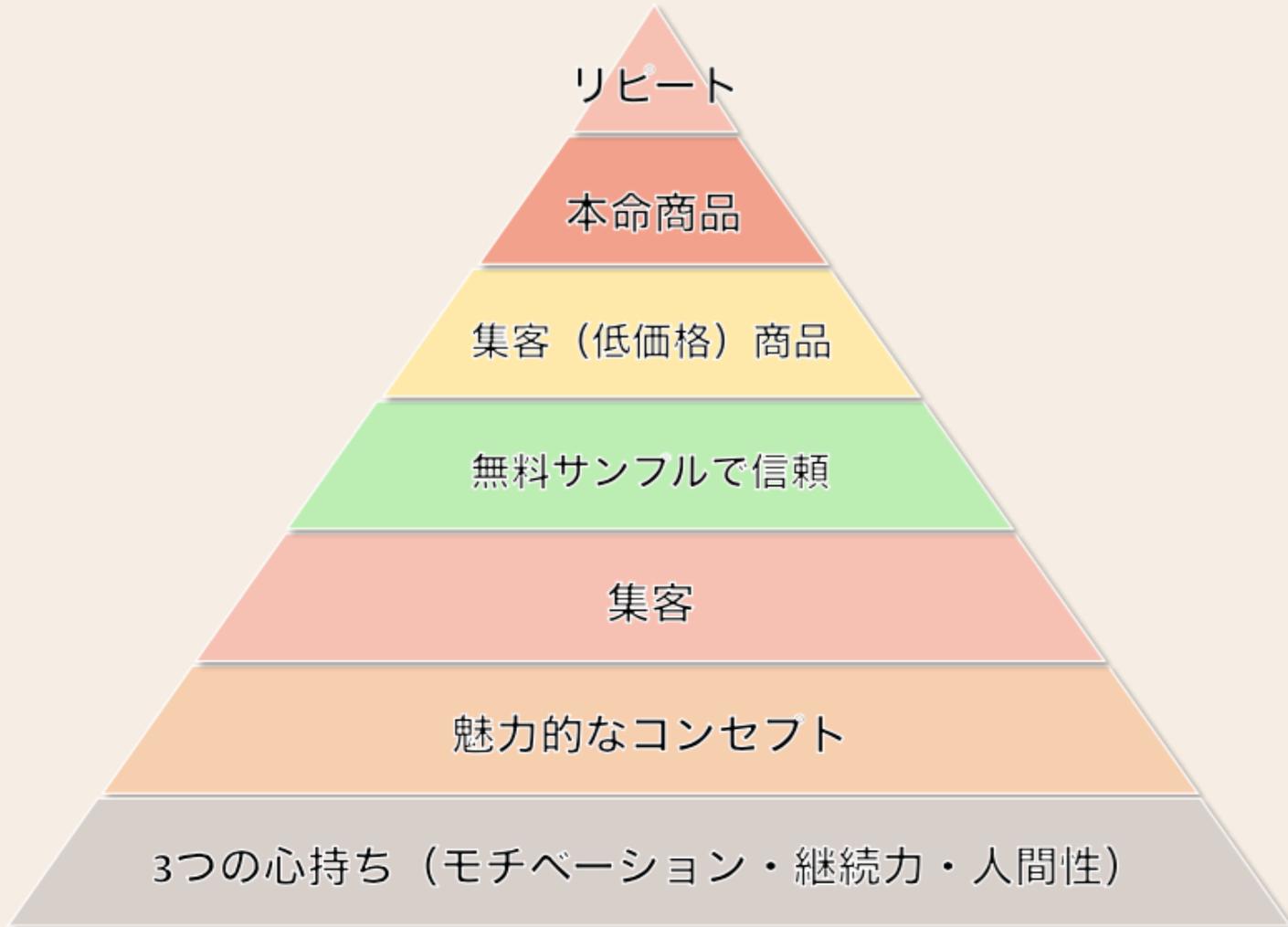


# 集客と売れる 商品作り編

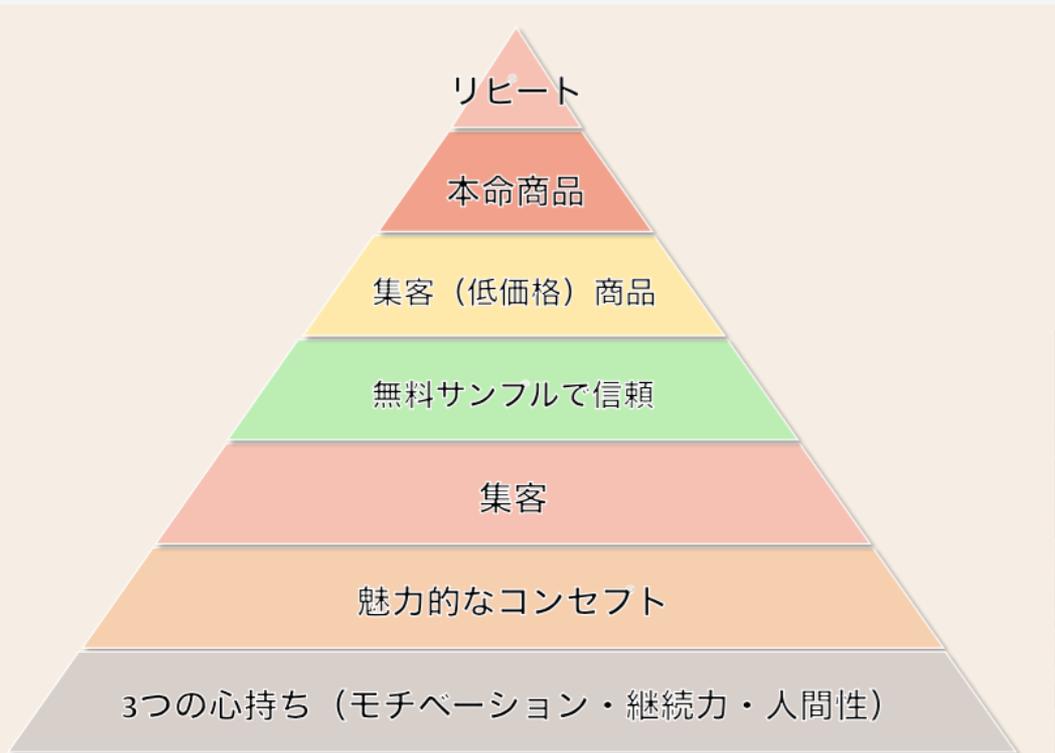
藤村しゅん

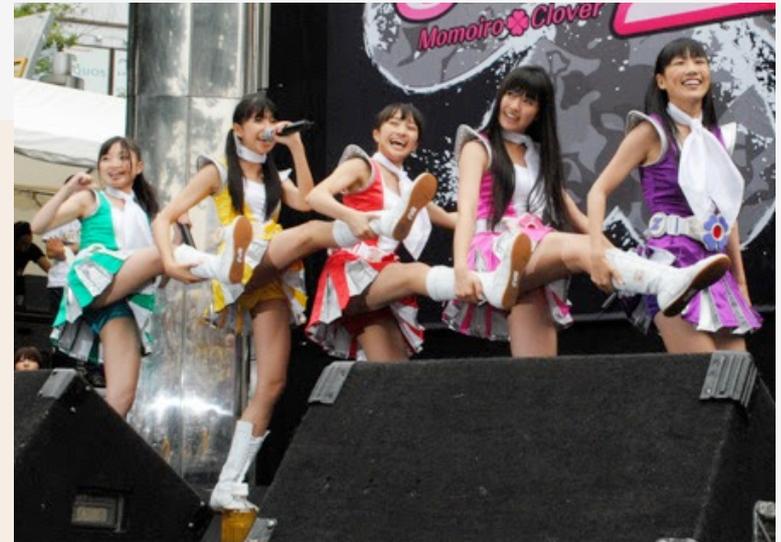
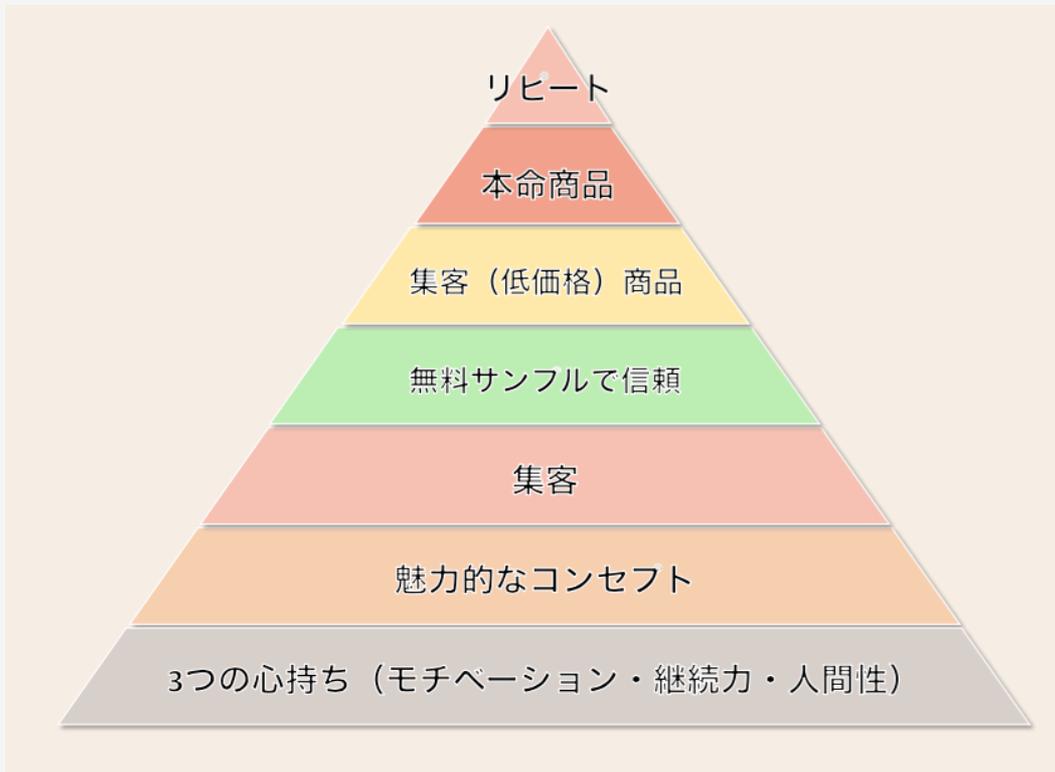


# 7次元集客ビジネスモデル…



# ももクロを例に…





**ももいろクローバー**  
路上イベント決定

日時: 7月20日(日) 13:00~14:00 ※雨天中止  
場所: 渋谷・代々木公園ストリート (NHKホール横)

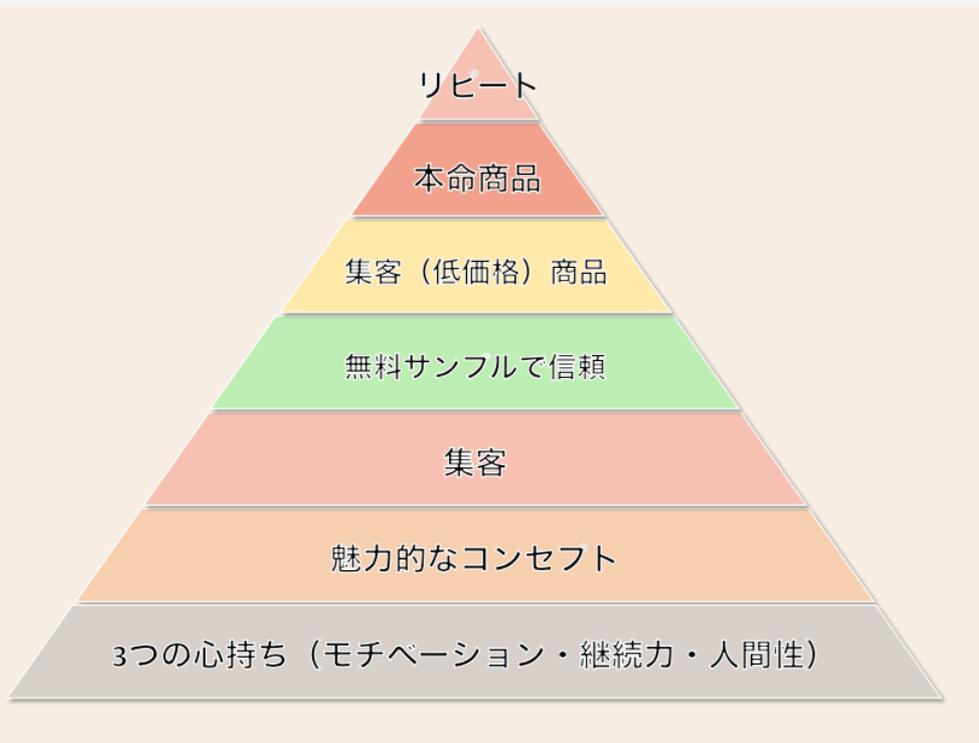
出演メンバー: 高城れに・伊倉愛美・百田夏菜子  
玉井詩織・高井つき奈・和川未優

ブログも更新中  
<http://amemio.jp/stageblog/>  
予約はこちら!!

ももいろクローバーの歌&トークありのイベント  
この日です。

見に来て!!

STARDUST PROMOTION Inc.  
6.4.クローHP: <http://www2.stardust.co.jp/rooms/section3/momokuro/>



まだ  
まだ **ANGEL EYES**には…  
ファンクラブ会員限定の特典がいっぱい!!

- 1 ももプロZが読める!!  
4コマは1日おき、本編は毎月第1・第3日曜日更新!  
ももプロZの最新話が読めるのはANGEL EYESだけ!
- 2 ファンクラブ限定イベントに参加!  
過去2回“応募者全員必ず当選する”ファンクラブイベントを実施。  
**2015年全国月1ライブ**  
**「月刊TAKAHASHI」開催!**
- 3 ファンクラブ限定通販が利用可能に!  
ファンクラブ限定商品だけでなく、ライブグッズの先行販売、復刻版のグッズ等も購入できる!!



# 集客は本質的には5パターン





# は相手が欲しいものを バックマージンにする

注意: 何度も「紹介して紹介して」を繰り返すと、うざがられます

ステップ1:

紹介していただくためのツール(例 YouTube動画やチラシ)を用意しておく

ステップ2:

紹介してくださる方と話して、何が欲しそうかを把握する

ステップ3:

紹介してくださる方が欲しい物を、バックマージンとして提案

1



紹介

# 声かけテンプレート（ワーク）

## 例1：金銭のキャッシュバックを喜びそうな方の場合

私の商品を欲しそうな方がいらしたら、紹介していただけますか。ご紹介していただいた方は、私が一生大事にさせていただきます。で、報酬が発生した時には、お礼として利益の●●%をキックバックさせていただきます。どうぞよろしくお願ひします

## 例2：人脈紹介を喜びそうな方の場合

●●さんはこんな方を紹介してほしいというような人は、いますか？（話を聞く）承知しました。●●さんは人柄がよくて、品もあるので、近い人が現れたら全力で紹介させていただきます。良かったら私の商品を欲しそうな方がいらしたら、ぜひご紹介いただけましたら嬉しいです

OKが出たら、その場でチラシを渡したり、帰宅後に自社商品や社長の想いが入ったYouTube動画やHPをメールでお伝えします

# 集客マインドセット1

## スポットライトは お客様

自分を消してから、  
お客様の背中の中のチャックを  
開けてあなたが入る



# 集客マインドセット2

3000円、5000円、1万円の壁がある  
(はじめから大きく儲けない心構えが大事)



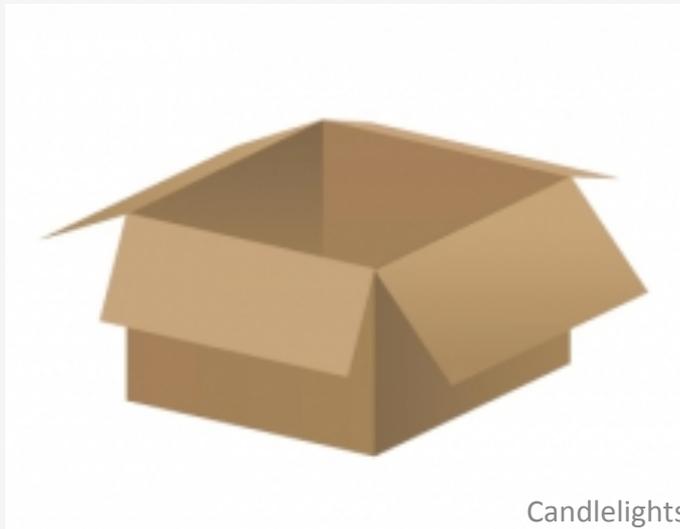
# 商品の作り方

# 集客商品と収益商品を分ける

集客商品 (フロントエンド・儲けはほとんどなしでOK)  
と  
収益商品 (バックエンド) を分ける

集客商品 (フロントエンド)

収益商品 (バックエンド)



# 集客商品と収益商品を分ける 例1

集客商品 (フロントエンド)



何種類か用意しておき、  
反応が落ちたら変えていく



収益商品 (バックエンド)



何種類か用意しておき、  
反応が落ちたら変えていく



# 集客商品と収益商品を分ける 例2

集客商品 (フロントエンド)



収益商品 (バックエンド)



収益商品 → 集客商品 → 無料サンプル

の順で考える



# 【黄金法則】

- ・ **収益商品** ・ **集客商品**
- ・ **無料サンプル**の作り方

最強のライバル5社を分析して、

- ・ 収益商品 ・ 集客商品 ・ 無料サンプル
- ・ を分類分けして、オマージュする

オマージュとは、尊敬する作家や作品に影響を受けて、似たような作品を創作する事を指す用語。完全パクリではない。

では、具体的に  
その方法は？ . . .

『藤村式3つのライバル分析方法』  
をして紙に落とし込むだけ

# 3つのライバル分析方法①

## Google検索

<https://www.google.co.jp/>

- ・市場規模を把握できる  
(魚がいない水たまりでは、魚は釣れません)
- ・ビッグキーワードで100万回以上の検索回数を狙う
- ・複数キーワード検索で30万回以上の検索回数はあるか

# 3つのライバル分析方法①の例

## Google検索(市場規模の調査)

- ・ビッグキーワードで100万回以上の検索回数がある市場か



- ・複数キーワード検索で30万回以上の検索回数はある市場か



# 市場規模が十分にありましたか？

- ・ 市場規模がないなら  
儲からなくてもいいので  
あればそのままOK。  
(例 シロダーラ)



- ・ 儲ける必要があるなら、  
市場規模が充分にある市場に入りましょう

では、続けますよ！

# 3つのライバル分析方法②

SEOチェキの「検索サイト上位チェック」

<http://seocheiki.net/competitor.php>

The screenshot shows the SEO Cheiki website interface. On the left, there is a navigation menu with several options: **SEOチェキ!** (SEO Cheiki!), 無料で使えるSEOツール (Free SEO tool), [サイトSEOチェック](#) (Site SEO check), [検索順位チェック](#) (Search ranking check), [キーワード出現頻度チェック](#) (Keyword frequency check), [被リンク元チェック](#) (Backlink source check), [検索上位サイトチェック](#) (Search top site check), and [発リンクチェック](#) (Outlink check). The main content area features a prominent orange banner with the text: 「キーワード」で1位になるために必要な対策をご案内 (Introducing necessary measures to become No. 1 for the keyword). Below this, a green PR badge states: 1位!のサイト多数!【月額固定】7,980円(税込)の低価格SEO (Many sites ranked No. 1! [Fixed monthly fee] 7,980 yen (tax included) low price SEO). The central focus is the '検索上位サイトチェック' (Search top site check) tool, which includes a text input field for 'キーワード' (Keyword) and a 'チェック!' (Check!) button. Below the input field, a vertical red line separates the tool description from the rest of the page. The description reads: 指定したキーワードでのYahoo!/Google検索上位サイトのYahoo!カテゴリ登録の有無を一覧表示します。結果は10件ごとに表示します。調べられるのは50位までです。キーワードの上位表示難易度の調査などに利用できます。 (We will display a list of whether the specified keyword's top search sites on Yahoo!/Google are registered in the Yahoo! category. Results are displayed in 10-item increments. We can check up to 50 positions. It can be used for surveys on the difficulty of top display for keywords.)

Googleさんが「これは優秀なサイトだ!」と判定した、  
強いライバル会社を見つけることができます。  
検索して上位10サイトはライバルとして徹底分析!  
(ライバル会社の良い点と悪い点を書き写す)

# 3つのライバル分析方法② 例

SEOチェキの検索サイト上位チェックで、  
キーワード欄に「不動産空室対策」と入れて検索

<http://seocheiki.net/competitor.php>

**SEOチェキ!**  
無料で使えるSEOツール

アフィリエイト必見!! 上位表示のコンテンツを調査しよう!  
コンテンツ作成の強い味方!

PR 1位を目指すには競合調査が重要! SEO競合調査はこちら(無料)

検索上位サイトチェック

キーワード: 不動産空室対策

不動産空室対策の検索結果: 590,000件  
Googleがページランクの表示を廃止したため、こちらのツールでもページランクの表示を終了しました。

順位	ページタイトル・URL	Yahoo!カテゴリー	SEOチェキ!
1	悩むのはこれで最後!プロがすすめる6つの空室対策と満室経営3つの条件 <a href="https://incomlab.jp/vacancy-measures-1931">https://incomlab.jp/vacancy-measures-1931</a>	-	チェキ!
2	賃貸の空室対策で不動産会社に騙されない為のノウハウ   仲介手数料 ... <a href="https://uchi.comi.com/sendai/column/?p=326">https://uchi.comi.com/sendai/column/?p=326</a>	-	チェキ!
3	4月からの空室対策 ~リスクを減らし、賃貸経営の成功確率を高める方法~ <a href="http://www.tojukyo.net/onayami/onayami4.html">http://www.tojukyo.net/onayami/onayami4.html</a>	-	チェキ!
4	空室対策のプロが教える。大家さんが持つべき3つのマーケティング視点 ... <a href="http://www.rakumachi.jp/news/column/109472">http://www.rakumachi.jp/news/column/109472</a>	-	チェキ!
5	空室対策の効果的な方法、教えます。   楽待不動産投資新聞 <a href="http://www.rakumachi.jp/news/practical/18279">http://www.rakumachi.jp/news/practical/18279</a>	-	チェキ!
6	空室率を下げるため知っておくべき5つの空室対策 - 不動産投資の教科書 <a href="http://fudousan-kyokasho.com/vacancy-measures-56">http://fudousan-kyokasho.com/vacancy-measures-56</a>	-	チェキ!
7	築26年のアパートの空室対策は何をすればいい!? マイナビ賃貸 <a href="https://chintai.mynavi.jp/chintaikeiei/qa/detail_05.html">https://chintai.mynavi.jp/chintaikeiei/qa/detail_05.html</a>	-	チェキ!
8	空室対策"そもそも"チェック! マイナビ賃貸 <a href="https://chintai.mynavi.jp/chintaikeiei/kushitsu/">https://chintai.mynavi.jp/chintaikeiei/kushitsu/</a>	-	チェキ!
9	アパート経営で重要な空室対策! 内見者・成約者を増やす5つのポイント ... <a href="https://tate-maga.tateru.co/risk/20160321/">https://tate-maga.tateru.co/risk/20160321/</a>	-	チェキ!
10	空室を劇的に改善できる空室対策7つの手順 - さいせい <a href="https://ninbai-saisei.com/vacancy-measures-881">https://ninbai-saisei.com/vacancy-measures-881</a>	-	チェキ!

- サイトSEOチェック
- 検索順位チェック
- キーワード出現頻度チェック
- 被リンク元チェック
- 検索上位サイトチェック
- 発リンクチェック
- Whois情報
- HTTPヘッダ情報
- ブログパーツ

検索にひっかかった15  
サイトを見て、**収益商  
品**・**集客商品**・**無料サ  
ンプル**を書き写す

# 3つのライバル分析方法③

## 画像検索

- 1 ちなみに、ライバル会社のサイトの画像だけを見続けると、ライバルの意図が丸見え
- 2 Google画像検索で、HPもチラシもオマージュし放題

# 3つのライバル分析方法③ 例1

## 画像検索

- ・ちなみに、ライバル会社のサイトの画像だけを見続けると、ライバルの意図が丸見え
- ・串揚げの店主 → → → 串揚げひょうたんのHPを見た  
<http://hyotan-group.com/>



ライバルのサイトを見て、**収益商品**・**集客商品**・**無料サンプル**を書き写す

# 3つのライバル分析方法③ 例2

## 画像検索

・Google画像検索

<https://www.google.co.jp/imghp?hl=ja>

で、HPもチラシもオマージュし放題



検索にひっかかった15  
個を見て、**収益商品**・  
**集客商品**・**無料サンプ**  
**ル**を書き写す

# 3つのライバル分析方法③ 例3

Google チラシ 親子教室

すべて 画像 動画 地図 ショッピング もっと見る 設定 ツール



Google 親子教室 写真

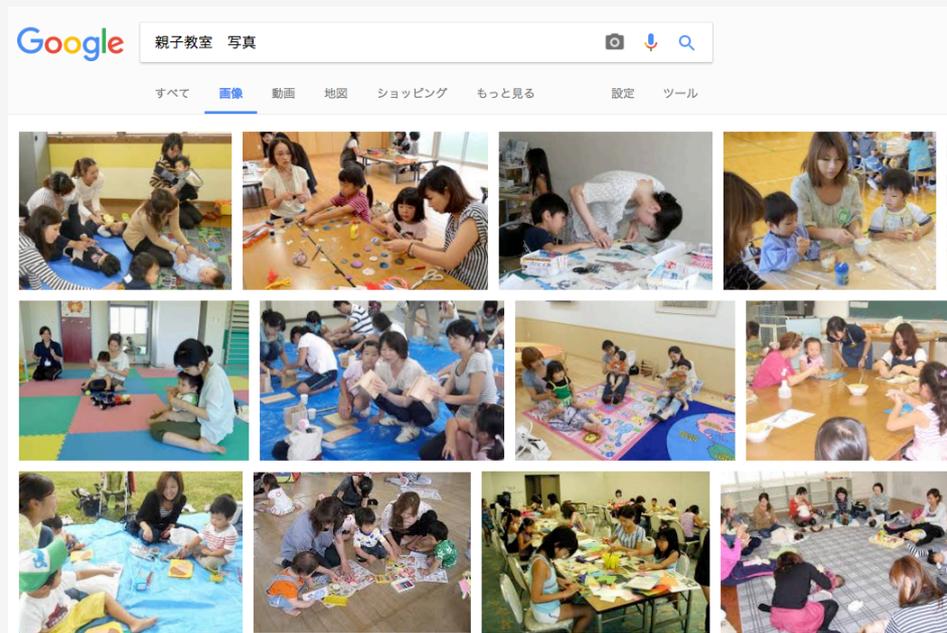
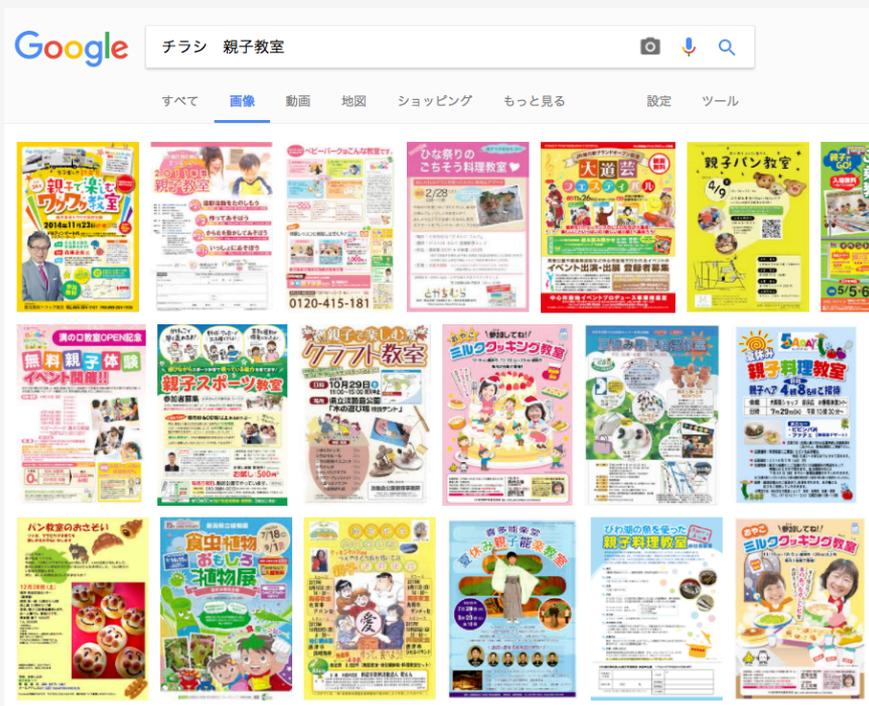
すべて 画像 動画 地図 ショッピング もっと見る 設定 ツール



# ワーク (2分)

## あなたの市場の他社のチラシを Google画像検索を使って、

## ● ● チラシで、検索してみよう



# ワーク SEOチェキを使ったり、 ライバルのHPをみて書き込む

あなたのライバル(競合)の

- ・収益商品
- ・集客商品
- ・無料サンプル

は、何か。 別シートに書き込んでください

# 自社発信



# 自社発信 (今は左のものほど、後々強い)

集客(信頼構築)



セールス(信頼構築)



レポート



# 藤村式基本営業設計図シート

今まで秘密に秘密を重ねて、  
誰にも見せたことがない、**藤村式基本営業設計図シート**  
をついに公開！

リピート

ニュースレター、お手紙、YouTubeで個別1分メッセージ、メルマガ、LINE@、イベント、交流会、食事会、ファンクラブ、遊び、バッジ、DM、聖地化、回数券、お礼とアンケート電話、〇〇し放題、バーベキュー、ハイキング等の野外イベント

本命商品

ライバルの商品・サービスを真似る。自分のも他人のも得る(営業代行)、松竹梅、10万以上、30万以上の高額商品を作る、継続課金、〇〇し放題、アップセル、バックエンド、宅配、スクール化、コンサル、認定●●、●●パック、教える、グッズを作る、ツアー、グッズ

集客(低価格)  
商品

目的:信頼残高をゲキあげ。収益商品の1つ前を作ってあげて、お客様に結果を出していただく。ライバルの商品・サービスを真似る。セミナー、低価格商品、体験会、JVセミナー、著書、PDF、音声、動画(自分、JV)、DVD、入会金、お試し、ライブ。

無料サンプル  
で信頼

目的:体験価値を与える。動画(自分、JV)、PDF、音声、無料相談、無料チャット相談、試食、お試し、体験会、小冊子、LINE@、メルマガ、YouTube動画を見せる、有名人、芸能人、富裕層の使用で権威性、お客様の声。1つ前の商品をかませる、無料提供をしてamazon、楽天、エキテンへのレビューをしていただく

集客

- 1 紹介(何かをお礼)
- 2 自分メディア(Youtube、HP、LINE@、ブログ、メルマガ、著書、チラシ、ニュースレター、営業、電話営業、instagram、Twitter)、他人メディア(amazon、楽天、メルカリ、ヤフオク)
- 3 有力者と組む(できれば権威者カリストホルダー)(セミナー、共著、対談)
- 4 広告(FB、PPC、DM、新聞、業界紙、号外、FAXDM、雑誌等)
- 5 プレスリリース(新聞、雑誌、業界紙、ラジオ、テレビ、社会問題、季節、ブーム、こんな時代だからこそ、業界を変える、子供と老人、障害者支援)

ここからは菅谷先生にも  
加わっていただきます！

**【藤村式営業設計図シート】**を見ながら  
業界特性に合わせて、  
あなたがやるといいものをお伝えします

- 1 店舗ビジネス
- 2 士業・専門家
- 3 コンサル型
- 4 不動産建築系
- 5 美容・健康系



# JVマーケティング

JV — ジョイントベンチャーの略。誰かと組んで何かをすること



# JVマーケティング

誰かとパートナーを組めば、あなたの行ける場所は無限に広がるが、それだけではなく、あなたには基盤も資金も必要ないのだ。ジョイントベンチャー(合弁事業とそのパートナー)を通して何にでもアクセスできるからだ。

相手にあなたが必要としているものを提供すれば大きな見返りが得られると納得させることができさえすれば、どんなものでもあなたの自由にすることができる。

世界ナンバーワンマーケティングコンサルタント  
・ジェイ・エイブラハム





# JVマーケティング

ジョイントベンチャーを組む上で何よりも大切なことは、ジョイントベンチャーによって、たとえば相手が資産を構築できたり、相手が抱える問題の解決となったり、それまでは気づかずにいた機会が見つかったり、という、**相手に明確な利益が提供されるものでなければならない**ということです。

ジョイントベンチャーは、競争力のない会社が協力することによってマーケティング力を高めたり、利益を増大させたり、価値ある資産を構築したり、可能性を増大させたりする、**非常にパワフルなものです**。ですからそのことをはっきりさせるのです。

世界ナンバーワンマーケティングコンサルタント  
・ジェイ・エイブラハム





# JVマーケティングの ステップ

- 1 組みたい相手を紙にリストアップする
- 2 その方の、本やブログやFacebookやメルマガやLINE@を登録して、本当に組みたいかを精査する
- 3 本やブログやメルマガやLINE@で、何回か相手に共感して褒める返信をする  
(Facebookなら、相手に共感して褒めるコメントを5行以上する)
- 4 相手からの返信で熱を感じたら、ランチか、お茶に誘ってみる  
「もっとお話しを聞かせていただきたいので、良かったら●●駅ちかく(相手の事務所に近い所)で、一度ランチしていただけませんか？」
- 5 食事中は、笑顔で聞く・聞く・聞く。いい話があったら、「もっと先生のことを多くの人に知っていただきたいので、今度、インタビューをさせていただけませんか。三脚とビデオを持っていきますので、1時間くらい今の話を聞かせて欲しいです。先生は、ただ話すだけで結構です。それを私がYouTubeやメルマガやLINE@などでお客様にお伝えしたいです」



# JVマーケティングの ステップ

6 自分の顧客や、Facebookのタイムライン、メルマガなどで  
「今度●●で有名な●●さんと対談をさせていただくことになりました。  
●●さんから聞いてみたいことがありましたら、  
教えていただけますか？」とアンケートを取る。

(アンケート結果が集まらない場合は、Yahoo知恵袋のサイトを見て、  
閲覧数が多い3つの質問でOK)



# JVマーケティングの ステップ

7 インタビュー当日（充電済みのビデオカメラ、三脚を持参する）

## インタビュー内容

※注意 先生の本があったら、画面のどこかに出るように本を立ててあげる

※先生をティーアップする、先生にも自分をティーアップしてもらう

- ①先生の自己紹介（簡単に15秒以内）
- ②自分の自己紹介（簡単に15秒以内）
- ③読者からいただいた3つの質問に今日は答えていただけますか？  
質問3つを発表
- ④質問1つ目を読み上げて、対談しながら盛り上げる
- ⑤質問2つ目を読み上げて、対談しながら盛り上げる
- ⑥質問3つ目を読み上げて、対談しながら盛り上げる
- ⑦締め言葉

■参考動画 荒木師匠が伝授！ 婚活必勝テクニック【恋の先生】

<https://www.youtube.com/watch?v=Q4O7ysCo7kY>



# JVマーケティングの ステップ

8

①今日のインタビューが良かったので

「今度一緒にセミナーをしてくださいませんか？」

「先生の教材と一緒に作らせていただけませんか？」

など、相手が喜びそうななんらかのジョイント提案をしてもOK

②インタビューが終わって気持ち良くなった先生に、その場ですかさず「いいもののテレフォンショッキング方式で、どなたか次にインタビューに答えてくださる方をご紹介いただけませんか？」  
と、次の方を紹介していただくのもOK

**注意事項：** インタビュー動画を公開する前には、事前に必ず動画を先生に送って、内容に問題がないかを確認していただいたから、公開しましょう！

**ご拝聴ありがとうございます  
ございます！ 10分休憩へ**



**藤村しゅん**

