

BP実践会01

売れる仕組みを理解する



1

今回の学習内容

- 1) 方法の確認**
- 2) 情報取得方法**
- 3) 商品の方向性を決める**
- 4) 全体の流れの確認**
- 5) 学習内容の確認**
- 6) 進捗状況に沿った学習内容**

2

1) 方法の確認

SNS無料集客



**広告宣伝費をかけずに、
SNSを使って集客及び売上獲得を行う。**

**人件費をかけずに、
作業は基本的に自分で行う。**

3

情報取得方法

ビジネスパッケージサイト



こよみすとビジネスパッケージについてはこちらをご覧ください。講座の予約・FBグループ。ランディングページ・ネットショップシステム・メルマガスタンドの制作。ビジネス講座の動画。個別コンサル。テキストや画像など各種素材が掲載されています。

PASS : Chatwork概要欄参照



オリジナルビジネスパッケージについてはこちらをご覧ください。最新テキスト（規約）・動画講座 等が掲載されています。講義で使うパワーポイントについては必要に応じて都度配布をしています。

PASS : Chatwork概要欄参照

©広尾88アカデミー 2022

4



5

全体の流れ

1 初回
オリエンテーション

2 必要情報の
ご提出

3 九星氣学を
学ぶ

4 ビジネスを
学ぶ

5 システムの納品と
使い方

6 アドバイスシート
販売開始

6

こよみすとBP

- 商品は認定こよみすとが前提
 - ランディングページ 本部が制作
 - ネットショップ 本部が制作 商品追加自由
 - 各種素材 本部提供
-
- ただし上位商品の商品化は自由に行える

7

WordPressとネットショップ

こよみすとBPカリキュラムには
作成講座は含まれない



8

ランディングページについて



本部サーバーに設置された本名義のツール。

**WordPressで本部が制作をした、
ランディングページを使用できる。
プロフィールなど個別対応部分あり。**

9

ネットショップについて



クライアント名義のツール。

**本部が制作をした、
ネットショップシステムを、
自分のものとして管理制作ができる。**

10

オリジナル
ビジネスパッケージ



11

全体の流れ

1 初回
オリエンテーション

2 必要情報のご提出

3 オリジナル
商品企画

4 ビジネスを
学ぶ

5 システムの納品と
使い方

6 販売開始

12

WordPressとネットショップ

オリジナルBPカリキュラムには
作成講座が含まれる



13

WordPress学習範囲



学習及び作業範囲は 1アカウント

- ・ サーバー取得
- ・ WordPressのインストール
- ・ テーマの設定
- ・ プラグインやエネメンターの設定
- > 複数のランディングページを作成できる

14

ネットショップ学習範囲



学習及び作業範囲は 複数アカウント

- ・アカウント取得
- ・各種設定

＞ 複数のネットショップを生み出せる

15

3) 商品の方向性を決める

学習の開始前に、
商品の方向性を理解する必要がある。

特にオリジナルコースの方は、
商品の方向性や提供方法を考えた上で、
それに沿った制作が必要。

16

こよみすとBP

3 九星氣学を
学ぶ

**学習の開始前に、
商品の方向性を理解する必要がある。**

- 鑑定書（アドバイスシート）
物品販売・相談業務・教育及び研修事業・・・
- 開運ツアー

17

オリジナルBP

3 オリジナル
商品企画

**学習の開始前に、
商品の方向性を自身で考え決める必要がある。**

- 物品販売
- 相談業務
- 教育・研修業
- 資格や権利の付与

18

4) 全体の流れの確認



19

準備段階0

受講案内

・最低限の学習環境を整える

[illegible]

20

準備段階1

事前準備

- 必要なツールの整備

パソコン・ソフト（PowerPoint）・サーバ・ドメイン

21

準備段階2

1 初回
オリエンテーション

- 活用できるサービスの理解

受講案内や会員サイトの活用

22

準備段階3

2 必要情報のご提出

- 必要なシステムの整備

LP・ネットショップシステム・メルマガ配信スタンド

そのために必要な情報のご提出

23

占いビジネスに必要な条件

- 0 方法がわかっている
- 1 商品がある
- 2 システムを持っている
- 3 リテラシーがある
- 4 売り先がある
- 5 売り先を増やせる
- 6 売上を伸ばせる

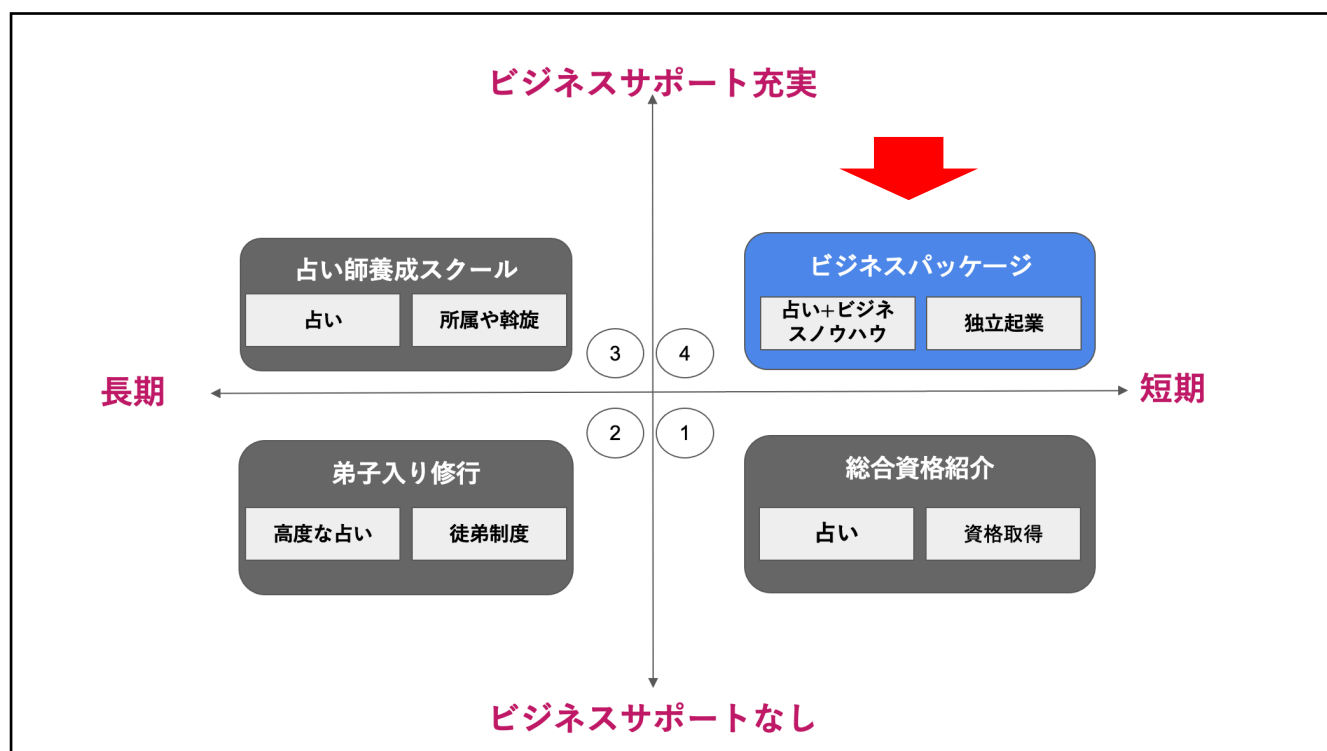


こよみすと
koyomist

24

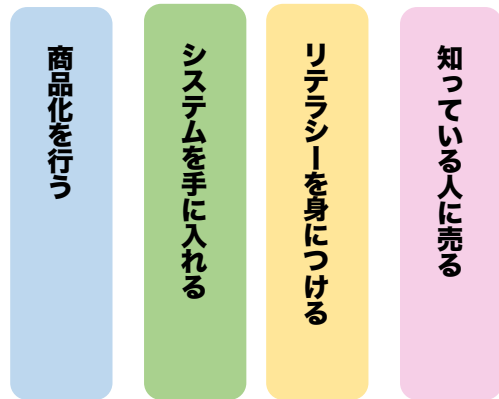
【01】売れる仕組みを理解する

25



26

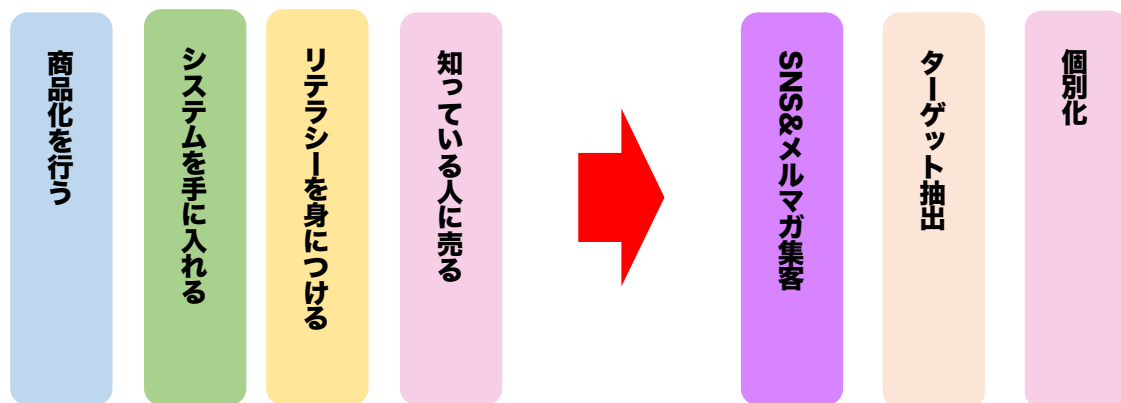
売れる仕組み 第一段階



← リストの整備 →
f i SNSアカウントの開設と強化 →

27

売れる仕組み 第二段階



← リストの整備 →
f i SNSアカウントの開設と強化 →

28

【02】 商品企画と商品化

【03】 コンセプト

【04】 セールスライティング

29

商品企画と商品化とは

「商品企画」
アイデア

「商品化」
整備

30

「商品企画」

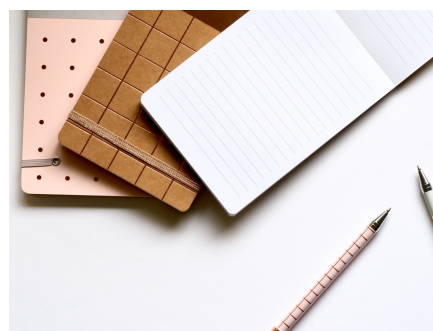
**商品やサービスの提供方法の方向性を決め、
何を顧客に提供して対価を得るかアイデア出しを行う**



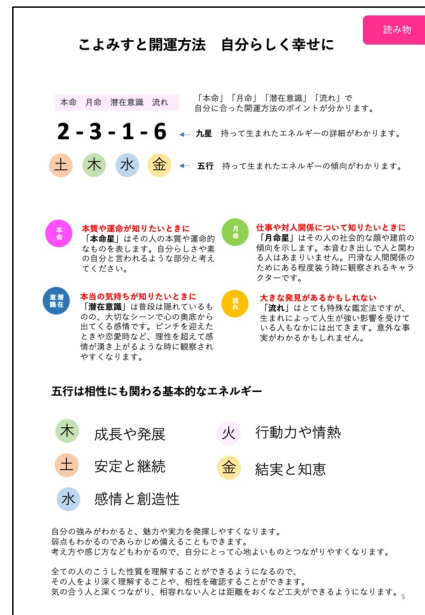
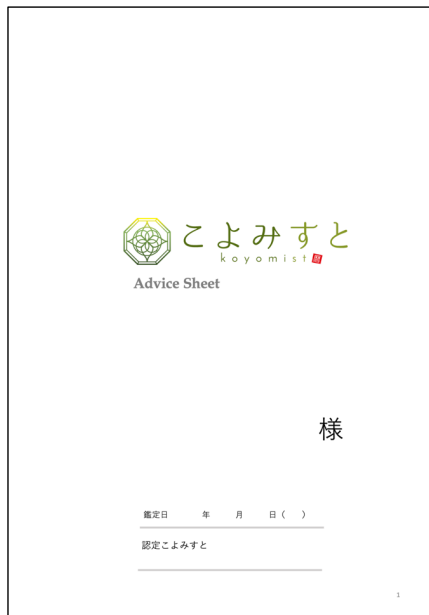
31

「商品化」

**アイデアに基づき具体的な提供内容や方法を定め、
必要なものを揃える段階**



32



お届け品の内容

落丁や乱丁、そのほかの不具合がある場合は良品と交換いたします。お受け取り後1週間以内にご連絡ください。



テキスト



サブテキスト



ポーチ
(罫・蛍光ペン・付箋)



アドバイスシート
記入用紙



各種プリント



・ご案内 (本紙)

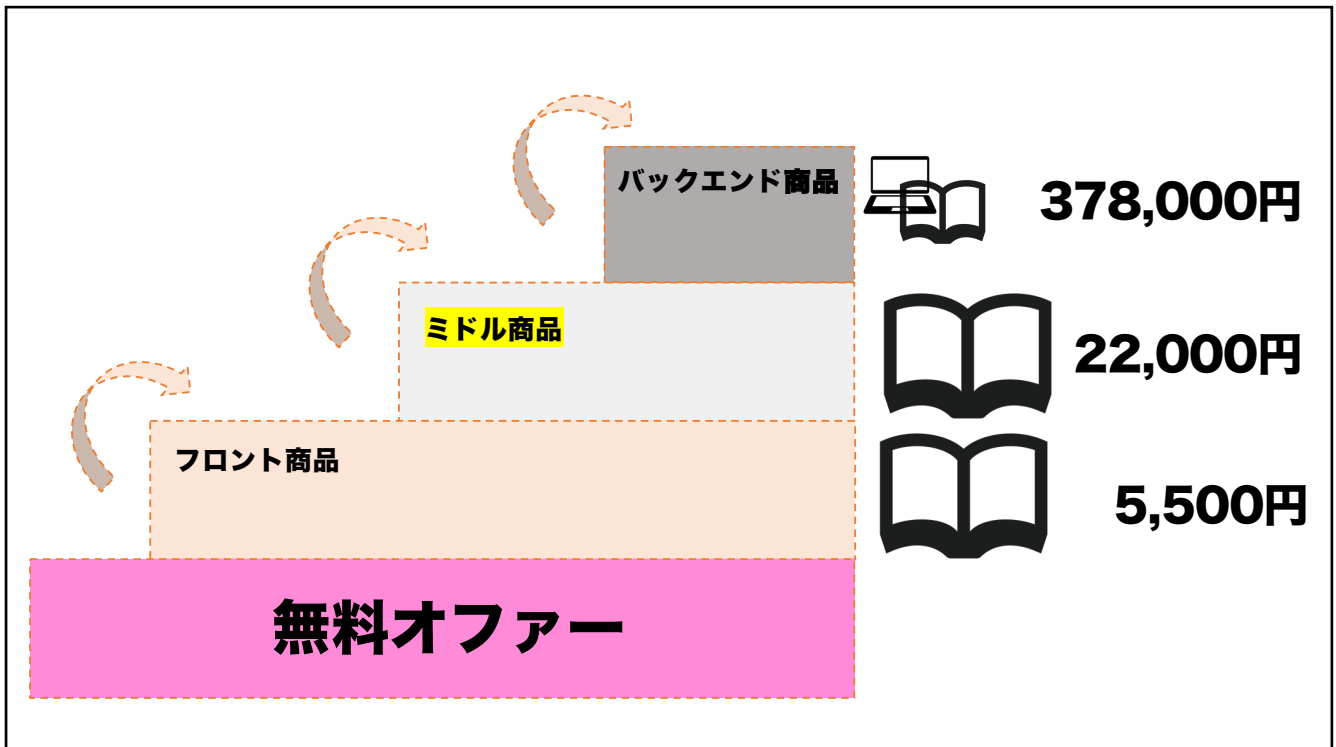


添乗実務資料



受講案内





35

ターゲット

「ターゲット」とは、

想定される顧客層を意味する。

商品やサービスによって想定するポイントが異なる。

年齢層、地域、収入レベル等

36

ターゲットの悩み

- **こんなことで困っている**
- **こんなことを解決したい**

37

ターゲットの願望

- **こんなふうになれたらうれしい**
- **こんなふうになりたい**

38

「等身大」 ターゲット

自分自身と同じ顧客層

**年齢、地域、収入レベル・・・
悩みや願望**



39

ベネフィット

「ベネフィット」 (A→Bへの変化)

**お客様が求めているのは商品そのものではなく、
それを手に入れることによって起きる変化。
その変化を保証しなければならない。**

40

商品やサービスにあるべき力

A



B



AをBに変える

41

手段や根拠

**なぜ「ベネフィット」(A→Bへの変化)を
約束できるのか手段や根拠を示す。**

それがなければ説得力や納得がない

42

権威性の強化

商品やサービスを
提供する上での説得力を強化する材料

- ・実績 著作5冊 テレビ出演 的中率NO1
- ・キャリア 鑑定暦30年 創業10年
- ・お客様の声や数 実践者5万人

43

ライバル分析とコンセプトシートの完成

ライバル分析
人の観察

コンセプト
シート
自分のこと

44

PASONAの法則

P (Problem) = 問題提起

A (Affinity) = 親近感・共感

S (Solution) = 解決策の提示

O (Offer) = 提案

N (Narrow Down) = 限定性、緊急性

A (Action) = 行動喚起

45

【05】 リストの整備と告知

【06】 受注・受け渡し・決済

2 システムを持っている

3 リテラシーがある

4 売り先がある

46

システムを持っている

- ランディングページ
- メルマガスタンド
- ネットショップ

▶ お申し込みはこちら

47

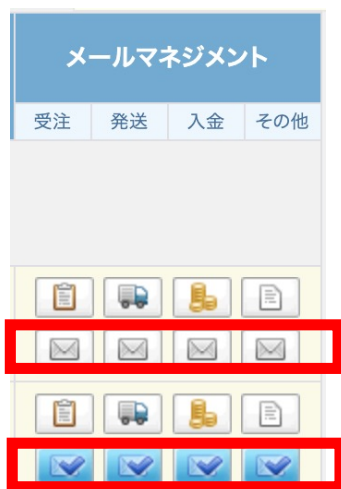
リテラシーがある

ビジネスツールを使いこなす力



48

4) メールマネジメントで連絡管理を行う

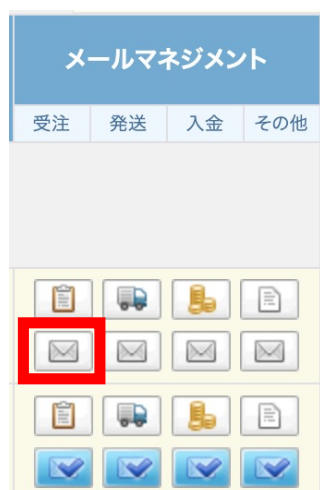


白い場合はこれから連絡を行うという目印になる

青く変わっていれば連絡完了した目印になる

49

5) 「受注」メールを配信する



1



受注確認:【受注確認】注文確認メール

読み込む

2

内容を確認する

必ず内容を確認し適宜修正加筆すること

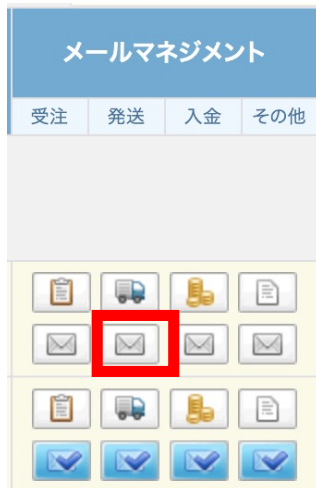
3

戻る

送信する

50

6) 「発送」メールを配信する



1

宛先	木下 真子 (hiroo@academy@gmail.com)
CC宛先にも送る	☒
BCC送信設定	チェックを入れると、「発送」・「入金」メールを送る際に、「BCCメールアドレス」に指定されたメールアドレスにも送信されます。
メールテンプレート	発送確認:【発送完了直後】 発送完了メール 読み込む

発送確認:【発送完了直後】 発送完了メール

読み込む

2

内容を確認する

必ず内容を確認し適宜修正加筆すること

3

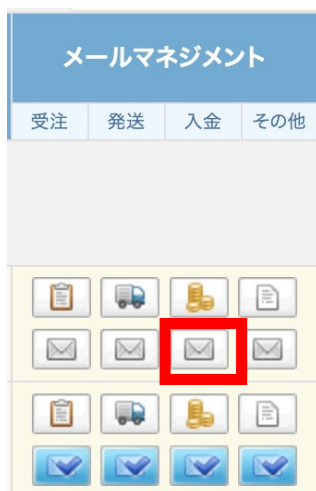
戻る

送信する

51

7) 「入金」メールを配信する

前払い・到着時払い・後払いなどでタイミングが変わる



1

宛先	木下 真子 (hiroo@academy@gmail.com)
CC宛先にも送る	☒
BCC送信設定	チェックを入れると、「入金」・「発送」メールを送る際に、「BCCメールアドレス」に指定されたメールアドレスにも送信されます。
メールテンプレート	入金確認:入金確認 読み込む

入金確認:入金確認

読み込む

2

内容を確認する

必ず内容を確認し適宜修正加筆すること

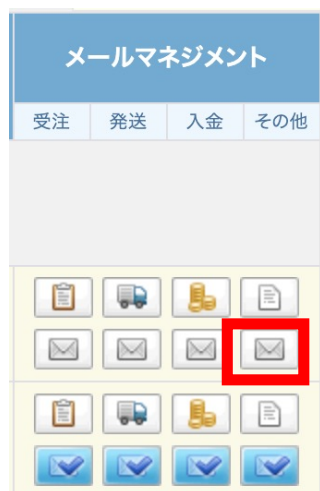
3

戻る

送信する

52

番外) 其他のご連絡を効率よく行う



1



その他:インタビュー (zoom) 情報

読み込む

2

内容を確認する

必ず内容を確認し適宜修正加筆すること

3

戻る

送信する

53

売り先がある

まずは知っている人に売ることができる。



54

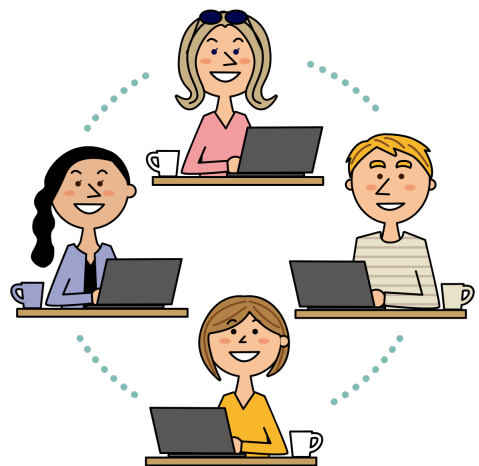
【07】 リストの強化

【08】 コミュニティの運営

55

売り先を増やせる

- 1) アカウントの強化
- 2) 商品やサービスに関心がある人を集める
- 3) セールスをする



56

1) アカウントの強化

- 友達3000人以上
- いいね100以上
- コメント25以上

※自分の返信を含めてよい。

**Facebookでマネタイズできるために、
まずは人の目に止まるパワーを備える。
必要期間は2～3ヶ月**

57

57

2) 関心がある人だけを集める

不特定多数の人から

商品やサービスに関心がる人だけを集めて

喜んでもらえるようにもてなし続ける



58

3) セールスをする

**コミュニティの中で、
ファンが自然に購入してくれるのが、
理想的な受注方法！**

59

確認事項

- システムが機能しているか
- 決済方法や納品等についての情報は正しいか
- 商品提供に滞りはないか
- 基本的な改善点はないか
- ターゲットに合わせた改善点はないか

60

6 売上を伸ばせる

【09】 上位商品企画

【10】 フロントサービスの実施

【11】 個別相談

【12】 セールスとクロージング

61

失敗パターン 上位商品がない



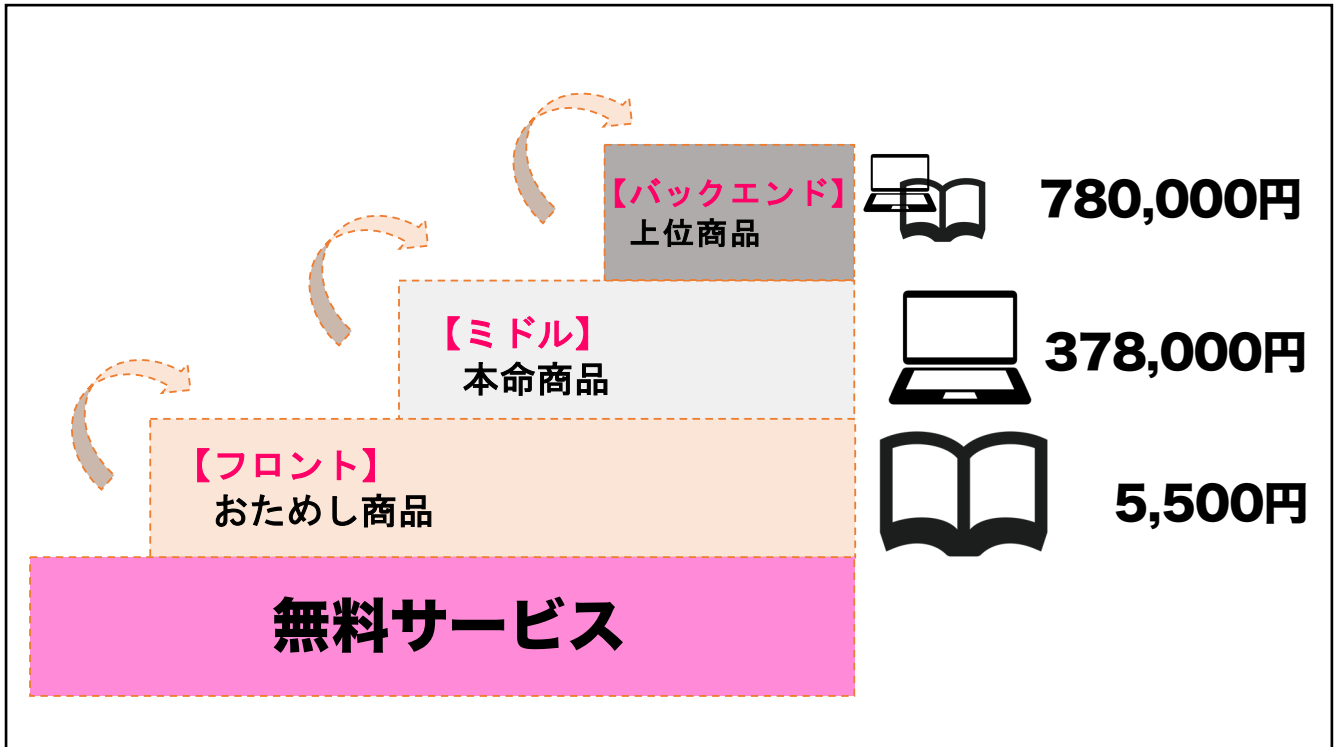
【フロント】
おためし商品

無料サービス



5,500円

62



63

コミュニティより密なフロントサービス

- 少人数
- モチベーションが高い
- 購買意欲が高い など



64

セールス色のない個別相談

- ヒアリング
- 情報収集
- 次回のアポイントメント



65

セールスとクロージング

- 商品資料の整備
- 価値の教育
- 特典の提示
- マイルストーンの提示
- フィナンシャルサポート

66