

0909 実歩さんビジネスコンサルメモ

文責：三間 瞳

<8月の報告！シェア！>

・さおりさん：

香川の上映会。300名目標のところ、現在100名超え！
多くの方のおかげ、エネルギー循環で、自分のビジネスも最高売上に。
流れを体感している。

整体オープンして3年での最高売上の秘訣は、SNSでの集客はしていなかったし、新規の集客は力を入れていなかったけれども、リピートのお客様へのセールスが、短期ではなく長期の回数券を買ってくださることに。

(実歩さんコメント)

>新規集客が一番エネルギーいるので、リピートお客様が増えるのが、一番、ビジネスが安定するので、いい流れですね！

・福井さん：

28日のコンサルで、バックエンド商品を作れなかったのが一気に作れた！大きな枠ができたのが良かった。相談会のイベントにおいて、自分の柔軟性が出ているのを実感している。そのため、手を差し伸べられるお客さん層が広がった。

(実歩さんコメント)

>食べ物に特化する方は、分離する人が多い。けれども、ちこさんたちは、もう一段抽象度が高く、分離感がなくて、あれダメこれダメ、という人ではない。そういった風に、一段上に抽象度を引き上げて、あれダメこれダメと敵視するのではなく、「最終的によりよくなっていく」という目的から外れないことが大事。

>ちゃんと高額な商品も、メニューを用意しておかないと購入してもらえないし、高額商品があると周り方の見られ方が変わるので、そういう人にならなくなってセルフイメージが上がっていく。絶対に安売りはしない。

・さなえさん：

寿が高まって、アフリカ開発会議で、アフリカといえば私、という形で声をかけてくださる人が増えた。アフリカのメンバーにも喜ばれて、人のご縁が繋がっていったことを感じてい

る。今までは企業の方へばかりだったけれども、個人への広げ方も道筋が見えてきた。

(実歩さんコメント)

素晴らしい。さなえさんは、グローバルなイベントで登壇とかしているイメージなので、ぜひ、そういったこともチャレンジしてほしい。

・さやかさん：

新規事業を立ち上げて1ヶ月で、寿を意識していたことで、「この人たちにサポートしたい！」という方からお問い合わせが増えて、いいご縁が繋がって、売上が5倍に伸びた。売上というよりも、そういった人たちとのお縁が嬉しいし楽しい、というのは、やはり寿が満たされたおかげ。

(実歩さんコメント)

おにぎり作ったっていう投稿も反応が来ていたことも、仕事だけ切り離すんじゃなくて、生活面も含めたブランディングが、とても良い。注目されている。

・恵さん：

はい。2回目の講義の後、懇親会で、インプットしていることをアウトプットしたらどうですか？という提案を受けて、自分が当事者としてお話をすることがなかった、ゲストさんと呼ぶことだけだったけれども、その提案を受けて、「ハッ」としたが、すぐに企画して告知していったら、3日ぐらいで、10名満席となった。今は、どういう風にお伝えするかを練っているところ。喜んでくださっているイメージをしながら企画中。

(実歩さん)

すぐにやります、次の講座でお伝えできるように、と行動に移して満席にされたのが素晴らしい。自分がインプットしたものを、自分で一度練り上げて、どんな風にしたら喜んでもらえるかと想像しながら、作っていく。ただダラダラ話せばいい分けじゃない。

コツは、1回目の終わりに必ず2回目の告知をすることが重要。ゼロから募集するのではなく、次回は、こういったテーマで、いつやります、と伝える。今日のこの場でもご予約できますので、というと、半分くらいは続けて予約が入ったりして、次回の集客が楽になる。

今日のテーマ：フロントエンド（プチセミナー、お茶会など）

実歩さん経験→

- ・自力でコーチングセッションしていた時はビジネスを知らなかった
- ・直接お金をもらうということをしたことがなかった
- ・最初に起業塾に行って、全体像を知ったことによって、こうやって売上が上がるんだ！と初めて知った。
- ・顧客導線を知らなかった。
- ・お客様からお金を直接現金で受け取ってしまって失敗をしていた。
- ・フロントエンドから本命商品を守るんだ、というのを知って、謎が解けた。
- ・インターネットでの集客は初めていらっしゃる方が多いと思うけれども、インターネットの集客って何がいいかっていうと、レバレッジが効く。一個の動作で 100 人以上の方に届けることができるなど。
- ・なれないときは、一人一人とアポとって、来ない？ときたい気持ちにさせるのも大事。

> 恵さんは、直接からで、何人がインターネットからの集客？

- * 告知する前に前もって何人かに声かけておいた→3人が直接声かけた
- * ダイレクトメッセージから3～5名
- * 2～3名は初めましての方。

・最初は、直接お会いしたことがある人がお客さんになりやすい。どんな時でも、人に会うときは、私はこういうことをしている人ですよ、と言えるようにしておくことが大事。直接どっかで会った人っていうのが、意外とビジネスに繋がっていく。

・OL時代に、朝会を主催していた。500円とか飲み物代だけ、とか売上にはならなかったけど、その後のコーチングセッションや起業塾には、この朝会に来てくれた人から来てくれた。なので、人と会うときには、オフモードはないので、常に仕事の話ができるようになる。

・インスタやらなきゃとかツイッターやらなきゃ、YouTube やらなきゃ、とか色々初めからやるよりは、これ、と自分が得意な媒体で、しっかり投稿することを決めてやる方がいい。また、1つの記事を1つの媒体だけで公開して終わりではなく、複数展開していく方がいい。

・商品がない人は、売上にならない。ブログの読者さんが付いていないので。と行って商品作っていない人がいるけれど、ブログアクセスなくていいので、商品を作ってください。

・商品を買いたい人がいたら、商品と買いたい人がマッチしたら、それでビジネスが成立す

る。納得する人がいれば、成立するので、情報コンテンツを持っておくのはとても大事。

・商品のストーリーを語れるようにならなければならない。ちこさんの、ゆにわにいくと、一皿一皿の、背景のストーリーを話して提供してくれるので、価格以上の価値を感じることができる。

<さおりさんからの質問>

発酵食品のイベント3パターン

- ・ヨガ+発酵ご飯
- ・居酒屋っぽくおつまみを提供
- ・カフェでのランチ定食

提供にバタバタしてしまって、情報の提供ができていない。

知識を提供することと、場を楽しむことのバランスについてどうしたらいいか。

一つやり方としては、その場で喋ると、説明で硬い雰囲気になることが懸念されるなら、イラストの冊子を用意しておく、など。

1個1個の説明というよりは、「今日の食事のテーマ」をかく。

枝葉のことではなく、テーマをお伝えする=>これは口頭で伝える。

それが私にどう関係あるの？

中身ではなく、どうなるかにしか興味ない。

男性が浄水器の機能を説明してくれたんだけど、浄水器の水を飲むことによって、私はどう変わるの？ということにしか関心がない。

石の説明はよくって、変化を知りたいので、

準備にいつもバタバタしているようだったら、お友達に、配膳などをしてもらって、自分はまだ一段上の役割、ディレクターのポジションになって、全体の空気感を感じていないとだめ。全体が見えている状態にしないといけない。

初めてのセミナーでバタバタしてしまって、やることいっぱいになってしまった。目の前の対応でいっぱいになると、全体をみれる立場になるためには、お手伝いの方に依頼をしておく。セミナー写真の撮影を忘れちゃいました、とかは次の集客に役立つので、事前にお問い合わせする人を決めておく。

Q. 入り口の先の商品はあるのですか？

>今はない。

Q. どのくらいの規模ですか

>9人~10人くらいで5000円. 通算60人

Q. リピートさんはいますか？

>います

Q. どのくらい継続しているか

>ヨガの1年数ヶ月

5000円の次のステージにチャレンジすることが

<フロントエンドの2つの目的>

・目的1：テストマーケティング

*お客様と会うこと、場数を踏むこと

***お客様の悩みを聞くことが重要**

=>妄想ではなく、実際に聞いてみる。

LINE@

9月に入ると、今年の後半になる。

10月~12月は次の年の飛躍、準備の期間。

それを決めるには、9月に方向性を決めないといけない。

ご自身のメルマガに、「どういうことに悩んでいるか。」

悩みを言語化できないので、

最近、こういう悩みを聞くので、このことに対してもっと聞きたい人いますか？

それ以外でも大丈夫ですか？

と聞いたりする。(新田さんの講座でも書いていたやつ)

具体的なことを聞いてから、それ以外でもいいよ、と広げる

ビジネスレベルが上がれば上がるほど、お客様目線に下げることって忘れがちになる。

メンタル系のものは、1月が売れやすい。自分を変えたい、と思うのが1月。

コーチングセッションなどは、12月中にはリリースしないとけない。

9月には材料を

<福島さん質問>

・人に会って悩みを聞いていく。私は直接会わない、ネットで物販している状況。直接ではなく、卸しているだけなので、お客様の声を集めることが難しい。

>直接会わなくても、お客様にメールを送るか、自分にとってのお客様、卸しているショップさんが、福島さんのお客様ですよ。エンドユーザーは Yahoo, 楽天、メルカリのユーザー。インテリア素材を売っているので、インテリア業者さんに卸すことになっている。ということなので、すると、買ったださっている業者さんに、どういうものが売れ筋か、などお客様の反応はどうか、などを会話する機会はあるなら、大手ショップの方などに聞いてみる。商品開発をする立場として、聞きたい情報はどのような情報か？その情報を聞き出しやすい質問を書き出して、どうやったら向こうが協力したいない、と思えるようなセットアップをしてから質問する。

ぜひ報告が欲しい！

<三問>

>なぜこの店を選ぶかなど

>壁打ち相手と1日をシミュレーションする

>海外まで人を動かすには、感情を動かさないため

今このままじゃダメだ、という危機感がある、なぜ突破口になるのか

年末から次の年にかけての次の段階を考えているタイミングなので、ここでミッションを定める必要なのか、このタイミング

>ワクワク感を演出する

藤本さきこさん、パリ・エジプト。

彼女はすごいのは、ベネフィとだけじゃなく、「なんか」行ってみたい、というのがとてもうまい。

自分がこれを行っている以上の、神の視点、上の視点を作る、

宗教のような、神が言っています、というような状態を作る。

自分ではなくて、上の存在。

エジプトの歴史的な情報。エジプトという土地がどうして今呼んでいるのか、など

・目的2：次の商品へのご案内

→次の商品は、一人一人のカルテを作ってご案内するというのも手。

冊子になるような紙で用意して、3ヶ月のプランを用意する、など。

ご案内の資料、ワクワクするような資料を用意する。

商品がなくてもできる。

入り口でたくさんの人に出会うことで、経験と実績を作れる。自信がつく
顧客数を増やすことができる

やっていくことで、集客を教えられたり、満足度の高いイベントの作り方を教えられるよう
になったりする。

雇われヨガの先生だと、自分の名前で集客はしたことない方が多いので、そういったノウハウ
を伝えることもできる。

・用意すべき●個のポイント とか

アンケート：

- ・ どうして私を選んでくれましたか？
- ・ 私の印象はどうでしたか？

→お客様が感じてくれている印象が自分から発信とマッチしているかを確認する
教えるノウハウもそうだけど、提供している自分の印象を確認しているのは重要
客観的にどうみられているか。

よく言われたのは、意外と声が低くてびっくりしました、と言われた。

顔とか雰囲気、もっとふわふわした人だと思われていた。

それが良かったと言ってくれた。意外と声が低くてハキハキ喋る、というのを書くよう
になった。

こういうギャップを感じるんだ、というのを知っておくことが大切。

軌道修正ができるようになる。

とにかく商品を出す！

メニューがあれば買う人がいる。

マザーに会いたい、書きたい人はいる。

メニューがないから提供できない、だと変わらないので、

90分マザー独占セッション、10,000円を今だけ5,000円、とかやってみて

商品をうる体験が、自分を次のステージに持っていく。

アンケート項目

- ・ 名前
- ・ 属性

- ・私のことをどのように知っていただきましたか？
- ・どんな悩みが解消されましたか？
- ・もし私に～について聞いてみたいということがあれば教えてください。

女性で男性をあげる、同世代には聞きにくいし、恋愛コンサルには聞きにくい30代の女性は悩みが多く、パートナーシップについての悩みが深い

同性から信頼されている、人間性に関することだから、それについて開示できる安心感があるので、なんでも誰でも、というよりは、30代のパートナーシップに悩む女性限定で、人間として向き合えるパートナーシップの作り方を教えることができます、など、コンセプトは絞るのがいいのでは。

こんなお客様の推薦文が次の集客につながっていく

9月はとても重要な時期。来年の準備のために。

9月に材料を得て、10月には商品を作って年内に提供できるようにする。

<さおりさん>

上映会に向けて動いているのだけれども、Facebook 広告をテストしてみているのだけれども、あなたにとっての価値を打ち出すにしても、あまり長くてもダメかな。

広告をかける先は、LP? ->Facebook ページだと難しい。

Web ページを作っていくこと、写真もたくさんあるものもいい。広告からだとも無料のイベントならともかく、お金を払ってもらわないとダメなので、私だったら、自治体とかの枠で30人枠でごそっと来てもらうなどで、そういった団体にアプローチするのはどうか。細かく一人一人来てもらうではなく、10人でも30人でも、ごそっとまとめてきてくれるための動き、団体のキーパーソンは誰か、というのを定めて、声をかけて集めてもらう。

- ・イベント開催者とかリストを持っている方に協力を願うとか

広告は、検証しながら修正してやっついていかないと、今、FB 広告は、プロがやっても結構難しいので、多くの方が動くところに声をかける方がいいと思う。

ぜひ、自身をあげる機会にしてほしい。

何かしら一つはすぐに行動してほしい。

私自身も、お客さんの悩み事をきくメルマガを出します。

そのぐらい具体的な行動に落としてほしい。