

売れる仕組み 10のチェックリスト

URERU
SIKUMI

なぜ小さなビジネスは 「売れる仕組み」なのか？

集客7プログラムメンバーのみなさん

こんにちは。

ブリッジワークの高橋です。

突然ですが、あなたは「売れる仕組みを
持っていますか？

「持っている！」と自信を持ってお答えい
ただいた、メンバーのあなた



さすが必要です。このメンバーシップ、集客7プログラムの目的は、これ。

「売れる仕組み」を構築することですからね。

僕たちのような小さなビジネスにとって「仕組み」は絶対です。

理由は明確。資金、時間、人材・・・「資産」に限りがある僕たちは、絶
対に「資産」の無駄遣いはできない。

だから常に、迷うことなく、悩むことなく、迷子にならずに「次にやる
こと」をしっかりとやらなくてははいけないのです。

だから、そのためには、常に「次に何を？」が決まっている「仕組み」
を構築しなくてははいけないのですね。

でも、もしあなたが、今現在「売れる仕組みを持っていない」

「売れる仕組みなんて知らない」「今ひとつ自信がない」

大丈夫です。持っていないなら、これから構築すればいいこと。

集客7プログラムは、あなたと一緒に「売れる仕組み」を、構築してい
くためのメンバーシップ。全力であなたをサポートします。

まず最初に、この「10のチェックリスト」を確認してみてください。

これから、あなたが取り組むべきことが、明確になります。

「いいえ」と答えた項目を、1つずつ「はい」にしていけばいいので
す。このチェックリストから、最初の一步を踏み出してください。

ブリッジワーク 高橋 伸夫

「今やるべきこと」が 明確で迷いがない

はい・いいえ

「売れる仕組み」はシステムです。システムだから、どのステップにいても「次に何を？」が明確です。でも、それだけではありません。

例えば工場のライン。その工場のラインが5つの行程になっていたとします。

4つの行程は、高性能の通常の2倍で作業ができる。でも、残りの1つの行程は、通常の半分以下。工場全体の生産性は、どうなるでしょうか？

そうですね。通常の半分以下。つまり「一番弱い」行程が、システム全体の強さを決めてしまう。あなたが責任者だとしたら「今やるべきこと」は何でしょうか？

そうですね。1番弱い行程の改善。システムの「一番弱い」が「今やるべきこと」「売れる仕組み」になっていれば、すぐに判明するわけですね。

**「仕組み」になって
いると常に
「今やるべきこと」
が明確。悩む、迷う
ことはなくなる**

「顧客獲得コスト」を すぐに答えることができる

はい・いいえ

「顧客獲得コスト」とは、一人の財布を開いてくれるお客様を獲得するのに、いくらの経費がかかっているかを示す数字です。例えば、工場で、原材料費がいくらかわかなければ、出来上がる製品を、いくらで売ればいいのか？これ、計画ができませんよね？お客様を原材料に例えるのは、少し失礼ですが、ビジネスも同じなのです。「顧客獲得コスト」と、次に紹介する「顧客生涯価値」。この2つの数字を把握していないと、適正な広告投資ができない。資金、時間、人材。大切な「資産」をどこに使えばいいのか？これが全部、どんぶり勘定になってしまうのですね。だから無駄金を、知らずにずっと垂れ流していたり、逆の勝負をかけなければいけない商機を逃してしまったり・・・

これ、勿体無いですよ？

**「仕組み」になって
いると常に
「今やるべきこと」
が明確。悩む、迷う
ことはなくなる**

「顧客生涯価値」を すぐに答えることができる

はい・いいえ

「顧客生涯価値」とは、一人のお客様が、一定の期間、平均、いくら価値をあなたにもたらししてくれるのかを示す数字です。またまたで恐縮ですが、工場の例で説明すると、一定の原料をセットしたら、どれだけの製品が出来上がるのか？工場の生産性を示す数字ですね。つまり、「顧客生涯価値」は、あなたの「売れる仕組み」の生産性を示す、極めて極めて重要な数字なのです。

そしてChecklist2で開設した「顧客獲得コスト」との関係が

「顧客獲得コスト<顧客生涯価値」になっていれば、広告をやればやるほど儲かるということになるわけです。苦労して集めた新しいお客様が、半年後、または1年後、あなたに、どれだけの価値を提供してくれているか？

「一人のお客様」の意味が全然変わってきてしまうのです。

**顧客生涯価値はあなたの
ビジネスの生産性を示す
必ず計測すべき数字**

「成約率」（コンバージョン） を正確に把握している

はい・いいえ

「見込み客」から、財布を開いてくれる「お客様」へ転換する確率。
または、「お試し客」が「再利用」、つまり本当の「お客様」に転換する確率。
これが「成約率」です。

「見込み客」から初回利用の「お客様」へ転換。初回利用の「お客様」から、定期的に購入してくれる「継続客」へ転換。「継続客」から、何度も何度も利用してくれる「ファン顧客」へ転換。そして、「常連客」へ・・・

マーケティングは掛け算です。この転換のポイントを、少しずつ改善すると・・・！！驚くほどの、大きな成長に繋がる。

転換の確率「成約率」を、把握して観察し続けることが「売れる仕組み」構築にとって大きな大きな意味があるのですね。

**顧客生涯価値はあなたの
ビジネスの生産性を示す必ず計測すべき数字**

見込み客リスト・顧客リスト 「リスト」は整理されている

はい・いいえ

「顧客リストを集めるために商品売りなさい」

これは「現代のナポレオン」と呼ばれた、あるマーケッターの言葉です。

日本でも江戸時代の商人が火事の時に、何よりも真っ先に「顧客台帳」を手にして逃げたのは有名な逸話ですね。そうなのです。リストを制するものが、ビジネスの制するのです。事例を紹介しましょう。整体院を開業して5年の、メンバーのKさん。開業以来、全く整理されていなかったカルテを、4つの分類に整理。そして、その年、分類したカルテ宛に、年に4回のダイレクトメール。

どうなったと思いますか？その年の売上が1前年の2.3倍。行列ができる整体院へ見事変身したのです。「広告で集めて手紙で売る」これが、小さなビジネスに唯一有効なマーケティング戦略です。「リスト」はその源泉ですからね。

顧客生涯価値はあなたのビジネスの生産性を示す必ず計測すべき数字

「常連客」「継続客」「休眠客」 この言葉を「定義」している

はい・いいえ

何事かを成し遂げようとした時に、「言葉」をしっかり定義することが肝要です。
例えば、前述の整体院を営むKさんは「休眠客」をこのように定義しています。

「3回以上ご来院されて最後のご来院から6ヶ月経過したお客様」
こう定義しているから、毎月、アシスタントの方がリストを確認。該当するお客様
に3ステップのレターを発送。Kさんは何も作業はしていません。
これができるのは「言葉」をしっかりと定義しているから。
さあ、「見込み客」「継続客」「常連客」「休眠客」
あなたの、ビジネスの定義を決めてくださいね。

**「売れる仕組み」で
使う「言葉」を明確
に定義すること**

お客様と「定期的」に接触する方法、ツールを持っている

はい・いいえ

ここに残念な事実があります。「新規集客、新規集客」と騒いでいる人ほど、いざお客様になってしまうと、お客様を大切にしない。いわゆる「釣った魚に餌はやらない」。こうなると遅かれ早かれ、そのビジネスは潰れることになります。

なぜか？なぜならビジネスは「リピート」から利益が生まれる。リピート構造を持たないビジネスは利益を生むことができないからです。

そして、そのリピート構造を構築する「イロハのイ」それが

「定期的、頻度高く接触すること」なのです。そして、これからは少子高齢化、ますます新規集客は難しくなる。そして、そして「売れる仕組み」の要諦は「関係性」にある。つまり、「定期的」に、お客様と接触することは、必須ということ。

あなたは、お客様と定期的に、頻度高く、接触していますか？

**「ニュースレターを
やらない奴はバカ
だ」**

若き日の神田昌典さんの言葉

「常連客」を守る手法、手段 キャンペーンを持ってくる

はい・いいえ

「ビジネスの目的は顧客の創造である」これは、あの「経営の父」ドラッガーの有名な言葉です。ここで言う「顧客」は1回きりのお客様のことではありません。あなたを信頼してくれ、何度も何度も利用してくれ、時に知人、友人を紹介してくれる人。僕たちの言葉で言うと「常連客」ですね。「売れる仕組み」は、たくさんの常連客さんを生み出すことにあるのです。でも、それで終わりではありません。常連客さんは、何としても守らなければいけない。ちなみに、あなたの常連客さんからもたらされる売上、調べてみてください。なぜ、守らなければいけないのか？その理由を理解してくださいはずです。

さあ、常連客さんを守るキャンペーン、考えてみませんか？

**「売れる仕組み」の
目的は常連客を生み
出し守ること**

毎週、毎月、毎年 「観察」すべき数字を持っている

はい・いいえ

ビジネスは「数字のゲーム」です。優れた経営者は例外なく「数字」に強い。
でも、残念なことに多くの人は、銀行口座の残高しか見ていない。
いくら残高を眺めていても、何も事態は改善されません。なぜなら、それは、「結果」だからです。「結果」を眺めていても、何も改善策は浮かんではきませんよ。
出てくるのはため息だけ。売上に至る「過程」をしっかりと観察しましょう。
その「過程」の数字を、毎日、毎週、毎月、毎年、観察するのです。
でも「仕組み」を持っていないと、どの数字を観察すべきか、全く検討がつかない
かもしれません。「基本の3つの数字」を記録し続けてみてください。これです。
「見込み客の数」「成約率」「顧客生涯価値」。
もちろん、「売れる仕組み作り」を続けていけば、いずれ、あなたの「観察すべき
数字」が見えてきます。

**「見込み客の数」
「成約率」
「顧客生涯価値」
この数字を観察する**

売上向上のために 「毎日やること」を持っている

はい・いいえ

「結果」をあなたにもたらしてくれるのは「行動」しかありません。
でも、この「行動する」がなかなか難しいのですね。特に「売れる仕組み」は、まあまあ面倒臭い。すぐに結果にならない。実を結ぶまで一定の時間軸を必要とする。人間は元来「怠け者」にできています。この手のことは、どうしても、後回し、先送りしがちなのですね。でも、僕たちは「売れる仕組み」がないと明日がない。さあ、どうしたものか？解決策はこれしかありません。
「売れる仕組み作り」を習慣にしましょう。
まずは、どんなことでも構わない。
毎日、同じ時間に、同じ場所で、同じことを続けてみてください。
最初は1日10分でもOKです。「毎日やる」これができれば大丈夫。
あなたにも「売れる仕組み」を構築することができますよ。

**「売れる仕組み」
まずは、毎日やるこ
とを決めてください**

最後に



大丈夫！あなたにもできます。
僕たちがついていきます

「え？1つもできていなかった・・・」

大丈夫、僕たちがついていきます。そのための集客7プログラムですからね。

今日は記念すべき日です。これからやるべきことが見えてきましたよね？

最初の一步を踏み出すと見える景色が変わります。そして、また一步、また一步・・・

足を止めない限り、あなたが諦めない限り、大丈夫。

「あれココドコ」気がついた時は、全く違うステージにいるはずですよ。

激しく応援していますね。



いつでも相談できます

集客7プログラムの1番の特徴はメールを使い、何度でも相談できることです。遠慮せずに、相談してくださいね。激しく応援しています。