

「良い商品があるのに売れない」「社員が成果を出せない」

「価格競争になり利益が出ない」と悩んでいる工務店の経営者様へ

【工務店など建築業限定】

**「短時間労働で高収益・高成長
を実現する方法」**

【完全ガイドブック】

**小さな会社が大きく成長する“秘訣”を
公開します！**

リタマーケティング株式会社 代表取締役

稼ぐ力強化プロデューサー 兼 セールスコピーライター

笠島 万紀夫

はじめに

いきなりですが、

「廃業寸前の赤字工務店でも、30万円の広告費で月商4800万円、営業利益980万円を達成する方法がある」

と言ったら驚きますか？

多くの工務店が、新規案件の獲得に苦しんでいます。

しかし、私に言わせれば**工務店など建築業界ほど簡単に新規案件を獲得できる業界はありません。**

他のどの業界よりも、**簡単に成果を出すことができます。**

私は2000社以上の経営相談にのっているマーケティング専門家なのですが、その立場でお話すると、工務店専門のHP制作会社、マーケティングサポート会社がやっていることを見たり聞いたりすると、本当にひどいなと感じます。

はっきり言って、多くの工務店が、「新規集客や契約獲得ができない」「価格競争で利益が増えない」などの悩みを抱えるのは当然です。

なぜなら、まったく見当はずれなことばかりしているからです。このやり方だと、多くの場合結果がでません。

多くの工務店が結果を出せない理由は、「正しいやり方を知らないから」です。

正しいやり方を知り、実践すれば面白いように成果を出すことができます！

正しいやり方を学んだ工務店は、

営業マンが成果を出せずに悩んでいた工務店が、30万円の広告費で月商4800万円、営業利益980万円を獲得しました。

廃業寸前の赤字工務店が、利益率を15%以下→40%にして、月商4000万円と13倍にしました。

マーケティング初心者の工務店が、
たった2ヵ月でWEB広告を使い月商を300万円→7500万円へと25倍にしました。

というように、簡単に成果を出しています。

多くの工務店経営者は、正しいやり方を知らないで苦勞しているだけなのです。

「いいかげん、ムダな苦勞は終わりにしませんか？」

こんにちは。笠島 万紀夫(かさじま まきお)です。

このたびは、【短時間労働で高収益・高成長を実現する方法 完全ガイドブック】を手にとっていただき、
ありがとうございます。

あなたは、

「良い商品を販売しているのに、売れない」

「社員(営業マン)が見込み客を集められない、契約を取れない」

「HPやSNSを作り、WEB広告を使っても反応が取れない」

「価格競争になり十分な利益を獲得できない」

などの悩みを抱えていませんか？

このレポートでは、

「**廃業寸前の赤字工務店が、30万円の広告費で月商4800万円、営業利益980万円を達成した方法**」が学べます。

この工務店は、30万円の広告費が32.7倍の980万円の利益になりました。

このように

「**WEB広告を使えば使うほど、利益が増える仕組みの作り方**」が学べます。

はっきり言って、先ほど話したような悩みは、
この方法を身につければすぐに解決できます。

この方法を学べば、

「新規開拓に困らない！」

「アポ取りに苦労しない！」

「わずかな労働時間で、面白いように契約が取れる！」

「少しぐらい高い価格でもお客さんの方から「売ってください」と言われる！」

会社になります。

- ・成果を出せない営業マンも、「構築した仕組み」が自動的に買う気満々の見込み客を目の前につれてくるので、簡単に成果を出せるようになります。
- ・紹介獲得や下請けをしなくても、自社でどんどん新規顧客を集めて、次々に売れていきます。十分な利益を得ることができます。
- ・商品価値を再構築するので、価格競争とは無縁になり。お客さんの方から「売ってください」と言われるようになります。
- ・既存事業も新規事業も、興味ある見込み客を大量に集めることができるようになるので、事業は大きく成長します。
- ・あなたの会社に、優秀な人材がドンドンやってきて、既存事業の底上げ、新規事業の推進、デジタル化・DX化をどんどん進めて、効率よく安定した経営が可能になります。

ぜひこの機会にこれらのスキルを身につけて、悩みから解放されてください！

本気で成果を出したいと思っているなら、このレポートを3回は読んでください。

3回読めば、なんとなく理解できるはずです。

断言します。

今日話す内容を取り組めば、簡単に契約が取れます。

お客さんの方から「売ってください」
と言っていきます。

そんな方法についてお話しします。

「信じられない人も、だまされたと思って3回読んでみてください」

きっと目からウロコが落ちますよ。
明るい将来の展望が見えますよ。(笑)

どん底からの復活

「こんなはずじゃなかった・・・」

私は、2010年、35歳の時、2度目の起業をしました。

2度目の起業なので「今度こそは成功してやる！」
と自信満々でした。

1度目の起業は、25歳の時でしたが、思うように利益が出ずに2年で廃業しました。

その後、約8年間、会社員として上場企業3社、中小企業2社で営業やマーケティングを学び、
実践を繰り返し、ある程度自信を持つての2度目の起業でした。

2度目の起業では、前回失敗した集客の仕組みをしっかりと構築して、
自分から営業に行くのではなく、お客さんの方から「話を聞きたい」と言ってもらえる仕組みをつくり
ました。

見込み客集めは、ホームページを開設し、SEO(検索エンジン対策)を徹底的に研究し、毎日記事を書き
続けました。

ホームページのページ数は1000ページぐらいになり、
「集客」「集客方法」「業種+集客」「利益アップ」「売上アップ」など集客などに悩む経営者が検索する
2000以上のキーワードで上位表示に成功しました。

ホームページには、月数万のアクセスが集まるようになり、
月100件以上の問い合わせを獲得できるようになりました。

「集客の仕組みも構築できたし、これで今度こそ成功できる！」

意気揚々のスタートでした。

しかし・・・

終わりが見えない借金地獄

ホームページ経由で、見込み客が月100人以上集まってくるので、
「どんどん商品が売れるぞ！」

と思っていたものの、
実際に商品を販売してみると、なかなか売れません。

「商品が良くなかったのかな？」
と思い、新しい商品を開発し、再度販売しても、
少しは売れるものの、思うように利益が増えません。

次々と新商品を販売しましたが、他社と同じような商品ばかりで、他社との明確な差別化ができません。

自分なりに「価値づけ」や「伝え方」を工夫しましたが、
毎月、赤字が続きました。

法人化を契機に、社員を2名雇ったが、社員もなかなか成果を出せません。

HP 経由で集まってくる見込み客以外にも、見込み客を集めるために、

- ・異業種交流会
- ・メールや問い合わせフォームでの営業
- ・プレスリリースなどマスメディアを使った営業
- ・営業代行会社
- ・FAXDM
- ・Facebook や Instagram を使った SNS 集客

色々と試しましたが、成果が出ません。

「このままだと、一度目と同じで廃業に追い込まれる・・・」
「今回は、多額の借金もある・・・」

「なんとかしなくては」

なんとか解決策を見つけるために、
一人起業家や少人数でビジネスを行い、年収1億円を超える人を研究しました。

何人も何人も必死に研究しました。

その結果、**成功者は「広告を使ったリストマーケティング」を行っている**ことがわかりました。

成功者は、SEO や SNS など無料の方法でちまちま見込み客を集めるのではなく、
広告を使い月に何百人、何千人という数の見込み客を集めていました。

早速私は、広告を活用したリストマーケティングを専門家から学び、実践しました。
広告運用のセミナーや講座も何個も受けました。

しかし、広告を使って見込み客を集めても、
リスト獲得単価が8900円ぐらいと異常に高く、広告費があつという間に底をつきました。

たいして見込み客を集められないし、集まった見込み客からも、思うように利益が得られません。

やればやるほど赤字が増えていきました・・・。

「体力のない会社は広告を使うべきではないのか？」

「成果を出している会社と出せない会社は、何が違うんだ？」

「どうすれば成功できるんだ！」

10年以上、営業やマーケティングを勉強して
意気揚々と起業したのに、成果を出せない自分自身に怒りさえ覚えました。

毎月、お金は減り続け、
「あとは、どこからお金を借りられるだろうか？」
と、資金繰りを考える日々。

ふと、全身から冷たい汗がじわっと噴き出してきて、
目に見えない恐怖が襲ってきます。

子どもたちは、
「パパは社長すごだね！」
と言ってくれるのに、満足なプレゼントも買ってあげられない・・・

「一緒に成功しよう！」
と約束した社員に高い給料を支払ってあげられない・・・

成果を出せない焦り、
将来の展望が見えない不安、
金銭的な限界。

借金は増え続け、1000万円以上になりました。

身も心もボロボロでした。

この時、その後の成功を、誰が想像できたのでしょうか？

投資したお金が、15倍以上になって戻ってくる 仕組みが完成！

私は今でも借金の返済に悩んでいるのか？

答えは、「NO」です。

借金は1円も残っていません。

それどころか、会社員時代の何倍もの収入を得ています。

最初は10万円の商品を販売するのも大変だった私が、
メールを1通送るだけで600万円以上の利益を獲得したり、1000万円以上の利益を獲得したりできるようになりました。

他社と差別化ができなかったLP制作サービスは、最初は相場と同じぐらいの30万円で販売していましたが、価値を見直し、再構築することで、5倍の150万円でも面白いように売れるようになりました。

仕組み構築の面では、「広告をかければかけるほど、利益を生み出す仕組み」が完成しました。

投資した広告費の15～30倍の利益を得ることができるようになっていました。
つまり、広告費に30万円を使うと、450～900万円の利益を得ることができました。

以前は、いつもお金の不安で一杯でしたが、今ではお金の不安は一切なくなりました。
仕組みを構築したおかげで、お金の不安以外にも、忙しいなど時間の問題、将来の不安なども解消できました。

また、これらの成功は私だけでなく、
クライアントも、87社以上が費用対効果5倍以上の利益獲得を実現しています。

費用対効果の最高は400倍、広告費10万円で4000万円以上の利益獲得です。

なぜ、私は、絶体絶命の状態を抜け出し、成功することができたのでしょうか？

その理由は、
あきらめずに成功者に学び、実践の中で検証を繰り返したからです。

私は今までに、成功者のノウハウに3000万円以上投資して、

50人近くの専門家から、
「マーケティング」「コピーライティング」
「心理学」「広告運用スキル」などを学び、

10年近く検証を繰り返しました。

多いときは年間200回以上のテストを実施しました。

やり続けた結果、少しずつ本質が理解できるようになり、
少しずつレベルアップしていき、どんどん成果が出るようになりました。

そのおかげで、

ほとんど作業不要・短期間・簡単に、
「WEB広告をかければかけるほど、
広告費の15倍以上の利益を生み出す仕組み」

が完成しました！

大切なのは、小手先のテクニックを追うことではなく、
本質を理解して、成果が出るまで検証を続けることだったのです。

そして、現在も、成長を止めず、学びと実践、検証を繰り返しています。

87社以上が5倍以上の利益に！

私だけでなくクライアントも、87社以上が費用対効果5倍以上の利益獲得を実現し、費用対効果の最高は400倍、広告費10万円で4000万円以上の利益を獲得しています。

業種別の費用対効果だと、

・飲食店	→	55倍
・リフォーム	→	53倍
・工務店	→	400倍
・外壁塗装	→	36倍
・清掃業	→	30倍
・葬儀会社	→	16倍
・整体	→	12倍
・エステ	→	11倍
・小売店	→	36倍

広告（費）を使わない集客の事例では、

月1500人以上の新規集客	→	2社
月800～1499人の新規集客	→	3社
月500～799人の新規集客	→	2社
月100～499人の新規集客	→	多数

という感じで、多くのクライアントが集客しまくっています。

それでは事例を5つほど紹介します。

【事例①】（リフォーム会社社長 50代男性）

（悩み）

「単価の低い商品しか売れない。集客できず廃業寸前」

↓

（実践後）

『3万円程度の商品しか売れず廃業寸前→単価1500万円の商品を作り、たった2ヶ月で月商7500万円へ』

【事例②】（ポスティング会社社長 30代男性）

（悩み）

「安売りしかできない。価格競争になる」

↓

（実践後）

『価格競争になり安売りしかできない起業家→価格を2倍にし、HPの成約率を0.5%→20%へ！

1年目から年商1億5000万円！』

【事例③】（工務店社長 50代男性）

（悩み）

「利益が出ない。赤字になり経営が安定しない」

↓

（実践後）

『粗利率15%以下→40%へ。新しい価値を作り月商4000万円へ』

【事例④】（経営コンサルタント会社社長 60代男性）

（悩み）

「契約が取れず廃業寸前」

↓

（実践後）

『4倍の価格の商品を開発しバカ売れ！廃業寸前から3ヶ月後に月の利益600万円アップ！』

【事例⑤】（工務店社長 60代男性）

（悩み）

「社員(営業マン)が集客できない、契約を取れない」

↓

（実践後）

『30万円の広告費で月商4800万円、営業利益980万円を獲得！』

問題を放置すると、倒産へ一直線！？

あなたは、

「なぜ、良い商品を販売しているのに、売れないのか？」

「なぜ、社員(営業マン)が見込み客を集められないのか？契約を取れないのか？」

「なぜ、HPやSNSを作り、WEB広告を使っても反応が取れないのか？」

「なぜ、価格競争になり十分な利益を獲得できないのか？」

なぜこのような状況なのか、原因を理解できていますか？

あなたは、これらの問題を解決するために講座を受講したり、専門家やコンサルタントに学んだりしたはずです。

- ・SEOで集客する方法を学ぶ
- ・Facebook、InstagramなどSNSで集客する方法を学ぶ
- ・ブログで集客する方法を学ぶ
- ・WEB広告の運用方法を学ぶ
- ・広告代理店に依頼して、アクセスを集めてもらう
- ・ホームページ制作会社に販売用のページを作ってもら
- ・地域紙に広告を出す
- ・チラシを作り、ポスティングをする
- ・業界のポータルサイトに登録して、案件を獲得する
- ・一括見積サイトに登録して、案件を獲得する
- ・営業代行会社に案件獲得を依頼する

など、
集客や販売につながることを一生懸命試したはずです。

それでも、思うような成果がでないのではないですか？

このまま問題を解決できないと、
会社はどんどん衰退していきます。

こんなことを続けると、優秀な社員がどんどん離れていきます。

仕組化されていない会社は、収益性が悪いし、「とにかく頑張れ！」みたいな精神論が多いので社員はついてきません。

社員を採用しても、精神的にも金銭的にも満足できないので定着しません。

また、収益性が悪い会社は優秀な人材はもちろん、普通の人材もなかなか来てくれません。

頑張っても売上や利益が思うように上がらない会社や
WEBやSNS、クラウドなどの時代の変化についていけない会社は、どんどん衰退していきます。

収益性が悪く、先行投資できない会社は、どんどんライバルに負けていき、時代に残り残され、
会社は生き残っていきません。

手遅れになる前に、今すぐ行動してください！

いいかげん、気がついて！

「経営を安定させるためには、集客や販売の強化が必要だ！」
と考える気持ちはよくわかります。

しかし、小手先のテクニックをいくら追求しても、その先に会社の安定はありません。

- ・毎日、頑張って記事を書いて HP に載せたり、SNS に投稿したり、「いいね！」したりしても集客につながりません。
- ・いくら広告の出稿方法を学んでも、赤字を垂れ流すだけです。
- ・ホームページ制作会社に制作を依頼しても、
広告代行会社に広告運用を依頼しても、安定した経営はできません。
- ・様々なポータルサイトに登録しても、一括見積サイトに登録しても、
儲かるのはサイト運営会社と消費者だけです。
→あなたは、めちゃくちゃな割引を要求され、期待していたリピートも増えず、
利益が出ないが忙しい状態になるだけです。

いいかげん、「このままではいけない！」
と認識しているのではないですか？

「そんな、大げさだよ！」
と思いたい気持ちはよくわかります。

しかし、時代の変化は待ってくれません。
消費者の意識の変化も待ってくれません。
社員の意識の変化も待ってくれません。

あなたの、目の前には大きな危機が迫っています。
しっかり認識してください。

あなたが問題を解決できない理由とは？

あなたが、今の問題を抱えてしまう理由、
頑張っても問題が解決できない理由は、

マーケティングを理解して、「自然と売れる仕組み」を構築していないからです。

日本ではマーケティングというと、「リサーチ」「販売」「営業」「データ分析」「広告宣伝」

などのように、人によって様々なとらえ方をします。

しかし、**マーケティングを、一言でいってしまえば「自然と売れる仕組みを作ること」**です。

マーケティングの世界的権威であるピーター・ドラッカー氏は、
「マーケティングの目的とは、顧客を理解し、製品とサービスを顧客に合わせ、
おのずから売れるようにすることである。」
と述べています。

同じく、マーケティングの世界的権威であるフィリップ・コトラー氏は、
「マーケティングは販売に注力するのではなく、むしろ販売が不要なほど
魅力的な製品の開発に注力すべきだ」
と述べています。

2人とも、マーケティングは「販売を不要にすること」
と言っています。

つまり、
**お客さんに「買ってください！」とプッシュしなくても、
お客さんの方から「売ってください！」と言われる状態をつくることです。**

マーケティング？ 販売を不要にする？

これを実現するためには、

1. 誰に
2. どのような価値を
3. どのようにして提供するか

を考えていくことが重要で、

そのために、コンセプト構築、商品開発から販売戦略の策定、広告宣伝に効果検証までの一連のプロセスを、一貫して計画して実行・管理することが必要です。

これが「マーケティング＝売れる仕組みを作ること」
です。

経営が上手くいかないほとんどの会社は、
「マーケティング＝売れる仕組みを作ること」をせずに、
枝葉である一部分だけを改善し、結果を出そうとしています。

- ・集客できないので、集客を勉強する。
- ・売れないので、セールストークを勉強する。
- ・集客できないので、良い集客方法があると聞けば、それに飛びつく。

このように、一部分だけを改善すればどうにかなると思え、
全体の売れる仕組みを作ることをしてないので、いつまでたっても安定した経営ができないのです。

経営は甘くありません。

運や勘に頼る経営は長続きしません。

しっかり考え、売れる仕組みを構築していく以外、生き残る道はありません。

「あなたはとうですか？」

「売れる仕組みを持っていますか？」

偉そうなことを言っていますが、
私も、さんざん小手先のテクニックを学びました。

〇〇の集客方法が良いと聞けば、高いお金を払って学ぶ、
また別の集客方法が良いと聞けば、また高いお金を払って学ぶ
ということを繰り返しました。

SEO 集客法

ブログ集客法

アメブロ集客法

Facebook 集客法

Instagram 集客法

リスティング広告

Facebook 広告

色々と学びました。

小手先のテクニック系だけでも 1000 万円以上は投資して学びましたが、
これらを学んでも、一向に安定した経営はできませんでした。

これらの投資がムダになったとは言いませんが、
最短で成果を出すために、最適な投資とは言えません。

私は、途中から、マーケティングの重要性に気が付き、
真剣に学び続けています。

そこから業績は急上昇しています。

とにかく全体像が大事！

あなたは、

- ・問題を解決できそうな講座を見つけて学んだり
- ・コンサルタントに学んだり

色々と試したと思います。

しかし、**全体像を見ずに、集客だけ、コピーライティングだけ、クロージングだけなどと一部分だけを学んでも成果は出るようになりません。**

- ・人間の心理(人はどういう時にモノを買うのか？どういう時に反応するのか)
→心理学、行動心理学
- ・相手が行動してくれる伝え方
→コピーライティング
- ・見込み客集めから販売までの流れ、売れる仕組みの構築方法
→リストマーケティング
- ・一度購入してくれたお客さんに2度、3度と何回も購入してもらう仕組み
→リストマーケティング・コピーライティング

など、多岐にわたるノウハウを身につける必要があります。

全体が連動しています。

一部分だけ身につければ成果がでるような簡単なものではありません。

もう少し詳しく説明します。

「人にモノを売る」ということをちょっと考えてみてください。

「人はどのような時にモノを欲しいと思うのか？」

「どのような時に行動するのか？」

「どのような時にお金を払うのか？」

「どのような人からモノを買いたいと思うのか？」

「何をされたら嫌なのか？」

など、「人にモノを売る」と考えた場合、これらの答えを知らないと効率的に売ることはできません。

先ほど話した通り、運や勘に頼ったやり方ではうまくいきません。

これらの答えを知る一つが「心理学」とか「行動心理学」です。

この例えがわかりにくかったら「猫にモノを売る(あげる)」ことを考えてください。

「猫がどんな行動をした時に餌を欲しいと思っているか？」

「猫がどんな行動をすると、どんなことをしてほしいサインなのか？」

このようなことを知らないと、上手に育てていくことができません。

人も同じです。

ちゃんと知らないと、上手に付き合っていくことはできません。モノを売ることもできません。

では、人間の心理がある程度わかったと仮定します。

次に、「どうすれば相手にうまく伝えることができるでしょうか？」

相手に欲しいと思わせる文章の書き方、伝え方を身につけるのが、
コピーライティングです。

心理学で人の心理を学んだ、コピーライティングで人への伝え方も学んだ、
最後に、どのように人に伝え、行動してもらうかの仕組みを作ります。

これを学べるのが、マーケティングです。

特に効果的なのが「リستمーケティング」というやり方です。

このように「人にモノを売る」ためには、多岐にわたるスキル、ノウハウが必要です。

全体をレベルアップして、売れる仕組みを作らないと問題は解決しません。

売れる仕組みとは！

売れる仕組みとはこういう感じのものです。

◆ マーケティングを突き詰めると



広告費を24万円使うと、240人の見込み客リスト(メルマガやLINE)を獲得できます。

見込み客とコミュニケーションを取りながら、信頼関係を構築し、「商品が欲しい！」と思ってもらい、個別相談に見込み客の5%にあたる12人を誘導します。

個別相談を行い、6人が成約してくれます。

すると、50万円×6で300万円の利益を獲得します。
広告費を差し引くと、 $300 - 24 = 276$ 万円の利益です。

広告費に24万円投資すると、276万円の利益が得られます。
投資したお金が11.5倍になります。

さらに驚くことに、
集客、教育、相談のアポ取得などの作業は、自動化しています。
システムが自動的に、お客さんを目の前に連れてきてくれます。

ですので、実際の作業は、個別相談の時にお客さんと話すだけです。

これが、売れる仕組みです。

あなたにはコレが必要です！

あなたには、「広告を使えば使うほど、利益が増える仕組み」が必要です。

今すぐ、「広告を使えば使うほど、利益が増える仕組み」を構築すべきです。

私が作っている仕組みはこんな感じです。

◆ マーケティングを突き詰めると



このように「広告を使えば使うほど、利益が増える仕組み」を構築すれば、

- ①投資した広告費の5倍以上の利益を獲得できる
- ②信頼関係が構築できた、大量の見込み客リストが資産として蓄積していく
→広告費ゼロで、何度も何度も商品を売ることができる。
- ③少ない労働時間で、高収益を上げることができる
- ④販売に重要な部分はシステムが行うので、素人や営業が苦手な社員でも売れる
→見込み客獲得～個別相談の日程決めまで、システムが自動的にやってくれる。
個別相談で、お客様の質問に答えるだけで成約する

などのメリットがあります。

そして、このような売れる仕組みを持った会社になれば、
短時間労働で高収益、高成長を実現できるので、

優秀な人材がどんどんやってきます。

つまり、「広告を使えば使うほど、利益が増える仕組み」は、優秀な人材がどんどんやってくる「短時間労働で高収益、高成長を実現する仕組み」なのです。

あなたには、これが必要です。

なぜ、このノウハウが問題を解決できるのか？

では、なぜ、「広告を使えば使うほど、利益が増える仕組み」を構築すれば問題を解決できるのか？について説明します。

多くの企業は、

- ・収益が上がらない
- ・会社が成長しない
- ・成果に繋がらない長時間労働

この3つの大きな問題を抱えています。

この仕組みは、これら3つの問題を改善する特徴を持っています。

- ・収益が上がらない→ ①高収益の実現
- ・会社が成長しない→ ②高成長の実現
- ・成果に繋がらない長時間労働→ ③短時間労働の実現

では、それぞれの特徴を見ていきましょう。

①高収益の実現

この方法では、見込み客を1人1000～2000円で集めて、見込み客の5%を個別相談に誘導して、そのうち20～80%を成約させる仕組みを作っています。

上記の図を参考にすると、

広告費24万円で、見込み客リストを240人分集めます。

メールやLINEなどで動画や文章を送り、信頼関係の構築と、買いたいと思わせる教育を行い、240人の5%の12人を個別相談に誘導します。

個別相談で、あなた自身がクロージングをして、商品単価などにもよりますが、5人のうち1～4人を成約します。

図は50万円の商品なので、成約率50%で6人が成約し、300万円の利益を獲得します。

広告費の24万円を差し引き、276万円の利益獲得です。

広告に24万円を使い、276万円の利益を獲得したということは、使ったお金を11.5倍にしました。

つまり、投資した金額の11倍以上の利益を獲得できる仕組みです。

実際に、私や私の87社以上のクライアントの実績では、5～400倍以上を実現しています。

5倍で考えても、

20万円投資→100万円の利益獲得
50万円投資→250万円の利益獲得
100万円投資→500万円の利益獲得
200万円投資→1000万円の利益獲得

・・・

という風に、高収益を得ることができます。

また、時間的なメリットもあります。
広告を使えば、はやければ数時間後に「個別相談」を獲得でき、
個別相談をすぐに行えれば、その日中に「契約」が獲得できます。

詳細は「③短時間労働の実現」でお話ししますが、個別相談を獲得して、
日程の調整まではすべてシステムが行ってくれるので、一切作業がいりません。

あなたは商品に興味があるお客さんが来るのを待っているだけです。

②高成長の実現

この方法では、御社のビジネスに興味があり、
御社と信頼関係を構築している見込み客を作り続けます。

初回の商品が売れる確率は、100人中1～5人程度ですが、
購入しなかった95～99人とも信頼関係は構築できています。

信頼関係が構築できている見込み客ですから、
まったくのゼロの状態から集客した見込み客とは比べ物にならないぐらい

売れる状態になっています。

様々な商品を作り、色々な角度からアプローチすれば、
広告費を使わずにメール1通送るだけで、売れていくのです。

しかも、時間が経過すればするほど、見込み客の人数は増えていきます。

信頼関係が構築できている見込み客が増えれば増えるほど、
売れる件数が多くなります。

10人より100人、
100人より1,000人、
1,000人より10,000人、
・・・

というように、見込み客が多ければ多いほど、
たくさん売れます。

つまり、時間が経てば経つほど、売上が大きくなるのです。

これほど安定して長期的に成長し続ける仕組みは他にはありません。

③短時間労働の実現

モノを売る3ステップ(集客→教育→販売)の大部分をシステム化しているので、
ほとんど作業不要で成果がでます。

【集客のステップ】

通常のやり方では、一番時間がかかる部分ですが、
この仕組みでは、見込み客獲得作業はすべて自動化しています。

(具体的な方法)

見込み客が興味を示すプレゼントを渡すページを作ります。
そして、そのページにWEB広告を使いアクセスを集めます。

そうすると、100人中30人以上はメールアドレスやLINEを登録してくれます。

【教育のステップ】

成果に直結するとても重要な部分ですが、
顧客と信頼関係を構築して、買いたい気持ちにさせる教育作業もほぼすべて自動化しています。

(具体的な方法)

メールや LINE を活用して、動画やテキスト(文章)を送り、信頼関係の構築と、商品を欲しいと思わせる教育を行います。

シナリオを事前にメールや LINE のシステムに登録しておく、自動的に順序良く送信してくれます。

一度設定すれば、作業不要です。

【販売のステップ】

このステップでは、アポを取得して目の前までお客さんを連れてくるだけですが、アポ取得や日程調整、事前アンケート取得などの作業も自動化しています。

(具体的な方法)

教育の時に送ったメールや LINE で、個別相談を希望する人を集めます。
日程調整もシステムが行ってくれるので、あなたは事前に個別相談が可能な日程を登録しておくだけです。

個別相談当日は、ZOOM などの WEB 会議ツールや対面で、お客さんと話すだけです。

商品単価が 20 万円以下の場合は、販売用のページで直接販売して一切時間を使わずに、売上を得ることができます。

通常、20 万円以上の商品を扱うので、「相談」という、会って話すステップをいれています。

個別相談と書きましたが、1 対多の相談や説明会も可能です。
私は、1 対多の説明会を行っています。

私は ZOOM を使っているので、一人一人としっかり話せる 5 人ぐらいまでを上限としています。
システム的には、100 人でもいけます。

先ほどの図では、12 人の人と個別相談をするので、
1 対 1 で行い、1 人 1 時間だとすると、12 時間の労働時間です。

1 対 3 ぐらいで行うと、4 時間の労働時間になります。

このように、大部分を自動化して、最少の時間で利益を得ることができます。

短時間労働で高収益、高成長を実現できる 仕組みを使うようになります！

この方法を学べば、
優秀な人材がどんどんやってくる高収益・高成長・短時間労働を実現する会社に
激変させることができます。

- ・成果を出せない営業マンも、「構築した仕組み」が自動的に買う気満々の見込み客を目の前に
つれてくるので、簡単に成果を出せるようになります。
- ・紹介獲得や下請けをしなくても、自社でどんどん新規顧客を集めて、次々に売れていきます。
十分な利益を得ることができます。
- ・商品価値を再構築するので、価格競争とは無縁になり。お客さんの方から「売ってください」と
言われるようになります。
- ・既存事業も新規事業も、興味ある見込み客を大量に集めることができるようになるので、
事業は大きく成長します。
- ・あなたの会社に、優秀な人材がドンドンやってきて、既存事業の底上げ、新規事業の推進、
デジタル化・DX化をどんどん進めて、効率よく安定した経営が可能になります。

このようなことが実現できるのです。

あなたが抱えている悩みは、
この方法を身につければ、すぐ解決できます。

【注意】SEOやSNSの無料の集客方法はダメ！

一つ注意点があります。

「広告を使わずに、SEO や SNS などの無料の方法で見込み客を集めたい」
と思う方もいるはずです。

しかし、絶対にやめてください。
とにかく最初は、広告を使って見込み客を集めてください。

毎月300人、500人、1000人・・・
と安定してたくさん見込み客を集め続けるためには、
広告を活用する必要があります。

SEO や SNS など無料の方法では、無理です。

1年間毎日記事を書き続けたとして、毎月300人以上の見込み客を集められる人は、100人中1人もいません。0.3人とか0.5人です。

99人以上は、ほとんど見込み客を集めることができません。

1年間頑張って、100人中1人です。
広告を使えば、1分後に見込み客を集めることができます。

SEOやSNSで集客する作業をするぐらいなら、他にやるべきことはたくさんあります。

成功したいなら、まず初めに有料の広告を使います。
広告で成果が出るようになったら、その時、SEOやSNS、YouTubeなど
無料の集客方法を始めるとよいです。

【補足】やってはいけない集客方法

絶対にやってはいけない3つの集客方法

あなたは「集客」と聞くと、下記のどれをイメージしますか？

- (a) 顧客の獲得(来店数、販売数など)
- (b) 買いたい人と思っている人を集める
- (c) 買う可能性がある人のリスト(メールアドレス、LINEなどの連絡先)を集める

私は最初のころは、集客と聞くと (a) をイメージしていました。
店舗にきてモノを買ってくれる人を集めることとっていました。

今は、集客と言えば (c) を考えます。

なぜかという、心理学やマーケティングを学んでいくと、
(a) や (b) は無理というか、非常に効率が悪いということがわかります。

そもそも、**人は信頼できない会社や人からはモノを買いません**。どんなに安くてよいものでも。

では、ゼロからスタートした人、信頼の無い人はどうすればいいかというと、
信頼がなくても、役に立ちそうな情報を得るために、連絡先ぐらいいは教えてくれます。

つまり、「(c) の見込み客のリスト」は集まります。

↓

リストを獲得して、情報提供したり、コミュニケーションをとり関係性を構築します。

↓

関係性が構築できたら、売るための情報を提供していきます。

↓

ここまで来ると、有料の商品やサービスが売れる状況になります。

このように、人間の心理に基づき、一步步階段を上っていく仕組みを作る。
これが売れる仕組みの一部です。

一方、ダメな例として、
絶対にやってはいけない3つの集客方法を紹介します。

【やってはいけない集客方法①】

広告などでアクセスを集め、いきなり HP で売る

これは売れません。

広告で集めたアクセスでは信頼を得られません。
ですので、広告から直接 HP に誘導して売することは難しいです。

人は信頼していない人からモノを買いません。運よく売れることもあるでしょうが、効率が悪すぎます。

【やってはいけない集客方法②】

検索エンジン経由 (SEO) でアクセスを集めて HP で売る

SEO でアクセスを集めることは、世界的大企業である Google に認められているページ(会社)ということですので、少しは信頼が得られます。

しかし、とにかくアクセスを集めることが難しいです。半年間、朝から晩まで記事を書き続けてもほとんどアクセスを集められないのが普通です。

運よく、アクセスが集まってきても、Google は頻繁に上位表示のロジックを変更します。
昨日までアクセスを得られていたのが、今日は0になることも普通にあります。

このやり方は、100人チャレンジしたら、99人は上手くいかないやり方です。
こんな確率の悪いやり方には手を出さないのが身のためです。

【やってはいけない集客方法③】

Facebook、Instagram など SNS で集客する

SNS での集客は、検索エンジン(SEO)よりは若干簡単なイメージもありますが、「いいね！」したり、投稿をしたりを繰り返す必要があります。

やりすぎるとペナルティをくらい、最悪アカウント停止になります。
アカウント停止になると、今まで蓄積した読者、記事、画像、動画などすべてがなくなります。

これは、Facebook、Instagram、YouTube、Twitter 問わず、どの SNS サービスでも同じです。
開発会社の考え一つでペナルティの条件はどんどん変わります。

SNS を使った無料の集客方法も、頑張っても頑張っても成果が出にくい方法です。

「広告を使えば使うほど 利益が増えていく仕組み」構築で 絶対に外してはいけない2つのポイント

この2つをやらないと大赤字になる！

「広告を使えば使うほど、利益が増えていく仕組み」を実現するためには2つ重要なことがあります。

- ①「売れる商品」かつ「多くの利益を得られる商品」を作る
- ②人間の心理に基づいた高性能なマーケティングの仕組みを作る

の2つです。

①「売れる商品」かつ「多くの利益を得られる商品」を作る

「売れる商品」とは、お客さんが他社の商品ではなく、あなたの商品が欲しいと思う商品のことです。更に、少々高くても買いたいと思う商品です。

「多くの利益を得られる商品」とは、商品を販売すると20万円以上の粗利を得られる商品です。

1回の利益でなくても、リピート購入などによる継続的な利益でもよいです。

「広告をかければかけるほど、利益が増えていく仕組み」を構築する上で、「売れる商品」かつ「多くの利益を得られる商品」を作ることが非常に重要です。

なぜなら、いくら素晴らしい仕組みを作ったとしても、広告を使って見込み客を集めるので、必ず一定の費用は掛かるからです。

「見込み客獲得→相談実施→成約」の流れですすみ、相談に誘導できる割合は5%なので、見込み客20人で1人です。

見込み客獲得は1人1000～2000円程度なので、相談したら100%成約できる場合でも、

相談を1件獲得するのに、20人×1000円＝2万円はかかります。

相談時の成約率が50%なら、その2倍の4万円かかります。

ですので、契約獲得時に、一定の費用以上の利益が獲得できないと赤字になります。

また、「売れる商品」を作らないと、売れるための情報が足りていないので、どんな仕組みを構築しようと売れません。

「売れる商品」かつ「多くの利益を得られる商品」を作るために、徹底的にリサーチして、商品の価値を見直し、変換、創造する必要があります。

簡単に「売れる商品」を作るコツとは？

売れる商品をつくるという話をすると、
「私には「売れる商品」を作る自信がない・・・」
「私にもできるのでしょうか？」

と不安に思う人もいます。

しかし、安心してください。

「売れる商品」かつ「多くの利益を得られる商品」を簡単に作るコツがあります。
商品の価値を作ることも簡単です。

私は、倒産寸前の会社の商品単価を3万円→1500万円へと500倍にしたことがあります。
500倍にしても、「私に売ってください！」というお客さんがたくさん集まりました。

多くの方はコツを知らないだけなので、コツさえ身につければ簡単に実現できます。
ですので、ご安心ください。

コツについては、説明会などで詳しくお話しします。

100人中99人が失敗する理由とは？

②人間の心理に基づいた高性能なマーケティングの仕組みを作る

◆ マーケティングを突き詰めると



マーケティングの仕組みとは、

- ・商品に興味のある見込み客を集めて
↓
- ・コミュニケーションを取りながら、信頼関係を構築して、商品を買いたいと思ってもらうように教育し、
↓
- ・個別相談に誘導して、個別相談で対話する中で成約する

ということです。

つまり、マーケティングの仕組みとは、お客さんに信頼してもらい、この人なら私の悩みを解決してもらえると実感してもらい、
お客さんの方から「売ってください！」と言ってもらうことです。

高性能とは、

- ・見込み客1リスト獲得1000～2000円

- ・個別相談への誘導率：５％以上
- ・クロージング率：２０～８０％(商品単価などにより変動)

のような結果が出る仕組みのことです。

高性能なマーケティングの仕組みを構築するためには、
「人間の心理」を徹底的に理解することが重要です。

はっきり言って、性能の悪いマーケティングの仕組みをつくるのは簡単です。

- ・リスト獲得ページ
- ・ステップメール
- ・販売用のランディングページ

これを作れば、形だけは作れます。

しかし、安易にこれを作ったとしても、「広告をかければかけるほど、利益が増えていく仕組み」には絶対になりません。

赤字を垂れ流す仕組みができるだけです。

そんなに簡単に構築できれば、私は苦勞せず成功できました。
現実には、そんなに甘いものではありません。

マーケティングの仕組みを勉強し、広告を活用して集客し、ステップメールなどを使い教育し、販売用のページで販売するというを行っていたことがある方も、結構いると思います。

しかし、１００人中９９人は、上手くいかずに失敗したはずで。

素人の方が、見よう見まねで「広告をかければかけるほど、利益が増えていく仕組み」を構築することはかなり難しいです。

実際に私も、マーケティングの専門家を８人以上変えながら、何十回もゼロから仕組みを構築しました。
しかし、一度として、安定して利益を獲得し続けることはできませんでした。

短期的に利益があがることはありますが、長期的に安定して利益が出続ける仕組み構築は難しかったです。

私はあきらめずに、専門家を探しては、学び実践することを繰り返しました。
テストの回数は多い時では年間２００回以上行いました。

徹底的に試行錯誤し、テストを繰り返した結果、

「Web 広告をかければかけるほど、広告費の５倍の利益を生み出す仕組み」

が完成しました。

素人でも簡単に成果が出せる理由とは？

成果が出るようになってわかったことなのですが、
「広告をかければかけるほど、利益が増えていく仕組み」を簡単に構築するコツがあります。

そのコツさえしっかり理解して行えば、誰でも成果が出る仕組みを構築できます。

その証拠に、
私だけでなく、やり方を教えたクライアント87社以上が、
費用対効果5倍以上の利益獲得を実現しています。

初心者や70歳を超える高齢者でも、成果を出せています。

費用対効果の最高は、今のところ400倍です。
広告費10万円で4000万円以上の利益を獲得しています。

とはいえ、先ほど話した通り、
「広告をかければかけるほど、利益が増えていく仕組み」で成果を出すことは難しいことです。

ポイントを外すと、100人中99人は、上手くいかずに失敗します。

- ①「売れる商品」かつ「多くの利益を得られる商品」を作る
- ②人間の心理に基づいた高性能なマーケティングの仕組みを作る

の2つのポイントを外すと、大赤字になりますので、注意してください。

他に有効な販売方法はないのか？

販売方法14個を徹底比較

一般的な販売方法13個と、私の方法「Web 広告を使えば使うほど、広告費の5倍の利益を生み出す仕組み」を比較しました。

一般的な販売方法13個を比較

まずは、一般的な販売方法13個を、大きく4つに分類し、それぞれの方法のメリットとデメリットを話します。

(1) 自分でやる×無料集客

- a : 検索エンジン(SEO)×ホームページで販売する
- b : Facebook や Instagram で販売する
- c : チラシをポスティングする
- d : テレアポ営業をして、販売する
- e : 飛び込み営業をして、販売する

(2) 自分でやる×有料集客

- a : WEB 広告を自分で運用し、アクセスを自社ホームページに誘導し、販売する
- b : 地域紙などに広告を出し、販売する

(3) 専門家に依頼する

- a : WEB 広告の代理店に広告運用を任せる→ホームページで販売する
- b : 経営コンサルタントに依頼する→売上を上げる

(4) 販売代行会社に依頼する

- a : 顧客を持っているインフルエンサーやアフィリエイターに集客を依頼する
- b : 一括見積サイトやポータルサイトに掲載し、集客代行を依頼する
- c : 営業代行会社に営業を依頼する
- d : 関連会社から案件を紹介してもらう

それぞれの方法についてメリットとデメリットを紹介します。

1. 「自分でやる×無料集客」の①

- a : 検索エンジン(SEO)×ホームページで販売する

b : Facebook や Instagram で販売する

SEO や SNS など無料の方法でアクセスを集めて、ホームページで販売するメリットは、

広告費を使わずに、アクセスを集めることができることです。

一方、
デメリットは、

半年、1年と長い期間、膨大な量の作業が必要です。

朝から晩まで記事を書く、SNS に投稿する、「いいね」する。これだけ多くの作業をしても、わずかなアクセスしか集められないことがほとんどです。

そして、やっとアクセスが集まるようになったと思ったら、
ルール変更がありアクセスが集まらなくなる・・・

ということも日常茶飯事です。

とくに SEO のルール変更で顕著なのが、ちょっとしたルール変更ならよいのですが、
今までの常識を覆すようなルール変更もあります。

今まで、何年も積み上げてきた作業が無(ゼロ)になるような、ルール変更です。

「今までやってきた時間と労力を返せ！！！」
と叫びたくなります。

非常に残酷な世界です。

無料でアクセスを集められるので非常に魅力的に見えますが、この罠にはまると、成功への道が大きく遠のきます。

私はこの罠にはまり、成功が何年も遅くなりました。(苦笑)

2. 「自分でやる×無料集客」の②

c : チラシをポスティングする

自分でチラシを作り、ポスティングする
メリットは、安価でお客さんに情報を届けることができることです。

店舗経営している場合は、小さい商圈にピンポイントで情報を提供できます。
また、ネットを活用していない人にも情報を届けることができます。

一方、

デメリットは、今ではチラシはすぐにゴミ箱行きです。
マンションのポスト近くには、大きなごみ箱も用意されています。その中は同じチラシの山です。

また、チラシの印刷にもコストがかかり、配布にもコストがかかります。自分でポスティングすること
もできますが、限られた時間でポスティングするので1日に500～1000枚ぐらいが良いところで
す。情報を届けることができる人数が少ないです。

また、チラシは年々反応が取りにくくなっています。
何十年前も前は、1000枚に3件の反応があると言われていましたが、今では、5000枚に1件、
1万枚に1件の反応もザラです。

反応が取れるチラシを作るためには、コピーライティングの高いスキルが必要です。

3. 「自分でやる×無料集客」の③

- d : テレアポ営業をして、販売する
- e : 飛び込み営業をして、販売する

ネットがない時代の新規獲得と言えば、飛び込み、テレアポ営業です。

メリットは、
顧客リストを持っていなくても、電話帳、ホットペッパーなどの媒体があれば営業できることです。
直接お客さんにアプローチすることができ、反応を知ることができます。

一方、
デメリットは、お客さんに非常に嫌がられます。営業マンは害虫扱いされます。
飛び込み営業もテレアポも非常に効率が悪く、1日に200件電話するのも大変です。
飛び込み営業でも1日に100件飛び込むことも大変です。

精神的にも肉体的にも非常に負荷がかかります。

また決定的なのは、
今はネットで簡単に情報が手に入るので、営業マンの有用性はほとんどないことです。
営業マンに情報を聞かなくても、ネットを調べれば膨大な情報が手に入ります。

みんな忙しいので、営業マンの相手をする時間がありません。
売り込むだけで役に立たない営業マンに時間をとってくれることはほとんどありません。

4. 「自分でやる×有料集客」の①

- a : WEB 広告を自分で運用し、アクセスを自社ホームページに誘導し、販売する

WEB 広告の運用を自分で行う

メリットは、
専門家に代行手数料を払わずに、アクセスを集められることです。

以前より広告出稿作業も簡単になったので、素人でもちょっと勉強すれば広告運用できます。

一方、
デメリットは、

専門家に依頼する場合と比べると、1アクセス集める単価は高くなるので、広告費は上がります。

また、アクセスを集めたとしても、お客さんを教育し、信頼関係を構築したうえで販売ページに誘導しないと売れません。

広告費がかかるにもかかわらず、契約が取れず利益が出ないので、やればやるほど赤字になります。

5. 「自分でやる×有料集客」の②

b : 地域紙などに広告を出し、販売する

地域紙などの広告を出すメリットは、
ネットを見ない層に情報を届けられることです。

また、地域紙の読者があなたのターゲットに近い場合は、反応が取りやすいです。

一方、
デメリットは、

10年ぐらい前までは、地域紙の広告でも良い反応を獲得している会社が多かったのですが、最近は紙媒体の広告の反応は極端に悪くなっています。

紙媒体の廃刊が続いていることからわかる通り、現在は紙媒体はなかなか読まれません。

広告を出しても、反応が取れないので赤字になる可能性が高いです。

6. 「専門家に依頼する」の①

a : WEB 広告の代理店に広告運用を任せる→ホームページで販売する

WEB 広告の運用を専門家に任せるメリットは、

自分で広告の運用方法を学ばなくてもよい点です。広告の運用方法も結構な頻度で変わるので、専門家に任せれば簡単にアクセスを集めることができます。

一方、
デメリットは、

当然ですが、アクセスを集めるには広告費が必要になります。また、専門家に依頼すると代行手数料が、

最低でも月5万円～10万円かかります。広告費が増えてくると成果報酬で広告費の20%ぐらいが手数料となります。

月100万円の運用で月20万円の手数料、
月200万円の運用で月40万円の手数料という感じです。

また、広告会社の作業量は広告費が少なくても多くてもたいして変わりません。
だから毎月高額な広告費を使う会社の方が重宝されます。

月30万円以下の広告費だと、新入社員などレベルの低いスタッフが運用することも多いです。

別のところでも話した通り、アクセスを集める部分だけを強化しても、他の部分ができなければ、安定した利益を得ることができません。

ですので、広告費、代行手数料をかけてアクセスを集めても、売れず赤字になる可能性が高いです。

7. 「専門家に依頼する」の②

b: 経営コンサルタントに依頼する→売上を上げる

経営コンサルタントなどに依頼する
メリットは、
マンツーマンでしっかり教えてもらえることです。わからないことをすぐに相談できることです。

非常に優れた経営コンサルタントに出会えば、成果が出る確率が高いです。

一方、
デメリットは、
非常に優れた経営コンサルタントに出会える確率が非常に低いことです。

運よく出会えたとしても、報酬は超高額です。

私は、経営コンサルタントに依頼したことがある経営者から何回も相談を受けましたが、
「よかった！」という言葉聞いたことがありません。

経営者はみな口をそろえてこう言っています。

「お金ばかりかかり、能書きばかり垂れて実践的ではない。」
「机上の空論、他人の受け売りばかり。自分で集客し販売した経験が皆無。」

非常に残念なことです、
ネットで調べたり、紹介などでコンサルタントを見つけても、
まったく成果が出ないことが多いようです。

もちろん、優秀なコンサルタントもありますが、優秀なコンサルタントと出会える確率は非常に低いです。

8. 「販売代行会社に依頼する」の①

a：顧客を持っているインフルエンサーやアフィリエイトに集客を依頼する

顧客を持っているインフルエンサーやアフィリエイトに集客を依頼する

メリットは、
成果報酬で依頼できることも多いので、広告のように成果がでるかわからないのに費用を払うことがないことです。

また、自分のターゲットに近い顧客を持っているインフルエンサー、アフィリエイトに依頼できれば反応がよいです。

一方、
デメリットは、
報酬が高く、売れそうと思われる商品でないと扱ってもらえません。

私は以前、成果報酬で他社の商品売るアフィリエイトとして活動したことがありますが、扱う商品は報酬額が高いもの、売れそうなものだけに絞っていました。

商品が100個あったら、扱う商品は1個あるかないかぐらいです。

また、アフィリエイトなどに成果報酬で顧客リストを集めてもらっても、質が悪い場合が多いです。質が悪いとは、その顧客リストに連絡してもほとんど売れないということです。

私の知人の話ですが、
顧客リストの獲得のため、アフィリエイトに500万円支払ったが、そのリスト経由で売上は0円で大赤字になったそうです。

他社からリストを買うことは「二度とやらない！」と言っていました。

その知人以外にも、同様の話を何人もから聞いています。

9.「販売代行会社に依頼する」の②

b：一括見積サイトやポータルサイトに掲載し、集客代行を依頼する

一括見積サイトやポータルサイトに掲載し、集客する

メリットは、
掲載料を支払えば簡単に見込み客を獲得できることです。

一方、
デメリットは、
一括見積サイトの場合、5社とか複数の会社と競争する感じです。
見込み客は、金額だけを見て比較検討するので、値下げしないと契約が取れません。

価格競争になり、どんどん利益が取れなくなります。利益を出すために、作業の質を低下させたりするとクレームになり、負のループに陥ります。

ポータルサイトも、見込み客を集めるためにめちゃくちゃ割り引いたクーポン券などが必要になりますし、毎月の掲載料もかかります。

経営者は、一度来店してもらえれば、二度目からは適正価格でサービスを提供し利益を獲得していけばいいと考えますが、お客さんはほとんどリピートしてくれません。

なぜなら、ポータルサイトからお客さん宛に別のお店のクーポン情報が次々と届きます。お客さんはクーポンを活用して安い金額でサービスを受けたいと思うので、リピートせずに他店舗に行ってしまうのです。

どちらのサービスも、やってもやっても適正な利益が得られず、経営を圧迫していきます。

10. 「販売代行会社に依頼する」の③

c：営業代行会社に営業を依頼する

営業代行会社に営業を依頼するメリットは、アポ獲得や案件獲得を代行してくれることです。あなたが販売方法を確立できていなくても営業、販売を代行してくれます。

一方、デメリットは、「a：顧客を持っているインフルエンサーやアフィリエイトに集客を依頼する」と同じですが、報酬が高く、売れそうと思われる商品でないと扱ってもらえません。

完全成果報酬で販売してくれる会社はごくわずかで、多くの成果報酬は、固定費＋成果報酬です。売れないのに手数料だけかかる場合も多いです。

アポ取得を完全成果報酬でやってくれる会社は多いですが、アポを獲得してもらっても売れない場合がほとんどです。

私のクライアントの中には、営業代行会社にアポを200件獲得してもらったが、1件も売れなかったと言っている経営者がいます。

私も営業代行会社を試したことがあります。何十万円もの初期手数料を取られましたが、1件も売れませんでした。

商品を代わりに誰かが売ってくれるという考えは幻想です。

11. 「販売代行会社に依頼する」の④

d：関連会社から案件を紹介してもらう

関連会社から案件を紹介してもらうメリットは、非常に高い確率で契約が取れることです。お客さんが信頼している第三者から紹介をもらえると非常に

高い確率で成約できます。

一方、
デメリットは、
紹介してもらえる案件数が少ないことです。

そして毎月の紹介件数が安定しないことです。紹介が来るときもあれば来ない時もあります。

また、関連会社からの紹介がいつまで続くのかわかりません。
今まで来ていた紹介が、まったく来なくなることもよくある話です。

自社の集客にプラスしておまけで紹介があればいいのですが、紹介だけに頼った経営は非常に不安定です。

なぜ、私の方法は、他の方法に比べ、 圧倒的に優れているのか？

	短期的な成果	長期的な成果	通用する期間	資産蓄積	短時間労働	評価
(1) 自分でやる×無料集客						
a: 検索エンジン(SEO)×ホームページで販売	×	△	△	△	×	3
b: FacebookやInstagramで販売	△	△	△	△	×	4
c: チラシをポスティングして販売	△	×	△	×	×	2
d: テレアポ営業をして販売	×	×	△	×	×	1
e: 飛び込み営業をして販売	×	×	△	×	×	1
(2) 自分でやる×有料集客						
a: WEB広告を自分で運用し、HPで販売	△	×	○	×	△	4
b: 地域紙などに広告を出し販売	△	×	△	×	△	3
(3) 専門家に依頼する						
a: WEB広告の代理店に運用を任せ、HPで販売	△	×	○	×	△	4
b: 経営コンサルタントに依頼	△	△	△	△	△	5
(4) 販売代行会社に依頼する						
a: インフルエンサーやアフィリエイターに集客を依頼	△	×	○	×	△	4
b: 一括見積サイトやポータルサイトに掲載	△	×	○	×	△	4
c: 営業代行会社に営業を依頼	△	×	○	×	△	4
d: 関連会社から案件を紹介してもらう	○	×	△	×	○	5
広告をかければかけるほど、広告費の5倍の利益を生み出す仕組み	◎	◎	◎	◎	◎	15
		◎	○	△	×	
評価	3	2	1	0		

一般的な販売方法 13個＋私の方法の計 14個を、5つの視点で比較しました。

比較表では、私の方法「広告をかければかけるほど、広告費の5倍の利益を生み出す仕組み」が、全ての項目で◎で圧倒的に優れていることがわかんと思います。

「私の方法は他の方法に比べて何が優れているのか？」
その理由についてお話しします。

優秀な人材がどんどんやってくる高収益・高成長・短時間労働を実現する会社に
激変させるためには、

- ・資産の蓄積
- ・短期的な成果(利益)
- ・長期的な成果(利益)
- ・短時間労働

の4つが特に重要ですので、この4項目について詳しくお話しします。

ちなみに、私は他の13個の販売方法はすべて経験しています。
実際に真剣に取り組み、経験から基づいた評価です。

では、4つについて詳しく見ていきます。

1. 資産の蓄積

資産とは、
「信頼関係が構築できている見込み客リスト」
を指します。

ビジネスでは、これさえあれば、なんでもできると言えるほど、
重要なモノです。

私の方法は、とにかく「信頼関係が構築できている見込み客リスト」をいかに増やすかに
注力しています。
信頼関係が構築できたら、販売に移行します。

一度目の販売で上手くいなくても、見込み客とのコミュニケーションを取りながら、信頼関係を維持
していき、2度目、3度目と色々なニーズから商品の提案を行います。

この作業に終わりはありません。

私以外の方法では、資産の蓄積を行っていません。

Facebook や Instagram での販売は、ファンを囲い込んで情報提供するので、少しは効果があると思
いますが、
私の経験上、Facebook や Instagram で囲い込んでいたとしても、多くの場合、信頼関係は構築でき
ていません。

ですので、あまり売れません。

ビジネスで短期的にも長期的にも成果を出すためには、「**資産(=信頼関係を構築した見込み客リスト)
の蓄積**」が**全て**ともいえるのに、私以外の方法ではこれを行っていないので、選んではいけません。

言い方を変えると、

私以外の方法は、1つ目の商品を販売できるかどうかだけの勝負です。

例えば、10人に1人売れる商品だとすると、100人見込み客を集めると、10人に売れます。

これで終わりです。

別の商品を売る場合は、またゼロから見込み客を集める必要があります。

私の方法は、1つ目の商品が売れようが、売れまいが、何回でも売れる方法です。

10人に1人売れる商品を5個作ったとします。

100人見込み客を集めると、1つ目の商品で10個、2つ目の商品で10個、・・・5個目の商品で10個というように、

5個の商品を売れば、 $10 \times 5 = 50$ 個の商品が売れます。

商品は5個で終わりではなく、もっともっと作れば売れます。

また、同じ商品でも提案する時期が変われば、また売れます。

私の方法は、最初に100人見込み客を集めて、教育し信頼関係を構築すれば、2回目からは広告費を一切使わずに、何個の商品でも売ることができるやり方です。

「この方法で失敗すると思いますか？」

一度、「広告をかければかけるほど、広告費の5倍の利益を生み出す仕組み」を構築してしまえば、失敗することはまず考えられません。

これが、資産の蓄積さえあれば、長期的に非常に安定した経営が可能ということです。

それがない、私以外の方法は、新商品を作るたびに、見込み客を集めて→売るということを繰り返します。

これではうまくいくはずがありません。

ということで、ビジネスを行う上で、資産の蓄積を行わない、私以外の方法はダメです。

余談ですが、以前私が研究した億万長者の勝ち方がまさにこれでした。

【大成功している会社の法則】

信頼関係が構築できた見込み客に、何度も何度も売る

これらの理由から、

資産の構築を考えると、私の方法しか選択するものがありません。

2. 短期的な成果(利益)

短期的な成果(利益)とは、短期間でどれだけ利益を稼げるかということです。

利益額は「商品力×販売力」で決まります。

商品力とは、
「どれだけ売れる商品か？」

また、「どれだけ多くの利益を得られる商品か？」です。

販売力は、どれだけの確率で販売できるかです。

マーケティングの仕組みである、

- ・商品に興味のある見込み客を集めて
↓
- ・コミュニケーションを取りながら、信頼関係を構築して、商品を買いたいと思ってもらうように教育し、
↓
- ・個別相談に誘導して、個別相談で対話する中で成約する

という、見込み客獲得、教育、販売の3ステップをどれだけ強化して成果を出すかということです。

短期的な成果(利益)を考えたとき、
私の方法と他の13個の方法を比べると、

- ・商品力の強化
- ・販売力の強化(3ステップ)

の両方を行うのは、私の方法だけです。

私以外の方法は、

- ・商品力の強化
- を行いません。

・販売力の強化
は、3ステップ全て行うものではありません。
多くは、見込み客獲得だけを行います。

見込み客獲得だけ考えても、効率的には売れません。

これらの理由から、
短期的な成果(利益)を考えると、私の方法しか選択するものはありません。

3. 長期的な成果(利益)

長期的な成果(利益)とは、長期的に稼ぎ続けることができるかどうかです。

詳細は「1. 資産の蓄積」で書いた通り、これは、「資産の構築」があるかないか次第です。

資産(=信頼関係を構築した見込み客リスト)あれば、メールを1通送れば簡単に売れます。

どんどん関連商品を作って紹介すれば売れていきます。

これらの理由から、
長期的な成果(利益)を考えると、私の方法しか選択するものはありません。

4. 短時間労働

短時間労働とは、労働時間が短いかどうかです。

ここでは、販売にかかる労働時間について比較しています。

私の方法では、
モノを売る3ステップ(集客→教育→販売)の大部分をシステム化しているので、
ほとんど作業不要で成果がでます。

・集客

通常一番時間がかかる、見込み客獲得作業はすべて自動化しています。

(概要)

見込み客が興味を示すプレゼントを渡すページを作ります。
そして、そのページにWEB広告を使いアクセスを集めます。

そうすると、100人中30人以上はメールアドレスやLINEを登録してくれます。

・教育

成果に直結する、顧客と信頼関係を構築して、買いたい気持ちにさせる教育作業もほぼすべて自動化しています。

(概要)

メールやLINEを活用して、動画やテキスト(文章)を送り、信頼関係の構築と、商品を欲しいと思わせる教育を行います。

シナリオを事前にメールやLINEのシステムに登録しておくと、自動的に順序良く送信してくれます。

一度設定すれば、作業不要です。

・販売

アポを取得して目の前までお客さんを連れてくる作業は自動化しています。

(概要)

教育の時に送ったメールや LINE で、個別相談を希望する人を集めます。

日程調整もシステムが行ってくれるので、あなたは事前に個別相談が可能な日程を登録しておくだけです。

個別相談当日は、ZOOM などの WEB 会議ツールや対面で、お客さんと話すだけです。

商品単価が 20 万円以下の場合は、LP で直接販売して一切時間を使わずに、売上を得ることができます。

通常、20 万円以上の商品を扱うので、「相談」という、会って話すステップをいれています。

個別相談と書きましたが、1 対多の相談や説明会も可能です。

私は、1 対多の説明会を行っています。

私は ZOOM を使っているので、一人一人としっかり話せる 5 人ぐらいまでを上限としています。システム的には、100 人でもいけます。

お客さんとの相談を月に 12 回行う場合、

1 対 1 で行い、1 人 1 時間だとすると、12 時間の労働時間です。

1 対 3 ぐらいで行うと、4 時間の労働時間になります。

このように、私の方法は、工程の大部分を自動化しているので、最少の時間で利益を得ることができます。

他の方法では、「案件を紹介してもらう」ことは、非常に短時間で成果を出せます。

これら以外の方法は、かなりの労働時間を使わないと成果を出せません。

これらの理由から、

短時間労働を考えると、「私の方法」もしくは「関連会社から案件を紹介してもらう」の 2 つしか選択するものはありません。

(まとめ)

評価点数で順位付けすると、

1 位：15 点 「広告をかければかけるほど、広告費の 5 倍の利益を生み出す仕組み」

2 位：5 点 「経営コンサルタントに依頼」

3 位：5 点 「関連会社から案件を紹介してもらう」

です。

評価点数だけみると、
私の方法「広告をかければかけるほど、広告費の 5 倍の利益を生み出す仕組み」
が、圧倒的に No. 1 です。

「自分のやり方が上位に来るように作ったのではないの？」
と言われそうですが、

- ・短期的な成果(利益)
- ・長期的な成果(利益)
- ・通用する期間
- ・資産蓄積
- ・短時間労働

の 5 つの指標は、ビジネスで成果を出す上で必要不可欠なものです。

私は、14 個すべての方法を体験し、体験から得た事実を正直にまとめた結果です。

とはいえ、他の方法も否定しません。
失敗することが分かっている、経験することで学べることはたくさんあります。

私は、すべての方法を体験しました。そして失敗しました。(苦笑)
時間的余裕、経済的余裕がある方は、すべての方法をチャレンジしてみるべきです。
きっと大きく成長できます。

しかし、

「最短で成果を出したい！」
「今まで何度も失敗してきたので、今度こそは上手くいきたい！」
と強く思っている人は、

今すぐ私の「広告をかければかけるほど、広告費の 5 倍の利益を生み出す仕組み」を学び、
実践することをおすすめします。

私の方法に興味ある方は、レポート最後の特典で、説明会に無料で招待します。

		短期的な成果	長期的な成果	通用する期間	資産蓄積	短時間労働	評価
(1) 自分でやる×無料集客							
	a: 検索エンジン(SEO)×ホームページで販売	×	△	△	△	×	3
	b: FacebookやInstagramで販売	△	△	△	△	×	4
	c: チラシをポスティングして販売	△	×	△	×	×	2
	d: テレアポ営業をして販売	×	×	△	×	×	1
	e: 飛び込み営業をして販売	×	×	△	×	×	1
(2) 自分でやる×有料集客							
	a: WEB広告を自分で運用し、HPで販売	△	×	○	×	△	4
	b: 地域紙などに広告を出し販売	△	×	△	×	△	3
(3) 専門家に依頼する							
	a: WEB広告の代理店に運用を任せ、HPで販売	△	×	○	×	△	4
	b: 経営コンサルタントに依頼	△	△	△	△	△	5
(4) 販売代行会社に依頼する							
	a: インフルエンサーやアフィリエイターに集客を依頼	△	×	○	×	△	4
	b: 一括見積サイトやポータルサイトに掲載	△	×	○	×	△	4
	c: 営業代行会社に営業を依頼	△	×	○	×	△	4
	d: 関連会社から案件を紹介してもらう	○	×	△	×	○	5
広告をかければかけるほど、広告費の5倍の利益を生み出す仕組み		◎	◎	◎	◎	◎	15
		◎	○	△	×		
評価		3	2	1	0		

事例紹介

こんな境遇の人も成果を出しています！

成功事例を5つ紹介します。
あなたと同じような境遇の人がいるか探してみてください。

【事例①】リフォーム会社社長 50代男性

『3万円程度の商品しか売れず廃業寸前→単価1500万円の商品を作り、
たった2ヶ月で月商7500万円へ』

①何に悩んで私のサービスを受けたのか？

会社が倒産寸前。商品も3万円程度のものしか売れない。
藁にもすがる思いで笠島の講座を受講。

②当時のクライアントの状況

独立し、リフォーム会社を設立したが、単価数万円程度のちょっとした仕事しか獲得できずにいた。
ホームページを制作したが、集客できず、まったく仕事獲得につながらない。

③どこを改善すべきだと思ったのか？何に取り組んだのか？

話を聞くと、「ただリフォームしています」という状態で、
サービスの価値について真剣に考えていなかった。

まずは徹底的にリサーチ&ヒアリングを重ねて、
「お客さんは何に困っているのか？」
「どんな価値にならお金を払っていいと思うのか？」
「提供できる価値は何があるのか？」
を考え、サービスの価値、コンセプトを明確にすることが重要。

コンセプトや価値を明確にし、売れる商品を作ることが重要だと感じた。
売れる商品がないので、経営が行き詰っている。

販売方法も、ホームページにアクセスを集めて販売するという非効率的な方法を行っていた。

しっかりと見込み客リストを集めて、教育し、信頼関係を構築しながら、契約を獲得する仕組みも必要だと感じた。

リフォームというビジネスは、次から次に顧客のニーズが生まれてくるビジネス。
なので関係性を維持しつつ、新しいニーズに答える形で、一度だけではなく、二度、三度と何度も販売できるように仕組みを作っておく。

当社では、人間の心理に基づいたマーケティング戦略を用いて、
投資した広告費の5倍以上の利益を獲得できる仕組みの構築方法を教えているので、
それをしっかり身につけて、仕組みを構築するように伝えた。

そうすれば、見込み客がどんどん集まってきて、
お客さんの方から「売ってください」と言われるようになる。

十分な利益も得られるし、信頼関係を構築した見込み客リストも
どんどんたまっていくので、長期的に安定した経営ができます。

④その結果どうなったのか？

仕組み構築後2か月で、月商7500万円へ。

単価3万円のサービスしか売れなかった会社が、
単価1500万円のサービスが売れるようになった。

⑤現在のクライアントの状況

その後も、安定した経営ができています。

【事例②】ポスティング会社社長 30代男性

**『価格競争になり安売りしかできない起業家→価格を2倍にし、HPの成約率を0.5%→20%
へ！1年目から年商1億5000万円！』**

①何に悩んで私のサービスを受けたのか？

どうしても価格競争になり、安売りになってしまう。もっと利益を得られるビジネスにしたい。
集客もネットを活用して集客し、契約につなげたい。

②当時のクライアントの状況

起業したばかり、自社のホームページは持っていたが、集客につながっていなかった。

知人からの紹介で売上を作っていた。

③どこを改善すべきだと思ったのか？何に取り組んだのか？

価格競争になる理由は、価格以外の価値がないから。
しっかりリサーチをして価値を深堀していき、新しい価値を作った方がよい。

集客ができないということでホームページを見たが、これでは集客につながらない。

集客につなげるためには、外せないポイントがいくつかあるので、まずはそこを改善する。

今後のことを考えると、
しっかりと見込み客リストを集めて、教育し、信頼関係を構築しながら、
契約を獲得する仕組みを構築した方がよい。

チラシ関連のビジネスは、一度ではなく何度も何度も仕事を獲得できるビジネス。
しっかりと関係性を維持しつつ、新しいニーズに答える形で、一度だけではなく、二度、三度と何度も販売できるように仕組みを作っておく。

当社では、人間の心理に基づいたマーケティング戦略を用いて、
投資した広告費の5倍以上の利益を獲得できる仕組みの構築方法を教えているので、
それをしっかり身につけて、仕組みを構築するように伝えた。

そうすれば、見込み客がどんどん集まってきて、
お客さんの方から「売ってください」と言われるようになる。

十分な利益も得られるし、信頼関係を構築した見込み客リストも
どんどんたまっていくので、長期的に安定した経営ができます。

④その結果どうなったのか？

安売りを止め、単価を2倍にし、十分な利益を得られるサービスを開発。

販売用のページは、以前は成約率が0.5%ぐらいだったが、改善して20%を超えるようになった。
対応しきれないぐらい面白いように売れた。

売れすぎて、広告を止める時もあった。

1年目から年商1億5000万円達成！

⑤現在のクライアントの状況

その後も、5年以上経過してもよい状態を維持している。

【事例③】工務店社長 50代男性

『粗利率15%以下→40%へ。新しい価値を作り月商4000万円へ』

①何に悩んで私のサービスを受けたのか？

一括見積サイトや紹介で仕事を獲得していた。
どうしても価格競争になってしまう。

仕事を獲得しても赤字になることも。

この状態を変えて、十分な利益を得たいと思っていたときに笠島の講座を知り受講した。

②当時のクライアントの状況

集客は、一括見積サイトやポータルサイト、
わずかばかりの紹介で成り立っていた。

最低限の売上はあったが、利益が出ずに赤字経営。

ホームページなどは持っていない。

③どこを改善すべきだと思ったのか？何に取り組んだのか？

一括見積サイトやポータルサイト経由の集客を行うと、どうしても価格競争になる。

お客さんは、それぞれの会社の価値を知る機会が少ないので、価格でしか選べない。
また、一括見積サイトを利用する人は、価格を抑えたい人が多い。

一括見積サイトでの集客を止められるように、自社で集客できるようにしたほうがよい。

仕組みを作る際に、価値を作り直して十分な利益を得られるようにしたほうがよい。

当社では、人間の心理に基づいたマーケティング戦略を用いて、
投資した広告費の5倍以上の利益を獲得できる仕組みの構築方法を教えているので、
それをしっかり身につけて、仕組みを構築するように伝えた。

そうすれば、見込み客がどんどん集まってきて、

お客さんの方から「売ってください」と言われるようになる。

十分な利益も得られるし、信頼関係を構築した見込み客リストも
どんどんたまっていくので、長期的に安定した経営ができます。

④その結果どうなったのか？

価値を創造することで、粗利率15%以下→40%になった。

お客さんは価値を理解してくれて、適正価格で売れるようになり、
十分な利益を得ることができるようになった。

自社で仕事を獲得できるようになり、
仕組み構築から6か月後には、月商4000万円に

⑤現在のクライアントの状況

新しい社員を増やし、成長を続けている。

【事例④】経営コンサルタント会社社長 60代男性

『4倍の価格の商品を開発しバカ売れ！廃業寸前から3ヶ月後に月の利益600万円アップ！』

①何に悩んで私のサービスを受けたのか？

以前は検索エンジン(SEO)経由で、それなりに案件を取れていたが、
今はまったく取れなくなった。

仕事をほとんど獲得できず、廃業寸前の状態。
藁をもつかむ思いで笠島に相談。

②当時のクライアントの状況

ホームページで積極的に情報発信していたが、
ほとんど集客につながらない。

以前は検索エンジン(SEO)経由で、それなりに案件を取れていたが、
今はまったく取れなくなった。

経営が行き詰まり、大変厳しい状態。

③どこを改善すべきだと思ったのか？何に取り組んだのか？

話を聞くと、「ただコンサルタントしています」という状態で、サービスの価値について真剣に考えていなかった。

まずは徹底的にリサーチ&ヒアリングを重ねて、
「お客さんは何に困っているのか？」
「どんな価値にならお金を払っていいと思うのか？」
「提供できる価値は何があるのか？」
を考え、サービスの価値を再構築することが重要。

集客も不安定な検索エンジン(SEO)に頼るのではなく、広告を使って見込み客を集めて、教育し、契約につなげていくことが必要。

当社では、人間の心理に基づいたマーケティング戦略を用いて、投資した広告費の5倍以上の利益を獲得できる仕組みの構築方法を教えているので、それをしっかり身につけて、仕組みを構築するように伝えた。

そうすれば、見込み客がどんどん集まってきて、お客さんの方から「売ってください」と言われるようになる。

十分な利益も得られるし、信頼関係を構築した見込み客リストもどんどんたまっていくので、長期的に安定した経営ができます。

④その結果どうなったのか？

商品の価値を明確にして、価格が4倍のサービスを作った。

仕組みを構築したので、価格を4倍にしても、面白いように契約が決まり、3か月後には、月に3件成約、600万円以上の売上(ほとんど利益)を獲得。

⑤現在のクライアントの状況

自分のペースで必要な分だけ仕事を獲得している。

【事例⑤】工務店社長 60代男性

『社員(営業マン)が集客できない、契約が取れない→30万円の広告費で、月商4800万円、営業利益980万円を獲得！』

①何に悩んで私のサービスを受けたのか？

営業マン、特に新人営業マンが集客できない、契約がとれないで悩んでいた。

そんな時に笠島を知り相談。

②当時のクライアントの状況

営業マンが、新規案件を獲得できずに、経営は厳しかった。

わずかなベテランの営業マンは、既存顧客の紹介で案件を獲得できるが、新人営業マンは、まったく新規案件を獲得できずにいた。

③どこを改善すべきだと思ったのか？何に取り組んだのか？

営業活動を営業マン(人)に頼っていては会社が安定しない。

ベテラン営業マンが退職すると、見込み客ごとなくなる。
新人営業マンを獲得しても、信頼関係が構築できている見込み客がいないので、成約につながらない。

そもそも今は、ネットやスマホが普及し誰もが情報を手に入れられる時代。
営業マンが情報を伝えるという考え方が古い。

今の消費者には合わない。

集客もホームページにアクセスを集めて販売するという非効率的な方法ではなく、
見込み客リストを集めて、教育し、信頼関係を構築しながら、契約を獲得する仕組みを構築する必要がある。

家関連ビジネスは、次から次に顧客のニーズが生まれてくるビジネス。
関係性を維持しつつ、新しいニーズに答える形で、一度だけではなく、二度、三度と長期的にサービスを提供し続ける形にする。

紹介などに頼らず、新人営業マンでも面白いように新規案件を獲得できる方法がある。

当社では、人間の心理に基づいたマーケティング戦略を用いて、
投資した広告費の5倍以上の利益を獲得できる仕組みの構築方法を教えているので、
それをしっかり身につけて、仕組みを構築するように伝えた。

そうすれば、見込み客がどんどん集まってきて、
お客さんの方から「売ってください」と言われるようになる。

十分な利益も得られるし、信頼関係を構築した見込み客リストも
どんどんたまっていくので、長期的に安定した経営ができます。

④その結果どうなったのか？

徹底的にヒアリングをして、新しい価値を作った。

WEB 広告費をかければかけるほど、利益が増える仕組みも構築して、6 か月後には、30 万円の広告費で、月商 4800 万円、営業利益 980 万円を獲得。

⑤現在のクライアントの状況

その後も、安定した契約を獲得できている。
この事業が成長軌道に乗ったので、次々と新規ビジネスを作っている。

実践した87社以上が 費用対効果5倍以上の利益獲得に 成功したのは、これです！

最後に、
私や多くのクライアントが成果を出した、

「Web 広告をかければかけるほど、広告費の5倍の利益を生み出す仕組み」を構築する方法を身につけて、月300万円、500万円、1000万円の利益を安定して獲得できる方法を学び、

優秀な人材がどんどんやってくる「短時間労働で高収益、高成長の会社」に変わるサービスを紹介します。

このサービスに興味のない方は、ここで読むのを止めてください。

今まで成果が出せなかった経営者たちが、変わったのがこのサービスです！

ダメダメだった私が・・・

最初は10万円の商品を販売するのも大変だった私が、
メールを1通送るだけで600万円以上の利益を得たり、1000万円以上の利益を得たり
できるようになりました。

他社と差別化ができなかったLP制作サービスは、
最初は相場と同じぐらいの30万円で販売していましたが、
価値を見直し、再構築することで、5倍の150万円でも面白いように売れるようになりました。

仕組み構築の面では、「広告をかければかけるほど、利益を生み出す仕組み」が完成し、
投資した広告の15～30倍の利益を得ることができるようになりました。

つまり、広告費を30万円の広告費を使うと、450～900万円の利益を得ることができるようになりました。

以前は、いつもお金の不安で一杯でしたが、
今ではお金の不安は一切なくなりました。

仕組みを構築したおかげで、お金の不安以外にも、忙しいなど時間の問題、将来の不安なども解消できました。

今では、1日数時間仕事すればよいので自由な時間もたくさんあり、日々楽しく生活しています。

上手くいっていなかったクライアントも・・・

これらの成功は、私だけでなくクライアントも、87社以上が費用対効果5倍以上の利益獲得を実現しています。

費用対効果の最高は400倍です。(広告費10万円で4000万円以上の利益獲得)

業種別の費用対効果だと、

・飲食店	→	55倍
・リフォーム	→	53倍
・工務店	→	400倍
・外壁塗装	→	36倍
・清掃業	→	30倍
・葬儀会社	→	16倍
・整体	→	12倍
・エステ	→	11倍
・小売店	→	36倍

広告（費）を使わない集客の事例では、

月1500人以上の新規集客	→	2社
月800～1499人の新規集客	→	3社
月500～799人の新規集客	→	2社
月100～499人の新規集客	→	多数

という感じで、多くのクライアントが集客しまくっています。

それでは事例を5つほど紹介します。

【事例①】(リフォーム会社社長 50代男性)

(悩み)

「単価の低い商品しか売れない。集客できず廃業寸前」

↓

(実践後)

『3万円程度の商品しか売れず廃業寸前→単価1500万円の商品を作り、
たった2ヶ月で月商7500万円へ』

【事例②】（ポスティング会社社長 30代男性）

（悩み）

「安売りしかできない。価格競争になる」

↓

（実践後）

『価格競争になり安売りしかできない起業家→価格を2倍にし、HPの成約率を0.5%→20%へ！
1年目から年商1億5000万円！』

【事例③】（工務店社長 50代男性）

（悩み）

「利益が出ない。赤字になり経営が安定しない」

↓

（実践後）

『粗利率15%以下→40%へ。新しい価値を作り月商4000万円へ』

【事例④】（経営コンサルタント会社社長 60代男性）

（悩み）

「契約が取れず廃業寸前」

↓

（実践後）

『4倍の価格の商品を開発しバカ売れ！廃業寸前から3ヶ月後に月の利益600万円アップ！』

【事例⑤】（工務店社長 60代男性）

（悩み）

「社員(営業マン)が集客できない、契約を取れない」

↓

（実践後）

『30万円の広告費で月商4800万円、営業利益980万円を獲得！』

何が得られるのか？

あなたもこんな成果を手に入れられるサービスが

「利益最大化マーケティング実践講座」

です。

あなたは、

「良い商品を販売しているのに、売れない」

「社員(営業)が見込み客を集められない、契約を取れない」

「HP や SNS を作り、WEB 広告を使っても反応が取れない」

「価格競争になり十分な利益を獲得できない」

などの悩みを抱えていませんか？

この実践講座では、

「廃業寸前の赤字工務店が、30万円の広告費で月商4800万円、営業利益980万円を達成した方法」が学べます。

この工務店は、30万円の広告費が32.7倍の980万円の利益になりました。

このように

「WEB 広告を使えば使うほど、利益が増える仕組みの作り方」が学べます。

正しいやり方を学び、実践した工務店は、

廃業寸前の赤字工務店が、
利益率を**15%以下→40%**にして、**月商4000万円と13倍**にしました。

マーケティング初心者の工務店が、
たった2ヵ月で**WEB 広告を使い月商を300万円→7500万円へと25倍**にしました。

というように、簡単に成果を出しています。

この方法を学べば、

「新規開拓に困らない！」
「アポ取りに苦労しない！」
「わずかな労働時間で、面白いように契約が取れる！」
「少しぐらい高い価格でもお客さんの方から「売ってください」と言われる！」

会社になります。

- ・成果を出せない営業マンも、「構築した仕組み」が自動的に買う気満々の見込み客を目の前につれてくるので、簡単に成果を出せるようになります。
- ・紹介獲得や下請けをしなくても、自社でどんどん新規顧客を集めて、次々に売れていきます。十分な利益を得ることができます。
- ・商品価値を再構築するので、価格競争とは無縁になり。お客さんの方から「売ってください」と言われるようになります。
- ・既存事業も新規事業も、興味ある見込み客を大量に集めることができるようになるので、事業は大きく成長します。
- ・あなたの会社に、優秀な人材がドンドンやってきて、既存事業の底上げ、新規事業の推進、デジタル化・DX化をどんどん進めて、効率よく安定した経営が可能になります。

ぜひこの機会に身につけて、悩みから解放されてください！

どんなステップで学ぶのか？

「Web 広告をかければかけるほど、広告費の 5 倍の利益を生み出す仕組み」を構築するには、下記 9 ステップで学んでいきます。

- 【STEP 1】売れるコンセプトを作る
- 【STEP 2】価値を創造し、売れる&利益が獲得できる商品・サービスを作る
- 【STEP 3】集客の仕組みを作る
- 【STEP 4】信頼関係を構築し、欲しいと思わせる仕組みを作る
- 【STEP 5】販売の仕組みを構築する
- 【STEP 6】少額の広告費でテストする
- 【STEP 7】テストした結果を分析して改善する
- 【STEP 8】テストを繰り返し、一定レベルの費用対効果にする
- 【STEP 9】広告費を上げて、利益を増やしていく

WEB 広告を使うからと言っていきなり高額な広告費は使いません。

少額の広告費からテストしていき、仕組みがちゃんと動くようになったら広告費を増やしていきます。

実践した会社の メッセージを紹介します

1. 1500万円のリフォーム工事を受注（工務店）

3月は3件のお問い合わせがありました。

まず1件目は屋根・外壁リフォームの■■■■のお客様です。
4月13日より着工しております。このお客様は2期工事で
内装のリフォームも受注出来そうです。

2件目は■■■■のお客様で一軒家の貸家のリフォームです。
先週お見積りを提出し借り手が見つければ即着工というお話しに
なっているお客様です。

3件目は■■■■のお客様で築50年の平屋戸建てのお客様です。
全面改修のお客様で4月18日に第一回目の図面打合せを行います。
全面改修なので決まれば1300~1500万円位のリフォーム工事となると思いま
す。

以上が3月の実績です。

2. 750万円の工事を受注（工務店）

笠島様

いつもお世話になっております。

数値管理表送付いたします。



広告運用前にホームページからリスト獲得1件あり、そこから7500000の売上がありました。
ありがとうございました。



今後ともよろしくお願いいたします。

3. この講座は、10倍の値段でも価値がある（工務店）

いつもお世話になっております。

ご連絡を頂きもう一年たったのかと思いました。
大変お世話になりありがとうございました。

全然知らないことを一から教えて頂き大変有難く思っています。
本当にありがとうございました

個人的な感想では、
非常に価値ある内容だと思いました。10倍の値段でも価値あると思います。

自分がやっていたことは、次の担当者に引継ぎ予定です。
担当者と話してみます。

私個人のことですが、今の事業は軌道に乗っているので、
近年中に引退予定です。

引退後は、先生に教えて頂いた方法で、
商品開発からはじめる事業を考えています。

その時には、是非相談したいと思っております。

本当に色々ありがとうございました。

なぜ、このサービスだと成果が出るのか？

結論から話すと、

人間の心理に基づいた、高度なマーケティングを取り入れた仕組みだからです。

- ・人間の心理(人はどういう時にモノを買うのか？どういう時に反応するのか)
→心理学
- ・相手が行動してくれる伝え方
→コピーライティング
- ・見込み客集めから販売までの流れ、売れる仕組みの構築方法
→リストマーケティング
- ・一度購入してくれたお客さんに2度、3度と何回も購入してもらう仕組み
→リストマーケティング・コピーライティング

など、上っ面ではなく本質的な部分を追求しています。

また、より確実に成果を出すために、

- ①「売れる商品」かつ「多くの利益を得られる商品」を作る
- ②人間の心理に基づいた高性能なマーケティングの仕組みを作る

の2つを軸にしています。

多くの人々が欲しいと思う、価値ある商品を作り、
自然と売れていくマーケティングの仕組みを構築するので、
面白いように成果がでています。

		短期的な成果	長期的な成果	通用する期間	資産蓄積	短時間労働	評価
(1) 自分でやる×無料集客							
	a：検索エンジン(SEO)×ホームページで販売	×	△	△	△	×	3
	b：FacebookやInstagramで販売	△	△	△	△	×	4
	c：チラシをポスティングして販売	△	×	△	×	×	2
	d：テレアポ営業をして販売	×	×	△	×	×	1
	e：飛び込み営業をして販売	×	×	△	×	×	1
(2) 自分でやる×有料集客							
	a：WEB広告を自分で運用し、HPで販売	△	×	○	×	△	4
	b：地域紙などに広告を出し販売	△	×	△	×	△	3
(3) 専門家に依頼する							
	a：WEB広告の代理店に運用を任せ、HPで販売	△	×	○	×	△	4
	b：経営コンサルタントに依頼	△	△	△	△	△	5
(4) 販売代行会社に依頼する							
	a：インフルエンサーやアフィリエイターに集客を依頼	△	×	○	×	△	4
	b：一括見積サイトやポータルサイトに掲載	△	×	○	×	△	4
	c：営業代行会社に営業を依頼	△	×	○	×	△	4
	d：関連会社から案件を紹介してもらう	○	×	△	×	○	5
広告をかければかけるほど、広告費の5倍の利益を生み出す仕組み		◎	◎	◎	◎	◎	15
			◎	○	△	×	
評価		3	2	1	0		

一般的な販売方法 13 個＋私の方法の計 14 個を、5 つの視点で比較した結果でも、評価点数で順位付けすると、

- 1 位：15 点 「広告をかければかけるほど、広告費の 5 倍の利益を生み出す仕組み」
2 位：5 点 「経営コンサルタントに依頼」
3 位：5 点 「関連会社から案件を紹介してもらう」

です。

評価点数だけみると、
私の方法「広告をかければかけるほど、広告費の 5 倍の利益を生み出す仕組み」
が、圧倒的に No.1 です。

「自分のやり方が上位に来るように作ったのではないの？」
と言われそうですが、

- ・短期的な成果(利益)
- ・長期的な成果(利益)
- ・通用する期間
- ・資産蓄積
- ・短時間労働

の 5 つの指標は、ビジネスで成果を出す上で必要不可欠なものです。

私は、14 個すべての方法を体験し、体験から得た事実を正直にまとめた結果です。

とはいえ、他の方法も否定しません。
失敗することが分かっている、経験することで学べることはたくさんあります。

私は、すべての方法を経験しました。そして失敗しました。(苦笑)
時間的余裕、経済的余裕がある方は、すべての方法をチャレンジしてみるべきです。
きっと大きく成長できます。

しかし、
「最短で成果を出したい！」
「今まで何度も失敗してきたので、今度こそは上手くいきたい！」
と強く思っている人は、

今すぐ私の「広告をかければかけるほど、広告費の5倍の利益を生み出す仕組み」を学び、
実践することをおすすめします。

どんなサポートがあるの？

最初にポイントを5つまとめておきます。

- ①一人一人のレベルに合わせたオリジナルカリキュラム。レベルに合わせたサポート
- ②一番成果が出るマンツーマンのサポート
- ③質問し放題（コースにより違いあり）
→チャットワークやZOOMを活用した相談
- ④机上でノウハウを学ぶのではなく、実践しながらレベルアップし成果を出す
- ⑤売上保証があるので、「頑張っているのに成果が出ずに終わる」がない

私は集客やマーケティング関連で46個以上の講座を受講していて、どのような講座が成果が出やすく、どのような講座が成果がでないのか実体験で理解しています。

その経験を活かして、一番成果が出やすい方法を取り入れています。

はっきり言って、世の中に出回っている講座のほとんどが、成果につながらない講座です。
これは経験上、断言できます。

なぜ成果が出なかったかを振り返ってみると、

- ・教える内容(講座内容)のレベルが低い

- ・情報を絞らず、あれもこれもと情報を提供してくるので、処理しきれずに終わる
- ・教え方が、セミナー形式などで、自分のレベルに合ったペースで進んでいかない
- ・質問する機会が少ない

などが多いです。

私が失敗を繰り返し、長い期間成果が出なかったのを、

- ・どのような点でつまずき、作業が進まないのか？
- ・どのような心配があり、作業が進まないのか？
- ・どのような気持ちなので、上手くいかないのか？

など、上手く成果が出ない人の原因や、対処法を理解しています。

ですので、あなたの気持ちに共感しながらも、的確なアドバイスをして、良い方向に進めていくことができます。

これは他社とは大きく違う点です。

また、講座で教える内容も、事前にヒアリングして、受講者のレベルや経験に合わせて本当に必要なポイントだけをピックアップして教えていきます。

「たくさん情報をもらったけど何すればいいのか分からない・・・」
という状況になりません。

更に、私自身の成果が出なかった経験を踏まえ、**すべてマンツーマンでサポート**していきます。

ですので、

今まで何度も失敗してきた人、今度こそは上手くいきたいと強く思っている人は、私のやり方が最適です。

こんな私でも大丈夫ですか？

とはいえ、色々な疑問がありますよね。

①「非常に難しそう・・・。私にできるか不安」

先ほども話しましたが、あなたのスキルや経験をヒアリングした上で、あなたに最適な項目をピックアップして教えていきます。

あなたが最短で成果を出せるようにオリジナルカリキュラムを作っていきます。

マンツーマンで教えていくので、不明点や作業が進まない点なども考慮していきます。

確かに初心者には簡単ではないですが、初心者でも仕組みを構築できるように色々と工夫した講座になっています。

その証拠に、初心者や70歳を超える高齢者でも、成果を出せている。安心して飛び込んできてもらいたい。

②「広告をかけるのが怖いです」

まずは少額の予算で利益を獲得しましょう。
利益の中から広告費をねん出して少しずつ増やしていけばいいです。

③「仕組み構築にどのくらいお金がかかるのか？」

DX化(デジタル・トランスフォーメーション)、MA化(マーケティング・オートメーション)などは、毎月何十万、何百万円というコストがかかるものもあります。

しかし、私の方法は、無料～月数千円程度のツールをいくつか組み合わせて使うだけです。システム自体にたいしたコストはかかりません。

④「広告を何十万とかけるお金がありません・・・」

最初は少額の予算から始めるとよいです。少額も厳しい場合は、無料の集客からはじめて、利益を稼げばいいです。利益が出たら少額を広告に使って利益を増やしていけばいいです。

⑤「以前、ステップメールとかを使う同じような方法を学んだことがありますが、まったく成果が出ませんでした」

「広告をかければかけるほど、利益が増えていく仕組み」にするためには絶対に外してはいけない2つポイントがあります。

- ・「売れる商品」かつ「多くの利益を得られる商品」を作る
- ・人間の心理に基づいた高性能なマーケティングの仕組みを作る

の2つです。

私はこの2つをカバーしている講座を見たことがないので、あなたが以前学んだ講座も成果が出なかったのだと思います。

私の講座はこの2つをしっかりとカバーしているので、多くの方が成果を出しています。

⑥「メルマガは読まれないと言われているのでLINEの方がいいんじゃないですか？」

今回の方法ではメールアドレスとLINEの両方を取得します。

考え方として、見込み客リスト(メールアドレスや LINE など)は、自分の意思一つで使えるものでなく
てはいけません。

LINE はあなたのリストではなく、LINE という会社のリストです。あなたがルール違反をしてア
カウ
ント停止させられたら LINE を送ることができなくなります。サービス提供会社のルールはコロコロ変
わります。常に注意が必要です。

また、LINE の会社がいつまで今と同じような形でサービスを提供してくれるかわかりません。
値上げとかいろいろなことが考えられます。

自分の意思一つで使えるメールアドレスは、揺らぐことがないので貴重です。

⑦「売れる商品が作れるか不安です・・・」

先ほども話した通り、「売れる商品」や「利益を獲得できる商品」の作り方にはコツがあります。コツさ
え押さえれば簡単に作れますので安心してください。

一緒に作っていきましょう。

どのくらいの期間で成果がでるのか？

早い人は3か月ぐらいで、一通り仕組みを構築して、
4か月目から広告を使って集客する人が多いです。

初心者の方は、6ヵ月ぐらいで、仕組みを構築して、
7か月目から広告を使って集客する人が多いです。

最初は、少額の広告からスタートして、改善していきながら、良い結果が出るようになったら広告費を
増やしていきます。

半分以上の方が、広告を始めて1か月目から成果が出ます。
残りの方も、何回か修正をしていくうちに成果が出るようになります。

安心な売上保証

「本当にすごい仕組みだと思ひ、今すぐにでも始めたい！」
というお客さんがたくさんいる一方、

「本当に私にできるだろうか？」
「以前、結果が出ると思った講座で、結果が出なかった経験があるので不安・・・」

というお客さんもいます。

こんな不安を解消するために、

「売上保証」

を用意しました。

詳細は「講座説明会」で説明しますが、
一定の売上を獲得するまでは、サポートを無償で継続するというものです。

つまり、
「真剣に実践したが、成果が出ずに終わった・・・」
ということはないのです。

真剣に取り組めば、一定の売上を獲得するまではサポートし続けるので、失敗はありません。
どの程度の売上額を保証するかは講座説明会でお話しします。

レポートの特典

「レポートの特典」を用意しました。

ここまで読み続けてくれたお礼として、
特典を用意しました。

レポートの特典として、
現在、申込殺到中の「利益最大化マーケティング実践講座」の

「優先的に参加できる権利」をプレゼントします。

今すぐ、

「廃業寸前の赤字工務店が、30万円の広告費で月商4800万円、営業利益980万円を達成した方法」を学びたい！

「WEB 広告を使えば使うほど、利益が増える仕組みの作り方」を学びたい！

廃業寸前の赤字工務店が、
利益率を15%以下→40%にして、月商4000万円と13倍にした方法

マーケティング初心者の工務店が、
たった2ヵ月でWEB 広告を使い月商を300万円→7500万円へと25倍にした方法

を学びたいという方は
下記から「講座説明会」に申し込んでください。

優先的に、講座説明会に参加できます。

■ 「講座説明会」の参加申込はこちらです。

<https://ritamarketing.co.jp/study-meeting/>

著者プロフィール



小さな会社を圧倒的な利益を稼げる会社に変えるコンサルタント。

延べ2000社以上を指導、38業種にわたって数多くの業績アップ事例を生み出す。

当初は、集客を武器に指導していたが、集客では超えられない壁を痛感。

物事の本質をとらえて、一生役に立つ続ける方法を追求する。

「費用対効果5倍以上の利益を生む仕組みの構築」に成功！
現在は、費用対効果1.5～30倍で運用し続ける

そのやり方を教えることで、
現在、87社以上で費用対効果5倍以上を実現。 最高400倍。

短期間の内に、一人起業で年商1億円以上、月収100～3000万円を突破する事例が続出。

朝日新聞で25回以上紹介され、朝日新聞がオススメする専門家ガイドで「経営コンサルタント」「WEBコンサルタント」の分野で7年連続選ばれる。

フジテレビ「みんなのニュース」の「リアル！」というコーナーで取り上げられる。