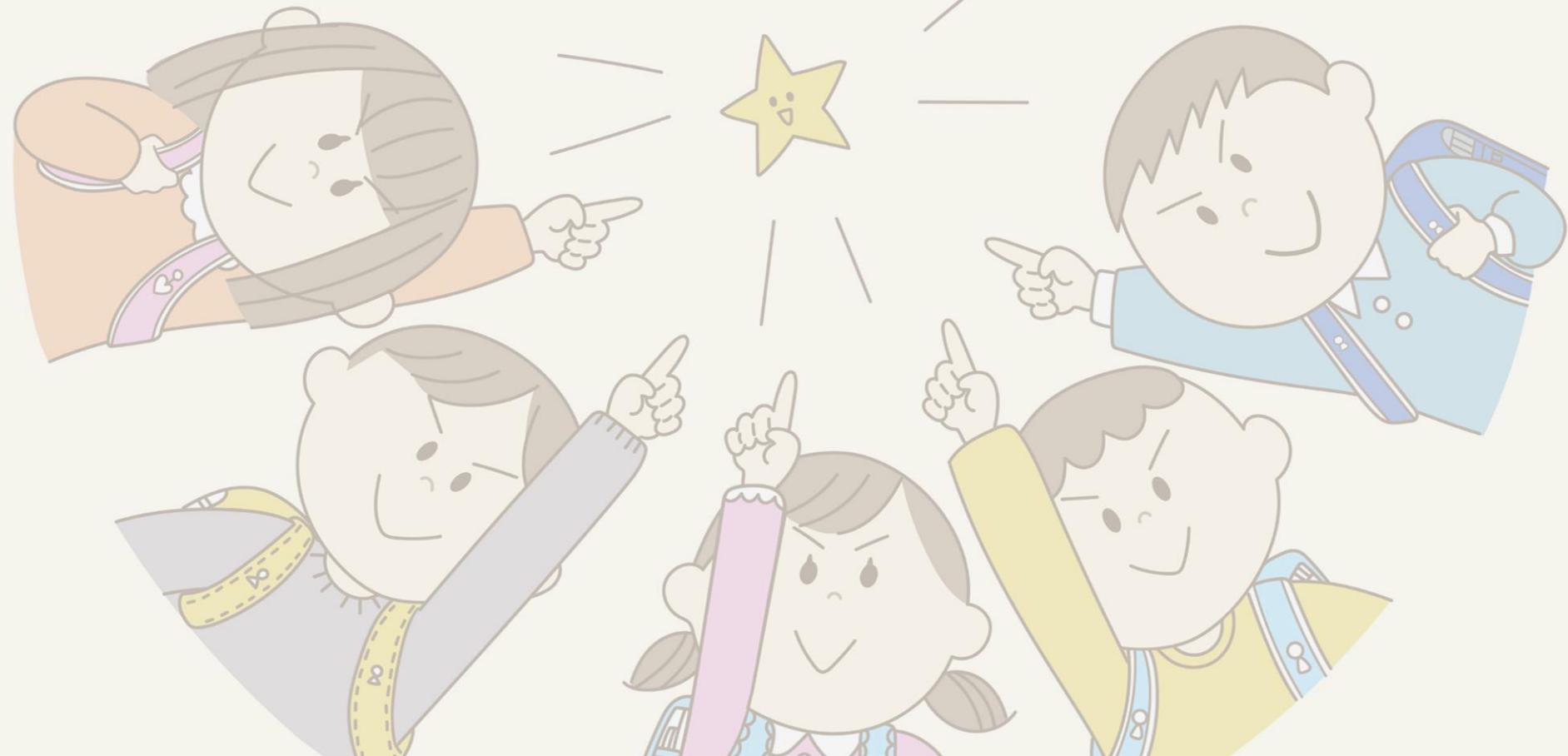


売り込むな  
素晴らしい解決法を語れ!

Ki bo u no ho Shi !



もし、こうなったら？

A person with long brown hair, wearing a black headset with a microphone, is seen from the back, sitting at a desk. They are looking at a silver laptop. The laptop screen displays a video conference with several participants. On the desk to the left of the laptop, there is a small vase with pink roses, a black analog clock showing approximately 10:10, and a pair of glasses. The background is dark and out of focus.

購買意欲の低い人に  
売れるようになったら...

A person wearing a light-colored suit jacket and a white shirt, with their hands crossed in an 'X' shape over their chest. The background is a solid light color.

ポイントは  
売り込まないこと



お客さんにとって  
素晴らしい解決策を  
提案すること

セールスライティング技術  
などを使って

「この商品は素晴らしい」  
と売り込むのは逆効果

4

オンラインセールス  
最速で成果を出す

つの方法



名前を隠す

入社3年目の社員が  
年収200万円アップに成功  
「人材サービスXYZ」



A woman with long dark hair, wearing a dark grey business suit, is sitting at a wooden table and smiling broadly. She is looking towards a man on the right side of the frame. The man is partially visible, wearing a blue shirt, and is also smiling. They appear to be in a meeting or a casual business discussion. The background is slightly blurred, showing a wooden wall and some green plants. Overlaid on the image is large white text in Japanese.

# 入社3年目の社員が 年収200万円アップした方法

2

〇〇するな

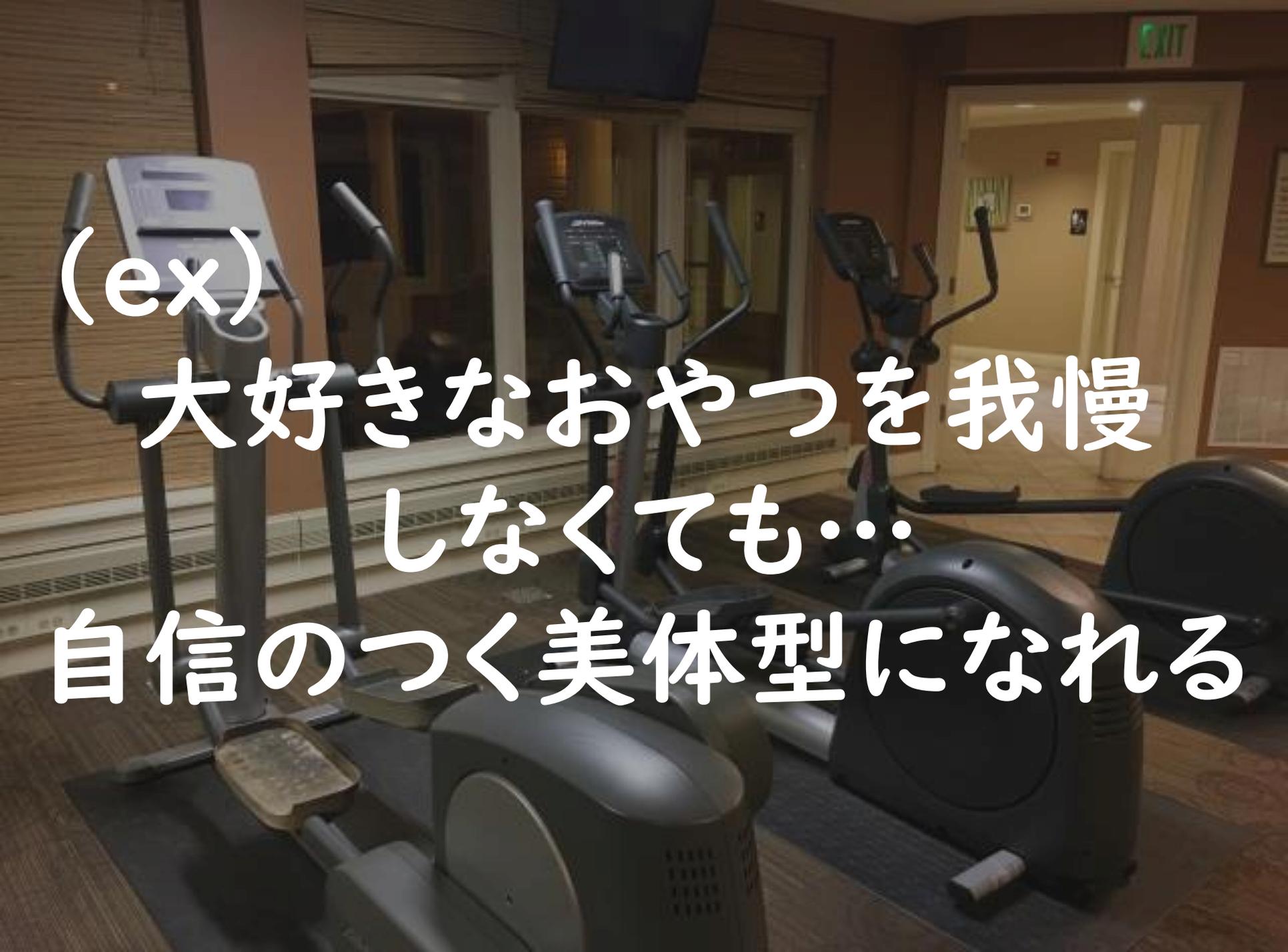
(ex)

糖質制限ダイエットは  
すぐに辞めてください  
この方法ならこってり  
ラーメンを食べてもOK

3

〇〇しなくとも

△△できる

A row of elliptical machines in a gym. The machines are black and silver, with digital displays and handrails. The gym has a wooden floor and a wall with a door and an exit sign.

(ex)

大好きなおやつを我慢  
しなくても…

自信のつく美体型になれる

4

ストーリー

ストーリーは読まれる

# どっちが気になる？

A

1カ月で100  
人を集めた  
方法とは

B

コロナ倒産寸  
前で100人の  
集客に成功

興味深いストーリー

ならば…

たとえ広告であっても  
読まれる

# 過去に出稿した Facebook広告



株式会社リサーチ



2日 · 🌐

今、私たちが日常的に使っているスマホ。そこには誰でも簡単に使える高性能なカメラ機能が搭載されている。

しかし、少し前まではカメラは技術がないと使いこなせない代物だった。

本当に世の中のカメラは難しすぎて使いこなせない！！でも、、、オートフォーカスを搭載すると世界が変わる...

という思いで「オートフォーカスカメラ」を大ヒットさせた裏側には1人の男の血のにじむような努力があった... その男の名前は、百瀬治彦氏。世界初のオートフォーカスカメラを生産した小西六写真工業（現在のコニカミノルタ株式会社）の技術者だ。

✅ カメラを変えた1つの事件...

それまでも、カメラは大量に販売されていた。かなりの製作費をかけて、大手の実績のあるメーカーが、カメラを作っていた。

しかし、、、

百瀬氏はカメラに対して「ある不満」を抱えていた。そして、これから大々的にカメラの開発をしようとなった1974年、その「不満」が爆発する出来事が起きた... 🤖

前々から、カメラにオートフォーカス機能を組み込むことを考えていた百瀬氏は、いつか自社でオートフォーカスを開発することがあれば、真っ先にコンパクトカメラにオートフォーカス機能を組み込むと心に決めていた。

「さあ、気合を入れてオートフォーカスの開発をしよう！」

そんな矢先、米ハネウエル社がオートフォーカスモジュールを開発。「しまったという感じでしたね」と当時そのニュースを聞いた印象を百瀬氏は述懐する。

そしてハネウエル社とのライセンス契約を締結した。契約金は当時の為替レートで約1300万円。オートフォーカス開発が小西六写真工業の命運を握っていると言っても過言ではなかった。まさに、当たれば天国、コケれば地獄という一世一代の大勝負だった。

そんな大勝負のカメラ製作を任されたのは、社内でのカメラ開発をいくつも手掛けている、大物の技術者。自信たっぷりに、今まで手掛けてきたカメラ製作の数々をプレゼンして、今回の開発について語ったが、どこことなく「嫌な予感」がした...🙄

ひとまず、彼の実績を信じて、その彼にオートフォーカス開発の思いを伝え、数週間後にまた会って打ち合わせをする約束をした。そして数週間後、その「嫌な予感」は的中した。

上がってきた案はどれも、ストロボ内蔵とか、意味がわからないカメラ屋の自己満足の技術ばかり。オートフォーカスの意向は何一つ含まれていない、自分勝手な製作案。「どういうつもりなの製作案なのか？」と聞いても、その彼は明確に答えられない...

その瞬間、全てを理解した。

「カメラ技術者は商品を開発することよりも、自分の"作品"を作ろうとして、見当違いな開発計画を持ってくることが多いんです。"ここにこんな機能をつけて..."とか"もっと高精度なレンズをつけて..."とか（笑）。お客さんが商品を使いやすくするために開発があることを忘れている人が多すぎる。なぜ開発するのか？ 商品を使いやすくするために開発をするんですよ」

いくらカメラにストロボの自動制御の機能がついても、「大きなストロボを持ち歩かなければならない」ことには変わりがなかった。技術屋の思い込みだけではお客さんは動かない。

あきれた百瀬氏は「もう、自分でやる！」と宣言😊

そして、オートフォーカスの魅力や素晴らしさが最大限に伝わるように。それ以外の「技術」や「意味のないこだわり」を全てカットして、ついにオートフォーカスカメラが誕生した。

そのカメラは開発者たちの、こんな思いが込められている。

『本当に世の中のカメラは難しすぎて使いこなせない！ でも、、、オートフォーカスを搭載すると、世界が変わる...』

✔️瞬く間に大ヒット商品に

そのオートフォーカスカメラが発売されるや否や、一気に大ヒット。店頭に並んだ1万台のカメラは即日完売。

当初、月産1万台でスタートしたが、注文が殺到し、生産ラインの踏ん張りで月産8万台というカメラ業界では前例のない量産体制を整えてもなお売れ続け、その後は異例の予約販売になるほどの大ヒット商品になった。そして、1979年には月産100万台を突破した。

✔️セールスや販売こそ、トップの仕事

商品の魅力を一番上手に伝えられるのは、他の誰でもない社長だ。会社でも最も上手に商品を買ったり、お客さんを集められるのも、社長だ。

どんな会社の経営者でも、「トップの仕事はセールス販売だ」と言っている。私たちも、改めて肝に命じておかないといけない。

社長の仕事は、商品を売ること。魅力的な商品を作って、お客さんを集めること👍

PS.

もし、あなたが、もっとセールスや販売について学びたいと思っているなら、まずはこの無料セミナーに参加するのがオススメ。ほとんどの経営者がやっている3つの間違いについて話しているので...

もう一度言います  
ストーリーは読まれる

スライド動画  
を作ってみよう



人が言うと  
売り込みになるけれど…  
スライド動画が語ると  
情報提供なんです！



15分スライド動画  
をご覧ください  
(音声をつけることも可能)



これから、この動画で

お話しするオンラインセールスの方法は

すべてのビジネスで使える訳ではありません。

ですが… もしあなたが

対面で詳しく説明しないと販売できない

高額な商品やサービスがあるなら

このオンラインセールスを使えば

対面営業や訪問、テレアポをするより

効率よく成約することができるでしょう。

この方法でセールスをした経営者は…

30万円、70万円、150万円の商品が

80%以上の成約率で売れて

なんと、売上は3倍以上になって

移動時間や面談場所の料金などに

時間や経費をかける必要がなくなったと言います。

その結果…

対面販売はやめて

オンラインセールスだけで  
やっていこうと思います

と、おっしやっているように

オンライン化するのが難しいビジネスを

オンラインでの仕組み化に  
成功しています。

しかし…

もしかしたら、あなたは…

コロナもいつかは収束するだろうし…

とりあえず、今のところは

今までやってきた対面販売で

やっといこうと思っているかも知れません。

ですが、今からお伝えするやり方

オンラインセールスは

コロナが収束しても

ずっと使い続けられるやり方です。

僕たちはもちろん

このやり方を身に付けた多くの経営者たちは

今までの対面販売を辞めて

オンラインセールスに切り替えることで

売上を2倍、3倍、5倍と  
大きく伸ばすことに成功しています。

そして、今この動画を見ているあなたには

オンライン化の波にうまく乗って欲しい

そんな思いからこの動画を作りました。

この動画を見ているあなたはきっと…

ビジネスをオンライン化しよう

頑張っていると思います。

ですが、今からお話しするやり方は

単にZOOMなどを使ってセールスをする

移動時間を短縮するだけの方法ではありません。  
ん。

高い費用を払って

WEBサイトを作ってもらったり

コツコツとYoutube動画を投稿したり

毎日のように、ブログやインスタを  
投稿する必要もありません。

たとえば、初対面のお客様であっても

さほど関係性が深くないお客様であっても

1～2時間という短い時間で  
あなたの商品やサービスが

オンラインで**売れる**方法です。

しかも、このやり方は…

一人ひとりにじっくりと時間をかけて  
売るのではなく

見込客に対して同時にセールスをして

高い成約率をあげることが可能になります。

従って、、、

わずか1～2時間のセールスで

同時に何件も成約することができます。

さらに、対面販売のように

セールスのスキルや経験が不要なので

誰でも高い成約率で売上をあげることができます。

経営者がセールスをしなくても

社員やバイトが代わりにセールスをすること  
で

勝手に売上が上がる仕組みを

作ることができるでしょう。

今からオンラインセールスのやり方について

お伝えしようと思いますが…

その前に、聞いて欲しい話があります。

このやり方を実際に使うには

必ず知っておく必要がありますので

今からそれをお伝えします。

コンサルタントの田中さんは

今まで15年もの間

1 社づつ、見込客のところに訪問して

対面営業を行ってきました。

交流会で出会って名刺交換した人や

紹介された会社に

電話でアポイントを取って

訪問して何度も商談をしたり…

車に乗って何時間もかけて

遠方の見込客のところに出向いたり

ニュースレターやチラシを渡すためだけに

見込客の会社を訪問して受付の人に渡したり

...

とにかくアナログで地道な

訪問や営業活動をすることで

売上を上げていました。

ですが…

このような営業をずっと続けていると

いつか限界が来るよな…

これだと会社を大きくするのも無理があるし

...

そのような将来への不安を感じていたので

コロナで注目されるようになってきた

オンラインでの販売をやってみよう

と思い、対面営業の空き時間で

試行錯誤を繰り返していました。

まずは…

オンラインで情報発信してみよう

ブログとメルマガを始めたたり

Youtube動画をアップしたり…

しかし…

販売する商品が高額であり

詳しい説明が必要なので

オンライン上では簡単には

売上につながりませんでした。

自社の商品やサービスは

対面でじっくりと商談するのが

売上を上げやすいよな…

対面営業は大変だけど

売上が上がらないよりはいいよな…

そんなふうに思うようになり

ビジネスをオンライン化することに

消極的になってしまったのです。

こうして、今までと同じように

対面営業を続けていると…

コロナが世界を直撃してパンデミックになり

日本でも対面営業が出来なくなりました。

しかも、既契約のお客様から

コロナが蔓延しているので

契約を打ち切って欲しい…

と言われ、契約の打ち切りが相次ぎました。

どうすればいいのか…？

今まで、いろいろやってみたけど

オンラインで売れる気配は無かったし…

コロナの危機的な状況で何ができるだろう  
か？

会社を潰すわけにはいかないので

必死になって情報を集めました。

そして、ついに…

これならオンラインで販売できるかも知れない

今までとはかなり手応えが違った

期待を感じる方法にめぐり会ったのです。

それは「オンライン説明会」というやり方。

ひとことで言うと…

オンラインでZOOMなどを使って

商品やサービスの説明会を開催して

参加している人に対して

商品やサービスを体験してもらうのと同時に

セールスを行うやり方です。

このやり方であれば

1 ～ 2 時間の短い時間で

一斉にセールスができるので

一人ひとりの見込客のところに

何回も何回も訪問して

何時間もかけて対面販売する必要はありません。

オンラインでセールスが完結するので

移動時間や場所代もかかりません。

これなら、自社のビジネスでも

オンライン化することができるかもしれない。

そのように思って、すぐに、

オンライン説明会を開催するために

今までに集めたメールアドレスに

オンライン説明会の開催の案内を送ると…

急遽、開催することになったにもかかわらず

6名の参加申込がありました。

そして、オンライン説明会の当日

2時間の開催時間でしたが

60万円のサービスを2社が

契約してくれました。

今までは、車に乗って何時間もかけて移動し  
て

数時間かけて商談をする

そんな地道な営業活動を繰り返すことで

やっと契約を頂けるような状況だったのに

今回はオンラインで

それも、わずか2時間で60万円の契約が2件

120万円の売上になりました。

しかも、6人のうちターゲットと違う人が2  
人

決裁権を持ってない人が1人いたので

実質の成約率は、3人中2人の成約になります。

急に開催した割には、十分な成約率でした。

今までの、非効率な対面営業とは違って

非常に効率的なセールスでした。

このオンライン説明会を繰り返し開催すれば

もっと販売することができる。

しかも、労力やコストを削減しながら…

もう対面営業は辞めて

オンライン説明会に切り替えよう！

そう決めた田中さんは

オンライン説明会というやり方に

めぐり会ったことで

今までの対面営業を辞めて

ビジネスのオンライン化に成功しました。

もちろん、オンライン説明会を開催したこと  
で

コロナの対面営業の危機を切り抜けて

成功したのは田中さんだけではありません。

カウンセラーの鈴木さんは

10年以上、紹介だけで仕事をしていましたが、

コロナで契約の大半がキャンセルに…

そんな時、オンライン説明会を開催すると

一気に400万円の売上が上がりました。

税理士の佐藤さんは

コロナで問い合わせや相談が全く無くなり

顧問契約も解除されるのでは…？

と、かなり不安な日々を過ごしていました。

しかし、オンライン説明会を開催すると

月額5万円以上の顧問契約を

わずか数時間で締結することができました。

コロナで集客できない中で

顧問契約を解除されたらどうしよう…

そんな不安から抜け出すことができたのです。

これからも、オンライン説明会を繰り返して

顧問契約を増やしていくそうです。

あなたも、彼らのように

オンライン説明会を開催することで

対面営業をするよりも

効率よく、売上を伸ばしたい

そのように、思っているならば…

オンライン説明会を

ビジネスに取り入れる方法をお伝えします。

ですが、その前に

オンライン説明会で

やってはいけない間違いがあるので

それをお伝えします。

やってはいけない間違いとは…

対面営業での売り方を

オンライン説明会でやってしまうことです。

これをやってしまうと…

オンライン説明会ではうまく行きません。

オンライン説明会では

同時にオンラインでセールスをするので

相手の反応を見たり、対応を変えたり

相手の話を聞いて答えることができません。

オンライン説明会で大切なのは

売れる台本を準備しておくことです。

その場で臨機応変に対応するのではなく

準備した台本通りに話をする

これがオンライン説明会で高い成約率を出して

たった2時間で一気に売上を上げる秘訣です。

一度、台本を作ったならば

台本通りに話すだけなので

いつ誰がやっても高い成約率で

売上を上げ続けることができます。

しかも、オンライン説明会では

あなたと参加者の関係が

対面営業の時とは全く違います。

オンライン説明会では

先生と生徒という関係で

話をすることができます。

従って、こちらが下手に出て

相手の機嫌をとることはありませんし

参加者もこちらを先生とってくれるので

素直に話を聞いてくれます。

このような状態で、売れる台本通りに話すので

参加者全員に同時にセールスしても

高い成約率を出すことができます。

台本通りに話をすればいいので

スタッフやバイトに台本を渡して

あなたに代わって話をしてもらえば

働かない間に勝手に成約する

そんな仕組みを作ることだってできるでしょう。

では、今から

オンライン説明会を開催して

一気に売上を上げる方法を

3ステップでお伝えします。

ステップ1 台本をつくる

売れる台本を作るポイントは

商品の話になるべく入れないことです。

説明会だからと言って

商品やサービスの話をしていたら

参加者は「**売り込みだ！**」

と、敏感に感じ取ってしまいます。

そのような台本で説明会を開催しても

先生と生徒の関係にはなりません。

では、どのような台本を作るのか…？

それは…

参加者に**新たな気づき**を与える台本です。

例えば、医者と患者の関係を

イメージすると良いでしょう。

医者が患者を診察するとき

いきなり手術や投薬の話はしません。

最初は、患者が苦しんでいる症状の原因や

病名の診断をします。

この時、患者からすれば

苦しんでいる症状の原因や病名がわかると

価値のある気づきを得ることができます。

もし、がんに罹患していた時

少しでも早く見つけてくれたら

すごくありがたいです。

そして、その気づきがあった時に

解決策である治療法や投薬を決める

という流れになります。

このように、オンライン説明会でも

参加者に新たな気付きを与えながら

最後に少しだけ解決策である

商品の説明をするのがポイントです。

台本の作り方については

このあとでお伝えします。

ステップ2 リストに開催の案内をする

台本を作ったら、リストに案内を送ります。

この時、たくさんの人を集める必要はありません。

たとえば4人でも集めることができれば

成約率50%であれば、2件の成約になります。

高額な商品を提供しているのであれば

数人の集客でも、かなり価値があるはずです。

## ステップ3 オンライン説明会を開催

時間になったら説明会をスタートして

作った台本通りに話を進めます。

参加者に台本通りに話をすれば大丈夫です。

これだけで、かなり高い成約率で

契約を取れるでしょう。

あとは、オンライン説明会の日程を変えて

繰り返し開催するだけで売上が上がります。

商品ごとにオンライン説明会を作っても良い  
し

スタッフやバイトに台本を渡して

説明会を任せても良いでしょう。

オンライン説明会を

ビジネスに取り入れることで

対面営業とは比較にならないほどの

売上アップとコスト削減を

実現できるでしょう。

あなたが、オンライン説明会を

ビジネスに取り入れることで

今までの営業活動にかかっていたコストが

半分以下、またはほぼゼロになって

毎月の売上が2～3倍になったらどうでしょう  
か？

先生と生徒のような関係を参加者と築き

感謝されながら自分の商品を

販売することができたらどうでしょうか？

台本を作り、オンライン説明会を仕組み化し  
て

自分が働かなくても

売上が上がるようになったらどうでしょう  
か？

オンライン説明会には

今、あなたが想像したことが

実現できる可能性があります。

今すぐオンライン説明会を

あなたのビジネスに取り入れて

コロナで生まれたチャンスを掴んでください。

ここまで、この動画を見てくれたあなたには

2つの選択肢があります。

1 つ目の選択肢は

自分で台本を作るという選択肢です。

今まで営業をして来たあなたなら

試行錯誤することで、もしかしたら…

売れる台本を作れるかも知れません。

もう 1 つの選択肢は

もっと簡単で確実な選択肢です。

それは、私たちが使っている

売れる型に当てはめて台本を作ることです。

私たちは、コロナになってから

オンライン説明会で売上を上げてきました。

そのノウハウを体系化して

売れる台本を作れるようにしました。

売れる型があれば…

自分で台本を作るよりも

ずっと確実に簡単に

売れる台本が作れます。