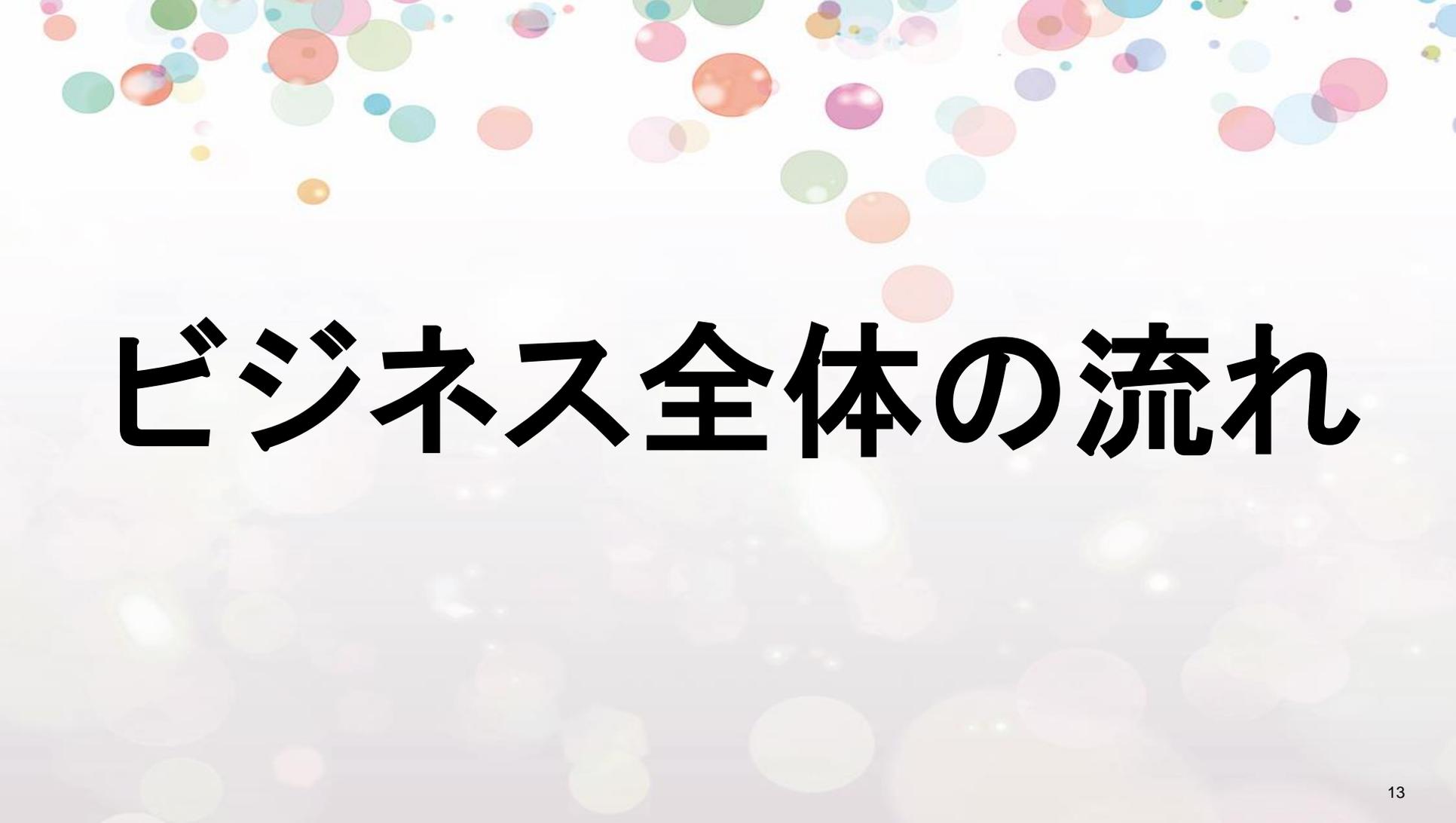
# 売上の公式

● 売上 = 価格 × 個数 × リピート回数

● 個数 = セールス回数 × 成約率

(マーケティング) (セールス)

● この公式や3つの力を考え、どこに向き合えば、  
売上が上がるのかを認識するのが大事

The background features a light gray gradient with a bokeh effect of soft, out-of-focus light spots. At the top, there is a cluster of colorful, semi-transparent circles in shades of red, orange, green, blue, and purple, some overlapping each other.

# ビジネス全体の流れ

SNS・note

認知

集客

ライン公式・メルマガ

興味

教育

募集

信頼

コミュニティ

フロント

コミュニティ

ミドル

セールス

コミュニティ

バック

# 恋愛に例えるなら

- 認知獲得：人と出会いに行くこと
- 信頼獲得：連絡先を交換して、コミュニケーションをとること
- フロント：デートに行くこと
- ミドル：付き合い始めること
- バック：結婚生活を始めること
- この階段が上りやすいように、心理障壁が少なく、細やかなサポートができると、集客はうまくいく

# 集客って何？

- 集客は思いやり
- あなたを求めている人は、この世界に必ずいる。  
でも自分であなたを見つけることができない。
- 自分で見つけろよ！と乱暴にならない。
- 見つけて会いにきてくれる導線をつくろう。

# 集客するためにまず重要なこと

- まずは認知。
- 選ばれるための努力は、それから。
- 誰もいないところで、どれだけ素晴らしいことを伝えてもお客さんは来ない。

# 一貫性

- 中心軸としての、コンセプトが重要
- コンセプトとは、誰にとって、どんな存在か？  
    テンプレ：○○にとっての××専門家  
                ××を○○にする「肩書き」
- どんなビフォーアフターを実現するのか？
- 人は、商品には興味がない
- 商品を通して得られる未来に興味がある

**応用**

**弟子**

コミュニティ

**育成**

**認定講師**

コミュニティ

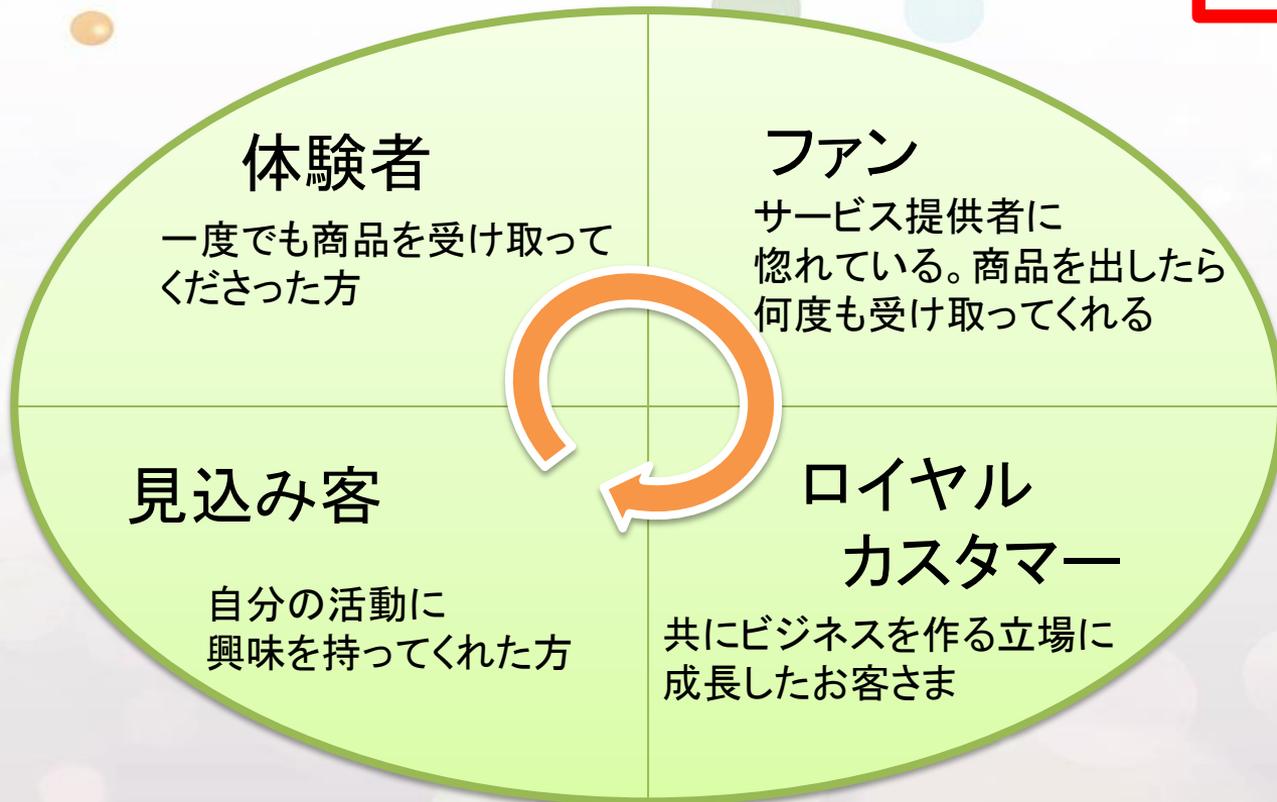
**養成講座生**

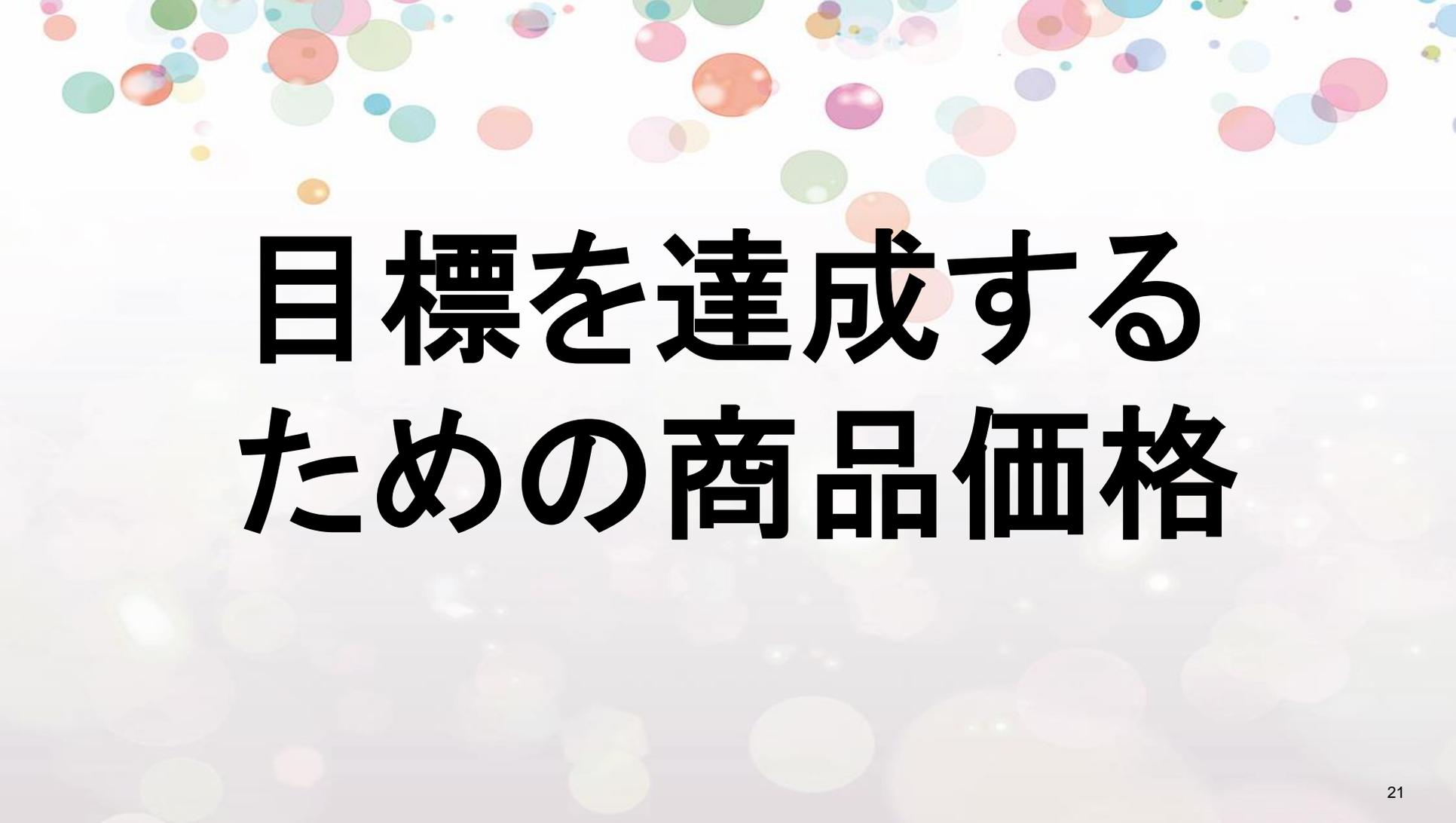
コミュニティ

**育成**

# ECOシステム

応用





# 目標を達成する ための商品価格

# 売上の公式

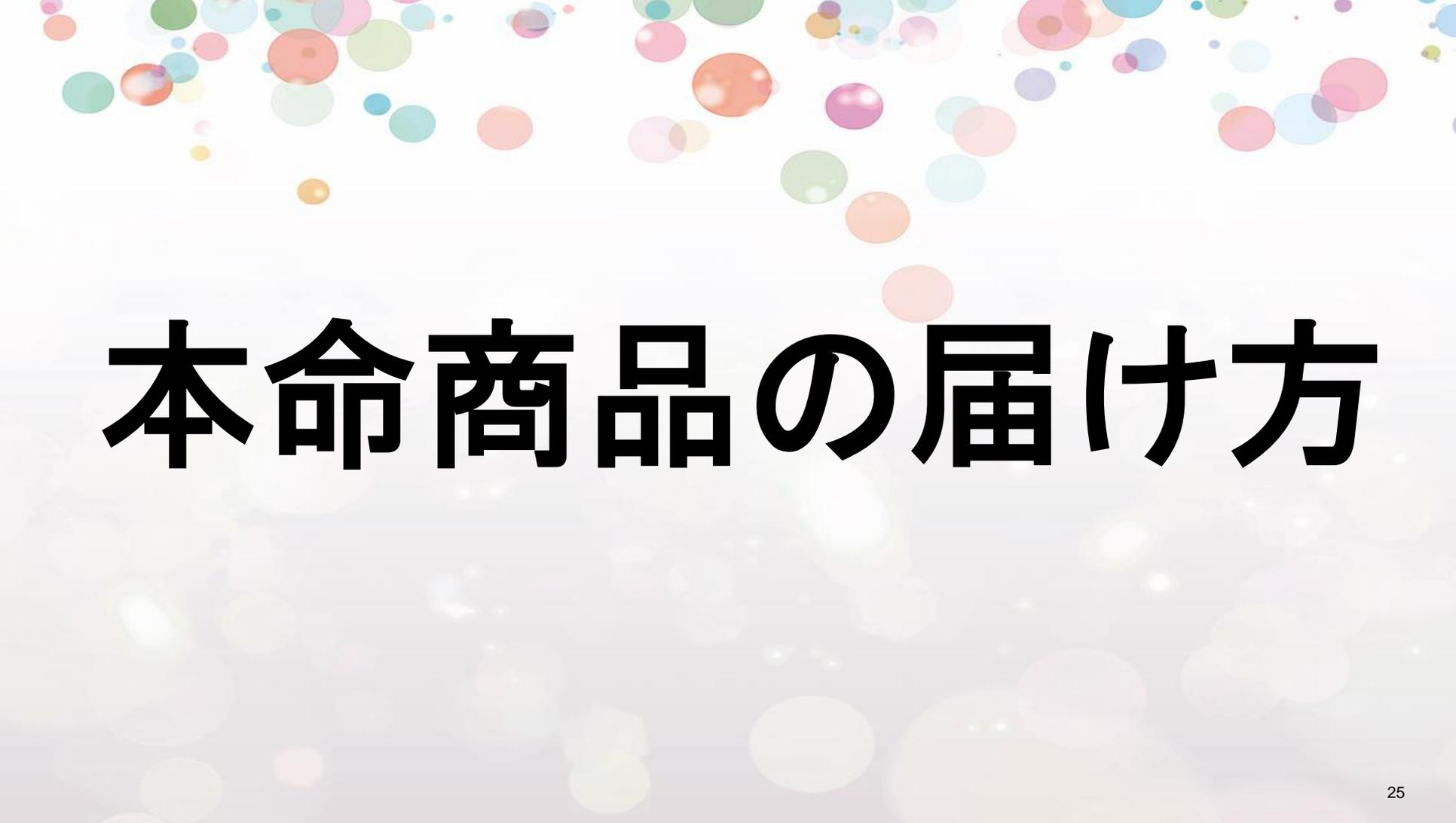
- 売上 = 単価 × 人数 × 販売回数
- 目標に対して、適切な価格の商品があるか？
- 何人に販売すればいいか？
- 販売頻度を高められないか？

# 30万達成するのに一番簡単なのは？

- 30万 × 1人
- 15万 × 2人
- 10万 × 3人
- 5万 × 6人
- 1万 × 30人

# 目標別、最低必要な商品価格の目安

- 目標20万 : 最低5万~の商品
- 目標50万 : 最低15万~の商品
- 目標100万 : 最低30万~の商品

The background features a light gray gradient with a bokeh effect of soft, out-of-focus light spots. At the top, there is a cluster of colorful, semi-transparent circles in shades of red, orange, green, blue, and purple, some overlapping each other.

# 本命商品の届け方

# 本命商品が最も届く提案のしかた

- 基本は、1対1で話すこと
- いかに1対1で興味ある人とお話する時間をつくるか
- 1対1ができるようになったら、応用編として、セミナーでのセールスや、LPでの販売も検討する

# 1対1でお話する機会の作り方

- 電話相談
- 体験セッション
- セミナー・お茶会・グルコン ⇒ 個別セッション
- お役に立てそうな人にDM ⇒ 電話相談
- ラインの返信をくれた人に個別にお誘い ⇒ イベント等  
⇒ 個別セッション等

# セールス力の要素

- マインド

- ラポール

- ヒアリング

- プレゼン

- クロージング

- セールストーク ・ トークスクリプト

# セールスって？

- お客様の理想の未来に、後押しすること。
- セールスで、人生は変えられる。

# セールス時の4つのマインド

- 売る前に売れることにこだわり、売るときには売  
ることを考えない
- 自信を持つ
- 売れることを覚悟する
- お客さんを信頼する