

## 「フロントエンドについて」

### 1、この1ヶ月の報告

#### 早織さん

- ・上映会の申し込み人数が100人を超えた。
- ・自分のビジネスも、開業してからの3年間で最高売り上げだった。  
→長期で購入してくれる人が多かった。
- ・ブレイクスルーに参加してから、流れに乗っているを感じる。

#### 【実歩さんからのコメント】

ビジネスでリピートで来てくれる人が増えるのは、厚みが増えて一番安定する。

#### 福井さん

- ・前回のコンサルで、実歩さんからアドバイス頂き、バックエンド商品が一気に形になった。30万円の商品をこれから売っていきたい。
- ・これまで職業柄、ステロイドを敵対視していたが、ブレイクスルーを受講して、視野を広げて柔軟に考えられるようになり、自分の姿勢が変わってきたことで、今、薬剤師さんとのコラボ企画を進めている。

#### 【実歩さんからのコメント】

自分ができる範囲で、別の視点、考え方を取り入れていく。そうすることで、お客様の幅が広がっていく。

また、バックエンド商品に関して、高額の物を作っておく。そうすることで、「高額商品を売れる人」というイメージが付き、周りからの見られ方が変わってくる。

**私たちは、他人からどう見られるかで作られている。**

## 早苗さん

アフリカの事業で、これまでと関わりなかった色々な方からの協力を頂ける出来事があり、新聞でも取り上げて頂いた。「寿」を意識して、良いご縁が繋がった。

### 【実歩さんからのコメント】

早苗さんは人前で話すこと、上手くできそうなので、是非やってみてほしい。早苗さんが行っている内容を聞きたい人もたくさんいるはず！

## 武智

・新しい事業を始めて、これまでとお客様が変わった。本当に来て欲しい人に、来てもらえるようになり、結果として売り上げが5倍になった。「寿」を意識したことで、よいご縁が生まれた。

・FBに投稿することにすごく抵抗があった。でも、前回の実歩さんのコンサルを受けて、そんなこと言ってる場合じゃない！と感じて投稿を続けている。

（その時に、ブレイクスルーの皆さんの投稿を見ることで、私も頑張ろう！という気持ちになっています。ありがとうございます！）

### 【実歩さんからのコメント】

ご飯に関して、子育て、仕事に関するが投稿全てによって武智という人柄を出せている。どんな人なのか、見て分かりやすくなってきた。

## 恵さん

前のブレイクスルーの懇親会で実歩さんにアドバイス頂き、ブレイクスルーのアウトプットを行うことにした。告知したところ、すぐに満席になった。

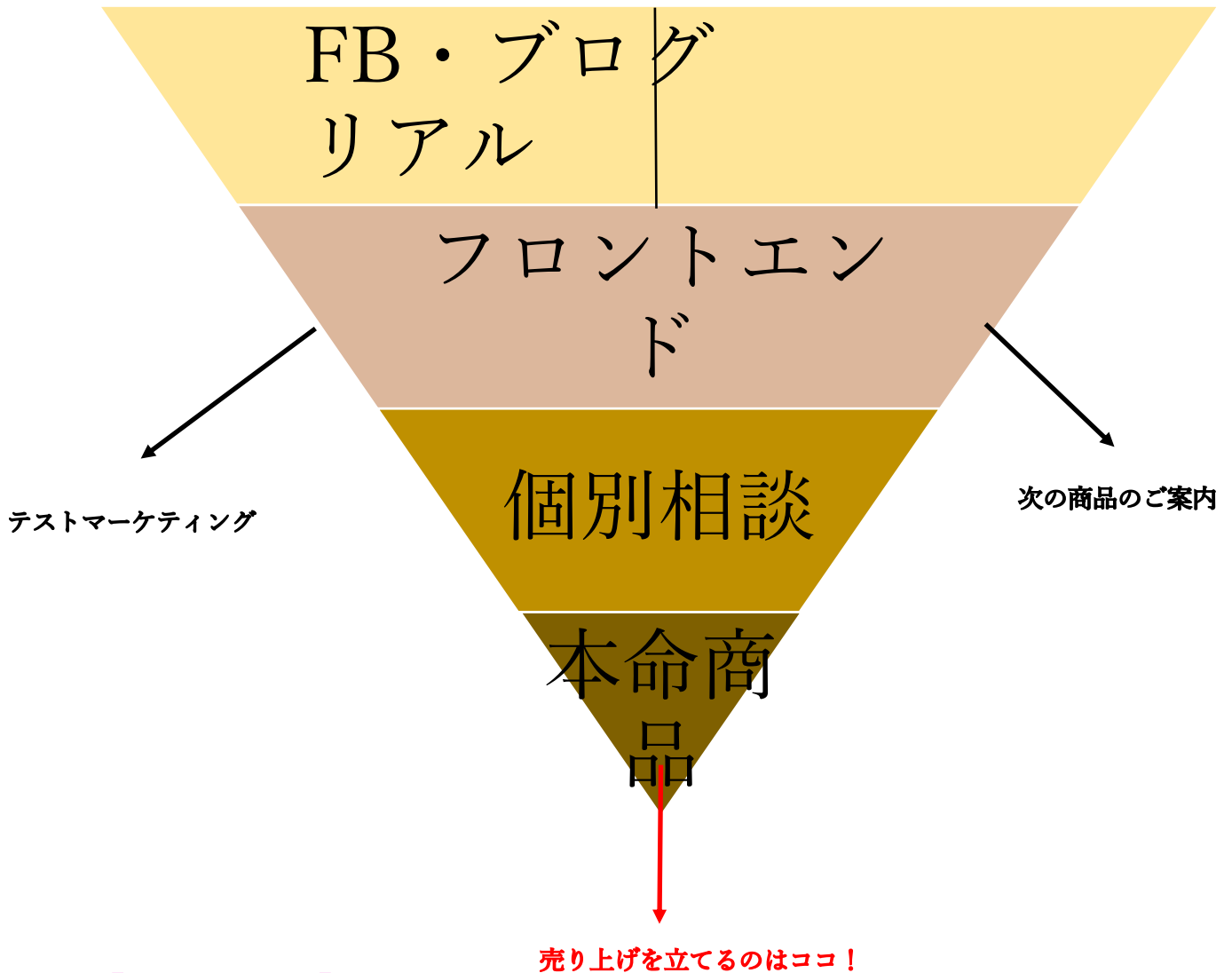
### 【実歩さんからのコメント】

すぐ行動したところが素晴らしい！

セミナーは内容を盛りだくさんにすることが良い訳ではない。

また、1回目が終わる時に、2回目の告知をすると、次の集客がゼロからじゃないので楽になる。毎月の恒例イベントにする。

## 2、顧客動線について



### 【実歩さんの体験談】

最初はビジネスのやり方を知らず、お金は「会社から対価としてもらうもの」だった。起業塾に行き、ビジネスのやり方を学んだ。(上の図) 本命商品で売上げを立てる、ということを知り、謎が解けた。

過去に、セッションを行った後に、お客様から「直接お金を頂く」ということをしていた。これは絶対しないほうがいい。

理由)お金を頂くまでは、先生と生徒という立場なのに、「ありがとうございます」とお金を頂くことで、その関係が崩れてしまうから。

### 3、情報発信について

#### 【インターネットでの情報発信のメリット】

##### 「レバレッジが効くこと」

1つの動作によって、100人以上の人に情報を届けることができる。  
そこから得られる結果が大きくなる。

#### 対面(リアル)でのメリット

確実性がある。慣れないうちは、直接お会いするのがオススメ。

#### 恵さんのブレイクスルーアウトプットのイベントの集客方法体験談

告知する前に、親しい人何人かにこんなイベントします、と伝えた。  
そしてインスタなどで告知。

親しい人から3人、インスタから、電話から7人のお申し込み。  
(新規の方は3人)

#### 実歩さんの体験談

フロントエンドとして朝会を毎月テーマを決めて定期的に行っていた。  
その後、起業塾を開催した時に、朝会の参加者が4人くらいいた。  
また個人セッションは朝会参加者がほとんどだった。

会ったことある人は、今後のお客様になる可能性が高い。  
どこで繋がる方、分からない！

#### **私たちに、オフモードはない！！！！**

いつでも、どこでも、「私はどこで、どんなことをしている人か」  
言えるように準備しておこう！

#### 【今後のメディアの使い方】

今、色々メディアは増えているが、最初はあまり色々やり過ぎない方が良い。

2つぐらい、これ！と決めたものやってみる。

文章も1つだけでなく、他のメディアにも掲載して、どんどん展開させていこう！  
そしてそこに労力をかけすぎない。

### 【これからは情報コンテンツ=教育の時代！】

そもそも、売上げがない人は、商品がない人。お客様が買いたくても買えない。

こっちがまず商品を作って、お金を決める。

情報コンテンツを持っておくとこれから売れる。そして、そこに必要なのは「教育」

→例) 浄水器を売る時には、浄水器がこれからあなたの生活に必要なだという教育が必要。

その商品についてのストーリーを語れるようにする。あなたの商品の価値は??お客様がお金を払うのは、その商品に、じゃなくて、そこにあるストーリーと、自分の変化。

**お客様は基本的に自分がどう変化するかしき気にならない。**

例)実歩さんが、ゆにわの浄水器を買いたい時、商品に関する説明はもういらなかった。知りたかったのは、「その浄水器を使うことで実歩さんがどうなるのか」ということ。

例) ゆにわに行った時、働いている人が、そこにある食器に関するストーリーを語っていた。お客様はその背景を価値として受け取っている。

### 【公開コンサル：米村さおりさん】

居酒屋などを間借して、外部講師をお呼びしてのヨガレッスンやお料理教室を主催している。知識を伝えすぎると、楽しい雰囲気が壊れるのではと思い、教育という面はあまり行っていない。また、今は副業として行っているが、今後はこれをメインにやっていきたい。

### 【実歩さんからのアドバイス】

- ・誰か人を雇って、さおりさんは一つ上の立場に立つ。
- ・最初に必ずその日の「テーマ」をお伝えする。
- ・手作りの冊子などを作ってみては?そこに、どんな調味料を使っているとか、背景のストーリーを伝えてみては?
- ・1年間、計30回ほどイベントを主催しているので、そのイベント主催のノウハウも教えることができる。

#### 4、フロントエンドの目的とは？

##### 1、テストマーケティング

お客様の悩みを聞くこと。会って場数を踏むこと。

##### 2、次の商品のご案内

#### 【参考】実歩さんが行っていたこと

来ていただいた方に、一人一人に冊子を準備していた。

次につなげるために、ご案内の資料は必要。

10月から12月に、どれだけ次の年の準備をできるかで、次の年が決まる。

10月から仕込みを始めるには、9月が勝負！

特に、コーチング系は1月が最も申し込み多い。1月に、今年こそは！と思うから。

そのためには、12月からリリースしないとイケない。

#### 【9月中に、是非やってみよう!!!】

#### お客様(メルマガの読者さんなど)に今の悩みを聞いてみよう！

ビジネスレベルが上がると、お客様に直接悩みを聞くことができなくなっている。これはビジネスの基本として非常に重要なことであり、今後も忘れないでほしい。



#### ●聞き方●

何か悩みありますか？では質問は出て来ない。

↓

悩みを狭めて聞いて、広げる！

例)スキンケアについて今の悩みありますか？

じゃなくて、この夏の時期のお肌に関するお悩みはありますか？また、それ以外でも構いません、ご質問ありますか？という感じで聞く。

【公開コンサル：福島さん】

物販のお仕事で、ネットで販売しているので、直接お客様にお会いすることがなく、声を聞きにくい。

【実歩さんからのアドバイス】

買ってくださる業者さんに、売れ筋やお客様の反応を聞いてみたらどうか？聞きたいことをまとめて、向こうと親交を深めてみる。向こうにとってもプラスになるように、相手が話しやすいよう質問をまとめてみては？

【公開コンサル：三間さん】

マレーシアの美味しい映画上映会。マレーシアで行う事のベネフィットが足りない。

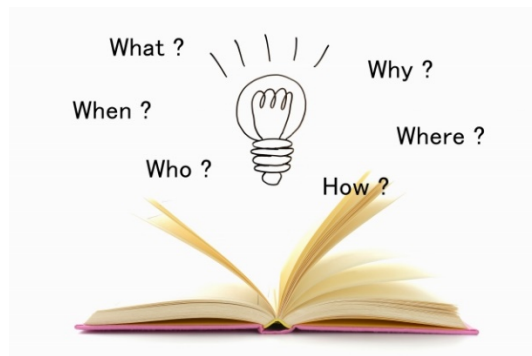
【実歩さんからのアドバイス】

まず、一人サポートしてもらえる人をつける。その人に壁打ちの相手になってもらえるし、視点が小さくならない。

お店選び1つにしても、なぜそのお店なのか、背景のストーリーがあった方が良い。海外で何か行うなら、感情を動かさないため。ワクワク感が必要！

藤田さきこさんの発信が勉強になる。海外ツアーを企画しているが、藤田さんからの案内というより、もう1つ上の視点、神様、宇宙からの視点を1つ作り、その立場から発信している感じ。

例)エジプトに一緒に行きましょう！ではなく、なぜ今エジプトに行く必要があるのか、エジプトがあなたを待っているという感じの書き方。



## 5、商品がなくてもできる！メリットいっぱいのテストマーケティング

- ・自分の強みを発見できる。
- ・実績が作れる。
- ・経験を積むことができる。
- ・自信がつく。
- ・顧客数を増やすことができる。

参加者が悩んでいることを直接知ることができる！

まず、お客様と会える場所を作ろう！

## 6、セミナー、イベントを行う際に大切なこと

### 1、スタッフを入れよう！

→セミナーする時は、参加者からの連絡の対応や、空調のことなど、運営に関してすることが非常に多い。

そこに意識を持っていくのではなく、全体の空気感を見ることが大切なので、人手を借りる方が良い。一人だとめちゃくちゃ忙しくなる。

主催者は「**1つ上の立場に立つ！**」

### 2、写真を撮ろう！

→主催者の自分が撮りまくるのはダメ。スタッフに撮ってもらおう！

### 3、アンケートは必ず書いてもらおう！

→「お客様の声」として取り上げる。自分が言うよりいやらしくない。

- ・名前、世代、どこにお住まいか
- ・私の事をどう知ってくれたのか
- ・どんな悩みが解決されたのか？
- ・なぜ、私のセミナーを選んで来てくれたのか？
- ・私の印象は？

→特にこれ、お客様からの自分の印象を知っておくことは非常に大切！

#### 【実歩さんの経験】

これまで自分の写真などをSNSで見たお客様にセミナーなどで会うと、「もっと声高い、ふわふわしたイメージとっていた。」と言われることが多く、これまで自分では気が付かなかった自分のイメージを知ることができた。そこから、発信では声が低く、ハキハキ喋ると書くようになった。



### 【公開コンサル：マザー】

これまで、徳積ができていて、コミュニティもあって、あとは商品だけ！

メニューを具体化しすぎて、メニューができていないのはもったいない。

マザーの場合、既に会いに来てくれるファンもいるので、

「ついに私が商品を出しました！」の方がインパクトがある。

90分1万円のセッションを、5千円で！とすれば必ず人は来る！

マザーのところに来る人は、30代前半で、パートナーシップに関する相談が多い。

それはなかなか打ち明けにくい悩みなので、すごく信頼され、安心感がある証拠。

### 【公開コンサル：早織さん】

Q 美味しいごはんの上映会で、FB 広告をうつのはどうか？

A

まず、FBの広告→イベントページだとお金をもらうイベントへの申し込みとしては弱い。広告からLP(ランディングページ)に飛ぶようにするべき。写真も必ず入れる。

でも、今FBの広告は難しくなっているので、それよりも団体で来てくれそうなところをあたってみてはどうか？例えば学校など。

まとめ：

1人成功したら、周りにより影響が伝わり、どんどん行く！

自分が売り上げを上げたり、ステージを上げていくことは、

自分のためだけでなく、コミュニティーに良いエネルギーを与えることにもなる。

10月～12月は、翌年のスタートに向けての大切な準備期間。

特にコンサル系は、1月、非常に売れやすい。

10月に開始するには、9月から準備を開始しないとイケない。

**9月に、ビジネスの基本、「お客様の悩みを聞いてみよう！」**  
**を是非実践してみよう！**