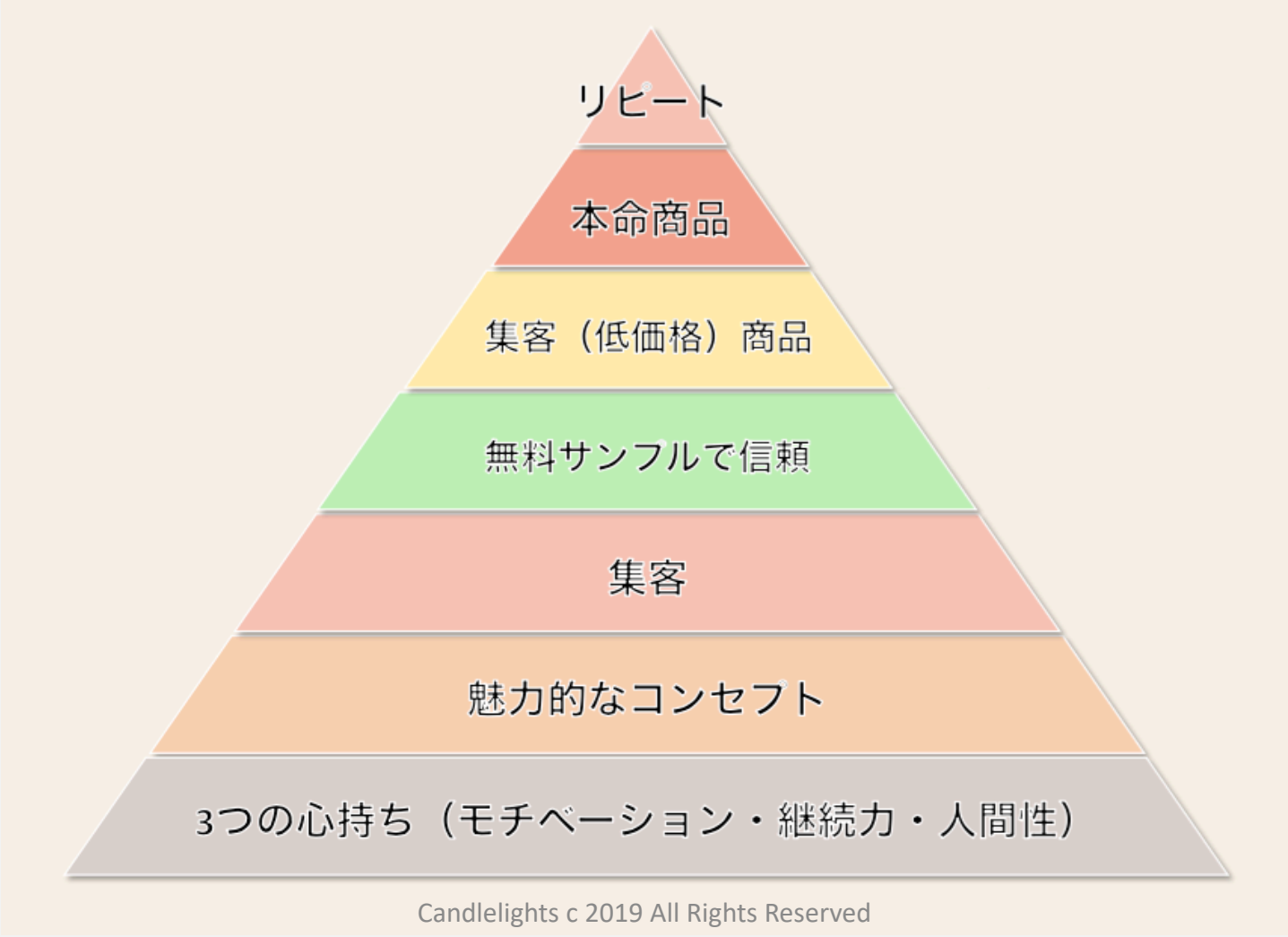
7次元集客ビジネスモデル®と売れる商品作り編

藤村しゅん

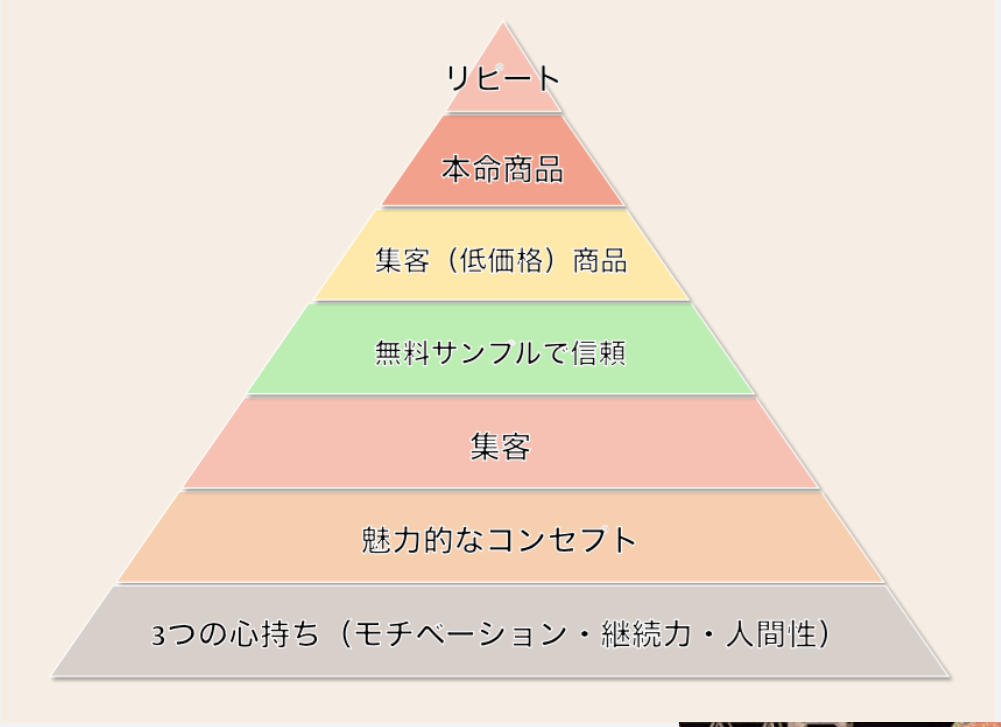
Candlelights c 2019 All Rights Reserved

7次元集客ビジネスモデル®

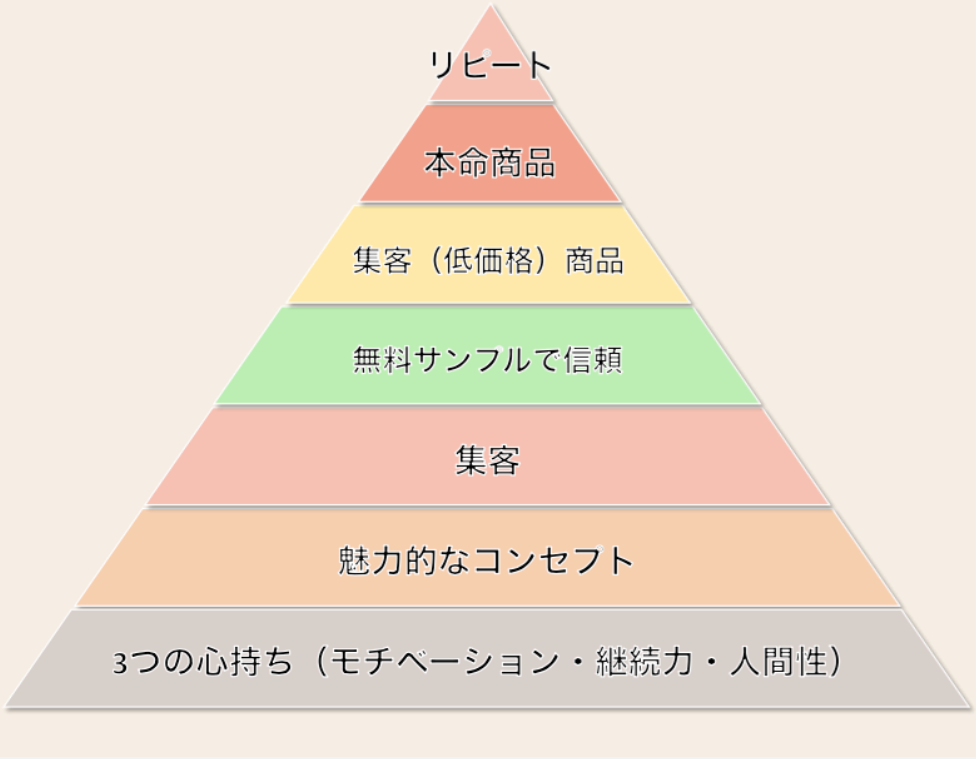


Candlelights c 2019 All Rights Reserved

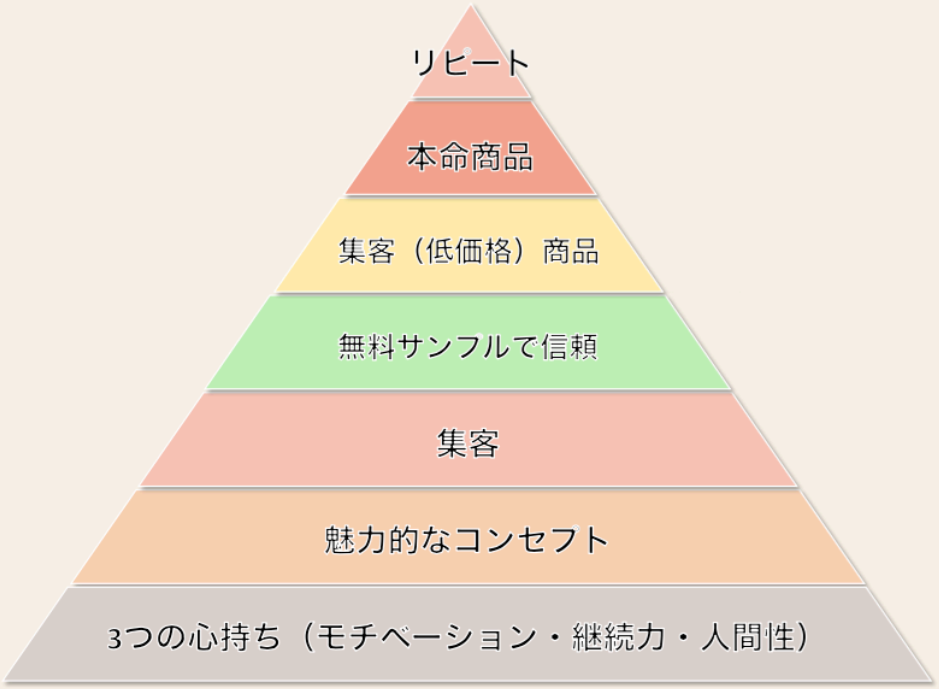
ももクロを例に…



Candlelights c 2015 All Rights Reserved

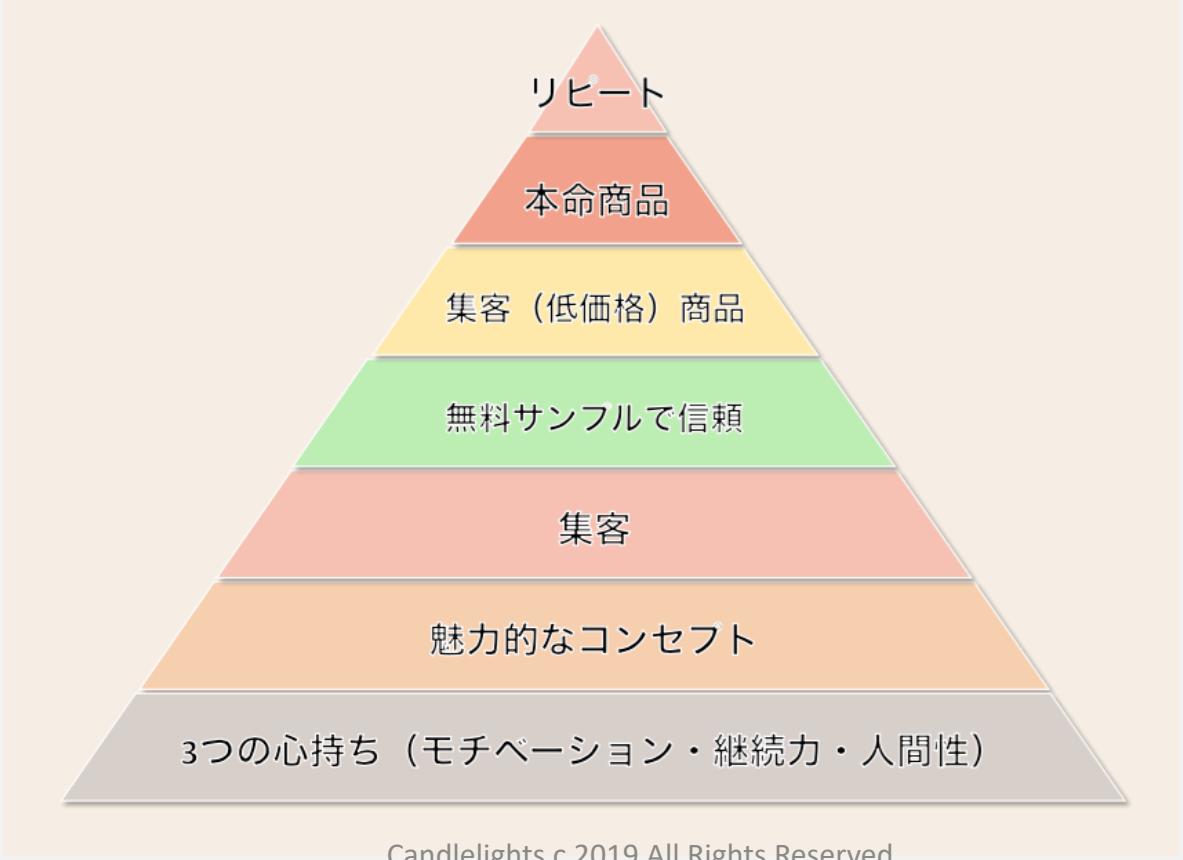


Candlelights c 2019 All Rights Reserved



Candlelights c 2019 All Rights Reserved

一人20秒で、シェア！
あなたはどこが足りてないですか？



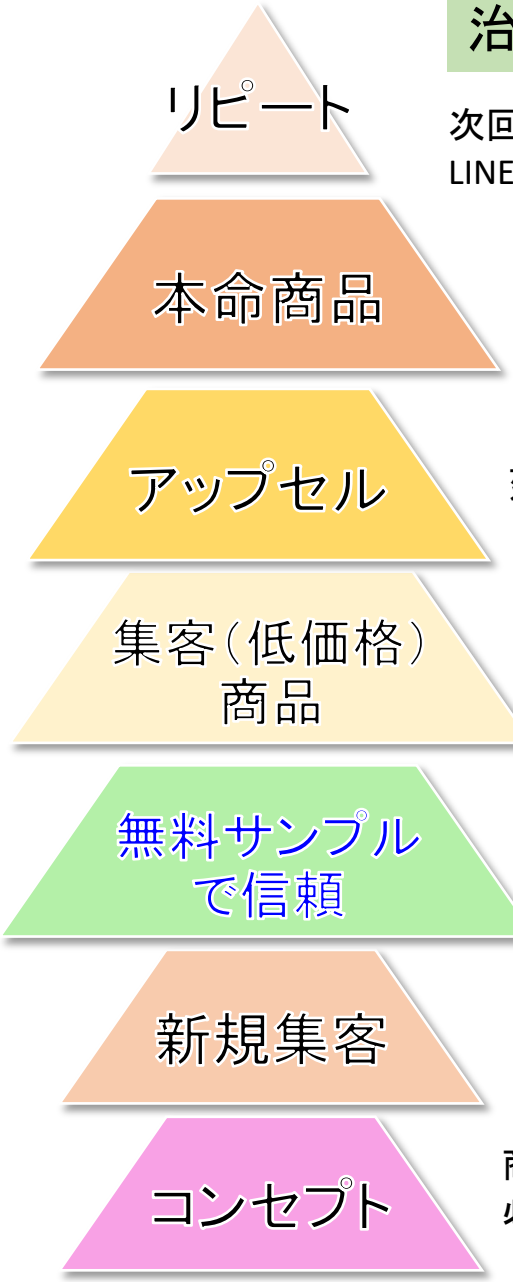
Candlelights c 2019 All Rights Reserved

【藤村式　業界別7次元集客ビジネスモデル®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 治療院
2 士業・コンサル型
3 リフォーム・建築・不動産
4 店舗系
5 製造系

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

治療院バージョン 7次元集客ビジネスモデル®



次回予約を取る、健康新聞型ニュースレター、お手紙、YouTubeで個別1分メッセージを送る、LINE配信（週に1回）

■目標：月間リピート率65%以上！■

回数券、物販、自分の商品も他人の商品も売る、
悩みが深い高額商品の開発（例 不妊治療）

延長提案、ハンドマッサージ、ヘッドマッサージ、フットマッサージ等

松竹梅の施術価格帯

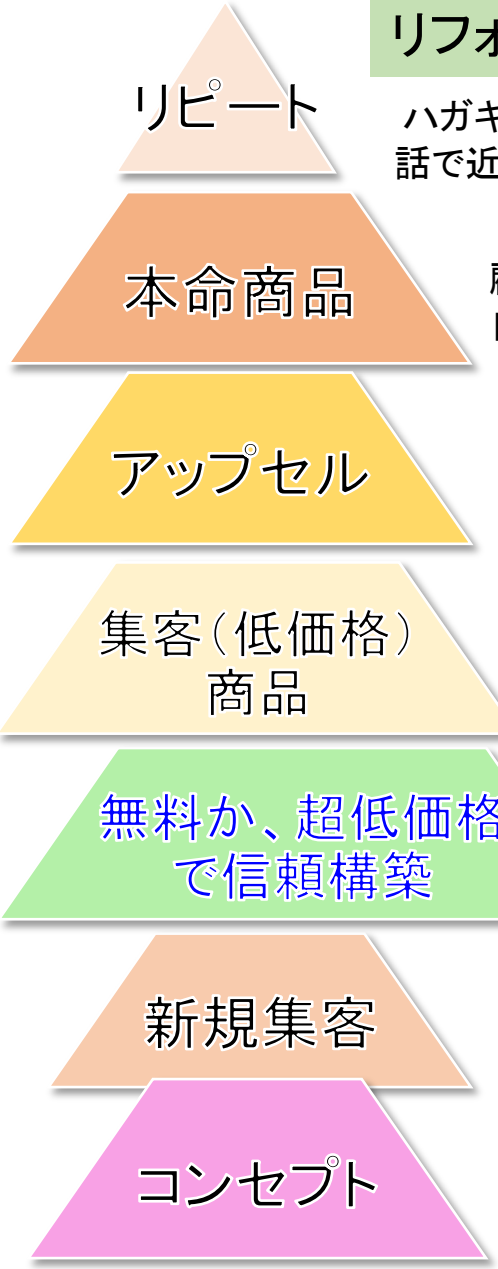
健康系YouTubeの大量投稿、LINE@登録者限定健康動画、LINEの 1:1トークで体の悩みを聞く、健康新聞（院内にて毎月新号を渡す）、カルテ、片側10分無料施術

Googleマイビジネス、口頭で紹介をお願い、YouTube、HP（電話とLINEから予約可能に）、ブログ、エキテン、チラシ、広告、紹介者カード、プレスリリース、出版。

商品・地域・客層のいずれかで専門特化+施術実績数+権威性+お客様の声を多数もらう。
必殺技のアピール。

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

リフォーム・住宅・不動産バージョン 7次元集客ビジネスモデル®



ハガキ（お礼と3ヶ月定期）、ニュースレター、LINE、イベント（バーベキュー、バスツアー等）、電話で近況伺い、定期点検、定期メンテナンス　■売りっぱなしにしないのが原理原則■

顧客が欲しいものなら、自分の商品も他人の商品も売る、
自社の売りたい商品は、松竹梅の3つの価格帯を出すと、竹に決まりやすい。

中価格帯の商品のおすすめがあれば販売（無理に買わせない）

信頼残高次第で、いきなり高額が売れる場合もあり得る。
【リフォーム】- ワンコインで電球交換、家の傾斜診断、放射能測定、◯◯定期点検。
賃貸、レンタル、週末◯◯。

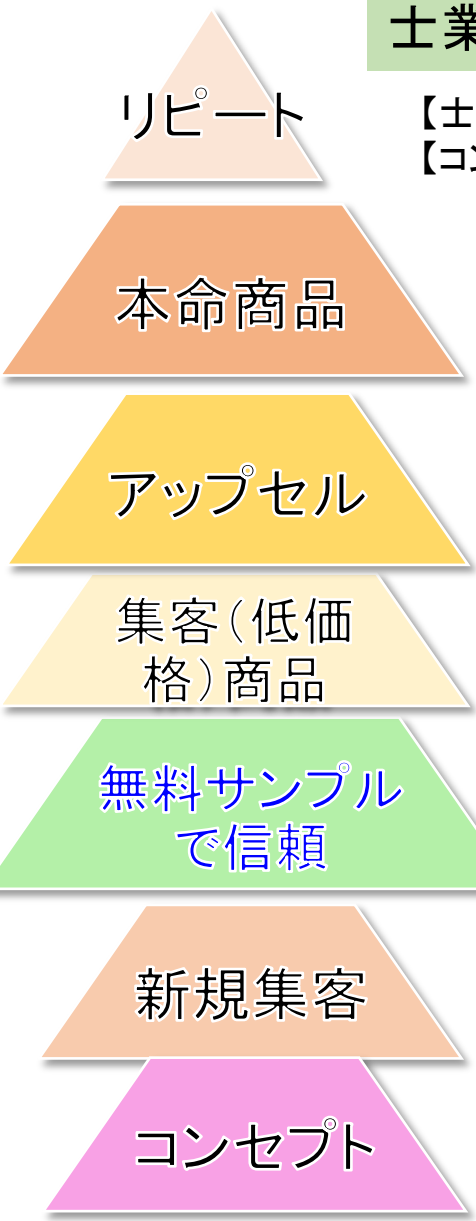
無料相談、相談後のフォローの個別YouTube動画、YouTubeの大量投稿、
LINEの 1:1トークで悩みを聞く、ニュースレター、ハガキ、セミナー&相談会、
イベント、体験

紹介、Googleマイビジネス、ニュースレター1分トーク、JV、地域のコミニティに参加、
YouTube大量投稿、HP（LINEとメールと電話を載せる）、ブログ、広告、プレスリリース

・商品・地域・客層のいずれかで専門特化+実績数+権威性+お客様の声を多数もらう
・LINEで相談　・生涯サポート　・プロデューサー的な立ち位置　・ライバルがしたがらない
めんどくさいもの　・超低価格（バックエンドありき）　・スタッフの顔出しで安心を売る

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

士業・コンサル・塾経営バージョン 7次元集客ビジネスモデル®



【士業】ハガキ（お礼、3ヶ月定期）、電話伺い
【コンサル・塾】ハガキ（お礼、3ヶ月定期）、ニュースレター、LINE、ランチ会等のイベント

顧客が欲しいものなら、自分の商品も他人の商品も売る、松竹梅の3つの価格帯の商品構成（対面で1:1のものほど、高額に）、
初級・中級・上級と進みたくなる商品構成にする、資格を出すのもいい

時間延長、
中価格帯の商品のおすすめサービスか教材か合宿（無理に買わせない）

体験会、コンサル受注、セミナー、教材販売

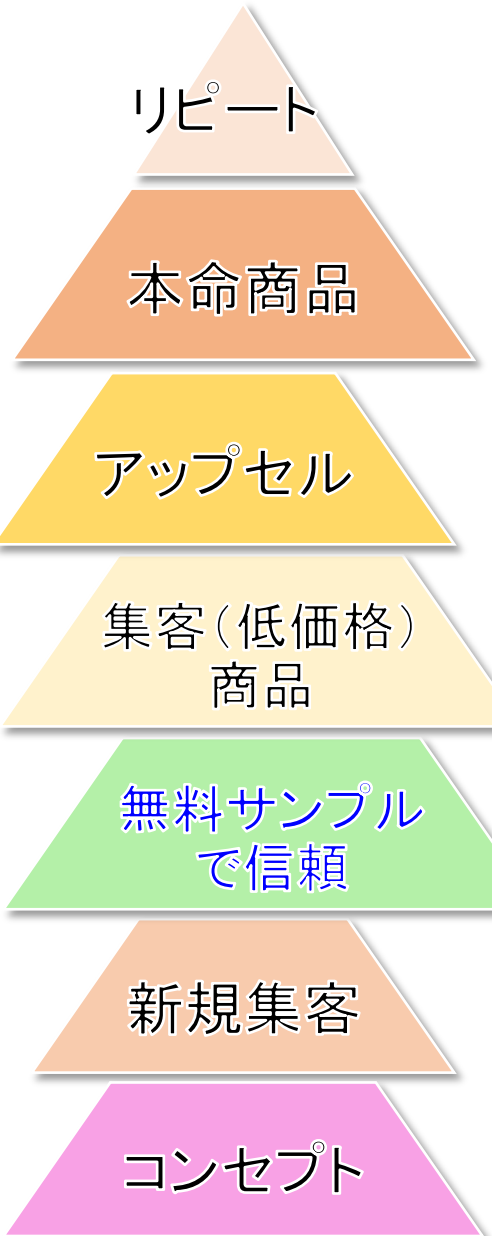
信頼残高を上げる：YouTubeの大量投稿、LINE@登録者限定動画、LINE 1:1トークで悩みを聞く、ニュースレター、ハガキ、無料セミナー、メルマガ、無料相談、体験会

紹介、JV 、Googleマイビジネス、YouTube大量投稿、HP（LINEとメールと電話）、ブログ、広告、チラシ、交流会でDVDプレゼント、出版、メディア、プレスリリース、FAXDM（法人）

・商品・地域・客層のいずれかで専門特化+実績数+権威性+お客様の声を多数もらう
・LINEで相談　・ライバルがしたがらないめんどくさい業務　・超低価格（バックエンドありき）・プロフィールに趣味を書く

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

店舗系バージョン　7次元集客ビジネスモデル®



LINE（週に1回）、ハガキ（お礼と3ヶ月定期）、ニュースレター、電話伺い、
〇〇教室等のイベント、定期購入商品、回数券的なもの、お中元とお歳暮（法人）

顧客が欲しいものなら、自分の商品も他人の商品も売る、
金松竹梅の4つの価格帯の本命商品にする、
無料配送など喜ばれる付帯サービスで差別化を

低価格商品を買ったお客様が次に欲しいものやサービスをその場で売る。物販→サービス→物販→サービスの順で売ると売り込み感が減る

低価格商品（1000円、3000円、5000円、1万円の壁を意識）の販売、
〇〇教室等の体験・イベントやセミナー、レンタル◯◯。
商品をamazon、メルカリに出してもいい。
（あまり勧めないが）いざという時には特別な理由をつけた特売をする

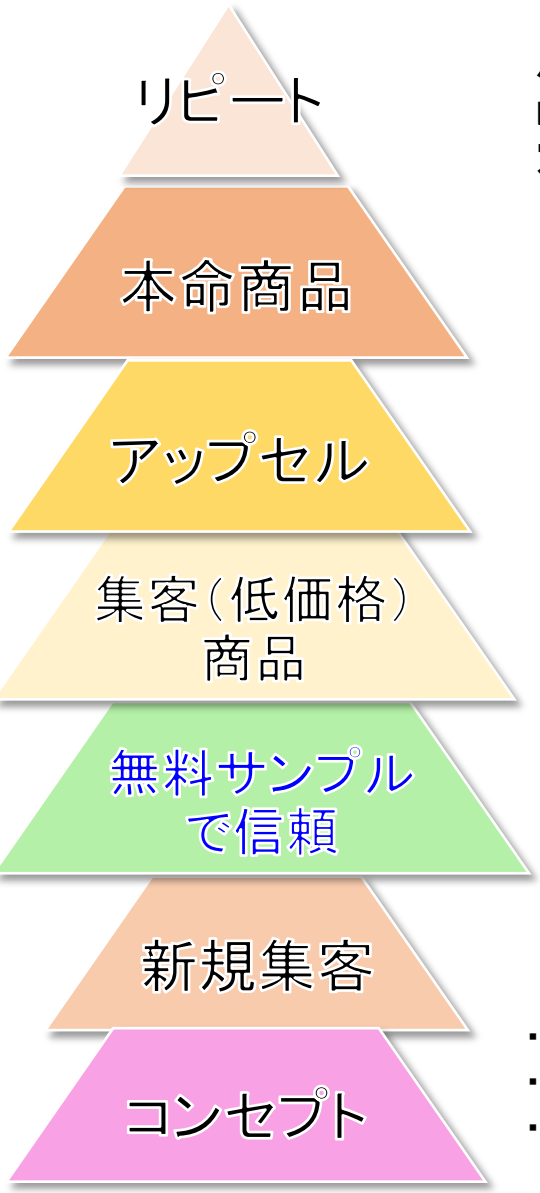
信頼残高を上げる目的。YouTubeの大量投稿、LINE登録者限定動画、LINE 1:1トークで悩みを聞く、無料セミナー、無料サンプル、有名人に使用させて権威性UP

紹介、Googleマイビジネス、JV、ニュースレター1分トーク、YouTube大量投稿、HP（LINEとメールと電話で受付）、ブログ、広告、プレスリリース、出版

・商品・地域・客層のいずれかで専門特化+実績数+権威性+お客様の声を多数もらう
・店主のキャラクターを強めに出す　・商品3分に売り7分　・楽しさを感じる世界観
・LINEで予約　・ライバルがしたがらないめんどくさい　・スピード売りもいい

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

製造系バージョン 7次元集客ビジネスモデル®



ハガキ（お礼と3ヶ月定期）、ニュースレター、訪問伺い、電話伺い、
LINE（週に1回）、製造工程を見せる会や〇〇教室等のイベント、
定期購入商品、定期メンテナンス、定期点検、お中元とお歳暮（法人）

顧客が欲しいものなら、自分の商品も他人の商品も売る、
金松竹梅の4つの価格帯の本命商品にする、
無料配送など喜ばれる付帯サービスで差別化を

低価格商品を買ったお客様が次に欲しいものやサービスをその場で売る。
物販→サービス→物販→サービスの順で売ると売り込み感が減る、
（メンテナンスや定期点検などがアップセルで売れやすい）

低価格商品（1000円、3000円、5000円、1万円の壁を意識）の販売、
ワンコイン◯◯サービス、〇〇教室等のイベントやセミナー、レンタル◯◯。
商品をamazon、メルカリに出してもいい。

信頼残高を上げる目的。YouTubeの大量投稿は製造現場やスタッフやお客様を中心に、LINE登録者限定動画、LINE 1:1トークで悩みを聞く、無料セミナー、無料サンプル、有名人に使用させて権威性UP、

紹介、Googleマイビジネス、JV、ニュースレター1分トーク、YouTube大量投稿、
HP（LINEとメールと電話で受付）、ブログ、チラシ、広告、製造工程を見せる会や
〇〇教室等のイベント、プレスリリース

・商品・地域・客層のいずれかで専門特化+実績数+権威性+お客様の声を多数もらう
・商品3分に売り7分　・社長はおしゃれに　・楽しさを感じる世界観
・LINEで予約　・ライバルがしたがらないめんどくさい　・スピード売りもいい

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

新規集客は本質的には5パターン

集客5パターン

1 **紹介**
早い・コスト0

2 **自社発信**
反応まで少々時間がかかる

3 **有力者と組む**
最強・人柄が大事

4 **広告**
資金に余裕があるなら是非

5 **メディア**
威力ありのハリケーン

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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

弊社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たいです。どうぞよろしくお願いします

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

声かけテンプレート（ワーク）

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個別動画やHPをメールでお伝えします

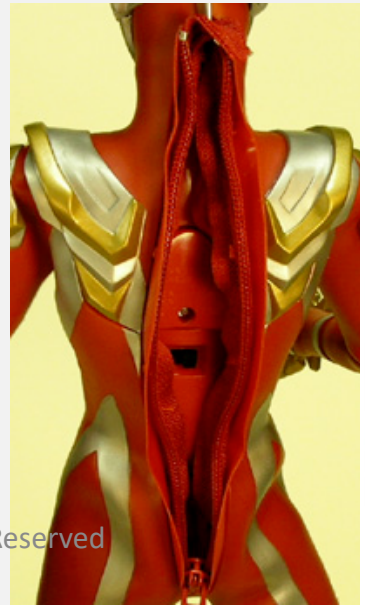
Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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、
お客様の背中のチャックを
開けてあなたが入る

Candlelights c 2019 All Rights Reserved



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）

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

商品の作り方

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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

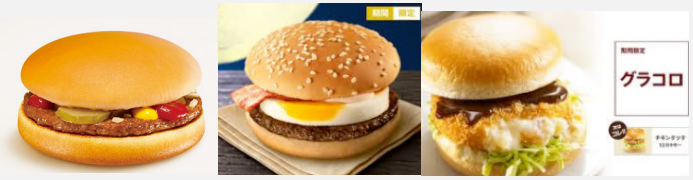
集客商品（フロントエンド）

収益商品（バックエンド）

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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）

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

収益商品 → 集客商品 → 無料サンプル

の順で考える

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

【売れる商品作りの黄金法則】

・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。

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

では、具体的に
その方法は？・・・

『藤村式ライバル分析方法』
をして紙に落とし込むだけ

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

市場規模が十分にありましたか？

A 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で
OK。
（例　シロダーラ）

B 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！

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

3つのライバル分析方法②

Google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

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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

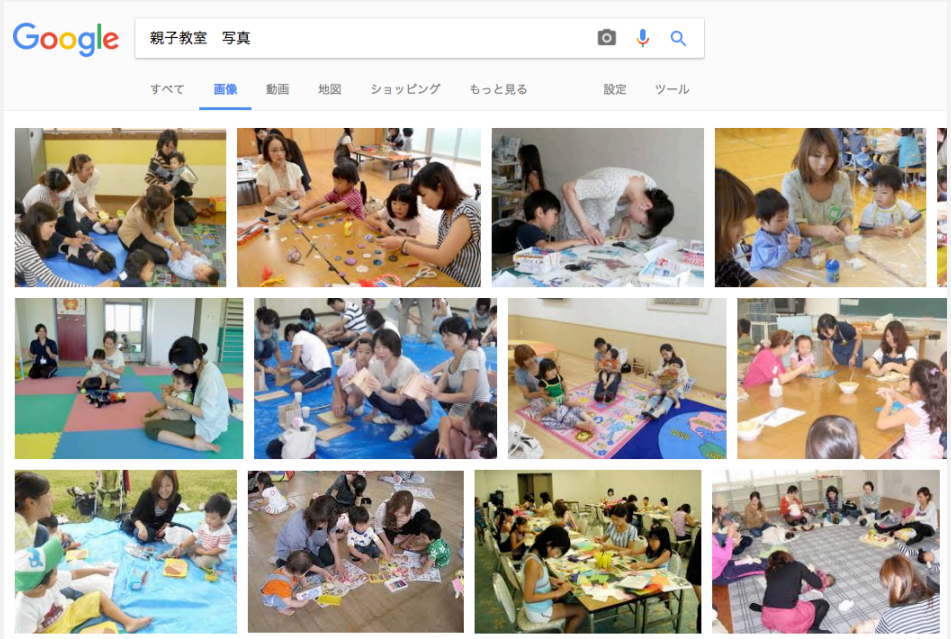
で、HPもチラシもオマージュし放題

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

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

ワーク（3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



Candlelights c 2019 All Rights Reserved

【売れる商品作りの黄金法則】

・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。

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

補足資料：
以下はいつかJVマーケティングを
するときに見てください。

JV ー 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です。

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

JVマーケティング

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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）
or その先生のセミナーで一番前に座り、著書に付箋を貼りまくり名刺交換し、
後日メールで褒めまくる

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

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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）

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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締めの言葉

■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

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

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？」
「先生の教材を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
「いいとも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？」
といって、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てから、公開しましょう！

Candlelights c 2019 All Rights Reserved

ご拝聴ありがとうございます！

藤村しゅん

Candlelights c 2019 All Rights Reserved