

ネット起業バイブル！

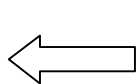
第34号

発行会社: infomake 株式会社（インフォメイク）

<http://infomake.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

執筆者: infomake 株式会社 代表取締役 野村 晃正

Yahoo・Google「リセールライト」1 位、リセールライト日本第一人者
2010 年 8 月より AllAbout(オールアバウト)プロフィール登録専門家

infomake 株式会社
<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/>

WordPress 無料テンプレート
<http://wordpress-theme.jp/>

【実践編】ネットビジネスで必須の3つのスキル

前号の最後で、ネットビジネスで必須の3つのスキルについてお話しましたね。

読んでいない方はこちらから復習してください。

http://blog.resale-rights-business.jp/201109/article_27.html

何が必要か分かっただけでは意味がありません。

これから、**どうやって身につけていくか**をお伝えしようと思います。

その前に、1 つだけ大切なことをお伝えします。

全てに通じる指針です。

「学んでからやらない、やりながら学ぶ」

本当に大切なので、もう一度言いますね。

「学んでからやらない、やりながら学ぶ」

つまり、今必要だから覚えなないといけないという環境を先に用意すること。

マニュアルは、その後に読むのです。

では、さっそくネットビジネスで必須の
3つのスキルの身につけ方をお話します。

【スキル1】ホームページ編集

自分で一から「作成」できなくていいです。

あるものを「編集」できれば十分です。

リセールライト商品（再販権付き商品）を
購入してみましょう。

たいてい販売用ホームページのひな形が
ついてきます。

販売用ホームページのひな形の名前部分や
特商法ページを編集しているうちに
ホームページを編集できるようになります。

実際、私もそうやって覚えました。

リセールライト商品が無い方はこちら
<http://www.top-marketer.com/>

【スキル2】決済環境の用意

せっかくリセールライト商品があるので
実際に販売してみましょう。

1でホームページを編集できていれば
あとはホームページを公開するだけです。

公開するサーバーやドメインを取得して、
編集したホームページをアップしましょう。

私のおすすめサーバーはこちらです。
<http://infomakemarketing.com/server.html>

最初は難しく感じるかもしれませんが
これも絶対に必要なスキルです。

どんな流れでホームページが公開できるか
は必ず知っておくべきです。

マニュアルでなく、実践の中で！！

ホームページをサーバーにアップできたら
次は ASP に出品してみましょう。

おすすめ ASP はインフォカートです。
<http://www.infocart.jp/>

※インフォトップではリセールライト商品は
新着にも検索結果にも表示されません。

出品の流れはヘルプを見れば分かりますので
まずやってみてください。

まずやってみる。

やって分からなかったらヘルプを見る。

先にヘルプを見るなということです。

PayPal も同様にやってみてください。

ヘルプは分かりにくいかもしれませんが
Google などで検索して調べてみれば
解説しているサイトはたくさんあります。

ASP や PayPal を使えるようになることで、
どうやってインターネットでお金を得るか
という流れが分かるようになります。

ここが分かっていないと致命的ですから
しっかり実践してくださいね。

【スキル3】コピーライティング

インターネットを使って商売をする以上、
コピーライティングの能力は必須です。

セールスレターやメルマガはもちろん、
物販、コンテンツサイト、動画の構成など
あらゆるものに通じるスキルです。

コピーライティングのおすすめ教材はこちら
<http://infomakemarketing.com/writing.html>

コピーライティングは書籍を読んだり、
勉強して覚えるものではありません。

「書いて、考えてから、学んで覚えるもの」

つまり、書く場がなければ無意味です！

メルマガを発行して書く場を作りましょう。

ブログではなくメルマガです。

なぜなら、リストは資産になるから。

ブログのアクセスは資産になりません。

垂れ流しですから。

スキル1～3の身につけ方をお話しました。

いかがでしたか？

あとは、あなたがやるかやらないかだけ
という気がします。

中学の勉強より簡単だと思いますから。

集客はもちろん必要ですが...

この1～3もできないうちに学んでも
全く意味がありません。

千里の道も一歩から。

まずこの1～3をマスターしてください。

「実践の中で！！」

10～30個はすごい数！？

タイトルの10～30個とは何の数でしょうか？

それは、**出品している商品数**のことです。

インターネットにはいろんな商品がありますが
ここでは情報コンテンツに絞ります。

PDF や DVD などの情報を商品とするものです。

普通に考えたら、商品数が多いほうが
たくさん売れて儲かりそうですね。

売れない商品ばかりあっても...とか
そういう屁理屈的な発想はいりませんよ。

商品数が多いほうが、たくさん売れて儲かる。

これが現実です。

自分で一から商品を作ると大変ですが
リセールライト商品であれば非常に簡単です。

買った商品をそのまま売ればいいですからね。

それでも、ほとんどの人は10～30個も

ASP などに出品することはしません。

コンサルでやりなさいと言ってもやらない。

なぜでしょうか？

それは、やる前に結果を気にするから。

本当に売れるのかな？

これで結果は出るのかな？

なんて結果ばかりを考えるから行動しない。

例えば、出品したりセールライト商品が
1つも売れなかったとしたら...

あなたは、時間を失います。

1つの商品を出品するのに30分かかったら
30商品を出品したとしたら...

30分×30商品＝900分＝15時間

たった15時間を失うだけです。

失うものなんて、たいしたことない。

逆に、残るものは何でしょうか？

- ・30個のキャッシュポイント
- ・ホームページを編集した経験
- ・ホームページを公開した経験
- ・サーバーやドメインを取った経験
- ・ASP に出品した経験
- ・決済を導入した経験
-∞(無限大)

では、想像してみてください。

もし、この15時間を「勉強」に使ったら...

何も残らないのです！！

キャッシュポイントも、経験も、スキルも...

何も残らないのです！！

残るのは「知識」だけ。

「知識」はお金になりません。

世の中で金持ちなのは、「学者」ではなくて
「起業家」や「経営者」です。

「知識」を実践して「経験」に変えて初めて
お金が生まれるのです。

机上の空論ではありませんよ。

私も最初にリセールライト商品を50個以上
鬼のように出品したから言っています。

お金としての結果は月に数万円でしたが
実践の中で、あらゆることを経験できました。

そのベースがあったからこそ、今があります。

不安な結果ばかりを想像せず、ひたすらやる。

ただがむしゃらに、泥臭くやっているうちに
あなたの心にエンジンがかかってくる。

他の人がやらないくらい、がむしゃらにやる。

そうした人だけに、見えてくるものがある。

出品していない・・・

＝キャッシュポイントがない

＝お金が入る可能性ゼロ

その状態でマーケティングを勉強しても無意味。

マーケティングは売れる商品ができた後に学ぶ。

ステップメールとは？比較、選択、利用の流れ

今回は、読者様のご質問にお答えします。

(読者様のご質問)

予め用意しておいたリスト集め用ページのメールアドレス、氏名欄に記入して、送信してもらいます。

見込み客のリスト(メールアドレスと氏名)をとった後各リスト宛に予め作っておいたメール(販売用メール)を自動的に送信する具体的な方法を知りたいです。

販売用メールを自動的に送信して購入してもらいたいです。できたら無料で。

慣れてしまえばとっても簡単なことですが最初は戸惑うところかもしれません。

でも、大丈夫！！

1 つずつクリアーしていきましょう(^-^)

まず、集めたリストに自動的にメールを送るシステムのことを

「ステップメール」といいます。

ステップメールとは、簡単に言うと...

リスト登録の直後にこのメールを送る

- 1 日後にこのメールを送る
- 2 日後にこのメールを送る
- 3 日後にこのメールを送る
- 日後にこのメールを送る

ということが出来るシステムです。

ステップメールには、主に 2 種類あります。

1 つは「ASP 型」

もう 1 つは「サーバー設置型」

ASP 型とは、WEB 上で利用するシステムです。

利用者用のホームページにアクセスして
ID やパスワードを入れてログインして
そのサイト内で利用する形です。

サーバー設置型とは、自分のサーバーに
設置して利用するシステムです。

自分専用のホームページにアクセスして
ID やパスワードを入れてログインして
自分専用で利用する形です。

※設置代行してくれるところもあります。

**ステップメールが配信されるまでの流れは
大まかに言うとこんな感じです。**

- 1.ステップメールを契約
- 2.ステップメール原稿を設定
- 3.リストを取る
- 4.CSV ファイルでリストをまとめる
- 5.4 でまとめた CSV ファイルを
ステップメールのシステムにアップ
- 6.自動的にステップメールが配信

**つまり、リストを取って、管理だけすれば
販売を自動化できるということです！**

顧客フォローも自動化できます！

ネットビジネスは人件費が少なくて済む
という象徴のようなシステムです。

ネットビジネスでリストを取らない人
ステップメールを使っていない人

もはや意味が分かりませんというほど
使うべきシステムです(^-^)

ステップメールを選ぶ基準としては、

初心者のうちは「ASP 型」

私が使った中でのオススメはこちら

⇒ <http://infomakemarketing.com/mailemail.html>

低価格ですが何でも出来るシステムです！

⇒ <http://infomakemarketing.com/mailemail.html>

リストがたくさん集まってきたら、
ステップメールに慣れてきたら、
リストから収益が上がるようになったら、

.....

「サーバー設置型」へ移行

私も現在使っているオススメはこちら

⇒ <http://infomakemarketing.com/expert.html>

高確率で届きますし、機能も満載です！

⇒ <http://infomakemarketing.com/expert.html>

無料のステップメールは、

利用できる機能に制限があったり、
リストを自分で管理できなかったり、
私も利用したことが無いので(^-^)

なので、おすすめできるものはありません。

「リスト＝顧客」

「顧客がいる＝ビジネスである」

私はそういう考えなので、お金をかけて
しっかり取り組む方針です。

どうしても無料がいいという方は

「ステップメール 無料」

などで検索してみてください。

人脈より大切なものとは？

先日、エキスパートメールの交流会に行ってきました。

エキスパートメールとは、こちら
<http://infomakemarketing.com/expert.html>

いろんな人がいましたね。

- ・メルマガアフィリだけで月 800 万くらい
余裕でいけちゃったよという人
- ・何百万円もするロレックスの時計を
みんなでおそろいで買いに行った人たち
- ・アメリカの不動産でめっちゃ儲けてる人
- ・輸入販売でガンガン稼いでいる人
- ・インフォ系の某大手会社の社長
- ・会議室チェーンを経営している人
- ・六本木ヒルズに住んでいる社長
-

2～3 年ぶりくらいに以前お世話になっていた
I さんにもお会いできました。

Iさんに自分の「コア」を教えていただけて
それだけで何千万円の価値がありました。

「コア」とは自分の本質です。

〇〇が好きとか、〇〇が向いているとか、
そんな表面上のものではありません。

何も意識しなくても自然にそうになってしまう
本質的にその人が持っているものです。

自分の「コア」を知っていると強いです。

自分がやるべきこと、勝負すべき場所が
はっきりと見えてきます。

Iさんに何と言われたかは秘密です(^-^)

直接会ってお話する機会がありましたら
興味があれば聞いてくださいね。

みんな高そうな時計やカバンを持ってました。

稼いでる人はファッションもおしゃれです。

私も含めてね(笑)

そういう場で、「言ってはいけない言葉」と

「言うべき言葉」があります。

あなたは分かりますか？

・言ってはいけない言葉

「いや～、儲けはボチボチですね。」

・言うべき言葉

「いや～、儲かってしょうがないです！」

「いや～、まだまだもっと行けますね！」

儲かってない人なんかとビジネスで絡みたい
と思う人なんていませんからね！

行列しているラーメン屋が儲かっていて
ガランとしているラーメン屋が儲からない
のと同じことです。

儲かっている、儲かってないの基準なんて
人それぞれで違いますし。

良い意味で勘違いしましょう(^-^)

稼いでいる人が集まる場に参加すると
自分の中の常識が変わります。

世界が広がります。

確かに人脈は大切ですが、それ以上に...

「自分の中でそのレベルが当たり前になる」

ことがとっても大切です。

それこそが価値があります。

稼いでいる人と接する機会が増えれば、

「当たり前でしょ、できるでしょ」

と自然に、普通に思えるようになります。

そして、行動や発言が変わっていきます。

やがて、気づいたら結果も出ています。

あなたは、どんな人と接していますか？

これから、どんな人と接していきますか？

あなたの接している人は「あなたの鏡」

誰と接するか、よく考えてみてください。

頭の中にそういう考え方を持っていれば
自然と情報が目に入ってきます。

意識があればチャンスはつかめます！

意識があるからチャンスをつかめます！

スポーツ選手とビジネスの不思議な関係

サッカー、テニス、ゴルフ、野球、アメフト、
ボクシング、バスケット、陸上、水泳...

世の中には、あらゆるスポーツがあります。

あなたも好きなスポーツはありますか？

好きなスポーツ選手もいるでしょうか？

本田、長友、香川、原口、石川遼、亀田...
(サッカーが多くてすみません 笑)

あなたが好きなスポーツ選手のことを
思い浮かべてみてください。

はい。

それでは、あなたの好きなスポーツ選手は
いつもどれくらい練習しているでしょう？

想像してみてください。

お金もあるからキャバクラで毎晩豪遊して
遊びまくっているでしょうか？

スポーツジムで汗を流すくらいの感覚で

適当に練習しているでしょうか？

「そんなはずない、もっと頑張ってる！！」

と誰でも思うはず。

事実。

日々、相当な努力を積み重ねて、練習し、
挫折に負けない強い精神で取り組んでいる。

だから、成功し、活躍している。

そう。

輝いている人は必ず「努力」している。

まぐれもあるかもしれない。

でも、輝き「続けられる」人というのは、
常に「努力」を続けている。

自分のできるレベルでしか練習しない...

そんなスポーツ選手が活躍できますか？

オリンピックに出られると思いますか？

「ここまで出来た」

「あと一步」

「あと一步」

と自分に負荷をかけているのです。

自分の肉体と、精神と戦っているのです。

常に自分を追い詰めて自分と向き合う。

だからこそ成長する。

そして、結果が出る。

輝く。

もう言うことは無いでしょう。

あなたのビジネスに対する姿勢はどうですか？

もし、この話を聞いてビクッとしたなら
それが稼げていない原因です。

もしくは、いまいちグーンと抜きん出て
稼げるようにならない原因です。

輝いているスポーツ選手。

活躍しているスポーツ選手。

大好きなスポーツ選手。

見るたびに自分と重ねてみてください。

「あー、自分はまだまだ努力が足りない。」

「あー、もっと頑張らなきゃいけない。」

そう感じるエネルギーにしてください。

ちょちょっと...副業ですか？

とりあえず 5 万くらいほしい...ですか？

そんな人は今すぐやめたほうがいいですよ。

そんな人に教えることは何もありませんので
もうレポートも読まないでくださいね。

つらい時の「あと一歩」「あと一歩」

あなたは出来ていますか？

今まで「あと一歩」が出来ていなかったけど
これからは「あと一歩」を頑張ります！

と思えるあなた、すでに出来ているあなたは、
引き続きレポートを読んでください。

一緒に成長していきたいと思っています！

これからのホームページ作成方法

インターネットでビジネスをする上で
絶対に必要なスキルは...

「ホームページ作成スキル」

ガッツリと一から作成できるほどのスキルは
必要ありません。

簡単な編集ができて、簡単なホームページを
作成できれば十分です。

つまり、デザイナーのようにホームページを
作成するほどのスキルはいりません。

ちょっと安心しましたか？(^-^)

今までは、ホームページビルダーなどの
ホームページ編集ソフトで作るのが一般的。

でも、これからは作り方が変わっていくと
私は予想しています。

もっと簡単に、誰でもホームページを持てる
環境になっていくでしょう。

今のブログのような感覚で、より多くの人が

ホームページを持つようになるでしょう。

ワードプレスもかなり浸透してきました。

ワードプレスはこちら
<http://ja.wordpress.org/>

ワードプレスはテンプレートも豊富ですね！

ワードプレス無料テンプレートはこちら
<http://wordpress-theme.jp/>

グーグルの無料ホームページ作成サービス
グーグルサイトも出てきました。

グーグルサイトはこちら
<http://www.google.com/sites/help/intl/ja/overview.html>

これからは、ブログ感覚のホームページが
主流になっていくでしょう。

うちの法人サイトもワードプレスです(^-^)
<http://infomake.jp/>

テンプレートを購入してカスタマイズすれば
これくらいのサイトは簡単にできます。

起業家や経営者は、ワードプレスなどで
ホームページを作れば問題ありません。

お金を生んで、回すのが仕事ですから。

本格的なホームページを作成するときは
デザイナーさんにお願いしましょう。

今は SOHO など、優秀なデザイナーさんが
たくさんいらっしゃいます。

自分でホームページを編集できたほうが
有利なのは間違いありません。

次のステップとして挑戦しましょう！

ホームページの編集方法を覚えるには、
リセールライト商品を活用するのがベスト。

リセールライト商品はこちら
<http://www.top-marketer.com/>

最後にまとめておきます。

■これからのホームページ作成

【1】ワードプレスで作る
<http://ja.wordpress.org/>

【1】グーグルサイトで作る

<http://www.google.com/sites/help/intl/ja/overview.html>

【2】リセールライト商品を活用して
ホームページの編集方法を覚える

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

【3】お金を回してデザイナーさんに
ホームページ作成をお願いする

過去のやり方にこだわらず、
より早く、より効率的に稼ぎましょう！

確実に儲かるビジネスの構築法

確実に儲かるビジネスの構築法をお話します。

できる、できないではなく、
儲けたいならこの方法でやってください。

以前、**儲からないのは広告を打ってないから**
という話をしましたね。

まず、この考え方を理解してください。

http://blog.resale-rights-business.jp/201109/article_15.html

一言で言えば、確実に儲かるビジネスは...

広告を打って利益が出るビジネス

~~~~~

**より効果的な広告を打てるビジネス**

~~~~~

では、さらに詳しくお話していきましょう。

広告といっても種類はいろいろありますが、
この基準で選んでみてください。

常に出し続けることができ、効果を測れる。

~~~~~

なぜなら、

常に出し続けることができる

→ 露出を増やして集客を増やせる

効果を測れる

→ 利益率を高められる

利益率を高めながら、露出を増やしていけば、  
どんどん儲かってビジネスが大きくなります！

広告にお金を突っ込めば突っ込むほど  
儲かるのが分かっているのだから鉄板です！

いろいろな広告媒体を検証してみましょう。

メルマガ広告

→ 単発でしか出せない、出し続けられない

バナー広告

→ 出し続けられるし、効果も測れるが、  
バナー広告は反応が良くない

つまり、たまにしか広告を出せない媒体や  
効果を測りにくい媒体は失格です。

それでは、常に出し続けることができ  
効果を測れる広告媒体とは何でしょうか？

もうお分かりですよね？

答えは、「PPC 広告」です。

グーグルアドワーズやオーバーチュアです。

特に、グーグルアドワーズは良いです。

上手に運用すれば、コストを下げられます。

「PPC 広告」であれば、

- ・常に出し続けることができる
- ・効果を測れる
- ・コンテンツネットワークにも出せば、  
バナー広告の分野もカバーできる

「情報商材は PPC 広告を出せなくなった」

「もう PPC 広告はダメですね」

という人がいます。

私から言わせれば、発想が逆です。

**PPC 広告に出せるビジネスをやればいい！**

~~~~~

ということです。

情報商材でもコンテンツサイトを作れば
PPC 広告に出すことは可能です。

コンテンツサイトに PPC 広告を打って、
リストを取り、ステップメールで売る。

今までよりも手間がかかるだけの話。

それに、情報商材でなくてもいいんです。

目的は「稼ぐこと」ですからね。

情報商材よりも、PPC 広告に出しやすい
リアルを絡めたビジネスをすれば良いです。

凝り固まらず、広い視野を持ちましょう。

ビジネスで稼ぐ 3 つの黄金法則

いろいろなビジネスを経験してきて
ビジネスで稼ぐ黄金法則を見つけました。

私もまだまだ未熟ですが、この話は
【年商 3,000 万円以下の方】
にはかなり参考になる話だと思います。

ぜひ、このことを意識しながら
ビジネスに取り組んでみてください。

売上 UP、間違いなしですよ！（^-^）

ビジネスで稼ぐには、以下の 3 つのうち
いずれかが必要になります。

何があれば稼げるのかを分析し続け、
ようやくこの黄金法則を見つけました。

■ビジネスで稼ぐ 3 つの黄金法則

どんなビジネスでも【資産】を作る
という発想が大切です。

「これは資産になるのか？」

常に自分に問いかけて行動すべきです。

【1】リスト

リストは資産です。

リストがあれば...

自社の商品売る
商品を持っている人と組む
ノウハウを持っている人と組む

という稼ぎ方ができます。

【2】スキル

スキルも資産です。

スキルがあれば...

リストを持っている人と組む
仕組みを持っている人と組む
代わりにその業務やってあげる

という稼ぎ方ができます。

【3】仕組み

仕組みとは、
お金を生み出すビジネスモデルのこと。

仕組みは資産です。

仕組みがあれば...

広告費をかけてレバレッジをかける
人を増やしてレバレッジをかける

ことで稼げます。

【資産ではない】 商品

賛否両論あるでしょうが、
私は商品は資産にならないと考えます。

なぜなら、商品は常に流行があって、
常に改善していかないといけないから。

それに、スキルや仕組みのように
レバレッジもかけにくいから。

言葉で説明するのは難しいですが
感覚的にそう思うのです。

いつかお会いする機会があれば
じっくりお話ししましょう(^-^)

リスト、スキル、仕組み

この 3 つこそ資産だと考えています。

インターネットでビジネスするにしても
リアルでビジネスするにしても

「いかに資産を増やしていくか？」

「これは資産になるのか？」

という発想が大切です。

その発想が無い人は、一発屋として
消えていくことでしょう。

現に、そういう人は多いようです。

ゼロに何をかけてもゼロです！！
~~~~~

リスト、スキル、仕組み

全てが絡み合って成り立っていますが...

最初はあまり欲張りすぎずに  
どれか 1 つに集中してみてください。

# 何でも上手くいく人の目標設定法

何をやっても上手くいく人と  
何をやっても上手くいかない人

いったいどこが、どう違うのでしょうか？

私は今までコンサルなどをしながら  
いろいろな人を見てきました。

その中で、あるポイントに気づきました。

何をやっても上手くいく人は、  
ちゃんとあるポイントをおさえています。

何をやっても上手くいかない人は、  
逆に、あるポイントがずれています。

あなたは、どうでしょうか...？

あるポイントとは...

どれくらい先を見ているか  
~~~~~

つまり、どれくらい先の時間を意識して
生活しているかということです。

分かりやすく言うと、

1 ヶ月後を見ているのか
10 年後(かなり先)を見ているのか

ということです。

普通は、10 年後(かなり先)をイメージして
目標を立てましょーと言いますね。

でも、これこそが失敗の元！！

あなたは、なぜか分かりますか？

なぜ、失敗するかというと...

10 年後(かなり先)はイメージできないから
~~~~~

人間、自分が体験してないことなんて  
ちゃんとイメージできません。

現在の状況とかけ離れていればいるほど  
イメージすることができません。

例えば、

現在、月給 30 万円のサラリーマンが  
いきなり月収 100 万円ほしいとしましょう。

月収 100 万円がある状況や  
月収 100 万円を稼ぐ方法を

明確にイメージできるでしょうか？

例えば、

女の子に全然もてたことがない人が  
複数の彼女と付き合いたいとしましょう。

複数の彼女がいる状況  
複数の彼女を作る方法

明確にイメージできるでしょうか？

はい！

いきなり飛び越えるから失敗するんです！  
~~~~~

そんな風に、いきなり先をイメージせずに
まず「目の前の 1 歩 1 歩」を目標にするのです。

例えば、

現在、月給 30 万円のサラリーマンなら

月 5 万円が増えた状況や
月 5 万円を稼ぐ方法を

イメージするんです。

例えば、

女の子に全然もてたことがない人なら

女の子と話している状況
女の子と出会う方法

イメージするんです。

今、ちょっと頑張って出来ることなら
明確にイメージできます。

ちょっとの頑張りを積み重ねるのです！
~~~~~

少しずつ積み重ねていけば、やがて...

できる、できる！  
すごい、すごい！  
やれる、やれる！

**自分に自信が持てるようになります。**

**成功グセがつくようになります。**

1 歩 1 歩の積み重ね。

ビジネスも人生も同じです。

もちろん、10 年後(かなり先)のことをイメージすることも大切です。

しかし、そんな先の大きなことは...

「夢」として  
「あこがれ」として

心の奥で温めておけば良いのです。

1 歩先の目標は、イメージすれば叶います。

絶対に手に入れたいとイメージできます。

何を行動したらいいのかも分かります。

あなたも、1 歩 1 歩積み重ねてください。

必ず満足いく、幸せな人生になりますよ(^-^)

唯一の例外として、一気に飛び越えたことを自分の中の常識にしてしまう方法があります。

また、次でお話しますね。

# 一気に飛躍する方法

一気に飛躍する方法をお話します。

収入や売上、何にでも通じる話です。

じっくり読めば、あなたの意識や考え方に  
大きなショックを与えるでしょう。

「ああ～、だから伸びなかったんだ。」

と気づいてもらえると思います。

コツコツとか努力というのも大切ですが  
あまり良い考え方ではありません。

コツコツ、地道にやっているだけでは  
一気に飛躍することは不可能です。

限られた人生、限られた時間。

のんびりやっている暇はありません！

まず、ほとんどの人が売上を伸ばすための  
考え方が間違っています。

「売上を 30%増やそう！」

こんな目標の立て方は最低です。

なぜか？

それは...

「現状＋努力」で解決しようとするから。

今より長く働く。

今より効率を上げる。

今より集中して真剣にやる。

.....

結局、疲れるだけです。

それほど大きな結果も出ないでしょう。

そうやって、**30%アップ**で考えていては、  
一気に飛躍することはできません。

正しい考え方は...

「売上を 3 倍に増やそう！」



こう考えたときにひらめきます。

一気にビジネスが飛躍します。

今までの自分の常識の中で考えていては、  
売上を 3 倍に増やすことは不可能です。

今までの常識をひっくり返すのです！

そのビジネスで 3 倍にできるのか？

他のビジネスの柱を増やすのか？

人を増やしてチームにするのか？

自分でやらないで人と組むのか？

.....

頑張ったって、3 倍は無理です。

努力したって、3 倍は無理です。

3 倍だから、そこで発想が変わるのです！

今までにない考えが浮かんできます。

「でも、何をしたらいいか分からない。」

もしそう思うなら、すでにその 3 倍を  
達成している人に会いましょう。

そして、その人との時間を増やしましょう。

その人以外との時間を減らしましょう。

自然とその師匠の考え方が身につきます。

心の底から好きになれて、100%信じられる  
そんな師匠を見つけましょう。

師匠や先生、尊敬する人から学ぶときは

「自分のフィルターを通してはいけません！」

良い所もあるけど、ここは悪い所だな...

そうやって、自分のフィルターを通して  
あなたがジャッジしてはいけません！

そのあなたの中の「常識」があるから、  
それを受け入れられない「壁」があるから、

だから今、3 倍に出来ていないんです！！

【素直】 1 つだけ大切なことを挙げるならこれです。

## それぞれの稼ぎ方

赤が好きな人もいれば、白が好きな人もいる。

黒が好きな人もいる。

(私はオレンジが好きです^^)

今までいろいろな人を見てきましたが、  
価値観は人それぞれだなと感じます。

このメルマガはビジネスメルマガなので^^

お金を稼ぐことに対する価値観の違いを  
お話ししたいと思います。

それぞれで稼ぎ方が変わってきますから  
最初に押さえておくべきでしょう。

そうでないと、精神的に苦しくなりますし  
なかなか続けられません。

お金を稼ぐことに対する価値観は、  
大きく分ければ 2 つでしょう。

- ・月 5～10 万円の副収入が欲しい
- ・月 30～100 万円稼いで独立したい

それぞれで稼ぎ方が違ってきます。

自分はどちらを望んでいるのか？

最初に明確にしておきましょう。

例えば、

月 5～10 万円の副収入があればいい人が  
月 30～100 万円稼ぐためのビジネスをしても  
続くはずがありません。

当然、稼ぐ金額が増えれば増えるほど  
ビジネスへの初期投資も増えます。

より高いスキル、より強い精神力なども  
必要になってきます。

月 5～10 万円でいいというモチベーションで  
結果を出せるはずがありませんよね？

そもそも、やることを間違っているのです。

逆は、ありえます。

つまり、

月 30～100 万円稼いで独立したい人が  
月 5～10 万円稼ぐためのビジネスをしている  
というケース。

「個人では」月 5～10 万円が限界だとしても  
「チーム」にすれば月 30～100 万円も可能です。

人でレバレッジを利かせるということ。

仕組みを作るということ。

作業者的な考え方では思いつきませんから  
経営者的な発想が必要になってきます。

仕組みを作れば、月 5～10 万円のビジネスで  
月 100、月 1000 万円を稼ぐことも可能です。

それぞれのビジネスを見てみましょう。

## ■月 5～10 万円の副収入が欲しい

オークション、物販アフィリエイト、ドロップシッピング  
せどり、SOHO（在宅ワーク）、懸賞サイト  
リセールライト単発、アフィリエイト

※仕組みを作り、レバレッジを利かせれば  
月 100、月 1000 万円を稼ぐことも可能。

## ■月 30～100 万円稼いで独立したい

情報販売、マッチングビジネス、リアルビジネス  
アフィリエイト、リストマーケティング  
リセールライト会員制ビジネス、物販販売元

ツイッター、フェイスブック、グーグルプラス...

次々に新しい情報が出てきますよね。

「知っておかないと、乗り遅れてしまう！」

と不安に思う方もいるでしょう。

でも、情報を「得ること」が目的になっては  
本末転倒です。

その情報を「活用して」結果を出すことが  
本当の目的のはずですよ？

月 5～10 万円稼げればいいという人には  
動画プロモーションなんて必要ないですよ！

自分に必要なければ、乗り遅れていいのです！

本当に必要でない情報は「遮断」するのです！

自分に必要な情報は何か？

自分が望んでいる稼ぎ方は？

もう一度、自分自身を見つめ直してください。

## 稼いだ時こそ正念場

少しレベルの高い話になります。

売上がゼロの人(結果が出ていない人)は、  
まず泥臭く行動してください。

今、この話を読んでも無意味です。

最初から効率よく出来るなんて思わない。

泥臭く頑張って、行動の量でカバーして、  
ひたすら頭を使って改善するのです！

では、月に 3 万円以上の売上有る方は、  
ここから先をじっくり読んでください。

「これ」を出来る人だけが大成します。

一言で言うなら、こういうことです。

1 つに集中する！  
~~~~~

多くの稼げるようにならない人の原因は...

1 つのことをクオリティを高め続けながら
続けていくことが出来ないから。

月に 5 万とか、10 万とか稼ぎはじめると
他のビジネスに手を出そうとするんですね。

でも、これが決定的な間違いです。

全てが中途半端になり、稼げていたものも
売上が落ち込んでいきます。

そして結局、また新しいものを探すのです。

新しいビジネスを立ち上げるためには、
タイミングが重要です。

1 つの柱が強くなってから、次を作る。

月 5 万や 10 万なんて、まだまだです。

1 つのビジネスを月 100 万に育てるまでは、
1 つのビジネスに専念すべきです！

例えば、家を想像してみてください。

細い柱が何十本あったとしても、
家を支えることは出来ませんよね？

土台がグラグラです。

逆に、太い柱が 3 本あったとしたら、
ガッチリ家を支えられますよね？

土台がガッチリです。

「なぜ、月 100 万まで育ててからか？」

答えは、この 2 つです。

月 100 万くらいまで育ててあれば...

- ・そんなに簡単には崩れないから
一気にゼロになる可能性が低いから
- ・少しレバレッジをかけるだけで
一気に規模を大きく出来るから

だから、まず月 100 万まで育てる！

月 5 万や 10 万だと、すぐに崩れたりして
一気にゼロになる可能性があります。

また、元の規模が小さいですから
レバレッジをかけようがありませんし、
かけてもあまり大きく出来ません。

人間は飽きっぽいのです。

だから、すぐに目移りして浮気します。

1 つのことを改善しながら続けていくのは
なかなか精神力が必要です。

でも、この事実を知って、実践すべきです。

「浮気しない」

「1 つに集中」

「月 100 万に育てたら次を作る」

この意識を持って、大きくしましょう！

私もこの考え方で今も拡大していますよ^^

株式会社 夢丸

執筆者：株式会社 夢丸

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/>

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>

彼女の勉強法の全てを公開した無料動画講座

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

好きな女性を口説くなら1%を狙え(山戸久美子)

あなたは、札幌のカリスマ講師、
渋谷文武さんをご存知ですか？

彼はよく「1%に好かれればいい」と言います。

残りの99%からは、批判されたり、
またはどうでも良いと思われていて良い。

1%の人だけに好かれればいいと思うと
もっと自分らしく生きられる。

私のその言葉を聞いて、その通りだと感じました。

先日、私のコピーライティング教材をご購入いただいた方から、
ある質問を受けました。

それは

「女性向けのコピーをいっぱい書こうと思っています。
女性向けのコピーの共通点を教えてください。」

というものでした。

私は、女性だから、というだけで共通する点、
気をつける点は特にないとお答えしました。

例えば、あなたが好きな女性を口説こうと思ったとき、

女性が喜びそうなことをするよりも、
あなたが好きな女性が喜ぶことをしてあげたいと思いませんか？

100人中99人が好きなものを与えるよりも、
たった1人の彼女の好きなものを与えてあげたいですね。

そのためにあなたは、好きな女性がどんなことをしたら喜ぶのか、
何が欲しいと思っているのか、一生懸命探すわけですね。

自分が書くコピーに人を惹きつけたければ、
ターゲットに恋をすると良いんです。

こんな言い方をすると気持ち悪いかも知れませんが、
人は好きな人のためなら、何でもしようとします。

自分でも信じられないくらいエネルギーを発揮します。

自分が売りたいものを欲しいと思う人、
自分が売りたいサービスを必要としている人

それが、ターゲットです。

ターゲットが普段どのような生活を送っていて、
どんなことに喜びを感じるのか、
どんな時にその商品の必要性を感じるのか、

好きな人を落とす気持ちでリサーチする。

それがコピーライターとして、自分らしい、
誰とも比べられないようなレターを書けるようになる秘密です。

あなたが口説きたい女性がいるのであれば、
100人の女性の意見を聞くのではなく、
彼女がどんな人なのかをよく知ることです。

その人がどんな人なのか誰よりも知っていれば、
彼女が喜ぶ言葉も、行動も全て分かります。

99%のファンよりも、
1%のファンを捕まえる。

サイト訪問者100人に購入してもらうためではなく、
たった1人に購入してもらうつもりで書く。

そうすると、メッセージは強くなります。

カリスマ講師 渋谷さんからの言葉があまりにも素敵だったので、
最後に彼のメルマガから一文をご紹介します。

(渋谷 文武氏 メルマガより抜粋)

1%の人が強烈なファンになってくれれば、私たちはカリスマ講師として生きていけます。

たとえば、日本人のうち、1%があなたのファンになってくれたら、あなたには大変なことがおきます。

日本人の人口の1%は約 130 万人です。

その 130 万人が、あなたのファンだったら・・・

あなたが本を出せば、ミリオンセラーになります。

1500 円の本を出版したら、印税収入(10%で1冊につき 150 円)だけで、
150 円×130 万人=1 億 9500 万円となります。

セミナーだって、常に満席でなかなか受講できないでしょう。

つまり、1%強烈なファンがいると、あなたは億万長者になってしまうのです。

だから、カリスマ講師を目指すなら、批判や嫌われることを恐れなくてください。

自分らしく生きるのに、ブレーキを踏まないでください。

ブレーキを踏んで、できるだけ普通に生きようとすれば、

99%の批判者(と無関心者)はいなくなるかもしれません。

でも、それと同時に、あなたにとって最高の受講者である
1%のファンと出会えなくなります。

「100 人いたら、たった 1 人でいい。私の生き方や講義を絶賛してくれるの
は。
ただし、その 1 人には最高の教育をするぞ」

そう思って、あなたらしく輝き、最高の講義をしてください。

そうすると、不思議なことが起きます。

結果的に、1%よりもはるかに多くの熱狂的なファンが生まれます。

自分らしく、もっとビジネスを楽しんでいきたいですね。

ウェブ制作が苦手なあなたへ(山戸久美子)

今回は、コピーライティングが苦手な方でも、
ちょっと使えるセールスレターの書き方について
お話させていただきます。

あなたは、ウェブサイトを作れますか??

作れるといっても、ホームページビルダーや、
テンプレートを使ったものでも十分だと思います。

一昔前では、情報商材の販売サイトといえば、
いかにも素人が作ったようなサイトでも、
驚くほど売上を上げていましたが、
最近では、上位に入っている販売サイトはとてもキレイで、
素人には難しく感じてしまいますよね・・・

**素人の方がやってしまいがちな
売れない販売サイトといえば**

- ・ごちゃごちゃし過ぎている
- ・画像が表示されていない
- ・リンクが効いていない
- ・ブラウザによって表示にズレが生じている

- ・配色が悪くてくどい
- ・文字が読みづらい
- ・画像が多すぎる、または少なすぎる
- ・レターの流れと画像がリンクしていない

などなどなど・・・

たくさんあります^^;

私も、様々なクライアント様の販売サイトを
拝見させていただいておりますが、
正直、センスというか、経験が少ないと言うか、
「何でこうなっちゃったの？」
と思わざる得ないものを多数見てきています。

それでも「自分で作ります！」と頑張っている方を見ると偉いなと思います。

私だったら外注します。

**そもそも販売サイトとは、
セールスコピーを引き立てるものです。**

黒い黒板には白いチョークで文字を書き、

ホワイトボードには、黒いペンで文字を書きます。

見る人が見やすいように、
目立たせたい文字を読んでもらえるように、

見て欲しい画像を見てもらえるように
作らなくてははいけません。

理想を言えばセールスコピーも自分で書いて、
販売サイトも自分で作ることです。

私はコピーライターですが、
ウェブ制作は得意ではありません。

原稿をウェブ制作担当のスタッフに引き渡す際には、
目立たせたい文字はポイント数を上げたり、
アンダーバーを引いたり、文字の色を赤にしたりして、
ここは目立たせてね～と引き渡します。

1 度出来たサイトを何度も打ち合わせしながら、
より見やすく、より読みやすく、
より伝わりやすいように修正します。

配色や画像、バック画像などをプロのように作るには、
やはり、かなりのスキルは必要になります。

そんな時に素人の方でも簡単に使いこなせるのが、
文字のフォントです。

人の言葉には、全てトーンや表情があります。

苦しい声、
嬉しい声、
悲しい声、

様々かと思いますが、文字のフォントを見て、
何となく相手の表情やトーンが想像出来ると思いませんか？

ウェブ制作は苦手だけど、
自分で販売サイトを作ってみたい・・・

とあなたが思っているのであれば、
無料のフォントサイトもありますので、
参考にしてみてくださいね。

↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓↓

<http://www.fontfontfont.com/>

なかなか仕事が進まなくてイライラしている あなたへ(伴智樹)

先日、うちの息子が母親に怒られていました。

よくよく話を聞いていると学校の宿題をやらないでいて
夜になってから慌てだしたので怒られていたみたいです。

そう言えば、夏休みの宿題も溜めて怒られていました・・・。

やっぱりまだ小学3年生なので
計画を立てて実行するというのは難しいんでしょうかね。

実は私も以前はそうでした。

時間の使い方が下手というか無計画というか。
さすが親子ですね^^

でもここ数年はかなり計画的になってきました。

なぜ計画的になってきたかと言うと、
元々横着な私は人より半分の時間だけで仕事をしたいから。

そして、出来ることなら
人の2倍の成果を出したいと考えていました。

つまり、人より4倍の作業効率ということですよ。

でも、意外とこれって難しいことじゃないんですよ。

今日は、**ToDo・スケジュール管理による
目標達成のススメ**をお話します。

私は去年の夏くらいまではシステム手帳を持ち歩いていたのですが
最近では iPhone をシステム手帳代わりに持ち歩いています。

元々は手書き派だったので慣れるまでは時間が掛かったのですが
やはり使い始めてみるとこんな便利なものはないですね。

**ネットに接続して調べ物が出来るシステム手帳
みたいなもの**ですからね。

ついでに暇つぶしにフェイスブックやゲームまで出来る^^

よく「電波がないところでは使い物になりませんね。」
とか言われるのですが、
元々のシステム手帳の役割は果たしているのでそれで OK なのです。

そして、私がスケジュール管理に使っているのが

- ・Google カレンダー
- ・iPhone アプリの Refills

です。

この2つはカレンダー機能だけではなく
ToDo 機能も双方向で同期出来るの非常に便利です。

これがあるから、
「電波のないところでもシステム手帳」
としての役割を果たしているのです。

社内にいる時は基本的に Google カレンダーから
スケジュールの管理を行っています。

社外では、Refills です。

私はこれが最強のコンビだと思っています（笑）

では、これをどのように使いこなしているかという話ですが
基本、私の手帳（Refills）は
スケジュールというよりも ToDo で埋められています。

その ToDo を消化していけるようにスケジュールを組んでいるのです。

1日の作業の優先順位としては

1. 頭を使う短時間作業（メール対応、打ち合わせ）
2. 流れ作業的な短時間作業（事務的な作業）
3. 頭を使う長時間作業（企画打ち合わせ、レター）
4. 流れ作業的な長時間作業（どちらかというと仕事以外、整体・散髪など）

です。

ToDo リストを使っていると1日の作業が溜まっているような状況だと仕事に追われている感があって精神衛生上良くありませんよね？

ですから短時間で済む作業は早い時間に片付けてしまいます。

あと、頭を使うような仕事は食事前にするようにしています。

満腹の状態だと、どうしても眠くなっちゃいますからね。

後はこれを前日にスケジューリングするだけで作業効率があがるのです。

ToDo リストを黙々とクリアするだけではダメです。

その通りに出来るか出来ないかは別としてスケジュールで管理するのです。

そうすることにより視覚的に1日の作業ボリュームを確認することが出来ます。

どうしても人は午前中の仕事はスローペースになり
終業時間まぎわの夕方の仕事はハイペースになりがちです。

ですが、本来は頭の冴えている午前中に多くの仕事をこなすべきなのです。

それを1日の作業ボリュームを確認し、
作業時間をきちんと配分すれば実践できるようになるのです。

このようにただ目の前の仕事を追いかけるだけではなく
それをきちんとスケジュールリングしてこなす。

それだけで本当に効率は上がるものなのです。

もし、あなたが作業効率に悩んでいたらぜひ試してみてください。

YSコンサルタント 株式会社

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

サンタ営業の秘密

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

サンタマーケティング・ビジネスコース

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

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.32】天動説と地動説

それでは、「天動説と地動説」をお届けします。

■第32回「天動説と地動説」

講師・佐藤康行：

「今回から少し経営ということについて話をしたい。

天動説、地動説というのがある。
コペルニクスやガリレオの。

ほとんどの人が、地球が中心で、宇宙が、星が地球を中心として
回っているという発想だった。それが天動説。

地球も星の一部としてみて、全体から見ると、
太陽の周りを地球が回っていることが見えるようになる。
それが地動説。

では、経営についての天動説、地動説はそれぞれ何だろうか？

天動説は、自分ありき、自分の会社ありき。
自分の会社からお客様を見ようとしているのが天動説。

この発想では、時代が進化すればするほど、
時代が変化すればするほど、
自分の会社は倒産にまっしぐらだ。

社内からお客様をいつもながめている経営者は、
それですでに経営者失格といえる。

なぜなら倒産まっしぐらだから。
むしろ、早めに会社を閉めた方がいい。
それは天動説だから。

では、経営の地動説というのは何か？

それは、反対から、つまりお客様側から見るとのことだ。

よく言われるように、お客様の「立場になって」から見るのではない。
お客様そのものから見るのだ。

お客様側から会社を見て、そして、お客様の欲求に応えるために
会社をあらゆる形に作り変えていく。

どんな形にでも変えていく。
勇気をもって、やり方をすべて変えていく。

会社ありきで、その会社が生き残りをはかるのではない。
その発想は天動説だ。

あくまでも、お客様の欲求を満たすために、
会社があらゆる形に変化しなくてはいけない。

アメーバーが変化するようにあらゆる形に変化する。
状況に応じて変っていく。

そのために必要な人材、そのために必要な資金調達、
そのための商品開発だ。

何のために会社があるのか？

従業員を養うためか？

経営者の金儲けのためか？

社内の中だけで物事を見ていると、自分の見えるところでは判断できない。

見えるところを守ることしか考えなくなる。

会社をそのまま守ろうとするのが最も危険だ。

時代は変わり、お客様の要求は変わり、求めるものが急速に変わっていく。

それに合わせたスピードで変化していく。

それに対する手を打っていかなくちゃいけない、とういことだ。」

■本日のワンフレーズ

「会社ありきで、その会社が生き残りをはかるのではない。
その発想は天動説だ。

あくまでも、お客様の欲求を満たすために、
会社があらゆる形に変化しなくてははいけない。」

（佐藤康行）

「お客様の立場に立場にたって」ということはよく言われることです。

しかし、それは実際のところ、

売る側の人間が売って儲けるための手段として
「お客様の立場にたって」見ることになりがちです。

表面では地動説を認めながらも、
心の底では天動説が正しいと思っているようなものです。

そうではなく、真理として地動説を認める、
つまり、自分や会社を守るのではなくお客様の欲求そのものを
満たすためにすべてを変えていくというのが今回のポイントです。

ビジネスは慈善事業じゃない。
そんな奇麗事いったら、つぶれてしまう」

という声が聞こえてきそうですが、
地動説にたっている経営者は間違いなく繁栄を享受しています。

満足したお客様から対価をいただくのがビジネスだからです。

【売上 3 倍セミナーNo.33】わがままなお客様

前回から、「経営」という視点で、
より大きな枠組みで「セールス」を捉えています。

出来る営業マンは「経営」を学んでいます。

それでは、今回のテーマ

「わがままなお客様」

をお届けします。

■第33回「わがままなお客様」

講師・佐藤康行：

「お客様から会社を見る、それが地動説だと前回話した。

当然、生き残っていくにはそれしかない。

お客様はわがままでいいのだ。
お客様は、そのままのわがままでよい。

「我がまま」なのだから、自分が求めているもの、
欲しいもの、得たいものは買う。

嫌だったら他の店に行くとか、
他の会社から買う。

だから、お客様の欲求を満たす競争なわけだ。

当然、欲求を満たしてくれる、満足させてくれる、
納得させてくれるところが繁盛する。

ごく当たり前のことだ。

そして、それしか会社の存続方法はない。

だから、お客様の言うことを知らなくてはいけない。

実際にお客様と接している営業マンはもちろんだが、
それ以上に、経営者である社長はお客様の言うことを
知っていなくてはならない。

お客様が何を求めているのか。
問われたら、明快に答えることができるだろうか？

お客様が何を求めているのか。
あなたの扱っている商品に対して何を求めているのか。

明快に答えることができるだろうか？

あなたの所に来ているお客様は、
あなたの扱う商品が自分の欲求にある程度
合っていると思うから来ているわけだ。

だから、その人の意見は、ある程度答えることは可能では？。

とはいえ、そのお客様の意見さえ知らない場合がある。
なんで来ているのかわからない。それは問題外だ。

なんで自分のお店とか会社に来てくれているのか。
最低限それぐらいわからないといけない。

もっというなら、それ以上、何倍も繁栄させようと思うなら、
あなたの所に来ないお客様でも、同じような要望のある人のことを
知っていなくてはならない。

たとえば、お店でいうなら、あなたの扱っている商品と
同じようなものを扱っている店にお客様が入っていつている。

同じものを扱っているお店や会社で、そっちが繁盛していたら、
当然要求を満たしているわけだ。

いったいそれは何なのかと、最低知っていなくてはならない。

最低とつけたのは、知っているのが最低ライン、出発点だからだ。

あなたが常にそのために研究開発して、そのために時間を割いて、
チームをつくって、そのために商品開発をするなり、
宣伝をするなりして、それに向けてやっていく。

お客様が何を求めているのか。そして、求めていることを、
本当にそのために時間を割いて、そのための研究費用を
かけてやっているのかどうか。本当にそれが的確なのか。

的にはまっているのか。本当にそう言いきれなのか。

社長は常にそこに目を向けていなくてはならない。

お客様の要望にもっとも敏感なセールスマンでなくてはならない。」

■本日のワンフレーズ

「お客様はわがままでいいのだ。
お客様は、そのままのわがままでよい。」

「我がまま」なのだから、自分が求めているもの、
欲しいもの、得たいものは買う。

嫌だったら他の店に行くとか、
他の会社から買う。

だから、お客様の欲求を満たす競争なわけだ。」

（佐藤康行）

「お客様はわがままでいいのだ。
お客様は、そのままのわがままでよい。」

ここからすべて出発するのが、お客様から会社を、
そして商品を見るということです。

お客様が買ってくれない、
いろいろ資料も用意して、提案書も作って、
時間をつくってセールスしたのに骨折り損だ、
ではないのです。

お客様が買ってくれない、
それはお客様の要望を満たしていないから。

どうすれば欲求を満たし、納得していただけるか、
突き詰めてみよう、とならなくてはいけないのです。

シンプルな当たり前のことですが、
それを知っているのと、できるのとは違うのです。

【売上 3 倍セミナーNo.34】声なき声を聞く

前は

「お客様はわがままでよい」

ということが言われていました。

その「わがままなお客様」の欲求を満たす競争が
営業であり、経営であるともいえるわけです。

とはいえ、お客様は、あなたの、
もしくはあなたの会社の発展・繁栄のために
何かを言いに来てくれることは当然ありません。

では、どうすればいいのか？

今回は

「声なき声を聞く」

というテーマでメールセミナーをお届けします。

■第34回「声なき声を聞く」

講師・佐藤康行：

「お客様が口に出す声と、口に出さないが潜在的に思っている声がある。

ほとんどのお客様は、「無言なる裁判官」だ。
よほどの不満がないかぎり文句言ってくれない。

あなたのお店、会社の繁栄のために文句言いに来るお客様は
ただの一人もいない。

自分が納得いかないから文句言いに来るだけだ。

あなたが社長なら、最低限お客様は何を求めているのか、
今すぐにバーツと言えなくてははいけない。

何を求めているのか、想定でも言えなくてははいけない。

何を言ったらクレームになるのか、何をやったら不満なのか、
ちゃんとわかっていなくてはならない。

それに対する対応を常にする。
そのために会社を立て直し、そのために社員教育をする。
そのための研究をする、ということだ。

絶対自分の立場でないことは間違いない。
自分の立場、自分の会社からものごとを見た瞬間、
それは天動説になる。

自分の立場を守ろう、会社を守ろう。
そう思った瞬間、お客様からは必要なくなってしまう。

そして、社会に必要ない会社やお店は消えて当然なわけだ。

ちょっと整理してみよう。

- 一、お客様の欲求に合わせ、わが社を作り替えていく。
- 二、そのために社長が常に先頭に立たなくてははいけない。
誰かがやるのを待つことは一切しない。社長が絶対先頭にたって、
指揮を振っていかなくてははいけない。なぜならば、全責任を負う人だから。
- 三、そのために常に社内からものごとを見ない。
むしろ社外、お客様側から我が社を見る。
そのために、お客様の欲求を知っていなくてははいけない。
- 四、徹底的にお客様の欲求を満たしていくことをやっていくから、
その前に、当然、利益の出るシステムをきちっと作っておく。
これだけ売れたらこれだけ利益が出るというものを、
最初にきちっと作っておく。
- 五、想定クレームを作っておく。
こういうことをやるとクレームが来るだろう、ということを、
きちっと知っておかなきゃいけない。
満足の反対がクレーム。

お客様の声には、声ある声と、声なき声がある。
経営者は、貪欲に、声なき声を聞けるようになればいいわけだ。」

■本日のワンフレーズ

「お客様の声には、声ある声と、声なき声があります。
経営者は、貪欲に、声なき声を聞けるようになればいいわけだ。」

(佐藤康行)

今回の話の中で、

「あなたが社長なら、最低限お客様は何を求めているのか、
今すぐにバーツと言えなくてはいけない」

と語られていました。

これは、「社長」はもちろんのこと「営業マン」と
読み替えることもできます。

営業、特に歩合制のセールスの場合、
自分一人の会社を経営しているようなものです。

ぜひ、経営的視点から、ご自身のセールス活動を
見つめてみてください。

「お客様の声なき声」が聞こえますか？

【売上 3 倍セミナーNo.35】クレームの中にある真理

ここ数回お届けしている

「経営シリーズ」

今回は、「**クレーム**」についてです。

■第35回「クレームの中にある真理」

講師・佐藤康行：

「クレームと顧客満足というのは反対だが、
反対の中にも真理がある。

クレームを顧客満足につくりかえることはできるはずだ。
クレームの反対をやればいい。

「遅い」と言われれば「速く」やればいいし、
「汚い」と言われれば「きれい」にすればいい。

「まずい」というならば「うまく」すればいい。
その反対をやればいいわけだ。

それを徹底的にやる。

これをやるだけでも、間違いなく会社は伸びていく。

そして、手を打つこと、変化することを躊躇しないことだ。

何かを変えることはもちろんリスクを伴う。
とはいえ、どんなリスクがあるかはだいたい計算が立つはずだ。

だから、そのリスクをすべて予想して、
その範囲内でやれるようにやったらいい。

何か手を打つ時に、リスクを伴わないことは絶対ありえない。
そして、そのリスクを怖がっていたら何もできない。

リスクを怖がること自体、自分を守るという発想だから、
その時点で「天動説」、つまり自分中心になってしまっている。

だから、完全にお客様の立場から、お客様の声を聞いて、
そこからいけば、リスクはあまりないはずだ。

また、利益が確実に出るシステムを最初の段階で作っておけば、
何かを変更しても、大きなリスクというのではない。

むしろ、何も手を打たないのが最大のリスクだと心得ることだ。
なぜなら時代が変化し、社会が変化していつているからだ。
その中で変化せず留まっているのは最大のリスクだ。

クレームというのは、お客様の声。
それも聞こえる声。
まずはそれに真摯に耳を傾け、手を打っていくことだ。」

■本日のワンフレーズ

「何も手を打たないのが最大のリスクだと心得ることだ。
なぜなら時代が変化し、社会が変化しているからだ。」

(佐藤康行)

「クレーム・苦情は宝だ」とよく言われます。

しかし、その本当の重要性を知って、
手を打ち、行動し、変化することは簡単ではありません。

まず、変化することに伴うリスクに対する恐れがあります。

そして、今回の話では触れられていませんが、
仕事を日々の作業としてしまうと、
何事も現状維持で固定化されたものだと
思ってしまうからです。

クレームは顧客満足の反対。

その反対の反対をやればよいという
とてもシンプルなことが言われています。

真理はシンプルです。

そして、

「これをやるだけでも、間違いなく会社は伸びていく」

と断言されているのです。

株式会社 ディーボ

執筆者：株式会社 ディーボ

2010 年に業界最安値の SEO パッケージ「SEO パック」をリリース
プッシュ営業の多い SEO 業界で、ウェブだけで 1 年で 1600 社超販売
20 種以上の無料 SEO ツールを提供、月 45 万ページビュー、15 万人利用
SEO ツール、外部対策に特化した SEO ツールカンパニー

被リンクチェックツール

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

無料 SEO 診断ツール

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

検索数チェックツール

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

SEO 基礎チェックツール

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

これからの無料 SEO をツールを紹介して、
アフィリエイト報酬を獲得したい方はこちら！

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

SEO 外部対策(被リンク)のホント

SEO 対策は、

- ・ホームページの内部を最適化する内部対策
- ・被リンクを設定する外部対策

の 2 つに大きく分かります。

後者の外部対策は、他サイトから被リンクを設定するだけと思われがちですが、適切な被リンクを設定することが上位表示されるポイントの 1 つとなります。

最適な被リンクを設定するには、以下の事項を見極める必要があります。

1.競合サイトの被リンク設定状況を確認する

被リンク数、アンカーテキストの内容、リンク先サイトの質、ドメイン年齢等を確認します。

2.自社サイトの被リンク設定状況 (1.と同じ内容)を確認する

3.上記 1.2 で確認した状況を比較して、 競合サイトを越える被リンクを検討する

被リンクは、内部対策を施したホームページを
検索エンジンに見てもらうチャンスを作る
「入り口」の役割を果たします。

無駄な費用を控えて、より質の良い入り口を
多数設置できるよう見極めが重要です。

SEO 対策 本当の目的

SEO 対策の目的は・・・上位表示を実現させること

それは間違いです。

SEO 対策は、上位表示を目指し施工を繰り返すことですが、その目的は Web サイトからの売上（問合せ、コンバージョン）を増やすことです。

SEO 対策を実施して上位表示されても、ターゲットユーザの視界に入れてもらえたことにしかないのです。

そこから本来の目的を達成するには、

- ・その導線が Web サイト上でわかりやすくなっているか（問合せ方法が解りやすいか）
- ・訴えたい内容を解りやすく記載できているか
- ・信頼性はあるか
- ・デザインは良いか

などさまざまな要因があります。

また、実施している SEO キーワードが、目的達成にふさわしいキーワードかも要因の一つです。

ビッグキーワードにこだわり過ぎていないでしょうか？

現在利用しているアクセス解析ツールで、
直帰率、離脱ページ、コンバージョン率をご確認ください。

改善すべきポイントが見えてくる可能性があります。

米 Google パンダアップデート 2.5 を実施

2011 年 9 月 28 日、米 Google が
パンダアップデート 2.5 を実施したようです。

パンダアップデートは、
Google 検索結果の品質を高めるために実施している
検索アルゴリズムアップデートの名称です。

Google スピークスマンは、私たちは、Google ユーザーが
質の高い検索結果を得るために約束の 1 つとして
パンダアップデートを繰り返し実施している。

最新のアップデートは、私たちが毎年
検索アルゴリズムをおおよそ 500 変更する 1 つに過ぎない。
と言っています。

●これまでのパンダアップデート

- * Panda Update 1.0: 2011.2.14
- * Panda Update 2.0: 2011.4.11 (間隔: 約 7 週)
- * Panda Update 2.1: 2011.5.10 (間隔: 約 4 週)
- * Panda Update 2.2: 2011.6.16 (間隔: 約 5 週)
- * Panda Update 2.3: 2011.7.23 (間隔: 約 5 週)
- * Panda Update 2.4: 2011.8.12 (間隔: 約 3 週)
- * Panda Update 2.5: 2011.9.28 (間隔: 約 7 週)

これまでのパンダアップデートは、日本語検索に
導入されているか正式なアナウンスはありません。

パンダ・アップデートは日本語、中国語、韓国語の
3 言語を除いた多くの言語で適用されておりますが、
今回のアップデートにこの 3 言語は言及されてはいません。

ブログは SEO に効果があるのか？

自社サイト内に設置しているブログには、
SEO 効果が期待できると思います。

大きく以下の理由があります。

1. サイトの更新頻度を高めることができる

サイトの更新頻度を高めることで、
クローラーの巡回頻度が増すといわれています。

巡回頻度が増すことでサイトの更新内容をすぐに
検索エンジンに認識される可能性が高まります。

2. 記事を書くことでサイトのページ数が増加する

サイトボリュームが大きいほうが、
高い SEO 効果が期待できるといわれています。

3. ロングテールキーワードでの集客

ロングテールキーワードを意識してブログ記事を書
くことで、多くのキーワードが検索にヒットする
(集客できる)可能性があります。

4. 内部リンクを増加させることができる

ブログ内に SEO 対策を実施して上位表示させたい

ページへのリンクを設置することで
内部リンクを増加させることが可能になります。

上記 SEO 効果以外にも、会社の信用度向上、
ブランディングとしても効果があります。

さらに SEO 効果を高めたい方はもちろん、
Web マーケティングを強化されたい方には
ぜひお勧めします。

内部対策とは？

SEO 内部対策とは、
検索エンジンで上位表示させたいページに対し、
HTML の内容をチューニング（検索エンジンにわかりやすく記載）
することです。

チューニングの内容は、
SEO 担当者により重要と考えているポイントが異なりますが、
SEO 対策を実施して上位表示をさせたい場合、
以下の事項を実施する必要があると考えます。

- ・1 ページ、1 キーワードとなるよう SEO キーワードを絞る
- ・SEO ターゲットキーワードを Title タグに設置する
- ・本文中に SEO ターゲットキーワードを含めた文章の追加

競合サイトが非常に弱いサイトは、
上記のみでも上位表示を実現することができる場合があります。

Google は、変更した内容の認識まで 3 日～7 日程度、
Yahoo! JAPAN は、7 日～21 日程度要しているようです。

SEO 対策を自分で実施してみようと考えている方、
上記 3 つが実現できているかご確認ください。

【発行会社について】

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

オールアバウト プロフィール

<http://profile.allabout.co.jp/pf/infomake-nomura>

フェイスブック 公式ページ

http://www.facebook.com/pages/infomake%E6%A0%AA%E5%BC%8F%E4%BC%9A%E7%A4%BE/103763156384892?ref=tn_tnmn

お問い合わせはこちら

<https://www.formzu.net/fgen.ex?ID=P65771439>
047-489-5627

最後までご覧いただき、ありがとうございました。

こころを込めて

