

お客様と心友になれる！親近感を醸成する具体的な方法 はやぶさ2・522号 2021年10月29日(金)

※【プレゼント】『売れる！BtoBメルマガチェックリスト2021』無料にて！
<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-211022-2cst6jks3lw2>

※【無料！】平本著作の「理念経営実践のすすめ」を無料（送料100円だけご負担ください）でプレゼント！しています。
https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-facebookip1bf5kw__c0__ 様

4回シリーズ CST 実戦編

- 第1回 売りこまなくても売れるマーケティングの仕組みづくりとは
- 第2回 お客様と心友になれる！親近感を醸成する具体的な方法
- 第3回 お客様の方から、売ってくださいと言われる構造を作る方法
- 第4回 誰でも簡単に出版しブランディングする手法

著者：(株) I&C・HosBiz センター 執行役員
MRC はやぶさ2 編集長

岩下 一智

=====

第2回 お客様と心友になれる！親近感を醸成する具体的な方法

目次

- ・「売りこまなくても売れるマーケティングの仕組みづくり」の振り返り
- ・コストをほとんどかけず、今すぐ売上げを立てる簡単な方法
- ・その際欠かしてはいけない重要なポイントは？
- ・ほぼ確実な売上予想を基に売っていく
- ・売上が上がるメルマガ、集客できるLINEとは
- ・特別なプレゼント！

最近空がきれいですね！

この頃東京でも富士山がきれいに見えるとかで

事務所からは、

サンシャインをはじめとした池袋のビル群が、くっきり見えます！

気分のいい日は気分をアゲアゲにして、

お仕事にプライベートに、邁進してくださいね

1. 「売りこまなくても売れるマーケティングの仕組みづくり」の振り返り

前回は、

自然と売れていく構造を作るために、どういう事をやればいいのか

BtoC ビジネス、BtoB ビジネスそれぞれでやるべきことを述べさせていただいて

その時に、お客様を誘導するための道筋をつくる上で参考となる

『ネットマーケティング媒体マップ』をプレゼントさせていただきました。

今回は、お客様との関係性を築き、親近感・信頼感を醸成する

囲い込みの方法について、売上アップの観点からお話していきます。

2. コストをほとんどかけず、今すぐ売上げを立てる簡単な方法

最初にクイズを1つ！

あなたが、今すぐ（即日～半月ぐらいの間に）

売上を立てなければならなくなった、としたら

何をやりますか？

少しの間、考えてみてください・・・

答は出ましたか？

出なくても大丈夫です。考えること自体が大事ですから

出た方は、素晴らしいです！おめでとうございます！

で、わたしなら、既存のお客様にDMを出します。

作戦をしっかり練ってちゃんとお願ひすれば
お客様はかなりの確率で買ってくださいます。

例えば、東海地方の地方都市のシャッター通りが連なる商店街
その中で「布団」を売っているあるお店では、
1回のDMで平均400万円近くを売っているお店があります。

リフォームの会社で初回で800万円を売り上げた会社もありますし
町の電気屋で、毎回100万円以上売っているところもあります。
コンテンツ販売をしているある会社は、月に億の売上を計上できる仕組みを作っています。

既存のお客様にDMを送る、という方法は
業種にかかわらず結果が出せる王道の方法です。

3. その際欠かしてはいけない重要なポイントは？

その時に、絶対に外してはいけない、重要なポイントがあります。

それは、
関係性ができている信頼されているお客様にのみ送る、ということです。

過去のお客様、1回しか買ってくださいたことの無いお客様の中には
こちらに親近感を持っていない、お客様がいらっしゃるかもしれませんし
そもそも、こちらのことを覚えていない方がいらっしゃるかもしれません。

そんな相手からDMが送られてきたらあなたはごどう思いますか。
それも、1回ならまだしも何回も送られてきたとしたら、ごどうでしょう

反応がなくて、送料など経費が無駄になってしまいますし
その上、悪い評判が立ってしまいます。

ここでわたしの事例をお話ししたいのですが

わたしがマーケティングコンサルとして独立したばかりのころ
「ターゲット21日間急速接近プログラム」と題して
キャンペーンを行ったことがあります。

コンサルタントというのは胡散臭がられて、
なかなか売るのが大変な商材なのですが

初対面で名刺交換した後、21日間作戦を実施してメールDMを送る
というキャンペーンです。

その結果は

- ◆A群：名刺交換しただけで何もしていないグループ
送信41件、反応0件

- ◆B群：ターゲット21日間急速接近プログラムを実施したグループ
送信76件、問い合わせ5件、紹介1件、成約1件、成約率1%

- ◆C群：メルマガを半年以上送っていたグループ（別事業のお客様含む）
送信122件、問い合わせ6件、紹介4件、成約9件、成約率7%

というものでした。

この結果から言えるのは、既存のお客様かどうかというより
関係性が構築できているか、ということの方が重要であり
それはポイントを抑えればメルマガなどで意識的に構築できる、

ということです。

実際にそのようなニュースレターやメルマガなどを使って関係性を構築し
売上を上げた事例はいくらでもあります。

4. ほぼ確実な売上予想を基に売っていく

さらに言うと

メルマガなどは配信しますので、配信数、配信先など自分でコントロールできる、PUSH型で、ほぼ無料のメディアです。

それに対しInstagramやyoutubeなどのSNSは無料ではあるものの、どれくらい反応があるかわからないアンコントロールなメディアです。

また、Facebook 広告やターゲティング広告などはコントロールはできますが有料です。見込み客の認知や育成が必要なビジネスの場合コストが多額にのぼることもあります。

お客様との関係性構築を行ったうえで売っていくしかもそれを効率よく、ある程度予測しながら確実に売っていく

となると

BtoC ビジネスなら LINE 公式
BtoB ビジネスならメルマガ
が現在、一番優れています。

5. 売上が上がるメルマガ、集客できるLINEとは

それでは売上が上がるメルマガ、集客できるLINEとはどういったものになるのでしょうか。

それは、戦略に基づいた仕組みを持っているメルマガ、LINEということになります。

具体的なポイントを2, 3上げるとすると

- 1) 自分の発信しているメルマガ（LINE）の読者の性質を把握し
出来ればクラス分けし媒体を複数用意する
- 2) 極力、売り込み、営業はしない。親近感・信頼感の醸成に注力する
- 3) 売り込みの手段、例えばセールス用臨時号とか手を上げてもらって
ステップメールやランディングページに誘導してそこで営業するなど
メルマガ（LINE）とは別に用意しておく

といったところは、外せないところですね。

今回は以上になります、

第2回 お客様と心友になれる！親近感を醸成する具体的な方法
をお送りいたしました。

いかに戦略をもってお客様との関係性を構築し、売っていくことが大切か
ご理解いただけましたでしょうか？

そのために少しでも役立てていただけるよう、今回特別に

『売れる！BtoBメルマガチェックリスト2021』

を無料にて差し上げています。

どうぞご利用ください

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-211022-2cst6jks3lw2>

次回は、第3回 お客様の方から、売ってくださいと言われる構造を作る方法
をお送りいたします

どうぞお楽しみに。

※【プレゼント】無料にて！

◆『ネットマーケティング媒体マップ』

適材適所で効果的に媒体を使い分け、ファネル（販売までのプロセス）が描ける

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-oi-2-csa-pdf4yhvzsk9>

◆『売れる！BtoBメルマガチェックリスト2021』

開封率、精読率、登録や購入など狙った結果への転換率を上げることができる

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-211022-2cst6jks3lw2>

◆◆「理念経営実践のすすめ」送料のみ（100円）でお分けします！

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-facebookip1bf5kw>

著者：(株)I&C・HosBiz センター Captain 平本 靖夫

プロフィールは

<http://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#hiramoto>

~~~~~

バックナンバーは下記の URL を確認してください。

【1】 #521号・・・21・10・22(金)・・・バックナンバー

[https://rinenkeieishi.net/mail\\_magazine/hayabusa.php](https://rinenkeieishi.net/mail_magazine/hayabusa.php)

~~~~~ 次回予告 ~~~~~

◆次号 第523号 21・11・05(金)は、

弊社執行役員・MRC 岩下一智 の執筆で

4回シリーズ CST 実戦編

▽第1回 売りこまなくても売れるネットマーケティングの仕組みづくりとは

▽第2回 お客様と心友になれる！親近感を醸成する具体的な方法

■第3回 お客様の方から、売ってくださいと言われる構造を作る方法

□第4回 誰でも簡単に出版しブランディングする手法

の

第3回 お客様の方から、売ってくださいと言われる構造を作る方法

を、お届けいたします。どうぞご期待ください！

皆様のコメントを励みにして、航海を持続いたしますので、重ねてご支援ご鞭撻を
よろしく申し上げます。

◆発信日・・・毎週・金曜日

◆発行責任者・・・・・・・・・・Captain 平本 靖夫

◆編集長・・・・・・・・・・・・・・・・岩下一智・(株)I&C・HosBiz センター 執行役
員

マーケット・クリエイター(MRC)・・・CST 開発推進責任者

・プロフィール <https://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#inoue>

- Facebook <https://www.facebook.com/MRCkazu/>
- Twitter <https://twitter.com/kazuzohan>

◆お問い合わせ・質問は

メールアドレス：kazu_zohan@hosbiz.net

発行責任者：Captain 平本 靖夫、 編集長：岩下 一智 MRC

まで、お願いいたします。

※【プレゼント】無料にて！

◆『ネットマーケティング媒体マップ』

適材適所で効果的に媒体を使い分け、ファネル（販売までのプロセス）が描ける

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-oi-2-csa-pdf4yhvzsk9>

◆『売れる！BtoBメルマガチェックリスト2021』

開封率、精読率、登録や購入など狙った結果への転換率を上げることができる

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-211022-2cst6jks3lw2>

◆「理念経営実践のすすめ」送料のみ（100円）でお分けします！

<https://kazuzohan.clickfunnels.com/copy-of-facebookip1bf5kw>

著者：(株)I&C・HosBiz センター Captain 平本 靖夫

プロフィールは

<http://rinenkeieishi.net/corporate/index.html#hiramoto>

*配信解除URL：配信停止をご希望の際は、以下のアドレスをクリックしてください。

[__stop__](#)