

ネット起業バイブル！


第27号

発行会社: infomake 株式会社（インフォメイク）

<http://www.resale-rights-business.jp/>

ネット起業バイブル！バックナンバー（無料）

<http://www.top-marketer.com/NetBible/>

← の  ボタンをクリックすると目次が表示されます。
読みたい項目をクリックすると該当部分に移動します。

このレポートは再配布できます。

あなたのお友だちやお客様に、自由に配布してください。
メルマガ、ブログ、ホームページでの配布も可能です。
改変はできませんが、どのような方法でも配布できます。

再販権付き商品をプレゼント！

リセールライト「無料」メール講座を受講するだけで
再販権付き商品を無料でプレゼントします！

<http://infomakemarketing.com/e-course.html>

【推奨環境】

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。できない場合は最新の Adobe Reader をダウンロードしてください。(無料)

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

【免責事項】

著者はこの E-BOOK を執筆するにあたり最大限の努力をしています。著者は、この E-BOOK の内容の精度や適用性、適合性、完全性についてはいかなる保証もいたしません。

この E-BOOK の情報は、教育を目的としているものです。したがって、この E-BOOK にあるアイデアを適用する場合の全責任は、利用者ご自身で負うものとします。

著者は、いかなる特定用途のためにもその保証(明示的であれ暗示的であれ)や商品性、適合性を否認いたします。著者は、この E-BOOK を使用することで直接あるいは間接的に発生する、直接的、間接的、懲罰的、特別、付随的、またはその他の派生的損害について、いかなる責任も負わないものとします。

また内容は現状のまま、保証なしで提供されるものとします。常に適任とされる専門家のアドバイスを求めるようにしてください。

著者は、この E-BOOK で記載されたサイト一覧やリンクの性能、有効性についてはいかなる保証もいたしません。全てのリンクは情報目的だけに用いられており、その内容や精度、他のいかなる目的についても保証されるものではありません。

infomake 株式会社 野村 晃正

執筆者: infomake 株式会社 代表取締役 野村 晃正

ワードもエクセルも使えない初心者から、リセールライトをスタート
Yahoo・Google「リセールライト」1 位、2010 年 infomake 株式会社設立
2010 年 8 月より AllAbout(オールアバウト)公認 IT コンサルタント

infomake 株式会社(インフォメイク)

<http://infomake.jp/>

リセラーパーフェクトクラブ

<http://www.top-marketer.com/>

アーティクル infomake

<http://www.infomake.org/>

有料の集客、無料の集客

「広告を出して集客するべきですか？」

「無料でも集客できますか？」

このような質問を多くいただきます。

答えは、**有料でも、無料でも、
どちらの方法でも集客することはできる。**

有料、無料、両方の集客をするべき。

そもそも、**有料の集客と無料の集客では、
全く性質が異なります。**

それを「集客」で一くりにするから
混乱してしまうのです。

まず、**有料の集客と無料の集客の違いを
それぞれの例を挙げてご説明します。**

■有料の集客

・1 クリック 50 円で PPC 広告を打ったら
「すぐに」1,000 アクセス集まった

・5 万円のメルマガ号外広告に

リスト取りページを案内したら
「**すぐに**」300 リスト集まった

※反応が取れるページは必要ですが、
「**すぐに**」という**スピード**があります！

■無料の集客

・SEO を意識して**ブログ**を 100 記事書いて
「**ようやく**」1 日 100 アクセスになった

・100 ページの**無料レポート**を書いて
20 の無料レポートスタンドに登録して
「**ようやく**」1 ヶ月に 200 リスト集まった

※広告費などのお金はかかりませんが、
「**ようやく**」という**労力**が必要です！

では、**有料の集客**と**無料の集客**を
それぞれ簡単にまとめてみましょう。

有料の集客：

→ 早い、労力が少ない、反応を分析しやすい

無料の集客：

→ 時間がかかる、労力がかかる、反応を分析しにくい

もちろん、無料の集客でも
早く効果を出せる場合もあります。

しかし、基本的には、

広告費などのお金をかけられないなら、
~~~~~  
お金をかけられる人の 10 倍労力を使う。  
~~~~~

一例を挙げれば、こういうことです。

・お金をかけられる人の 10 倍、
ブログ記事の数を増やす。

・お金をかけられる人の 10 倍、
SEO を意識してブログ記事を書く。

・お金をかけられる人の 10 倍、
無料レポートの数を増やす。

・お金をかけられる人の 10 倍、
内容を意識して無料レポートを書く。

お金もかけられない、
労力もかけられない、

それでは、絶対に稼ぐことは不可能です。

お金をかけられるのなら広告費を使う、
お金をかけられるのなら外注費を使う、

お金をかけられないのなら労力を使う、
お金をかけられないのなら頭を使う、

今の自分に出来ることを精一杯やりましょう！

その積み重ねが未来のあなたです！！

ビジネス初心者にもっと大切な意識

「ビジネス初心者にもっと大切な意識」

あなたは、何か分かりますか？

私も「これ」が、なかなかできませんでした。

インターネットビジネスをするまで
ビジネス経験がゼロだったので、
少しずつ少しずつ積み上げてきました。

今では、「これ」を当たり前できるように
無意識にできるようになりました。

あなたは、どうでしょうか？

ビジネス初心者にも、最初から要求するのは
難しいことかもしれません。

ビジネス初心者にもっと大切な意識、
ビジネスをする上でもっと大切な意識とは...

ビジネスは常に先出しだということ

新しいビジネスを始めるための初期費用。

商品・サービスの販促のための広告費。

何においても**ビジネスにかかるお金は、
「先出し」**だということです。

「10 万円の**広告費**を使って 30 万売れるなら、
広告費をかけようと思います。」

それでは、ビジネスは成り立ちません！！

そうではなく...

「10 万円の**広告費**を使うから、
30 万売れるように**必死に策**を考える。」

これが、ビジネスです！！

もちろん、いきなり 10 万円の**広告費**を
使えということではありません(^ ^)

私も、最初からそんなお金の使い方を
できたわけではありません。

スタート当時の**資金**や、**ビジネス経験**は、
あなた以下だったと思います。

それでは、私がどのようにして

「ビジネスの初期費用や広告費を
躊躇なく出せるようになったのか？」

次でお話しようと思います。

私がすでに実践して成功していますので、
同じように実践していただければ、

必ず、あなたも私と同じように
お金を「先出し」できるようになります。

この単純な意識を変えることが、
初心者から経営者への最初のステップ。

売上を一気に 10 倍増やすこともできる考え方
なのです。

稼げる起業家に必要な意識とは？

新しいビジネスを始めるための初期費用、
商品・サービスの販促のための広告費、

「ビジネスのお金は、常に先出し」

ということを先ほどお話ししましたね。

これが、初心者にも最も大切な意識ですし、
この意識を持てないと、どの商売をやっても
大きく成功するのは無理です。

ですので、まだ腑に落ちていない方は、
じっくり理解するまで読み直してくださいね。

では、ビジネスのお金は常に先出したと、
「頭で」理解していただいたという前提で...

次は、**「行動」**に落とし込んでいきましょう。

「分かっているけど、実践していない」

ではなく、

「分かっているし、実践している」

ようになりましょう！

お金を先出しする意識を身につける方法は、
いたって簡単です！

具体的には、以下のステップを踏みます。

【ステップ 1】

5,000 円でメルマガ一括広告を出してみる

【ステップ 2】

20,000 円で ASP にバナー広告を出してみる

【ステップ 3】

50,000 円でメルマガ号外広告を出してみる

【ステップ 4】

月 20 万円の予算で PPC 広告を出してみる

【ステップ 5】

さらに、月 100 万円、月 1,000 万円の広告費...

つまり、

小さい金額から少しずつ広告を出してみる
~~~~~

ということですね。

あくまで例として挙げているだけです、  
広告媒体は他のものでも構いません。

どうしたら、もっと反応が取れるのか...

コピーライティング？

ランディングページ？

広告文？

オファーの日時？

オファーする媒体と商品の属性？

媒体の濃さ？

**広告の効果を分析して、効果を高めながら、  
少しずつ広告費用を増やしていくわけです。**

「広告を出して、儲からなかったら損する」

失敗するのが怖い気持ちはよく分かります。

私も同じ道を通ってきましたから。

**でも、失敗して悔しいと思うからこそ、  
必死で反応を取れるように直すわけです。**

だからこそスキルが上がりますし、  
**良いものを作り出す活力**となるのです。

『商売は、常に先出し』

起業家、経営者には必須の合言葉ですね(^^)

1 歩ずつ、この意識の壁を乗り越えて、  
稼げる起業家になりましょう！

3,000 円、5,000 円...

**今のあなたに出来る所から始めてください！！**

## インターネット集客をどのようにやるか？

このレポートの読者さんは非常に勉強熱心で、

「やはり、商売は集客にかかっている」

と気づいている方が多いです。

商品はあるとして、集客はどうか？

ということですね。

私なんかは、再販権付き商品を見つけて、

「そのまま売っていいの？」

即、

「やったあ、売ろう！！」

という単純な人間でした(笑)

ですから、みなさんの知識には感心します。

あとは、「行動」だけかなと思います。

「どのように集客したらいいですか？」

と漠然と言われても回答が難しいです。

しかし、聞きたい方は多いと思いますので...

**王道の方法、実際にやるべき方法を**  
それぞれお話ししましょう。

## 【王道のインターネット集客方法】

### ・PPC 広告を出す

- 成約・資料請求等コンバージョンが取れる  
お金になるキーワードを見つける
- そのお金になるキーワードに SEO をかける
- +

### ・メルマガ広告、バナー広告を出す

- リピーターを囲って安定収入を得るために  
リストを取得してメルマガを発行する。
- リストに新商品や関連商品を売っていく。

## 【実際にやるべきインターネット集客方法】



## （初心者の方の場合）

初心者のうちは、結果など考えずに  
5,000 円捨てる気持ちで広告を打ってみる。

先ほどもお伝えしましたが、覚えていますか？  
ちゃんと実践できていますか？

## （ある程度、実践されている方の場合）

広告費を使えるようになってきたら、  
きっちりと広告効果を測定して改善する。

しっかりとクリック数や成約数を分析し、  
コンバージョンを上げていくということ。

ほとんどの人が、「最初から」  
効率の良い集客方法を聞きたがります。

なので、やり方はお伝えしました。

最初から、そこまでやり切れるのなら、  
【王道】の集客方法をやってみてください。

でも私には、そんなことは無理でした。

1 歩 1 歩、泥臭く、試行錯誤しながら  
今日までやってきました(もちろん今でも)。

「まず、お金をかけて広告を出しみること」

これが最も早く成長していける方法だと  
最近つくづく実感しています。

お金が出て行っている「痛み」があるから、  
本来の自分以上の120%パワーが出る。

逆に、お金を出していない状態で学んでも、  
「痛み」がないから60%のパワーしか出ない。

先にお金が出て行っているからこそ、  
必死で効果を出そうと改善するんですね！

成約率？請求率？コンバージョン？

そんなものは動かないうちに学んでも、  
「机上の空論」ですよ。

MOVE！MOVE！MOVE！！ です(^ ^)

## **ブログで集客するコツ、考え方**

お金をかけない集客法の1つとして、  
ブログでの集客があります。

私はそんなに力を入れていませんが、  
ブログで集客する際のコツ、考え方を  
お話しておこうと思います。

**どの集客法でも本質は同じです。**

ブログは私に関係ない…ではなく、  
ぜひ本質を考えながら学んでくださいね！

文章でだらだら書くよりも、  
公式にした方が分かりやすいので、  
まず、下記をご覧ください。

### **【ブログ集客の公式】**

1. SEO の質×1 ブログあたりの記事数×ブログの数

2. ×コメントの質×コメントの数

3. ×トラックバックの質×トラックバックの数

**= ブログへのアクセス数**

全てを出来なくても構いません。

一部でもまず行動してみることが大切です。

最初から完璧を目指さないことです。

ブログでの集客は、基本的には

「質×(かける)数」

何をしても、成功するのは5%の人。

残り95%の人は成功できない。

そんな話を聞いたことがあると思います。

でも、これってただの都市伝説じゃない？

と私は思います。

たぶん、この1つだけ意識しておけば、  
成功できない人にはならないと思います。

その大切な意識とは...

最初から質を高くしようとするからダメ。

質は数をこなしているうちに上がるもの。

結果が出ない人は、何でも最初から  
上手くやろうとしすぎる傾向があります。

賢い人ほど注意してください。

泥臭く、数をこなしたほうが早いです。

机上の空論で学ぶよりも、実践した方が、  
圧倒的に学ぶことが多いし、早いのです。

これに限らず、集客を考えるときは、  
何でも「かけ算」で考えてみてください。

何と何をかけたら、売上が上がるのか？

パーツごとの精度を少しずつ高めていけば、  
売上は上がるのです。

私がよく言う、1.2 の何乗はいくつになるか？

という話ですね(^^)

## **本当の資産**

連日、東日本大震災の痛ましい報道があります。

被災された方には心からお見舞い申し上げます。

家は、津波で跡形もなく流されてしまいました。

土地は、津波で瓦礫の山になってしまいました。

石油コンビナートの火災などでガソリンもなく、  
車も使い物になりません。

物流も麻痺して、物もなかなか手に入りません。

そうなった時、果たして何が残るのでしょうか？

全てを失った時、残るものは何でしょうか？

あなたは、何だと思いますか？

地震や津波にかかれば、ひとたまりもないです。

家、土地、車、物...

**本当の資産ではないのだと、気づかされました。**

**今、隣にいてくれる人が一番の資産なのだと**

分かりました。

こうしてレポートを読んでもらうあなたが、  
一番大切な財産なのですね。

家、土地、車、物...ではなく、

「人」が一番の資産なのだと感じています。

リストが資産とか、そんな時限の低い話でなく、  
もっと本質的なことですよ。

今こうしてこのレポートを読めている人は、  
本当に幸せです。

景気が～、給料が～、社会が～、政治が～...

いろいろ不満がある方も多いでしょうが、  
本当に大切なものは違いますよね？

「今を幸せだと感じられるようになる」

「見返りを求めず、助けられるようになる」

みんなで、被災者の方を助けていきましょう。

みんなで、日本を復興させましょう。

# ビジネスパートナーの定義

「ビジネスパートナー」

なんだかカッコいい響きですね(^^)

事実、ビジネスパートナーが増えるにつれ、  
ビジネスの規模も大きくなり、収益も増えます。

全て1人で、自社だけで抱え込む必要はないし、  
むしろリスクを分散するためにも  
パートナーシップを組んだ方が良いのです。

社員として雇う方法もありますが、  
最初のうちはあまり固定費をかけられません。

人件費や家賃をできるだけ抑えるためにも、  
雇うより、パートナーを組む方が現実的です。

それに、ビジネスパートナーを組む方が、  
ビジネスが拡大するスピードも早いです。

社員として雇えば教育する時間がいりますが、  
その時間をかけなくてすむからです。

ビジネスパートナーとは、どんなものか？

例えば、情報教材でいえばこんな感じです。



- ・ノウハウを持っている先生
- ・商品化する人
- ・セールスレター(コピー)を書く人
- ・ホームページを作る人
- ・マーケティングや販売をする人

それぞれを外注するか、できる人にたのんで、  
売上の%を報酬としてパートナーに支払います。

%でなく、初期費用を払っても良いでしょう。

簡単に言うと、ビジネスパートナーとは、  
こんな感じのものです。

リスクも減る、  
自分の労力も減る、  
仲間が増える、

ビジネスパートナーは良いことばかりです。

しかし、誰にでもビジネスパートナーが  
見つかるわけではありません。

見つける以前に、大前提があります。

ビジネスパートナーの大前提とは...

お互いがそれぞれ独立したビジネスを持ち、  
~~~~~

お互いが1人で成り立っていること。
~~~~~

1人で成り立っていない人が何人集まっても、  
ビジネスが成長することはありません。

足を引っ張り合ったり、  
責任を押し付けあったり、  
なあなあになったり、  
傷のなめ合いになったり、

全くいいことはありません。

むしろマイナスに働きます。

厳しいようですが、まず現実を直視して、  
逃げずに成長する努力をすべきです。

まず、あなたが1人で立つ。

そして、相手も1人で立つ。

お互いに、それぞれで立った時にはじめて  
パートナーとして成り立ちます。

ビジネスパートナーを見つけるには、  
まず自分の武器を知り、磨くこと。

ないのであれば、作る努力をすること。

その上で、外に出る機会を増やせば、  
自然にパートナーが見つかります。

## **誹謗中傷メールに負けない方法**

「野村さん、○○って言われました。」

「こんなひどいメールが届きましたが、  
どうしたらいいんでしょうか。」

たまに、そのようなご相談をいただきます。

気にするな、と言えばそれまでですが、  
それでは解決になりません。

なので、誹謗中傷メールに負けない方法をお伝えしようと思います。

まず、大前提をお話します。

どんなものでも、ビジネスをしている限り、  
誹謗中傷を避けることはできません。

全く誹謗中傷されないビジネスを望む方は、  
起業するのはあきらめた方が賢明です。

そんなビジネスなど存在しませんし、  
そんな気持ちで始めても100%挫折します。

ビジネスには強い気持ちが必要。

泣きたくなる時でも頑張りが続けられる  
精神力が必要ということ。

ビジネスは自分の心との戦いなのです。

ただ、1つ勘違いしてほしくないのは、  
クレームと誹謗中傷は違うということです。

**誹謗中傷＝暴言＝相手を傷つけることが目的**  
~~~~~

クレーム＝お客様の不満＝改善すべき点
~~~~~

それでは、もしあなたが誹謗中傷された時に  
どのように考えれば良いのか？

その答えは1つです...

**自分で客観的に見て正しいと思うのなら、**  
~~~~~

誹謗中傷は聞かずに貫き通すこと。
~~~~~

極端に言えば、こういうことです。

おれはこう思うんだ！

賛成の人だけ付いてきて！

気に入らない人はさよなら！

もちろん、行き過ぎるとただの頑固者（笑）

ある程度は人の意見も素直に聞いて、  
いろいろと柔軟に考えられることも大切。

その上で、正しいと思ったことは貫き通す  
ということですね！

要は、**バランスが大切**。

「なぜ、あなたを誹謗中傷するのか？」

そこを理解できれば、少し楽になるでしょう。

誹謗中傷する理由は...

**良くも悪くも、相手の気持ちを動かしたから**  
~~~~~

つまり、**ある程度の強いメッセージが**
相手に伝わっているのです。

誹謗中傷する人が出てくるということは、
それだけあなたが認められている証拠です。

そうやって**誹謗中傷する人の 10 倍以上、**
あなたを応援してくれている人がいることを
決して忘れてはなりません。

最後にまとめます。

【誹謗中傷メールに負けない方法】

- 1.誹謗中傷は、あつて当たり前だと知る。
(クレームと誹謗中傷を取り違えないこと)
- 2.自分が正しいと思ったことは貫き通す。
- 3.誹謗中傷メールは無視して、削除する。
- 4.あなたを誹謗中傷する人の 10 倍以上、
応援してくれている人がいることを知る。
- 5.誹謗中傷を気にしたり、悩むよりも、
あなたを応援してくれる人を大切にする。

メルマガの「内容」より大切なこと

あなたは、メルマガを書いていますか？

メルマガには、どんな内容を書けばいいのか...

ほとんどの人は「内容」を考えていると思います。

でも、実は「**内容**」より**大切なこと**があります。

私も常に意識していることです。

「このポイント」を実践できるようになれば、
あなたのファンができます。

商品をオファーしてもたくさん売れますし、
セミナーにもたくさん集客できます。

メルマガの「内容」より大切なこと。

その答えは...

言葉と人のエネルギー

~~~~~

これだけでは分からないと思いますので、  
もう少し詳しくお話していきましょう。



まず、言葉のエネルギーとは？

一言で言えば、

その言葉は＋（プラス）か？－（マイナス）か？

ということです。

例えば、

－（マイナス）

- ・○○になってしまいます
- ・恐怖
- ・不安
- ・痛み
- ・悩み
- ・逃れること

＋（プラス）

- ・○○になることができます
- ・希望
- ・目標
- ・喜び
- ・楽しい
- ・自分を高めること

次に、人のエネルギーとは？

一言で言えば、

その人は＋(プラス)か？－(マイナス)か？

~~~~~

ということです。

例えば、

－(マイナス)

- ・○○になりたくない
- ・不平
- ・不満
- ・文句
- ・悪口
- ・批判
- ・奪う

＋(プラス)

- ・○○になりたい
- ・ほめる
- ・喜ぶ
- ・笑う
- ・認める
- ・尊敬する
- ・与える

あなたが、+（プラス）の言葉を使うと
自然に+（プラス）の人が集まります。

逆に、-（マイナス）の言葉を使うと
なぜか-（マイナス）の人が集まります。

不思議ですが、
-（マイナス）の人は貧乏です。
+（プラス）の人は裕福です。

理由は分かりませんが、これが事実です。

ぜひ、自分自身のメルマガやブログなどの
「エネルギー」を見直してみてください。

あなたが楽しく稼いでいくための答えが、
そこにあります。

受け取る人、発信する人

あなたは、メルマガを書いていますか？

ブログを書いていますか？

世の中のほとんどの人が情報を「受け取る」側。

情報を「発信する」側はほんの一部。

その比率が、お金持ちとお金持ちでない人の
比率と似ていることに気づいていますか？

「受け取る」側の人には、お金は入りません。

「発信する」側の人には、発信した見返りとして
お金が入ってきます。

もちろん、価値のある情報を発信するからこそ、
見返りとしてお金が入ってくるわけです。

まず、これがいつの時代になっても変わらない
商売の原理原則なのです。

「私には、発信できる情報なんてありません。」

多くの方が、そう思うでしょう。

でも、「できない理由」を考えても無意味です。

どうしたらできるか？

そう考えられる人は、何をやっても成功します。

学歴や頭の良さなんて関係ありません。

「できない理由」を考えるのか
「やる方法」を考えるかの違いだけです。

自分が学んだことを伝える。

自分が実践したことを伝える。

これが一番ストレートな情報発信手段です。

人間は、賢いけど忘れやすい動物です。

自分ができるようになり、覚えてしまうと
その情報には価値がないと勘違いします。

でも、1歩引いて考えればわかること。

少し前までは、自分もそれを知らなかった。

そして、今もそれを知らない人がいる。

情報の価値は、自分が決めるのではなく、
~~~~~

相手(お客様)が決めるものなのです。  
~~~~~

自信を持って、自分が学んだことや
自分が実践したことを伝えていきましょう！

それが、収入を増やすための第一歩です。

奪うのではなく、まず与えること。

何千年も昔から続く、商売の原理原則です。

望む未来を手に入れる方法

「望む未来を手に入れる方法」

うさんくさく感じるかもしれませんが、
本当の話です(^^)

私は、起業当初からやっていましたが...

ほとんどの人がやっていないことを知って、
最近、驚いたことがあります。

私は、誰から言われたわけでもなく、
自然にやっていたのですが...

なぜか、みんなやっていないのです！

あなたは、何か分かりますか？

答えを先にお伝えして、その活用方法をお話していこうと思います。

ほとんどの人がやっていないこととは...

ToDo リストを作り、いつやるかを決めること

ToDo リストとは、やるべきことのリスト。

つまり、やるべきことのリストを作って、
いつやるかを決めるということです。

ほとんどの人が、これをやっていません。

会社では当たり前にはやっていませんか？

「何を」やらなくてはいけないのか
「いつまでに」やらなくてはいけないのか

それらを決めて、スケジュールを管理して
業務をこなしていませんか？

でも、インターネットビジネスとなると
やっている人が驚くほど少ないのです。

「何を」やらなくてはいけないのか
「いつまでに」やらなくてはいけないのか

あなたは、これらのことを考えて、
インターネットビジネスをしていますか？

なかなか実践できないんです...
なかなか稼げるようにならないんです...

全て、これをやっていないことが原因です。

目の前の1日1日を管理できない人が、

将来の目標を達成することはできません。

目の前の1日1日を管理できてこそ、
将来の目標を達成することができます。

【望む未来を手に入れる方法】

1.ノートにToDoリストを書き出す

2.いつやるかを決めて手帳に書く

※もし機会があればお会いしたときに
私の手帳をお見せしますね(^^)

事実、経営者や起業家の手帳には、
たくさんのToDoリストが書いてあります。

大企業の社長には、秘書が付いていて、
スケジュール管理するのが当たり前です。

では、あなたの手帳はどうでしょうか...？

そこが、お金持ちとお金持ちでない人との
些細だけでも大きな差なのです。

じっくり考えて、実践してくださいね。

ホームページビルダーに自動修正させない方法

「勝手にエラーが修正され、表示がずれた」

「何で、ページが左に寄っているんだ！」

HPビルダー(ホームページビルダー)で
ホームページを編集している人は...

そのように困ったことはありませんか？

私も昔は、HPビルダーを使っていましたが、
この「自動修正」には困られました。

勝手に修正されて表示がずれてしまっても、
どこを直したらいいか分からない(笑)

私は、このことがきっかけで、
Tera Pad などのテキストエディタで
ホームページを編集するようになりました。

タグの意味や機能が分かっているれば、
上手くコピーなどをしていけば、
十分にテキストエディタでも編集できます。

おすすめのエディタは Tera Pad です。

■Tera Pad の無料ダウンロードはこちら

⇒ <http://www5f.biglobe.ne.jp/~t-susumu/library/tpad.html>

ただ、テキストエディタはちょっと難しい
という方もいると思いますので、

「HPビルダーに自動修正させない方法」

をお伝えしようと思います。

最近、ある方からの情報で知りましたので、
あなたにもシェアします(^^)

■HPビルダーに自動修正されない方法

以下サイトが非常に分かりやすいです。

⇒ <http://www.aimix.jp/opterrors.html>

HPビルダーを作った人は親切のつもりで、
この機能をつけたのですが...

ある人にとっては「親切」になり、
ある人にとっては「おせっかい」になる。

全てに通じる、深いものを感じませんか？

株式会社夢丸 伴 智樹

執筆者：株式会社夢丸 代表取締役 伴 智樹

2008 年に後発組は儲からないと言われる中、情報起業にチャレンジ
わずか 3 年で 6 億円の売り上げを達成した、情報販売のエキスパート
社員数も 10 人に増やし、チームプレイで売れる商品を次々に量産

株式会社夢丸

<http://www.yumemaru.jp/>

投資理論の無料購読

<http://infomakemarketing.com/toushi.html>

1つの情報教材をどう販売するか？

1つの情報教材をどのように販売していくか

というお話をさせていただきます。

フロントやバックエンドを含めたものではなく、
あくまでも1つの情報教材をどのように販売していくか
をポイントにしてみます。

あなたが今から情報販売を始めてみようと考えたとします。

普通に考えると、商材を作ってASPに登録すれば
アフィリエイトさんが売ってくれると思いますよね？

しかし、実際はそう簡単ではありません。

確かに商材数が圧倒的に少なかった数年前であれば、
それでも売れたのかも知れません。

単純に“アフィリエイト報酬を高くする”“人気商材を用意する”

それだけで良かったのです。

しかし、現在は商材の数も多くなり、

ASP で販売しようと考えても、アフィリエイトさんは、
あなたの商品を売ってくれません。

特に有力なアフィリエイトさんは、

自分の扱いたい商品だけを扱っている
~~~~~

だけで良くなってしまったのです。

ですから、あなたの商品を扱ってくれるように、  
多くのアフィリエイトさんをお願いするしかありません。

そのための方法として考えられるのは、

- ・自社のアフィリエイトリストへのご案内
- ・ASP のアフィリエイト通信を使ったご案内

となります。

しかし、これらの方法には情報販売を始めたばかりの方や  
小資金で始めようという方には問題があります。

まずは、そもそも情報販売を始めたばかりの方は、  
自社のアフィリエイトリストがありません。

商材の数を増やしていけば、  
アフィリエイトリストは集まってはきますが、

初めはゼロです。

次に ASP のアフィリエイト通信を使う場合ですが、  
こちらは広告費が発生します。

つまり、小資金で情報販売を行いたい方は実践出来ないのです。

それでは、小資金で情報販売を行いたい方は  
どのようにすればいいのか...

答えは

**始めからリストを持っている方と組む**

という事です。

例えば、既にメルマガの配信を行っていて、  
見込み客リストを持っている先生と組んで商材を作る

他には、既にアフィリエイトリストを持っている販売者  
(インフォプレナー)と組めば良いのです。

後者の場合は、利益配分の話にはなるとは思いますが、  
販売者もビジネスですので、  
見込み客リストを持っている先生と組むよりは交渉も楽なはずですよ。

その為には、あなたも

提供できる何かを用意しなければいけません。

お金がないのであれば、手間をかける、  
手間をかけられないのであれば、知恵を出す。

1人でビジネスをするよりも  
複数名でビジネスをするほうがその加速度も違います。

何も始めないでただ眺めているよりは、  
今すぐにでも行動したほうが良いでしょう。

一体何をしたら良いのかわからない...

と思われているのであれば、まずは、人に合ってみる事、  
話を聞いてみる事から始めてみてはいかがでしょうか。

新しいビジネスパートナーは、  
あなたのすぐ側にいるかも知れませんよ。



## 見込み客リストの重要性

ハウスリストの重要性についてお話しします。

先日、既にアクセス数のあるブログで  
アフィリエイトを行っているクライアントさんとお話しをしました。

そのブログは1日のアクセスが500くらいあるそうです。

その方は私にこう質問しました。

「**ブログへの訪問者は多いのに全然買ってくれない。  
夢丸さんはどうやって販売しているのですか？」**

私は基本的にアクセス数の多いサイトでは  
商品を販売しようと考えていません。

アフィリエイトもしません。

では何するのか？

答えは...

**リスト集め**です。

これは色々な方にお話をしているのですが、  
私の会社では当然商品を販売することに力を入れていますが、  
それに匹敵するパワーでハウスリストの収集を行っています。

ハウスリスト、つまり顧客（見込み客リスト）は企業の宝です。

**ハウスリストがあれば、  
広告費を使わなくても商品を宣伝できます。**

極端な話しですが、会社が倒産したとしても  
ハウスリストさえあればお金を生み出す事が出来ます。

もし今、あなたに1万名のハウスリストがあれば、  
明日からでもネットビジネスだけで生活していけます。

それほど、ハウスリストは大事なのです。

ちなみに先ほどのクライアントさんは、  
そのブログで全くリスト取りを行っていなかったそうです。

もったいない話です。

**リストさえ手に入れることが出来れば、  
メルマガでその方との信頼関係を築くことも出来ますし、  
販促も数回に分けて行うことが出来ます。**

ですから、あなたも販売やアフィリエイトも大事ですが、  
リストを多く集めることを意識しましょう。

## ネットビジネスの弱点について

ネットビジネスの弱点についてお話しをします。

先日の東日本大震災では被災地の方々はもちろんですが、全国各地で大きな被害が生じています。

直接的被害の他にも経済的な損害も多く生じています。

実際に私の会社でもアクセス数は激減し、売上は大きく減少しました。

被災地の方々のご苦痛から比べれば全く比になりませんが、こちらはネットビジネスのメルマガですのでそのような観点で述べさせていただきます。

やはりこのような状況では、インターネットへのアクセス数は大きく減ります。

現在はある程度戻りつつはありますが、それでも通常の6割程度です(2011年3月17日現在)。

もちろん売上もそれに応じて6割程度になっています。

通常、売上が40%も減ったような状況が続けば、よほど資金力がある会社でない限り、企業としての活動を停止せざるをえません。

それでは、弊社もいずれなくなってしまうのでしょうか？

答えは「NO」です。

アクセス数が6割に減ったとしても  
会社全体の売上が6割になった訳ではありません。

新規顧客からの売上が6割に減ったのです。

もし、弊社が新規顧客からの売上に頼っている会社であれば  
この情勢が続けば企業存続の危機を迎えていたでしょう。

しかし、弊社の場合は、会員制ビジネスやサブリースなど  
継続性のある収入があります。

これらがこの危機を救ってくれるのです。

以前にもお話ししましたビジネスモデルの安定性が  
今、役に立ったわけです。

1日も早い復興を心からお祈りいたします。

## インターネット集客の3ステップ

先日、初めて地元旭川で  
インターネット集客セミナーを開催しました。

内容はインターネットを使って  
どのように集客を行っていくかというものでした。

どのようなセミナーだったかというと、

1. まずは見込み客を集めることに徹すること
2. 次は見込み客との信頼関係を築くこと
3. 最後に販促を掛けていく

という内容でした。

これは、一般企業向けのセミナーでしたが、  
この3ステップは情報販売でも同じことが言えます。

見込み客集め。。。。

これは、ランディングページや  
販売サイトのリスト取りフォームを使って  
行っていますよね？

信頼関係。。。。

これは、ステップメールなどを使って  
メルマガなどを配信していますよね？

販促。。。

これは、ステップメールの後半での  
オファーですよ。

リアルビジネスだからと言って、、、  
情報販売だからと言って、、、

商品の販売方法に違いはありません。

ということは、**リアルビジネスから  
情報販売のマーケティング手法を学べる**のです。

例えば、昨年暮れから話題沸騰のライスベーカーリー。

これはプロダクトランチを使った販売手法に  
非常に似ています。

情報販売でも用いている方が増えてきましたよね。

他にもテレビショッピング。

これはセールスレターの勉強になりますよね。

情報販売を情報の売り方という目線で考えずに、  
もっと目線を広げましょう。

様々なリアルビジネスの販売方法を研究すれば、  
情報販売のマーケティングの幅が広がります。

## 売れる商品って一体何？

情報販売で売れる商品についてお話します。

よくある質問です。

「情報販売を始めようと思っているのですが  
どのような商品が売れますか？」

「アフィリエイトを始めようと思っているのですが  
どの商品を紹介すればいいですか？」

その答えは、、、

私にも分かりません^^

弊社では、ここ最近新商品を販売する際に  
全く売れずに終わる商品はほとんどなくなりました。

それは、なぜでしょうか？

販売力？

商品力？

もちろんそれもあるでしょうが、1番の要因は、、、



リサーチに力を入れ始めたから。

ドラッカーの言葉を借りるわけではありませんが、  
「顧客の創造」に力を入れているからです。

要するに、

「自分が何を売りたいかではなくて、市場が何を買いたいのか？」

その点のリサーチに力を入れている訳です。

例えば、これからの時期は女性の服装も露出が増えるので、  
ダイエット商材が間違いなく売れます。

クリスマスやバレンタインなど恋愛系のイベントがある冬は  
恋愛商材が売れます。

また、秋くらいになると受験教材が売れます。

このように自分が何を売りたいかということを考えるより、  
これからの時期には市場ではどのようなものが売れるのか  
を考えた方がいいのです。

さらに、ハウスリストを持っている方であれば、  
もっと需要を絞り込みことが出来ますよね？

相手が望むものを用意することで販売労力は大きく減ります。

逆に相手が望まないものを販売しようとするれば、  
その労力は凄まじいものになります。

この点を意識すると、、、

「商品が売れない」ということはなくなりますよ。

# 株式会社夢丸 山戸 久美子

執筆者：株式会社夢丸 山戸 久美子

パソコンを触った事すらない状態で、事務職として株式会社夢丸へ入社  
コピーライティングの才能を開花させ、コピーライターとして活躍中  
2年半で30本以上のセールスレターを手がけ、通算売上は6億円以上

6億円を売り上げたセールスレターテンプレート  
超実践型コピーライティング講座 DVD

<http://infomakemarketing.com/writing.html>

6億円を売り上げた超実践型コピーライティング  
彼女の勉強法の全てを公開した無料動画

<http://infomakemarketing.com/copyr.html>

## お問い合わせ、資料請求の誘導方法

あなたは、HPをお持ちですか？

※HP...ホームページ

HPと言っても、様々な目的がありますよね。

今回は、

**お問い合わせ、資料請求などをしてもらうための  
誘導方法**についてお話しします。

「せっかくHPを作ったのに全然集客出来ていない」

「広告費をかけているのに、資料請求すら来ない」

ということは珍しくはありません。

商品があるショップの場合は、  
写真の出し方や、デザインも重視されるのですが、  
今回はテキストサイトと仮定してお話ししますね。

まずは、ターゲティングが明確かどうか。

あなたは

“どんな人”に“どんな目的”で資料請求をして欲しいのか？

または、問い合わせをして欲しいのか？

例えば、腰痛治療が上手な整体師さん...

集客したい人はどんな人かをみてみましょう。

まずは、ターゲットを明確にします。

「長年腰痛で苦しんでいて、どこへ行っても効果がない」

さらに

「薬には抵抗があり、手術する費用を捻出できない」

他にも

「外出が億劫で通うのが面倒...」

かもしれませんよね。

であれば、HP の可視領域に使うキャッチコピーは、

「どこに通っても腰痛は治らないとお悩みではありませんか？」

「当治療院では、たった 1 回でも帰り際には痛みを軽減できます！」

とか。

いろいろなキャッチコピーが出ますね。

まあ、誇大表現とかは控える必要がありますが...

さて、何故こんな話しをしたかというと、  
私が知る限り、キャッチコピーが下手な人は、  
ターゲットを明確に出来ていないことが原因です。

セールスレターや販売サイトというのは、  
あなたが伝えたいことを伝えるものではありません。

あなたが与えたいものを得ることによって、  
「お客様がどのように変わるか」を伝えるものです。

ですから、お客様がどうなりたいか、  
徹底的にリサーチする必要があります。

ただ「お金が欲しい」では駄目です。

なぜ、お金が欲しいのか？

今までどのような方法でお金を稼いできているのか？

どんなことにお金を使うのか？

ありとあらゆる方面から徹底的にリサーチしてください。

あなたが、自分が売りたい商品のプロならば、  
次は、お客様の気持ちを知るプロになる必要があります。

商品を知り、顧客を知る。

それが、キャッシュフローを産み続ける近道です。

## セールスレターの本当の目的

あなたはセールスレターの目的をご存知ですか？

当然、商品売るためのものですよね。

購入という行動をしてもらうためのものです。

しかし、商品を買ってもらうためのセールスレターを書こうと思うと書けないものです。

私もそうでした。

では、まず何を意識して書けば良いのか？

それは

「読みたい」

と思ってもらうことを目的に作るのです。

それがいわゆるキャッチコピーです。

キャッチコピーで、

「この先の文章を読みたい」



と思ってもらふこと。

そして、次の文章は

「次に書いてあることを知りたい」

と思われる内容です。

さらに、次の文章は

「次に紹介されることが気になる！」

と思われる内容です。

要するに、全ての文章が次の文章を  
読みたくなるように構成されているのですね。

そして最終的に

「これが欲しい！！」

と思わせるようにする。

しかし、人間はここで理性が働き

「でも高いな・・・」

「今月ピンチだしなあ」

「本当に信じて良いのかな」

と立ち止まります。

そのためにフォローがあるのです。

セールスレターで言うと、追伸やよくある質問、クレジット払いの記載などもそうです。

お客様は、販売者が思っている以上に賢いです。

私たちが常に販売サイトを警戒するように、  
お客様も私たちの販売サイトを警戒しています。

もし最初から

商品売り込む内容であれば、誰も見向きもしません。

セールスレターは、売上を1億にも、ゼロにもします。

私もまだまだ勉強中です。

あなたは自分のセールスレターに自信がありますか？

## **売れるセールスレターを書く秘訣**

今回は、セミナーの中でご質問いただいた内容から、私のお伝え出来ることをお話しさせていただきます。

セミナーの参加者の中には、  
セールスレターの話も聞きたいという方が多く、  
私もコピーライターとして、とても嬉しく思いました。

「どうすれば売れるセールスレターが書けるのでしょうか？」

というご質問がありました。

「セールスレターが書けるのは才能ですよね？」

という方もいました。

でも、私はそうは思いません。

確かに私は文章を書くことが好きです。

人に何かを伝えることも好きです。

でも、それ以上に私は  
誰かに喜んでもらうことが大好きです。

だから、いつも考えるんです。

この商品を手に入れた人の生活はどのように変わるのか...

この商品を必要としている人は、  
どんな時に、どんな風に悩むのだろうか...

今までどのようにして悩みを解決しようと  
努力してきたのだろうか...

どんな解決策を試し、ガッカリしてきたのだろうか...

これらは全て、リサーチで情報を得ることが出来ます。

もし、ネットでのリサーチだけで情報が足りない場合は、  
悩みを持っている人に直接話を聞きに行くこともあります。

タイアップ先の先生に夜中まで付き合ってもらい  
患者さんやお客様がどのような悩みを持っているのか、  
先生はどんな思いでお客様に接しているのか、  
延々と聞かせていただくこともあります。

**売れるセールスレターを書く材料は、  
全てお客様の中にあります。**

ですから、その多くのお客様に接している  
先生のお話を聞くことによって、  
たくさんのヒントが得られるのです。

セールスレターの勉強法を一つご紹介します。

あなたが大好きなものは何ですか？

趣味でも良いです。

例えば、登山でもゴルフでも、釣りでも良いです。

食べ物でも良いです。

カレーライスでも、ハンバーグでも、焼き肉でも。

その大好きなものを、大好きな人に勧めるつもりで、  
お手紙を書いてみてください。

あなたがお手紙を書く相手は、  
あなたの好きな登山をしたことがありません。

カレーライスを食べたことがありません。

登山をすることによって、どんな景色が見られますか？

空気はどうですか？

頂上に着いたとき、どんな気分になれるのですか？

カレーライスは誰が作ったものおいしいですか？

どんな野菜が入っているのですか？

どんな味がするのですか？

大好きな人に大好きなものを勧めるとき、  
人は自然と説得力に溢れます。

豊かな表現力が現れます。

ぜひ、一度お試しください。

## 言葉の引き出しを増やす方法

あなたは、どうやってセールスレターの勉強をしていますか？

「コピーライターって、言葉の引き出しが多いんでしょうね」

と私はよく言われます。

実は、お恥ずかしい話ですが、私は日本語が苦手です。

かと言って英語がしゃべれるわけでもありません。

要するに、中学生レベルの文章力しかありません。

でも、中学生レベルでもセールスレターは書けます。

なぜなら、その方が相手に伝わりやすいからです。

あなたは、哲学書とか論文とか読みますか？

私は全く読みません。

だって、眠たくなりますから(笑)

でも、ミステリー小説とか大好きです。

特に、東野圭吾さんの作品は大好きです。

東野圭吾さんの小説は、小難しい日本語を使っていません。

私達が日常で耳にして、口にしている言葉を使います。

でも、東野圭吾さんの言葉は、  
私をまるでそこにいるかのような感覚にさせてくれます。

匂いを感じ、温度を感じ、  
痛みや味までもが明確に伝わってきます。

私達に伝わる言葉は、私達が普段使っている言葉です。

難しい日本語を使ってしまうと、  
せっかくサイトに来てくれたお客さんが、  
眠たくなってしまいます。

ですから、難しい日本語は必要ないのですね。

私に少しでも恵まれたものがあるとしたら、  
それは表現力と想像力かも知れません。

先ほどは表現力も鍛えられる方法をお伝えしました。

今回は、想像力を鍛える方法をご紹介しますね。

ちょっと隣を見てもらって良いですか？



そこには、何がありますか？

本でしょうか？

コップでしょうか？

灰皿でしょうか？

では、その本の使い道を 10 個挙げてみてください。

- 1、普通に読む
- 2、オブジェとして飾る
- 3、破ってストレス解消に使う
- 4、細かく切って猫のトイレにする
- 5、折り紙を折る
- 6、文字を抜き取って新しい本を作る
- 7、押し花を作る
- 8、プレゼントにする
- 9、古雑誌に出してトイレトペーパーに交換してもらう
- 10、隅に絵を描いてパラパラ漫画を作る

とりあえず、10 個上げてみました。

私は、この答えを 1 分かからずに出します。

どんな物でも、1 分かからず、様々な使い道を挙げます。

何でも良いのです。

1 度で良いので、お時間がある時にやってみてください。

素晴らしい答えを求めているわけではありません。

**考えることが重要なんです。**

「これはどんな使い道があるかな...？」

「こう持ってみたらどう見えるかな...？」

「あの人だったら何に使うかな...？」

私達は様々な経験を積み、大人になるほど視野が狭くなります。

なぜなら、全ての答えを知っているから。

でも、子供はどうでしょう。

一つのおもちゃで無限の遊びを思いつきます。

小さな子供の世界は、私達大人の世界よりもずっと広いです。

大人も、子供から学ぶものがたくさんあるのですね。

見方を変える、考え方を変える、受け取り方を変える。

難しいことのように思いますが、  
それは正しい答えを探そうとするから難しいだけです。

答えは無限

受け取り方も無限

考え方も無限

ですから、多く思いついたもの勝ちです。

それだけ多くの人間を引き込むことが出来るのですから。

# **サンタ営業メソッド開発者 佐藤康行**

執筆者：サンタ営業メソッド開発者 佐藤 康行

「お客様から奪うのではなく、与える」サンタ営業メソッドの開発者  
15歳で上京、皿洗いからスタートし、営業でトップセールスとして活躍  
レストラン「ステーキのくいしんぼ」を創業し、70店舗以上に全国展開  
教育教材の販売では世界 No.1 の実績を持ち、自身の著書は 70 冊超

サンタさん営業ドロボー営業

<http://infomakemarketing.com/santa.html>

解説者：YS コンサルタント株式会社 代表取締役 岡田 基良

大手生命保険会社の最下位営業所長時代に、サンタ営業メソッドを実践  
1年足らずで全国 1,000 営業所中トップとなり、13 年間トップを維持する  
ANA、住友生命、アリコジャパンなど多数のコンサルティング実績を持つ  
過去 1 年で 13 社の業績を V 字回復させ、企業研修リピート率 95%以上

トップセールスの DNA

<http://infomakemarketing.com/topsales.html>

## **【売上 3 倍セミナーNo.1】2 ヶ月で売上 3 倍の出発点**

また、新しい方に執筆していただけることになりました。

これからもさらに、あなたにとって、  
役立つレポートにしていきたいと思っています。

さて、新しく執筆していただく方は、

- ・サンタ営業メソッド開発者 佐藤 康行様
- ・YS コンサルタント株式会社 代表取締役社長 岡田 基良様

お二人のプロフィールをご紹介します。

### **■サンタ営業メソッド開発者 佐藤 康行**

「お客様から奪うのではなく、与える」サンタ営業メソッドの開発者  
15 歳で上京、皿洗いからスタートし、営業でトップセールスとして活躍  
レストラン「ステーキのくいしんぼ」を創業し、70 店舗以上に全国展開  
教育教材の販売では世界 No.1 の実績を持ち、自身の著書は 70 冊超

### **■YS コンサルタント株式会社 代表取締役 岡田 基良**

大手生命保険会社の最下位営業所長時代に、サンタ営業メソッドを実践  
1 年足らずで全国 1,000 営業所中トップとなり、13 年間トップを維持する  
ANA、住友生命、アリコジャパンなど多数のコンサルティング実績を持つ  
過去 1 年で 13 社の業績を V 字回復させ、企業研修リピート率 95%以上

私も先日、佐藤先生のセミナーを拝見しに  
新宿まで行ってきました。

やはり「心」で全ての結果が変わるのだなと  
改めて気づかせていただきました。

私の人生を変える出会いになると思います。

岡田社長も様々なお話させていただきますが、  
いつも笑顔で素敵な方です。

コンサルティングの実績がすごいのも、  
会ってお話して、なるほどと納得しました。

そんなお二人のコンテンツを  
あなたにお届けできることになりました。

佐藤先生の講義を岡田社長が解説する形で、  
メールセミナーとして進めていきます。

それでは、お楽しみに！

こんにちは。YS コンサルタント岡田です。

特別セミナーをお届けできることになりました。

講師は、ズバリ佐藤康行その人です。

一回の内容はなるべくコンパクトにし、  
1～2分もあれば読めます。

短くても、読むだけで、あなたの意識を変化させ、  
**営業成績アップ・仕事の効率の飛躍的上昇**へ向けて  
大きな気づきをもたらす内容です。

パソコンの画面で読むのもいいですが、  
**プリントアウトして持ち歩き、ちょっとした時間を使って  
1日7回以上読む**とさらに効果が高まります。

では、第1回目をはじめます。

## ■第1回「2ヶ月で売上3倍」の出発点

講師・佐藤康行：

「自分の今現在の仕事ぶり、また売上、収入、利益。  
皆様が何を言おうが、何を言い訳しようが、  
とにかくあなたの今までの人生のやってきた結果が出ている。

だから、何かを言っても虚しくなるだけ。

あなたが満足していようが、とにかく今はそういう状態なのだ。

それを3倍にするというのだから、  
今まであなたがやってきたものを全部壊さなくてはならない。

まったく新たに再構築しなければいけないということ。  
まずそれを認めることが必要。

とにかく今、このメールセミナーを読んでいるということは、  
現状に満足してないということ。

この世の法則には、全て原因と結果の法則がある。  
あなたの今までの時間の使い方、人との付き合い方、  
空間の使い方、仕事に対する心構えが、全部今の結果に現れているの  
だ。」

## ■本日のワンフレーズ

「今までの時間の使い方、人との付き合い方、空間の使い方、  
仕事に対する心構えが全部今の結果に現れている」(佐藤康行)

今、自分の仕事の状況を考えて、それが自分の過去の結果である  
ということが腑に落ちますか？

そして、2ヵ月後、半年後、1年後の未来が、  
今この瞬間にあなたが何をするか、何を思うかによって  
変化していることがわかりますか？



## **【売上 3 倍セミナーNo.2】現在が鏡のように未来に映る**

「2ヶ月で売上3倍にする」第2回目です。

前は、

「今までの時間の使い方、人との付き合い方、空間の使い方、  
仕事に対する心構えが全部今の結果に現れている」(佐藤康行)

ということが語られました。

このことが真実ならば、  
未来を変えるには、未来から見て過去である現在を  
変えればいいということになります。

それでは、第2回のスタートです。

### **■第2回「現在が鏡のように未来に映る」**

講師・佐藤康行：

「現在やっていることが、必ず未来にやってくる。

時間差をもって、現在あなたがやっていることが  
鏡のように未来に映るのだ。

時間差があるから、やっている時はすぐにはわからない。

しかし、後からやってくる。

数字としてやってくる。

あなたの収入としてやってくる。

ちゃんとやれば、やった分だけでもどってくる。

未来の数字や収入を変えたかったら、現在のあなたの動き、  
時間、空間の使い方、姿勢を変えていけばいいのだ。

そのことはつまり、  
あなたの人生を変えるということ。

今日から出発。

期限を区切って、今までやったことのない動きをする。  
そういう思いで、やる。」

## ■本日のワンフレーズ

「時間差をもって、現在あなたがやっていることが  
鏡のように未来に映る。」(佐藤康行)

今やっていることで、未来はすでに決まっています。

鏡は正直です。

あなたの2ヵ月後、半年後、1年後の  
仕事の成績、生活の状態はどうなっていますか？

## **【売上 3 倍セミナーNo.3】立てた目標を動かさない**

「2ヶ月で売上3倍にする」第3回目です。

前は、

「時間差をもって、現在あなたがやっていることが  
鏡のように未来に映る。」(佐藤康行)

ということがテーマでした。

今回は、「目標設定」についてです。

### **■第3回「立てた目標を動かさない」**

講師・佐藤康行：

「目標は、「立てるもの」であって、「実現するものじゃない」  
と思っている人が多い。

思っていなくても、結果的にそうになっている人が多い。

目標は「絶対やる」という癖をつけること。

決めたことを必ずやる。

そうするとやり方、アイデアが無限に出てくる。

目標そのものを動かしてしまうと、  
いつまで経っても実現するアイデアが出なくなる。

期限、目標を決めたら、それは絶対動かさない。

「2ヶ月以内に3倍にする」  
もし、その目標を立てたなら、それを動かさないこと。

それを完全に固定化する。

動かすのは、自分の「行動」「時間の使い方」「営業のやり方」  
「人との付き合い方」。

立てた目標と期限は動かさない。何があっても動かさない。

仮に、最初に決めた期日までに目標の半分までしか  
できていなかったとしても動かさない、それくらいの気持ち。

グラツときてはだめ。

「もうダメだ」ではなく、決めたらやる。

そうしていると、思いもよらない、未だかつてない  
知恵が出てくる可能性がある。

そのときにあなたの過去のパターン、考え方、やり方は全部碎け散る。」

## ■本日のワンフレーズ

「立てた目標と期間は動かさない。  
そうすると、思いもよらない知恵が出てくる可能性がある。  
そのときにあなたの過去のパターン、考え方、やり方は全部碎け散る。」  
(佐藤康行)

売上を1割や2割上げるのならば、過去のパターンややり方で努力すれば、どうにかなるでしょう。

しかし、もし、売上を3倍、5倍にするというのならば、過去のパターンを捨てて、根本的にやり方を変える必要があります。

売上・収入3倍を達成するという目標をたてたなら、決して動かさないことです。

それが、思いもよらなかった知恵を生み出します。

今日、2ヵ月後、半年後、1年後のあなたの目標を立ててみてください。

## **【売上 3 倍セミナーNo.4】 自分が縫い始めたら神様が糸を出す**

「2ヶ月で売上3倍にする」第4回目です。

前は、

「立てた目標と期間は動かさない。  
そうすると、思いもよらない知恵が出てくる可能性がある。  
そのときにあなたの過去のパターン、考え方、やり方は全部碎け散る。」  
(佐藤康行)

ということがテーマでした。

「今まであなたがやってきたものを全部壊さなくてはならない。  
まったく新たに再構築しなければいけないということ。」

という1回目の言葉も深く入ってきたのではないのでしょうか。

今回は、「デッドラインとしての目標・期限」についてです。

### **■第4回「自分が縫い始めたら神様が糸を出す」**

講師・佐藤康行：

「たとえば、「2ヶ月で3倍にする」と決めたならば、

そう決めたことが、まず心の根拠になる。

それを実現するやり方は無限にある。

だから、これが根拠だと固めるものではない。

あらゆる可能性・やり方・方法を考え、実行しなくてはならない。

たとえば、昔は北海道まで行くのに、何ヶ月もかかった。

それを今日中に行く決めて。  
そう決めたら、そこで電車や飛行機といったものが  
浮かんでくるのではないか？

では3分以内で行けるか？

「行けない」と言ったらアイデアも知恵も出ない。

自分の身が行けないまでも、自分の名前と写真をFAXする手がある。

とにかく何かを考える。

何が何でも、石にしがみついても、決めたらやる。

そういう癖をつける。

今までのあなたの枠で考えない。

そこで大事なものは期限。



今までの自分の頭でごちゃごちゃ考えない。

『自分が縫い始めたら神様が糸を出す』という言葉がある。

『縫い始める』というのは目標、期日を決めることで、  
『神様が糸を出す』というのは神様が  
実現のためのアイデアを出してくれるということ。」

## ■本日のワンフレーズ

「『自分が縫い始めたら神様が糸を出す』という言葉がある。  
『縫い始める』というのは目標、期日を決めることで、  
『神様が糸を出す』というのは神様が実現のための  
アイデアを出してくれるということ。」(佐藤康行)

前回でも語られましたが、売上を1割や2割増ではなく、  
3倍、5倍にするには、過去のパターンを捨てて、  
根本的にやり方を変える必要があります。

ただひたすら頭でどうしようか考えていても、  
それでは、過去のやり方や経験の延長線上でしか発想は浮かばず、  
空想のまま時間が過ぎていきます。

枠を破る、ブレイク・スルーを起こすには、  
まず、目標・期日を明確にすることが必要です。

一見するとそれは、世間でもよく言われることのように  
思えるかもしれませんが。

しかし、ここで言われている目標・期限とは、  
「デッドライン」、まさにそれができなかつたら  
死んでしまうくらいの目標・期限のことです。

その目標・期限を立てることで、  
「あなた」ではなく「神」が糸を出す、といわれているのです。

## **【売上3倍セミナーNo.5】やり方はいくらでもある**

「2ヶ月で売上3倍にする」第5回目です。

今回は、「やり方はいくらでもある」というテーマでお届けします。

### **■第5回「やり方はいくらでもある」**

講師・佐藤康行：

「私は以前、自分を元気にするために、レストラン業のかたわら、成功哲学の教育教材の代理店をやっていたことがある。

私個人はいくらでも売る自信はあったが、部下にやらせなければいけないとなるとまた違ってくる。

実際に世界一を狙える、そういう人間も入ってきた。

世界一という目標を持ってすごい勢いでやっていた。  
世界一売る人間の2倍を狙っていた。

その彼が締切期日の2日前くらいに、  
目標の半分くらいしかできていなかった。

私が「絶対やれ」と言ったときに、  
「あと半分やれる方法ないでしょうか？」と真剣に真顔で来た。

やり方はいくらでもある。

彼には、『いろんな団体でもなんでも行って  
「無料でお役に立ちますから」と真剣に話して来い、  
そしてその場で契約をとって来い』と言った。

できる、できないではなく、  
まず実際に行動し、やってみること。

これだけ頑張ったことはない、これだけ自分の能力を出したことはない、  
これだけ我を失くして、本当にお客様のため、  
目の前にいる人のためだけに過去にやった記憶はない、というくらやる。

結局、私の部下だったその彼は、世界で5番に入った。

## ■本日のワンフレーズ

「これだけ頑張ったことはない、  
これだけ自分の能力を出したことはない、  
これだけ我を失くして、本当にお客様のため、  
目の前にいる人のためだけに過去にやった記憶はない、  
というくらやる」(佐藤康行)

選挙の時期にテレビを見ていて、なりふりかまわず笑顔を振りまき、  
握手をし、頭を下げ、大声をあげている政治家・候補者を見て  
あなたは思うでしょうか？

「いやあ、もうほんとになりふりかまわずって感じで恥ずかしいね」

と思ったとしたら、あなたは立候補してもまず当選しないでしょう。

候補者は、必死です。

そして、街ゆく人は、意外にもニコニコと笑顔で返し、握手に応じ、

「頑張ってください！」

などと声援を送っています。

単なる営業スマイルがその声援を引き出しているのでしょうか？

それとも、そこには営業の真実があるのでしょうか？

～終～

最後までご覧いただき、ありがとうございました。

発行会社: infomake 株式会社(インフォメイク)  
〒275-0001 千葉県習志野市東習志野 1-11-21-102  
代表取締役 野村 晃正

AllAbout(オールアバウト)公認 IT コンサルタント  
<http://profile.allabout.co.jp/pf/infomake-nomura>

[ お問い合わせ ]  
<https://www.formzu.net/fgen.ex?ID=P65771439>  
047-407-0163／080-1118-3751

こころを込めて

