

Hybrid Marketing
Online & Offline

融 リ ネ
合 ア ッ
ル ト の
と

オンライン マーケティング

presented by BizCamp

大学を中退して起業後、わずか1年で
年商数千万円の会社を作り上げた方法

ネットの自動化や仕組みづくりをせずに
最速で毎月30万円以上の安定収入を
確保するための5つの王道ステップ

この本の目次

- ・ ほぼネットを使わず起業 1 年目で年商2,700万円を達成
- ・ 0 : 全体像を理解する
- ・ 1 : コンセプトを作る
- ・ 2 : 商品を用意する
- ・ 3 : 集客する
- ・ 4 : マネタイズする

総文字数 : 26,112文字

ほぼネットを使わず起業1年目で年商2,700万円を達成

「1人でビジネスを立ち上げる」

「少資金でスモールビジネスを興す」

「副業・複業を始める」

そのための選択肢を考えてみた時に、

「まずインターネットを使って何かを始める」

というのが候補として真っ先に挙がる時代になりました。確かにネットは便利です。今やネットを一切使わず仕事をしている人なんてほとんどいません。

ですが中には、パソコンの画面と睨めっこすることが苦手な人や、人と話すことが好きな人や対人能力に長けている人、ネットではなくリアルに重きをおいて自分のビジネスを作りたいと考えている人もいるはずです。

少なくとも僕はそのタイプでした。

だから僕は、PCをほとんど触ることなく、ネットでの仕組みづくりもすることなく、たった1人でゼロから「インターネットビジネス」を始め、1年目で年商2,700万円の売上を達成しました。

「え、ネットでの仕組みづくりをせずにインターネットビジネス！？」

一見思いっきり矛盾してそうですが、でも理解てしまえばものすごく綺麗に成り立つビジネスモデルです。

ネットでの仕組みづくりをしなくても、ネット環境さえあれば、いつでもどこでもビジネスができる、お金を稼ぐことができる。

その可能性に気づいた人も増えてきたのか、これから話すようなビジネスモデルを実践する人は最近増えてきてるよう思います。成果が出ている人の話もよく耳にします。おそらくこれからもっと加速度的に増えてくるでしょう。

でも未だに、ネットで検索してみたりしても、パソコンの細かい作業が苦手な人やリアルで人と話すことが好きな人が、それを活かした上で1人で少資金で始められるビジネスとなると、

- ・ネットワークビジネス
- ・保険の営業マン
- ・スカウトマン

これくらいしか候補が出てこないのが現状ですよね。

そのせいで、

「他にもっと選択肢ないのかよ...」

「一体どうやってお金を稼げば良いんだ...」

「でも、ビジネスは絶対諦めたくないよなあ...」

そうやって自分の強み弱みに合った選択肢が見つからず、得意なことを活かせず、渋々苦手な作業をしてみるもなかなか成果が出ず、1人で悩んでいる人もいるはずです。

僕自身、20代前半は思いっきりそれで苦しました。バイトで生活費を稼ぐ傍ら、色んなビジネスを学び、色々なセミナーにも顔を出し、実際色々なビジネスをやってみました。

でも何をやっても続きませんでした。うまく行きませんでした。
相談できる相手もおらず、一人でずっと葛藤していました。

それが3年前。

しかし今では、**通販事業、コミュニティ事業、販売代理事業の3つの会社の経営者**です。

なんとか僕なりにその”沼”から抜け出せたつもりです。

なので、このレポートでは、昔の自分のタイプのような人に対して、僕がゼロから何を考えて何を実行してきたかをお話しながら、MLMやスカウトマンではない新しい選択肢を、僕なりにたどり着いた”**答え**”を提示したいと思っています。

ほぼ全員に当てはまる成功法則は必ず存在する。

ただし、このレポートを読み進める前に、1つだけ注意してほしいことがあります。

それは、

最初から「俺には、私には出来ないだろうな」と思って読み進めないでほしい

ということです。

「実績もないし、元手もないし」という悩みはすごく分かります。

でも、そんな障壁を乗り越えられる、全員に実践可能な選択肢として、自分の歩んできた道のりを出来るだけ詳しく書いていくつもりです。

もちろん、全員が平等に結果を出すことなんて不可能です。個人の強みや好きなこと、知識や経験といったバックグラウンドやパーソ

ナリティによって、成功するまでのスピードは変わってくるし、そのルートも異なってきます。具体的な成功要因や失敗要因なんて人によって全く違います。

ですが、

王道と呼ばれるような、ほぼ全員に当てはまる抽象的なパターン・ グランドセオリー

というのも確かに存在していると思っていて、逆に言うとそんな、

本質的なビジネス力やマーケティング力 マインドセットや考え方

という根本の土台を盤石なものにすることなしに、成功なんてありえないと思っています。

その部分を高めていくという意識がなければ、たとえ具体的な最高のノウハウを手にしてもビジネスはうまくいきません。逆に、この

部分の理解を深めることで目の前のビジネスが一気に上手く進み始める、ということも往々にしてあります。

ただ、そういった抽象的で本質的な部分の説明ばかりになってしまふと、

「じゃあ今から自分は何を始めればいいの？」

という部分の問題解決にはなりません。

だからこそ、僕というケーススタディを使って、具体的な手順にまで落とし込んでお話ししていくつもりです。

なので、具体的な型をそのまま理解するのではなく、常に、

「自分だったらどうするか？今すぐどう動けばいいか？」

を考えながら読み進めていってください。

自分のビジネスを構築していくために必要な考え方や能力を高めていきたい、という情熱さえあれば、たとえすぐに成功できなくとも必ず成長はしますし、『個人で稼ぐ』ということに限って言えば、

諦めなければ遅かれ早かれ全員が達成できる。

僕たちにとって『個人で稼ぐ』なんてその程度の課題だと思っています。

是非、「今すぐ自分にも出来る選択肢」という前提で想像しながら読み進めてください。

そして、ちょっとでも「楽しそう・やってみたい・自分に合ってるかもしれない」と感じたら、少しずつで良いので実行に移してみてくださいね。

まずは月30万円以上を安定的に稼げるようになるために

- ・人と話すのが好き、それを仕事に活かしたい
- ・色んなビジネスを学ぶも全て続かず挫折

- ・社会経験はほぼゼロ、でも就職は絶対にしたくない
- ・お金を稼ぐことが好き、でもやりがいのない仕事は嫌だ
- ・PCの細かい作業などが苦手
- ・早くビジネスを覚えておもろい人生を歩みたい
- ・人を巻き込むのが好き
- ・怠惰で時々めんどくさがり

そんな、お金も人脈もないくせに、こだわりだけが沢山あって、でも何をしたらいいか分からず3年間孤独に葛藤し続けた僕が、

大学を中退して1年で年商数千万の会社を1人で作り、ビジネスがキッカケで気の合う仲間たちとも出会い、3つの会社を経営するまでに至った実体験を元に、

起業したい・就職したくない・会社を辞めたい・独立したい全ての人にとって、僕のように暗闇で1人葛藤することなく、いち早く自分の可能性に気づいてもらい、ビジネスをより好きになり、お金を沢山稼ぎ、人生を大きく前進させる。

このレポートがみんなにとってのそんなキッカケになればという思いで書いていくつもりです。

正直、”稼ぐ”と言う露骨な表現を使うかどうか迷ったんですが、僕はお金稼ぎが好きですし、資本主義社会においては、お金をいかに多く上手く動かせるかどうかが肝です。現実お金があれば解決する問題は沢山あります。

“お金稼ぎ”を良い意味でゲームのように捉えられると楽しいです。仲間と一緒に働けば、みんなでRPGゲームを進めていくような感覚にもなります。なので、敢えて”稼ぐこと”にしっかりと焦点を当てることにしました。

このレポートのゴールはずばり、

『パソコンとずっと睨めっこせずに、月30万円以上を安定的に稼げるようになること』

それも、苦手なことや自分にとって退屈なことは出来るだけせず
に、誰かと話すことや人脈を開拓することを仕事にし、それでお客
さんからも感謝され、仕事仲間にも喜んでもらいながら、です。

では、前提が長くなりましたが、そろそろ実践的な話をしていくこ
とにしましょう。

『パソコンとずっと睨めっこせずに、月30万円以上を安定的に稼
げるようになること』を達成するための具体的なステップはこの5
つです。

0：全体像を理解する

1：コンセプトを作る

2：商品を用意する

3：集客する

4：マネタイズする

順番に説明していきますね。

0：全体像を理解する



言うまでもないですが、全体像を理解することはとても大切です。

何のビジネスを始めるかを決める段階では勿論、実践フェーズに移ってからも、

「今、自分は全体から見た時にどの作業をやっているのか？」

「全体を1つの流れとして捉えた時に、どの部分に滞りがあるのか？」

「客観的な課題はないか？あるとすればどうすれば解決できるか？」

という視点が欠けていることが原因で、事業のスピードが遅くなったり、売上に伸び悩んだり、挙句の果てに誤った方向に進んでしまい路頭に迷ってしまうこともあります。

それでは、ビジネスの全体像を説明する前に、僕が最初に何を考えてどうやってビジネスを組み立てていったかをお話します。

まず僕は、人と話すことが好きでした。毎日新しい人と会うことが楽しいし、気の合う仲間と一緒に時間を過ごすことが楽しいし、人を巻き込むことも好きでした。

だから人と人を繋げたり、居場所や環境を提供したり、人が集まる仕組みを作ったりすることをビジネスにしたいなあ、となんとなく思っていました。

そして、既にそんな自分の理想に近いビジネスがオンライン上にはありました。

オンラインサロンやオンラインスクールです。

ネットで情報を発信し、共感を起こし、無料で圧倒的なコンテンツを提供することでお客様に喜んでもらい、その上で自身のコミュニティへの参加を促したり、コンテンツを販売したりする。有料の企画に参加してもらった人には、更に沢山価値を提供して満足度を上げ、口コミや推薦をしてもらい、リピートしてもらう。

コミュニティビジネスと呼ばれるものです。

そして、コミュニティビジネスに限らず、WEBサイト制作や、物販・通販事業・出版業界・コンテンツ販売などのあらゆるビジネスが、実は商品が違うだけでマーケティングはほとんど同じ形をしているということにも気づきました。

例えば、一般的に、

認知・興味関心・理解・検討・購入・満足・継続・口コミ

お客様の心理の視点からマーケティングを段階分けするとこんな流れになりますが、

インターネットビジネスで主に使われているDRM(ダイレクトレスポンスマーケティング)というマーケティング手法の3ステップ

『集客→教育→販売』も視点を変えれば本質は同じ形をしている

ということが分かりました。(主体が購入者か販売者かの違いだけです)

中でも特にDRMが優れているのは、

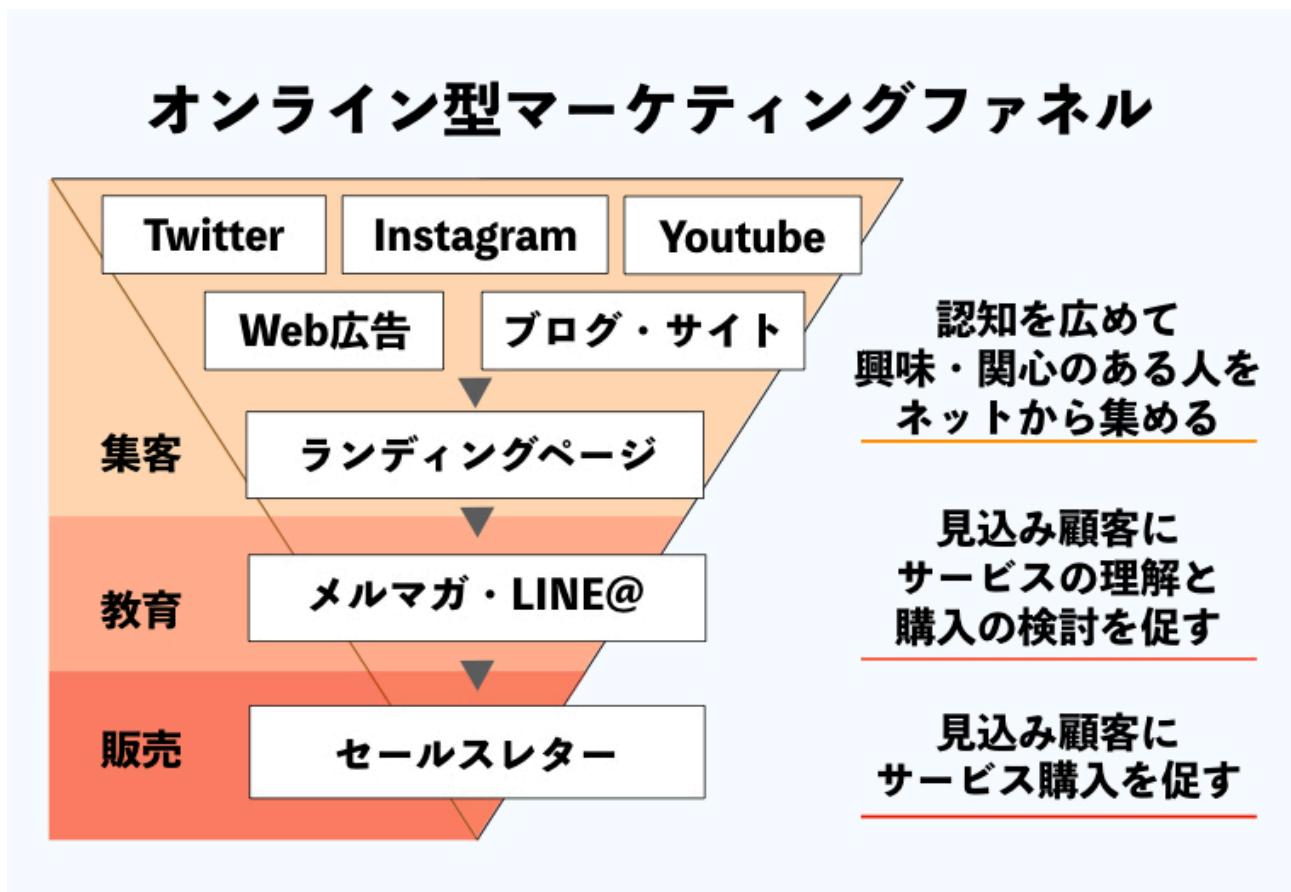
お客様の悩みや問題に寄り添い、何が欲しいか・求められてるかを直接ヒアリングした上で、それを解決する商品をこちらが用意してオファーするところ

にあります。

それをネットを使ってステップメールを使って段階的に行い、仕組み化し、自動化することで大きな収益を上げているわけです。

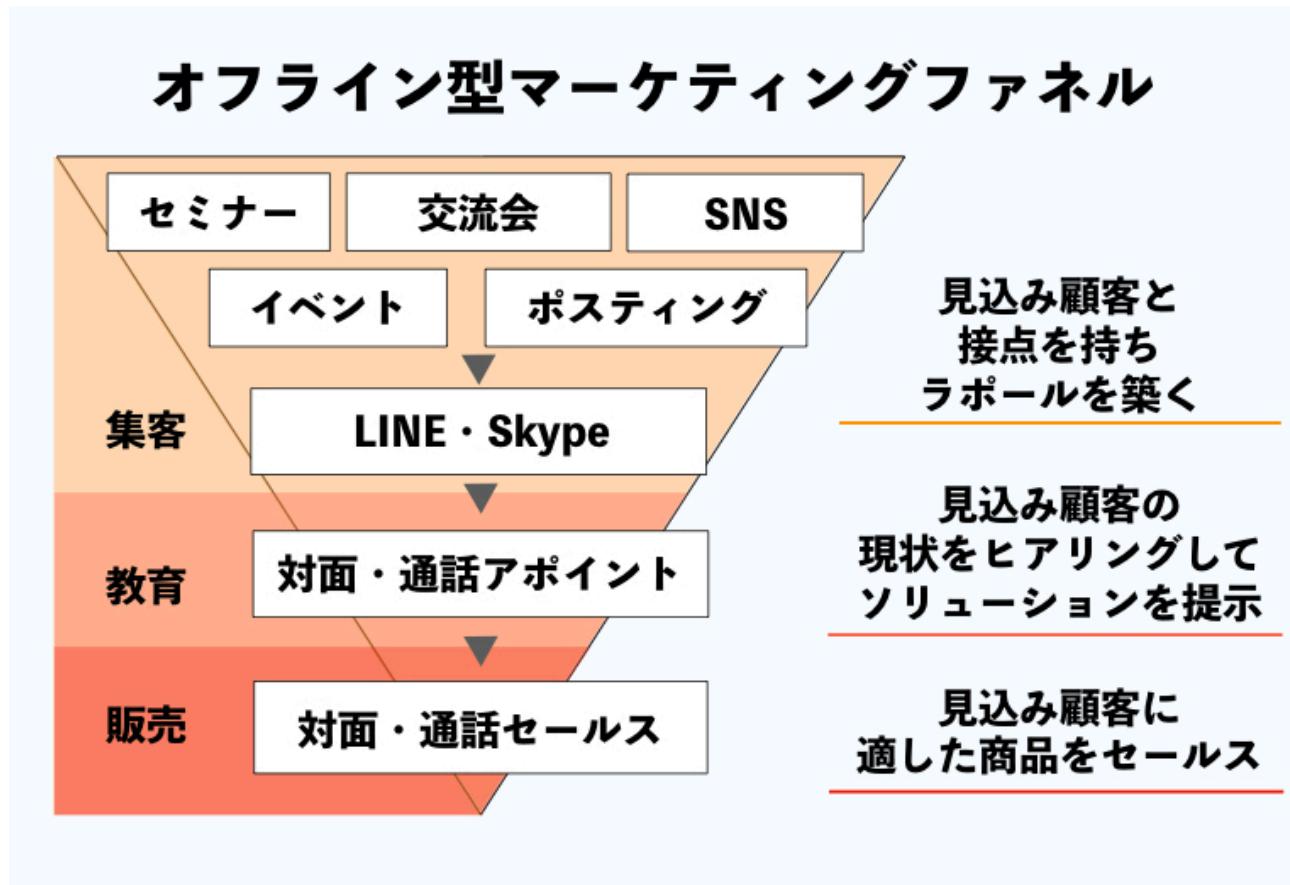
だから僕は、このDRMの特徴を受け継いだまま、それをオンラインではなく、リアルを中心にできるんじゃないかな？と思いました。

例えばこの図を見てみてください。



個人レベルでネットを使って自身のコンテンツ・コミュニティ販売やメールマガアフィリエイトをする場合の王道的なビジネスモデルです。

これを例えばほとんどリアルに置き換えてみるとこうなります。



それぞれ後で詳しく見ていくので、今はなんとなくの理解で大丈夫です。

これは実践しながら後で分かったことですが、

ネットでの仕組みづくりはブログを育てたり、ステップメールや販売ページなど縦の仕組みを構築したりと、実装するまでの準備に時間がかかる、つまりビジネスを回してお金が稼げるまでに時間がかかるのに対し、

オフラインを中心にやってみると、確かにネットと比べて泥臭い部分はあるけれど、**成果が出るまでのスピードが圧倒的に早い**ということ。

具体的にどう動いていったかは後述しますが、このモデルを考えて実際に動き始めてから**初月で売上200万円を達成しました**。ネットだけだとこのスピードは難しいと思います。

最初の月はめちゃめちゃ忙しく動き回ってましたし、今考えると大変でしたが、人と会ったり話すことが好きだったし、直接お客様と顔を合わせながら相談に乗ったり、一緒に問題を解決したりして喜んでもらえたりと、売上以上の充実感がありました。

ちなみに、この全体像に関しては『オウンドビジネスの歩き方～インターネットビジネス編～』で詳しく話しているパートがあるのです、そこの音声や文字起こしを是非見てみて下さい。

さて、マーケティングの各フェーズでの実践的な話の前に、当時僕が常に意識していたことが3つあります。

それは、

「集客」 「マネタイズ」 「LTVを上げる」

個人レベルであれば、最初はこの3つの視点が大事になってきます。

ざっくり、言葉の定義はこんな感じです。

用語解説



集客

見込み客を集めること。

お客様といかにして接点を持つかのフェーズ。

マネタイズ

収益化。お客様に何らかの商品を購入してもらって利益を得ること。

LTV

Life Time Valueの頭文字。生涯顧客単価。1人のお客様が自社にもたらしてくれる価値。金銭だけでなく、口コミや推薦、コミュニティへの貢献も含まれる

中でも特に、0→1の段階では、「集客」と「マネタイズ」の2つさえ考えていればOKです。

詳しくは後で話しますが、例えば、

集客は、『出会い系で出会った人がいたとして、その人の悩みを徹底的にヒアリングした上で、自分のコミュニティのコンセプトを伝えて共感を起こし、信頼関係を築いて仲良くなる』

マネタイズは『その上で後日改めて1：1で会い、相手の具体的な問題を解決する方法と一緒に考えた上で、具体的な商品をオファーして、気に入ったら購入してもらう』

といった流れです、本当にシンプルです(笑)

これも、営業スキルや消費者心理、セールストークなどを最初から体系的に勉強したわけではなく、いきなり人に会いまくるところから始めました。そして、うまく話せなかったり成果に繋がらなかつた時は、その都度足りないところを補っていきました。

何より大事なのは、

「集客したお客様をどうマネタイズするか？」

この2つがちゃんと線となって繋がっていることが重要です。

例えば良くないかも知れませんが、漏斗で器に水を入れていくようなイメージです。



漏斗の口を広くして幅広い人と接点を持てるようになるのが集客のパート、流れてきた水の落とし所をきちんと用意して成約に繋げるのがマネタイズのパートです。

当然ですが、このどちらか一方が不十分でもうまくいきません。

例えば最初にありがちなミスとして挙げられるのが、とりあえずSNSのフォロワー、ブログやメルマガ読者の人と会ってみよう！と思って、適当にアポだけ取って会ってみたはいいものの、着地点を

用意していないために終始雑談だけで終わってしまう。というもの
です。

これほんとに結構あるあるです(笑)

当然ですが、会うだけでは意味がありません。

しっかりとその場で相手に価値を提供できなければいけません。

どうすれば相手が抱える悩みや問題が解決するのかと一緒に考え、
答えを提案できなければいけません。

その上で相手が理想とする世界を描き、それを現実にする手段(商品)を提示し、相手が購入を迷っているなら、良い意味で背中を押してあげないといけません。

もちろん商品が値段以上の価値があることが前提ですが、そうでさえあれば、お互いにとって成約はWIN-WINなのであって、そういうのではなく自分にとっても相手にとっても損なことであって、その場で価値を提供できなかったのであれば、自信を持ってセールスで

きなかったのであれば、それは相手の時間を奪っただけになります。

つまり、**セールスしないことのほうが相手から何かを奪う行為**をしてことになります。

先程の例で言えば、**器がなくて水がダダ漏れ状態**になっているわけですね。

あとは、リアルを中心に説明してはいますが、**何もかも全てをオフラインでこなす必要はありません。**

自分の強みや性格、ビジネスとしての効率、最初は特にビジネスのスピードなどを考えながら、ネットを使うべきところはネットで、リアルでやるべきところはリアルで行っていくべきですし、

もっと言えば全部1人でこなす必要もありません。

交流会やセミナーなどで人と会う中で、仕事を任せられる人やパートナーを見つけて、その人に自分の苦手なところをやってもらったりしても良いんです。

- ・集客からマネタイズまでの導線の意識
- ・ネットとリアルのバランス
- ・自分でやるのか、できる人に任せるのか

常にこの3つの視点を持ち続けた上で、あとは動きながら自分なりのバランスやスタイルを見つけていけばOKです。最初の頃は動けば動くほど学びがあって楽しいですよ。

1：コンセプトを作る



次はコンセプトづくりです。これもどんなビジネスでも重要な部分です。

コミュニティビジネスは特に、ほとんどがこのコンセプトで決まると言っても過言ではありません。

基本的に、お客様は商品の購入を検討する時、

「感情的価値」

「機能的価値」

の2つを見ます(無意識的に)。

(社会的価値というのもありますが、最初の段階ではあまり重要ではないので省きます)

ざっくり言うと、

「感情的価値」は、抽象的なもの。「楽しそう！雰囲気が好き！目指しているところが同じ！この人好き！すごい親身に寄り添ってくれそう！共感する！」という思考。

「機能的価値」は、具体的なもの。「自分に必要なスキルが身につく！具体的な問題が解決する！これで稼げるかも！モテるかも！痩せるかも！結果や成果が出る！」という思考。

つまり、この両方をバランス良くしっかり提示できることが重要です。

最初は「購入した人が実際にこうなった！」という実践の声がない状態なので、機能的価値を自信を持って伝えることは難しいかもしれません。

その場合は感情的価値をより多く感じてもらえるように努力すればいいですし、購入者が増えてくれればそれに加えて機能的価値も伝えることが出来るので、成約率はより高くなっています。

そしてこの感情的価値を感じてもらうためには、**まず自己開示することが何より重要です。**

たとえ相手にとって100万円の価値があるものを1万円で売ったとしても、信頼関係が築けていなければ買ってくれません。たとえどんなに商品が良かったとしても、会っていきなり商品の説明やセールスをすれば嫌がられるだけです。

コミュニケーションにおいては、相手の自己開示を引き出すことも重要ですが、

「この人は信頼できる」

「この人になら何でも話せる」

と思ってもらうためにも、まずは自分からどんどん自己開示していくことが有効です。

自分のバックグラウンドや、コミュニティの世界観や目標、ビジネスをやっている目的や理念、人生のビジョンや信念などはしっかり言葉で伝える必要があります。

最終的に何か商品をオファーする以上、そこが不透明だとただの怪しい人ですからね(笑)

でも、相手が自分のコンセプトを理解した上で強く共感してくれれば、あとは相手が抱える悩みや問題を解決する手段と一緒に考えていき、その上で最終的に相手に合った商品をオファーすれば、自然と購入してくれるようになります。

実体験としてあったのが、僕がコンセプトを共有しただけで、

「なんか楽しそうですね(笑)僕も仲間に入れてください！」

みたいなかんじで、商品やコミュニティの機能的価値の説明をする前に、購入を決めてくれた方も結構いましたし、ビジネスパートナーになってくださった方も何人もいました。

つまり、コンセプトはお客様をクロージングする上でも、協力してくれるパートナーを見つける上でも、非常に強力な効果を発揮するんです。

では、そのコンセプトはどうやって作っていけば良いのでしょうか？

詳しく話すとあまりに長くなりすぎてレポートの趣旨からズレるので、ここではエッセンスだけ簡潔に説明しますが、

「自分の過去、未来、現在のストーリーはどんなものか？」

「自分の行きたい世界、理念、ビジョンはどんなものか？」

「コミュニティや商品のターゲット層はどんな人か？」

「買ってもらった人にはどうなってもらいたいか？」

「ターゲット層の人が抱えている潜在的な根本原因は何か？」

この5つの視点で作るといいと思います。

これらを、徹底的にブレインダンプします。キーワードレベルでも良いので思いついたら全てノートに書きなぐっていく作業です。頭が沸騰するくらいまで徹底的にやり抜くのが唯一の近道です(笑)

「自分の過去、未来、現在のストーリーはどんなものか？」

自分はどんな人生を送ってきて、何が好きで嫌いで、どんな経験をしてきたのか、どんな人に憧れ、何を嘆かわしいと思い、何を価値基準にして生きてきたのか？などなどの視点でみていきます。

例えば、縦軸に充実度、横軸に時間をとて人生曲線というのを書いてみます。

※人生曲線についての分かりやすい記事があるので紹介しておきます

→[人生曲線の作り方](#)

「曲線を書いた時にここで上下している原因は何か？」

「起こった出来事や現象ではなく、全ての曲線の上下の根本原因・共通点は何か？」

を徹底的に考え抜く作業です。

小学生時代、中高時代、大学時代、社会人時代…

スポーツ、勉強、恋愛、仕事、趣味、家族…

と時期によって一見バラバラに見えるかもしれません、抽象度を上げて、それらの違いと共通点を探していくながら、これまでの人生を線で繋いでください。

たかだか人ひとりの人生、必ず何かのキーワードで繋がるはずです
(笑)

「自分の行きたい世界、理念、ビジョンはどんなものか？」

ビジネスにおいての屋台骨は、理念や信念、ビジョンです。

これがはっきりと言語化・共有できていなければ、組織であれば統率はとれませんし、マーケティングもチグハグなものになって、お客様も離れていきます。自分自身も途中から何をやりたいのか分からなくなって悩み始めます(笑)

コミュニティビジネスにおいては、まずこれを人生レベルから考えてみます。

今の現状などは一切無視して、

「自分は何者になりたいのか？何がしたいのか？どこに向かいたいのか？」

を徹底的に言語化してください。妄想で全然OKです。

書き出しづらければ、例えば、

「今、資産が1兆円あって、時間が無限にあったら何をするか？」

を考えてみてください。

ここで大事なポイントは、**社会性**です。

例えば自分の理想が、

「一生、家に引きこもってゲームし続けたい！」

「図書館を買って、世界中の本を読み漁りたい！」

「海外旅行に行きまくって、豪遊しまくりたい！」

と自己本位な欲望ばかりではダメです。

それを人にどんなに熱く語ったとしても、

「あっそ、好きにすれば？」

で終わりです(笑)

自己本位な欲望と同じくらい、社会性のある理想も考えてみてください。

「自分は周りに対してこんな役割や機能を果たしたい」

「世の中がもっとこんな風に良くなればと思っている」

「こんな形で社会に貢献が出来るような人になりたい」

人には必ず、人の役に立ちたいとか、周りに貢献したいという欲求があります。

「そんなことあまり考えたことない…出てこない…」

という人は、さっきも言ったように、いま資産が1兆円あって、時間が無限にある状態をイメージしてください。

ポイントは、現状を無視することです。

絶対に湧いて出てくるので、出てくるまで考え方抜いてください。

ビジネスを始めたての頃は、どうしても自分がお金を稼ぐことばかりを考えてしまいがちですが、それを逆の方向から考えてみると、『お金を稼ぐ行為＝稼いだお金と同じかそれ以上の価値を誰かに与える行為』なわけです。

ビジネスのスキルやノウハウをどれだけ一生懸命勉強しても、価値を提供できなければ、お金は1円もあなたの手元には入ってきません。

「社会に提供できる機能や役割を徹底的に考え抜く」

ことは、自分でビジネスを興す人間であれば必ず向き合わなければいけない課題です。

と、やや難しい言い回しをしましたが(笑)、簡単なイメージとしてはこんな感じです。

学生時代に野球をしていた頃、チームで成長していくことが楽しくて、チームメイトと一緒に練習をしたり、野球も上手いほうだったのでみんなに教えたりもしていました。

卒業後は、「体育会の人は営業に向いてるよ」と言われたことがキッカケで、営業職に就いたのですが、営業成績のノルマ争いで部署内が殺伐としていて、全然楽しくなかったんです。

そのうち、「このままじゃ会社に自分の人生を殺されてしまう」と思うようになって、一念発起してビジネスを始めました。

野球をしていた頃は、人に教えて一緒に成長していくことが好きだったので、それをビジネスにも落とし込めば、楽しそうだし感謝もされるし、一生やっていけるなと思ったんですよね。

その上で、どんどん自分たちでビジネスを立ち上げて、みんなで沢山お金を稼いで一緒に遊んで、っていう気の合う人たちを集めた経済圏とアソビの場を作れたら最高だなあと。

でも、その為にはまず全員がビジネスの能力を高めていく必要があるので、自分起点でフリーランスで独立できる人を増やしていきながら、同時にみんなで一緒に成長していくようなコミュニティを運営しようと思って、この仕事を始めました！

と、最初はこれくらいのイメージで大丈夫です。

「コミュニティや商品のターゲット層はどんな人か？」

「買ってもらった人にはどうなってもらいたいか？」

「ターゲット層の人が抱えている潜在的な根本原因は何か？」

ビジネスは相手があって始めて成り立ちます。

「自分がどんなことをしたい！ こうなりたい！ こうすれば周りも喜ぶはずだ！」

と、自分視点のコンセプトを作っただけでは、たとえそれがどんなに高尚なものであったとしても、相手にその価値を感じてもらえなければお金にはなりません。

「目の前のお客さんがどんなことを求めているか、どんなことをすれば幸せになるかなあ」

ということを常に考える必要があります。

お客様の心理が手に取るように分かれば、信頼関係を築くことは簡単でしょう。

お客様が心の底から求めているものが分かれば、自ずと成約率も上がるでしょう。

色んな人のビジネスの相談を乗っていると、意外とこの部分を疎かにしている人が多いのですが、逆にここをしっかり考え抜くと成果レベルで劇的に変わるのでおすすめです。

なので、まずこれも紙に書き出してみましょう。

ポイントは、**超具体的な1人を思い浮かべること**です。

「普段どんな生活をしていて、現状どんな不満を抱えていて、それをどう解決しようと思っていて、その結果どうなりたいと考えているのか？」

その人の思考回路が全て分かるくらいまで描くことが大切です。ちょうど良い空想の人物を作ってもいいですし、実在する身近な人でもいいです。難しければ過去の自分でもOKです。

すると、お客様の現状と、お客様の理想の像にギャップが生まれます。

そのギャップをどう埋めていくのが良いかと一緒に考えるのが仕事で、相手がそれに本気で取り組む気持ちになってくれたら、そこで初めて商品が成約するわけです。

ものすごく簡単な例を挙げると、

小さい頃から太っていることがコンプレックスの25歳の女性で、そのせいで自分に自信がもてずに対人関係や恋愛にも悩んでいる。

独学でなんとなく色々なダイエット方法を試してみたけどうまくいかなかった。

という人がいたら、その根本原因は何だろう？

と考えるわけです。

例えばそれが、

- ・習慣化ができない
- ・誰にも怒られる環境にいない
- ・正しいダイエットの知識がない
- ・どこかで本気になれない

だとしたら、じゃあこの人にはライザップの商材が一番合うかなあ、みたいなイメージ。

逆に、過去にダイエットを成功させた経験があるけどリバウンドしてしまって、今度はリバウンドしない方法で緩やかに体型を絞っていきたいという人がいたとしたら、この人にはライザップは合わないですよね。

めちゃめちゃ簡単に言うと、こういうことです。

つまり、商品の良し悪しは相手のニーズがあって初めて決定されるものなので、常に相手視点に立つことが大切だということ。

決して「良い商品だから！」と押し売りするのではなく、求めてい
る相手にだけ求めているモノを提供するという姿勢が大切です。

なので、見込み客の人の相談に乗っている中で、その人自身の目標
やニーズが、自分が持っている商品と合わない場合は、その場は商
品をオファーする必要はありません。

もちろんその後で、

「あ、こんなニーズもあるのか、じゃあ今後はそんな案件も持って
おいたほうがいいな。となれば、そんな商品探そう！それを持って
る販売者と繋がれないか考えよっと！」

とアンテナを立ておくと尚いいですね。

そうやって、お客様の悩みや相談に乗りまくりながら、どうすれば沢山の人のニーズに応えられるようになるか、

お客様の悩みを解決する手段を提供できるようになるか、

どうすれば自分を起点として需要と供給をマッチングさせることができるか

を考えていくわけです。

まあ最初から完璧にこなすのは不可能なので、それは試行錯誤しながら失敗と成功を繰り返しながら徐々にうまくこなせるようになっていく意識で取り組むことが大事です。

そんなイメージで、

「自分の過去、未来、現在のストーリーはどんなものか？」

「自分の行きたい世界、理念、ビジョンはどんなものか？」

「コミュニティや商品のターゲット層はどんな人か？」

「買ってもらった人にはどうなってもらいたいか？」

「ターゲット層の人が抱えている潜在的な根本原因は何か？」

この5つの視点からコンセプトを作つてみてください。

それがある程度出来たら、今度は人に話せる形で、例えばスピーチできるような形で、自分の頭の中に保存しておきましょう。

自己紹介→過去→現在→未来

の順にストーリーにしておくのがオススメです。

そして、まずは仲のいい友達や周りの人にどんどん話してみましょう。

ポイントは、自分が感極まって胸が熱くなるくらい情熱を持って話すことです(笑)

その上で、相手に内容を指摘してもらったり、うまく話せなかつたところなどを修正したりして、ブラッシュアップしていくといいです。

1つだけ注意点を挙げると、

『完璧主義にならない』

これはめちゃめちゃ重要です。コンセプトは人に話しながらどんどん磨かれていくものもあるので、7割くらいの完成度があれば、もう見込み客の人にもガンガン会っていくフェーズ、集客の実践に移っていってOKです。

僕も始めた当時は、お客様の前で30秒くらい言葉に詰まつたこともありました(笑)

なので、思い切ってどんどん実践に移っていきましょう！

2：商品を用意する



コンセプトが決まれば、

「どんな潜在的なニーズを持っている人にどんな商品を提供すればいいだろうか？」

が漠然と見えてくるはずなので、それをどんどん具体的にしていきましょう。

僕の例を言うと、

新しいことにチャレンジしたい、自分の力でお金を稼げるようになりたい、おもろい人生を歩みたいって思ってるけど、知識も経験もないから、いま自分が何をすべきかが分からない、どれに本気で取り組めばいいか分からないって悩んでる、

でも人生に対してはすごく積極的な人がターゲットだったので、更に僕自身も自分起点でそういう人を集めていって、将来は一緒に仕事をする関係になったり、組織化していくて一緒に大きな事業を手がけられるようになりたい！という思いがあったので、

まずはそんなコミュニティを作っていくと決めました。

でも、始めた当時は目立ったビジネスの実績があるわけでもなかつたので、抽象的なコンセプトは完成してるけど、コミュニティの未来もはっきり描けてるけど、具体的な商品がない、実践的なことが学べるモノを提供できない、という状態でした。

なので次に僕は、そんな商品やサービスを既に持っている人と繋がろうと思い、交流会などのイベントに行きまくったり周りの人紹

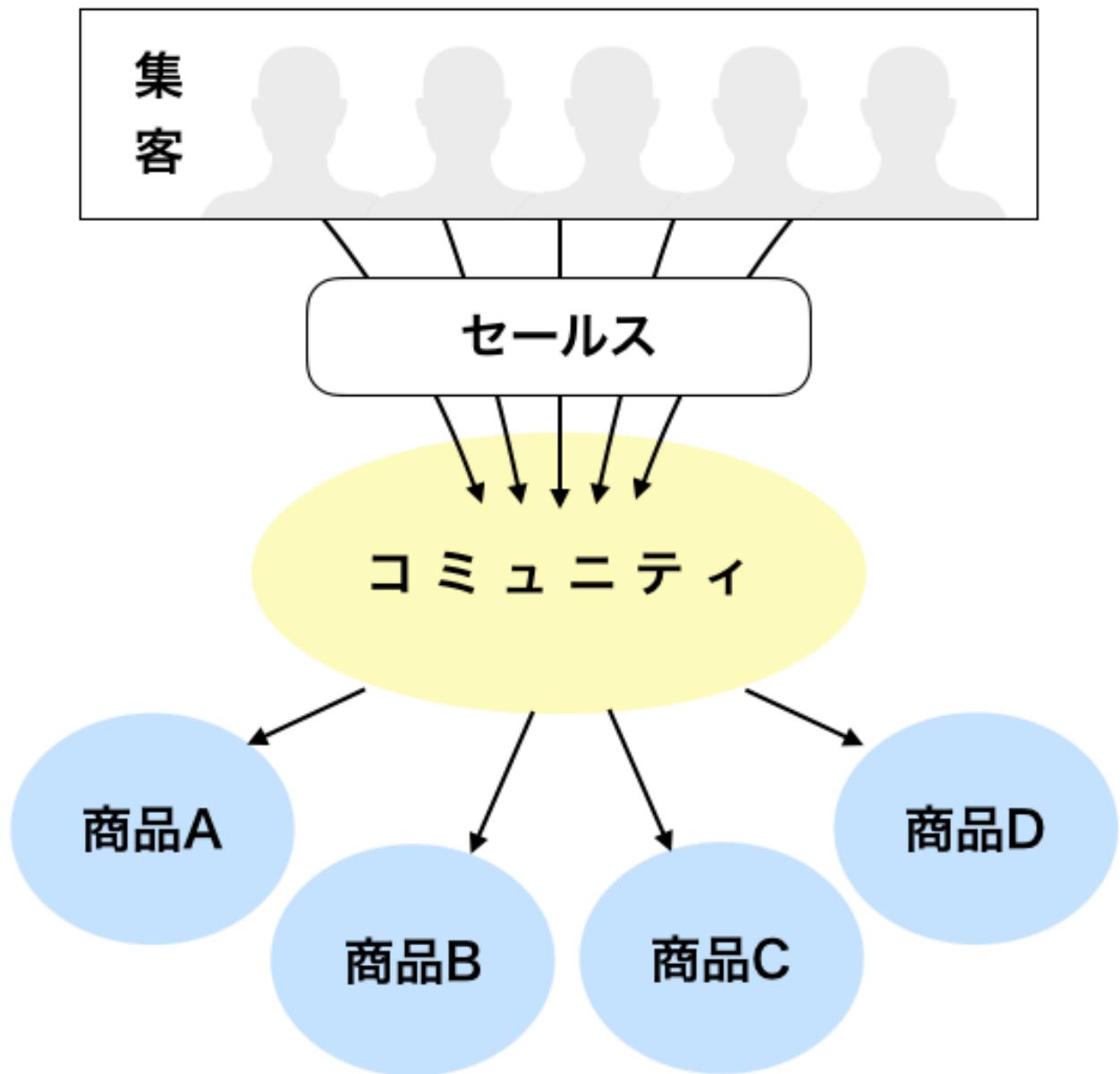
介してもらったりしながら、自分のコミュニティのコンセプトを語りまくって、信頼できるパートナーを見つけていきました。

特にビジネス系の情報発信をしている人や、既にコンテンツやスクールを売っている人、個人向けにコンサルをやっている人は沢山いますし、意外とクロージングを代わりにやってくれる人を探している人や、集客をもっと必要としている人は多いので、見つけるのにはそんなに苦労はしませんでした。

パートナーに対しては、その人の商品を僕が代わりに集客販売するような形で、売れたら例えば30%の報酬を貰うなどと決めておいて、

お客様に対しては、僕を通して何か商品を購入してくれたら、僕のコミュニティに参加できますという形にしておいて、

お客様からすれば僕のコミュニティ参加費自体は無料、僕からすればパートナーから報酬を貰えるのでしっかりマネタイズできる、という仕組みにしました。



具体的な商品として最初は、投資、サイトアフィリエイト、せどり、情報発信ビジネスを用意しました。その後ビジネスが軌道に乗るにつれて、更に商品のラインナップを増やしていった感じです。

実践的なコンテンツの提供やサポートはパートナーにお願いし、僕自身はコミュニティ内で、実践する分野が違えど共通するようなコンテンツを作ったり、勉強会や飲み会、遊びイベントなどを開催したり、みんなが一緒に成長していける場作りに勤しました。

そうやって 1 のコンセプト編で話した、

感情的価値と機能的価値

の 2 つをしっかり満たせるオリジナルな商品を作っていました。

商品ラインナップ	<ul style="list-style-type: none">・アフィリエイト・投資・せどり・情報発信	機能的価値
コミュニティ	<ul style="list-style-type: none">・勉強会・飲み会・遊び・イベント	感情的価値

ここで伝えたいことは、

「たとえ実績や経験がなくても、具体的に提供できる商品がなくても、コンセプトさえしっかり作り込みさえすれば、その上でニーズと商品をマッチさせるビジネス力を学びさえすれば、誰でも自然な形でコミュニティビジネスは作れる」

ということです。

冒頭で、ネットでの仕組みづくりをすることなく、1年目で年商数千万円の売上を達成したと言いましたが、その内容がまさにこれです。

リアルを中心にどんどん人と会いまくり、見込み客とパートナー(販売者)を繋ぐHUBのような立ち位置で、それをマッチングさせることでマネタイズし、同時に自分が理想とするコミュニティ作りに励んでいったわけです。

そうすることで、一見、集客代行・販売代行のような労働を対価としてお金を稼ぐような動き方をしつつも、コンセプトを形にしたコミュニティという器を用意していたからこそ、感情的価値の部分は

自分自身が提供するように努めたからこそ、実際は単純労働ではなく、自己起點のビジネスやネットワークの構築が可能になるわけです。

なので、フリーランスで集客代行や販売代行をしている人や、じようか迷っている人は、是非参考にしてほしいと思います。

商品の案件の見つけ方に関しては、ネットでもオフラインでも手段はいくらでもあります。

ネットの集客手段と方法

① SNS

SNSはそもそも人と人を繋ぐサービスなので、新規顧客獲得やリクルーティング、人脈開拓から友達作りまで色んな使い方ができるので、必ずやっておいたほうがいいでしょう。

自分の活動や理念が伝わるような発信をしながら、パートナーになつてもらいたい人にガンガン連絡を取っていきましょう。

もちろん、いきなり「会ってください！」と連絡するのはナンセンスです。相手の時間を奪うだけで相手には何のメリットもないですからね。

きちんと、相手へのメリットを提示したり、色々な形でその人に価値提供において信頼関係を構築してから、オファーすることです。

「あなたの時間を下さい！私と会ってください！」という商品を相手に買ってもらうわけですから、この時点からセールス力が問われます。

ちなみに、これは僕の友だちの話なんですが、

彼は餃子の王将の社長にどうしても会いたかったらしく、そのためにはまず1週間店舗に通って、店舗の改善点をまとめた資料を作成したそうです。

その上で、本社に直接「1週間のデータからこの店舗の改善点を見つけました！」と電話をかけ、担当の人に「社長に会わせて下さい！」と頼み込んだものの、あえなく撃沈。

それでも諦めずに今度は本社に直接出向いて再チャレンジ。すると社長にその話が届き、「面白そうなやつだな」と思ってもらえたのか、社長が時間を取って直接会ってくれたそうです（笑）

まあそこまでとは言いませんが、そんなような姿勢というのは大切だと思います。

② ASP

アフィリエイトサービスプロバイダと呼ばれるものです。おそらくBizCampの講座内で何度も登場したキーワードだと思うので説明は省きますが、商品を見つける方法としては最もオーソドックスなやり方ですね。

基本的には、自分のブログなどの記事にリンクを貼り、訪問者的人にそのリンク経由で商品を買ってもらうことで成約する流れです

が、別に対面で会った人に対して目の前でリンクを送って(LINEなどを使って)買ってもらっても何ら問題はないわけですよね。

というか、むしろそのほうが成約率は圧倒的に高くなるので、オフラインで動いていく上でもしっかり活用していきたいところです。

*例として国内のASPをまとめてくれている記事を紹介しておきます。

→[国内アフィリエイトASPまとめ](#)

他にも沢山検索して各ASPに登録し、自分が扱えそうな商品を大量に調べてみましょう。

③ saleshub

お客様を紹介してほしい企業と、紹介できる個人のマッチングサービス。

完全成果報酬制なので、企業からすれば初期費用無料で集客できますし、個人も簡単に登録できるのでやる気と行動力さえあれば、誰でも稼げるのが特徴です。アポをセッティングするだけで報酬が発

生するので、サラリーマンなどが空き時間に副業として取り組めるのも魅力の1つです。

オフラインの集客手段と方法

④ 交流会、イベント、セミナー検索サイトで調べる

交流会や無料セミナーなどの存在は知っていても、こういった場を本当に活用できている人は実はほとんどいません。例えば「異業種交流会」と聞くと、生命保険の営業マンや、謎の健康器具やら家電などのセールスマン、MLMの人たちがわんさかいるイメージを持つ方もいるでしょう。

「なんか怪しい人が多そうだなあ、気の合う人がいなさそうだなあ」と最初から敬遠したり否定する人も少なくないと思います。

確かに、誰でも参加できる交流会や、値段が極端に安いセミナーには、毎月何百万も稼いでいる個人や年商億超えの会社経営者なんてほとんどいません。

でも、そんなの当たり前です笑

もしも最初から効率良くそんな人たちと出会いたいのであれば、そんな人たちが好んで参加する何十万や何百万円するセミナーやコミュニティに参加するしかありません。

ただ、逆に考えてみると、こういった交流会などのイベントには、ビジネスがうまくいかなくて困ってる人たちが集まっているわけですよね。

つまり、良い商品はあるのに集客できなくて困っている人はいる。

もっと言えば、ビジネス上の悩みや問題を抱えている人が集まるなら、見込み客の人たちも沢山いるということになる、つまりやり方次第では集客の場としても有効活用できるということ。

実際、数回セミナーに行っただけでパートナーと出会った人、見込み客の人と出会って初成約が取れた人は、僕の周りにも沢山います。

勿論、成果には個人差しかありませんし、そもそも性格や気質によって向き不向きもあると思いますが、「コミュニケーション能力や人脈開拓能力」といった人間関係のスキルは、自分でビジネスを構築していく上で、(全員とは言いませんが)ほとんどの人が鍛えるべきものだと思うので、是非、ビジネスの練習や修行と捉えて沢山の場数を踏んでもらいたいです。

※例としてセミナー検索サービスがまとめられている記事を紹介しておきます。

→[セミナー検索サービス23選](#)

⑤ ブログやYouTube、メルマガからイベントを見つける

セミナー検索サービスなどは、広く調べができる点で都合が良いですが、自分にピンポイントにマッチしたセミナーなどは、やはり自分で調べて情報を積極的に取りに行ったほうが圧倒的に早いです。

自分のコンセプトに近い情報発信をしている人のブログやメルマガを調べまくって、その人が主催するイベントに参加して、主催の人や参加者の人と交流して、人脈を開拓していくというのも、考えて

みれば普通のことなのにあまり実践している人が少ない方法の1つです。

⑥ オンラインサロンやクローズドのコミュニティに参加する

月額制もしくはある程度高額なコミュニティは、無料セミナーなどでも参加できる交流会と比べると、集まっている人の質は高くなります。当然ですが、値段が高ければ高いほど、参加条件が厳しくなるほど、参加者の質は高くなりますからね(そこは自分の懐事情と相談しながら決めて下さい)。

また、パートナーや商品探しが目的とはいえ、波長が合わない人はなかなか付き合いづらいですし、後々揉めたりするのも面倒なので、ちゃんとコンセプトに共感できるオンラインサロンや、自分自身が学び成長できそうなコミュニティに参加しましょう。

あとは商品探しや集客目的だけでなく、ネットでは見つけづらいような生きた情報交換ができたり、目的意識が同じ友だちも見つかったりと、メリットは沢山あります。

僕自身、こういったコミュニティに参加したことで、1件数百万円単位の不動産の案件だったり、沢山案件を抱えていて太いパイプになってくれそうな人、今もパートナーかつ友人として一緒に仕事をする仲間にも出会うことができました。

⑦ 飲み屋や道でナンパする

他の選択肢に比べると少しハードルが高いですが、知らない人に声をかけることに抵抗がない人や、そういった対人力を高めたい人にとっては、有効な方法だと思います。

僕も、何もやることがない時や仕事したくない日は、とりあえずHUBやスイッチバーなどに行って、何も考えずに知り合いを作ったりしていました笑

シンプルに新しい情報に触れられたり、色んな業界の人の面白い話が聞けたりしますし、実際にその出会いがキッカケでビジネス仲間やクライアントができたこともあります。

大事なのは、

暇さえあれば人に会って、新しい情報や繋がりを開拓する

という気持ち。

これが重要だなんてことは誰もが知っていることだとは思います
が、でも実際にこれを行動に移すことができる人なんてほとんどい
ません。つまり、これが出来れば勝ちです笑

家に籠って何もしないよりは100倍マシです。

とまあ、色々な方法を列挙してきましたが、皆さんもお分かりの通
り、「良い販売者やパートナーと出会える絶対的な方法」なんて存
在しません。

むしろ失敗ばかりです笑

ネット上で連絡をして直接会ってくれる人なんて2～3割ですし、
そこからビジネスに発展する人なんてもっと少ないです。

「交流会やセミナーに行ったのに何の収穫もなかった…」なんてことはザラにあります。

でも数回の失敗で凹む、諦める必要は全くありません。むしろそれが普通です笑

最初はとりあえず数を打って種まきしるしかないんです。これはネットでブログ記事を書いたりSNSで発信する場合と全く同じ。その経験を通して自分自身がレベルアップしていくしかないし、成功している人は全員が少なからずこのプロセスを経験しています。

であれば「この試行錯誤のプロセスを如何に早く回せるか？」を考えるべきですよね。

しっかりとした理念を持って、ちゃんと活動していれば、その種は必ず芽吹きます。

安心していっぱい行動してみて下さい。

僕自身も、ビジネスを始めた頃は、あーでもないこーでもないと色々とビジネスモデルや戦略を考えたり、ノウハウの勉強ばかりしていたのですが、いくらそれをやったところで埒が明きませんでした。

でも、今言ったような考え方方がちゃんと頭の中にインストールできて、

「よし！とりあえずまず100人としっかり対話してみよう！」

と自分の行動をシンプルにしたことがキッカケで、うまくいき始めました。

3：集客する



先ほど、漏斗で器に水を入れていくようなイメージとしましたが、コンセプトづくりと商品探しはある程度できた段階で、器は完成です。

感情的価値と機能的価値の2つを提供できる状態が整った、ということですからね。

あとやるべきことは、

- ・その器に入ってくれそうな見込み客の人と接点を持つこと(集客)
- ・その人と信頼関係を築いて実際にその器に入ってもらうこと(マネタイズ)

この2つ。つまり残すは漏斗づくりのみです。

これがクリアできれば、ゼロから自分で作ったビジネスに売上が発生します。

ただの営業代行や販売代行であれば、販売者の代わりに見込み客を集めたり商品を販売するだけなので、自分の看板なんてありませんし、顧客リストも自分の手元には残りません。手足を動かすことを止めた時点で報酬はゼロ円です。

誰かが作ってくれたビジネスの上で働かせてもらってるんだから、当然です。

でも、今お話ししてきたような流れで、自分のビジネスを組み立てるところから実践してきた場合はそうではありません。

自分で看板を掲げ、自分でビジネスの導線を組み、自分のコミュニティを作るですから、これはもう既にあなたの事業です。これをどんな方向に進めていこうが、どう大きくしようがあなたの自由。

つまり、前者と後者では初報酬の「意味」が全く違うんですね。

しっかり集客と成約を達成して、なんとしても初報酬を手に入れましょう。

そのためにも、まずは集客。

このステップでは、

「理想的な見込み客の人と、どうやって接点を持てばいいか？」

を考えていきます。

ぶっちゃけ集客の経路は無限にあります(正確に言えば無限に分けることができます)。

一般的なネットを使った集客を列挙するだけでも沢山あります。

ネット集客一覧



オンライン広告

PPC、Facebook、Instagram、YouTube、
Twitter、Amazon、LINE広告…etc

オウンドメディア

Youtubeや独自ドメインのブログ、
はてブやアメブロ、noteなどの無料ブログ…etc

SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)

Twitter、Facebook、Instagram、
Tiktok、mixi、Tumblr…etc

SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)

Twitter、Facebook、Instagram、
tiktok、mixi、Tumblr…etc

(下にいくほどネットの知識がなくとも実践可能なもの)

集客の基本的な考え方として大事なのは、

見境なく手当り次第、全部やる

ということ。

というのも、

「コミュニティビジネスに限らず、WEBサイト制作や、物販・通販事業・出版業界・コンテンツ販売などのあらゆるビジネスが、実は商品が違うだけでマーケティングはほとんど同じ形をしている」

と先ほど言いましたが、集客だけは話が別で、特に個人事業主レベルであれば、集客の方法はみんな面白いほど異なります。

SEOが強い人もいれば、YouTubeだけで集客してる人、Twitterだけの人もいる。複数のオープンなメディアを育てている人もいれば、オープンなメディアは持たずに広告を回すだけで大きく稼いでいる

人もいる。ネットではあまり目立たず、リアルの口コミとリピートだけで成立させている人もいます。

集客というのは、

「理想的な見込み客の人と、如何に効率よく接点を持つか？」

を実践することです。

つまり全ての集客法に通ずる抽象的な「集客のコツ」というのはありますし、それを高めることができれば集客に困ることは(ほぼ)なくなります。

でも、それを高めるにしても、自分に合った得意な集客法を見つけるにしても、まずは手当り次第全部やってみるしか方法はありません、少なくとも僕はそう思っています。

最初は効率なんて考えずに、「数撃ちゃ当たる」の理屈で沢山の集客にチャレンジしてみて下さい。それが結果を出す上でも力をつける上でも1番の近道です。

巷のスクールやオンラインサロンでは、型にハマってテンプレート化された集客法を生徒さんに実践させるところが多いですが、**本当にゼロイチの段階で最も大事なのは、「集客なんて無限にあるじゃん！」と思えるようになること、集客というものの視野そのものを広げることです。**

例えば僕自身、

Pairsや斎藤さん、ひまチャットの出会い系サービスで知り合った女の子と直接会って、普通にその子の人生相談に乗っているうちに、僕のコミュニティの見込み客だなと思ったので商品を売ったこともありますし、

ヤフオク！に自分のコミュニティのコンセプトを説明した商品ページを作ってそれを1円で出品し、落札してもらった人に連絡をしてアポを取って、成約したこともあります。

bitFlyerという仮想通貨取引所のオープンチャットで沢山発言して目立ち、興味持ってくれた人にEA(FXなどの自動売買ツール)の案件を販売したこともありますし、タクシーの運転手や海鮮丼屋の店員の

人と世間話をしていて、そこから自分の仕事を話す流れになって相手が興味を示してくれたので連絡先を交換し、自分のコミュニティに入ってもらったこともあります。

とまあ、わざとトリッキーなやり方を列挙しましたが笑

その気になれば、常にアンテナを立てていれば、『どこからだって集客できる』ということが少し理解っていただけたかなと思います。

他にも、先ほど「2：商品を用意する」でも言いましたが、交流会やセミナーなどの各イベントには、ビジネス上の悩みや問題を抱えている人がわんさかいるので、

もしビジネス系のコミュニティを作るのであれば、こういった場は恰好の集客口になります(勧誘などが禁止されている場合もあるので、その場合はルールを守ってください)。

僕は起業当初、大阪に住んでいたのですが、暇さえあれば、セミナー情報.comなどで検索して1日3回くらい交流会に行っていました笑

今はさすがにそうった交流会にも行かなくなりましたが、おそらく合計6~70回くらいは行ったと思います。1つのイベントで出来るだけ多くの人と話すことを心がけてはいましたが、ちゃんと話すのは平均的に3人くらい。

勿論、何の収穫もないボウズの日もありましたが、目安としては最低1人ちゃんと話した人と、連絡先を交換して、後日アポを取ることを目標にしてやってみて下さい。

都内であれば、平日休日問わずイベントが沢山あるのでもっと動きやすいはずです。

既に沢山の顧客リストを持っているパートナーを探して、その人にお客様を紹介してもらう、なんてやり方も出来ればかなり近道になりますが、

そういった人と繋がるためにも、SNSやメルマガなどで告知しているイベントに参加してみたり、それがキッカケで知り合った人から紹介されたり、数珠つなぎ的に自分を中心にネットワークを広げていくことが大事です。

で、こういった自分から働きかける集客というのは、

プッシュ型集客

と呼ばれるものです。

集客というのは、

(1) プッシュ型集客

自分から動いてお客様と接点を持つ

(2) プル型集客

お客様に動いてもらって接点を持つ

の2つに分けられるのですが、実は、最初はこのプッシュ型集客に取り組んだほうが成果を出しやすいんですね。

フル型というのは自然に見込み客が集まる仕組みを作るということ。

つまり、フォロワーの多いSNSアカウントを育てたり、SEOに強いブログを作ったり、チャンネル登録数の多いYouTubeチャンネルを育てたりすることを指します。

ただ初心者がいきなりこういった仕組みを作るのには難しさがある。

特に僕の場合は、PCの画面と睨めっこするのが苦手だったので、最初はほんとに苦労しました笑

画面越しだけじゃ想定してる見込み客の人の心理は十分に理解らないし、その状態で情報発信してもその人たちに響くコンテンツが作れない、だからお客様も集まらない…

情報発信のやり方やマーケティングを一生懸命覚えて作っては見たものの、見込み客の人に実際行動してもらうだけのパワフルなコンテンツは提供できなかったんですね。

でも、オフラインを中心に動くようになって成果も十分に出せるようになって初めて、それもできるようになったんです。

というのも、実際に見込み客の人の顔を見て声を聞いて、必死になって 1：1 でその人の悩みを考え抜く、という経験を積めば積むほど、

「見込み客の人が何を考えているか？」

その物凄く繊細なところから深いところまでが手にとるように理解ってくるんです。

その悩みの声は 1 人でも、それと同じようなバックグラウンドや考え方を持ち、同じように悩んでいる人は日本中には沢山います。

1 人ひとりと徹底的に向き合う経験を積み重ねていくことで、

「自分のコミュニティが、見込み客の人にとってどうあるべきか？」

「本当にその人たちが心の底から求めているものは何か？」

「一体どんな言い方をすれば、その人たちの心に刺さることが言えるか？」

自分の見込み客全体の「集合的意識」のようなものが理解ってくるんです。

だからネットで情報発信をする場合も、プル型の集客の仕組みを作る上でも、こういったオンラインでの活動というのは非常に大事だなと思います。

「たった1人の見込み客の気持ちが分からぬいで、問題を解決できないで、どうして大勢の見込み客の心に刺さる文章が書けるのか？
その人たちに売れる仕組みが作れるのか？」

って話ですからね。

だから、本当にコピーライティングやマーケティングが上手い人というのではなくて、実はこういった泥臭くて愚直な1：1のリアルなお客さんとのやり取りを沢山経験しているんです。

話は逸れますが笑、ネットで上手に仕組みづくりをしたい人も、積極的にプッシュ型の集客に取り組んでほしいなと思います。

そのやり取りを録音しておいて家に帰ってから記事にしたり、思いついたことをツイートしたりすれば、情報発信のネタにも困らないですし、そういった生の経験から生まれたコンテンツは、必ず誰かの心に響くものになってるはずです。

簡単なことから始めるなら、それを動画や音声にして毎日YouTubeで発信してみるなどしてみて下さい。

SEOや編集、デザインなんて最初は気にする必要ありません。どんどんアウトプットしてアウトプット力を鍛えながら、コンテンツを出すことを習慣化していくってみて下さい。

このようにして、『リアルの活動とネットの情報発信』この両輪をうまく回すことができれば、プッシュ型とプル型の集客どちらも実践することができますし、本質的なビジネス力や情報発信力も身につきますよ。是非やってみてください。

4：マネタイズする



「さあ、コンセプトができて、商品も用意できて、お客様も集まつた！」

となれば最後は、それをお金に変えるパートです。言い方は汚いで
すが笑

で、このパート、ネットで仕組み化する場合であれば、

コピーライティングを使ってステップメールやLINEステップで購買意欲が高まるシナリオを作り、商品の販売ページと決済システムを用意し、購入ボタンをクリックしてもらって商品を提供するまでの流れを作る

ことを意味します。

このDRMの「教育」の考え方は非常に強力ですし、個人事業主や中小企業レベルのマーケティングとして、現時点で最強かつ最先端のものなので、このDRMの考え方だったり細かなプロモーションの仕方などは、オンラインを中心に活動する場合であってもしっかり勉強してもらいたいです。

直接会って商品をセールスする場合においても、抽象的な流れは全く同じですからね。

違うのは、

「最初から仕組み化するか、しないか？」

「それをオンラインでやるか、オフラインでやるか？」

それだけです。

つまり、ステップメールと販売ページの役割を 1：1 でやれば良い
んです。

(セミナーを開催して多人数にやるのもアリですが)

どういうことかと言うと、まず集客の段階で出会った見込み客の人
と、

「1：1 で対面で会う(電話する)」

ことを落とし所にしておけば良いんですね。

セミナーを開催しても必ず 1：1 の面談などを用意する。

交流会で出会った人にも「お茶しませんか？」と打診する。

SNSで絡んだ人にも最終的には「直接会いましょう」と働きかける。

YouTubeで集客したとしても1：1の電話に繋がる導線を作つておく。

どんな集客経路であれ、

「私と直接話しませんか？」

というオファーをフロントエンドに置いておくんです。

つまりそこまでが集客の役割。

リアルで出会った場合であれば、LINEやメッセンジャーを直接交換してやり取りをすればいいですし、ネット上で集客した場合は

LINE@などの登録を促して、お客様から連絡をもらえばいいんです。

そこでは、その人が現状抱える悩みや理想の未来などをヒアリングします。

(LINE@などレバレッジが効くものであれば、価値ある知識や情報を提供したり自分のコンセプトを共有できるコンテンツを用意しておきましょう)

そして、その現状と理想のギャップを解決するために「1：1で話しませんか？」という流れに自然に持っていきます。

僕自身は、大阪にいながら地方に住んでる人と kontaktすることもよくありましたが、わざわざ僕に会いに大阪に来てくれる人も何人もいました。しっかりラポール(信頼関係)が築けていれば、意外とみんな会いに来てくれます。

むしろ、自分の時間と交通費を使ってでも会いたい、と思ってもらえるくらい信頼関係が築けないと、ある程度高額な商品なんて買っ

てくれません。

(その当時、僕は1年間で参加費20万円のコミュニティを販売していました)

勿論、必ず直接会わないといけないわけではなく、地方に住んでいる人であれば電話やビデオ通話でもOKです。

実際に会う場合は、**高級ホテルのラウンジなどのエネルギーの高い場所がオススメです。**

スタバやタリーズ、マクドナルドなどのファストフード店はオススメしません。席の間隔が近かったりガヤガヤしている場所は、深い話をするのに好ましくないからです。

対して、高級ホテルのラウンジは場がしっかりと整えられていて、席の間隔も広く、接客もきちんとしているので、お互い安心して話に集中することができます。

これはちょっとした小ネタですが、必ずしもお客様に上座に座ってもらう必要はありません。相手の人が話に集中できるかどうかが

最優先。たとえ上座でも、視界に人やモノが入り込むのであればナシ、というわけですね。

で、ここからが肝心、いよいよセールスになるわけです。

ただ、セールスやクロージングに対して苦手意識を持っている人は非常に多い。

「セールスって人にモノを売りつける行為のようで気が進まない...」

なんて考える人もいます。でも誤解を恐れずに言いますが、そんな人は、

「マーケティングとは何か？ビジネスとは何か？お金とは何か？」

その考え方があまりに偏っている、幼稚だと言わざるを得ません。

そもそもマーケティングというのは、

世の中出来るだけ沢山の価値(商品)を提供できるように活動すること

であって、それをできる力がマーケティング力でありビジネス力です。

つまりそこには、商品を届けるべき人にしっかりそれを届ける、逆にそれを必要としていない人には届けないという倫理観も含まれているんです。

お年寄りを騙して不必要な生命保険の契約を結んだり、ガラクタみたいな情報商材を多くの人にはばら撒いたりする行為をしている人を「ビジネスが出来る」とは言いません笑

その人が商品を買ったほうが得だから、つまり買わないほうが損だから、売るんです。お互いが持っている「商品」と「お金」を交換したほうがお互いにとって得だから、売るんです。

だから、純粹にその人の現状や未来を徹底的に一緒にになって考えた上で、必要だと思ったら、自信を持ってセールスして良いんです。

「この人に売ったら悪いかなあ」

なんて考える必要はありません。むしろその人の成長や問題解決の機会を潰しちゃってるわけですから、オファーしないほうが失礼です、悪です。

セールスというのは、お客様の未来と一緒に作っていくことです。

「1：コンセプトを作る」の際にやったことを覚えていましたしょうか？

あれを1：1で一緒にやっていくんです。

(ここで一度、1に戻って読み直してみて下さい)

自分のコンセプトをしっかりと共有することと、相手の現状と理想のギャップを把握し、それを埋めるために何が必要かを一緒にになって徹底的に考えること、この2つ。

その上で、相手が自分のコンセプトに共感してくれ、更に自分が持っている商品や案件が、相手の足りないものを埋める手段になつていれば、その商品をオファーして下さい。

相手が本気でそれに取り組む気持ちになってくれていれば、十中八九、売れます。

これが、ソリューション型のセールスと呼ばれるもの。たとえ最終的に購入に至らなくても、そのプロセスでしっかり価値提供することが大切です。

売ってやろうなんて思ったら売れません。相手に全ての判断を任せても売れません。高い成約率を叩き出すためには心地良いバランスが大事です。

よくありがちな間違いが、1度会っただけですぐにその場でセールスするパターン。

勿論、相手によっては1回目でセールスすることもありますが、3回目でやっと商品をオファーすることもザラですし、半年～1年

経って久しぶりに連絡を取ってそこで初めて成約することだってあります。

「とにかく早く成果を出したい！」という気持ちは分かりますが、だからこそ中長期的な視点で焦らずにしっかり目の前の人と向き合うことが肝心です。

「目の前のお客さんがどうなったら幸せになれるか？人生がより良くなるか？」

心の底からその視点で徹底的に考えてみて下さい。
むしろまずはこれだけに一生懸命になって下さい。

そして、その答えが「商品を買うこと」だと思えた時、しっかりと説得をして下さい。

そうすれば、おもしろいように売れます。

具体的な数字のイメージもお伝えしておくと、

40～50人くらいの人に平均2～30万円の商品を販売して売上が約1,000万円、直接1：1で話した人からの成約率は80%以上でした。

自分自身がこうした動き方をしていたのは最初の数ヶ月だけだったので、母数はあまり多くありませんが、成約率が圧倒的であることはお分かり頂けるかと思います。

最後に『パソコンとずっと睨めっこせずに、月30万円以上を安定的に稼げるようになること』を達成するための5つステップ

0：全体像を理解する

1：コンセプトを作る

2：商品を用意する

3：集客する

4：マネタイズする

を順番に説明してきました。

単なる知識や情報としてではなく、より実践に焦点を当ててお話ししてきたので、おそらく、理解しづらかった部分や実際やってみないと分からぬ部分もあったかなと思います。

なので、これから実践していく中で、また何度もこのレポートを読み返してほしいです。

実際に進めていけばいくほど理解も深まると思いますし、最初の頃とはまた違った視点で読むことが出来るはずです。

ただおそらく、これを読んで下さった方の中で、ほんとに行動に移す人は10人中1人いれば良いほうだと思います笑

「多くの人が成功できないのは何故ですか？」

という質問に対して、世の成功者たちはよく、

「だって、みんなやらないから。」

とぶっきらぼうに答えますが、ほんとにその通りで。

ただ僕は、ビジネスを楽しく実践する人が少しでも増えてほしいし、くすぶってる若者がビジネスをキッカケにおもろい人生を歩めるようになってほしいし、僕自身そのキッカケを与えられる存在であり続けたいと思ってます。

だから今回も、ほんとに行動に移す10人のうちの1人のために書きました。

僕が、ほぼネットを使わず起業1年目で年商2,700万円を達成するために考えてきたこと、取り組んできたことに関しては惜しみなく書いたつもりです。

本当はここまで実践できたら、次のステップとして、

5：組織化・システム化

をお話ししようと思っていたのですが、思ったより文字数が多くなってしまったので、また別の機会にでもお話しできればなど。

まずは、今回お伝えした0から4までのステップをしっかり理解してもらって、是非行動に移してみて下さい。

「誰でも出来る」とまでは言いませんが、行動さえすればかなりの確率でちゃんと結果が出るはずです。あとは、行動を始めたら、それを辞めないで下さい。

さっき、実際に行動に移すのは10人のうち1人しかいないと言いましたが、行動を続けられるのも、行動に移した10人のうち1人くらいしかいません。

僕自身も、何度も色んなビジネスにチャレンジしては挫折したり辞めたりしてきました。

でも、この形で始めたコミュニティビジネスだけは何年も続けることができています。

それは勿論、自分の性に合っていたからというのもあると思いますが、やはり仕事を通して色んな人と関わりながら、仲間を増やしながら、続けられるものだったからと思っています。

気の合う志を同じくしたパートナーと一緒に仕事をすれば楽しいし、日々お客様と話したり集まってワイワイ騒いだりするのも楽しい。

よく「人を変えるのは環境だ」と言いますが、その環境を作っているのは「人」です。

皆さんは今、ビジネスの知識やお金が稼げるノウハウに関心があるかもしれません。

勿論そういった勉強をすることは大事だし、正しい戦略やマーケティングの知識なしに成功はないと思います。

でも「ビジネスも人ありき」であることは忘れないで下さい。

では長くなりましたが、この辺で終わりにしようと思います。

最後までお読みいただき、ありがとうございました！