

~~Evo~~

5th Program

クロージング

基礎理論編

クロージングとは？

お客様に商品・サービスを購入・購買を**決断させること**

クロージングの**目的**

- ◎ 収益の回収
- ◎ 迷っている人の背中を押すこと
- ◎ 悩みや欲求を満たしてあげること
- ◎ リストを濃くすること

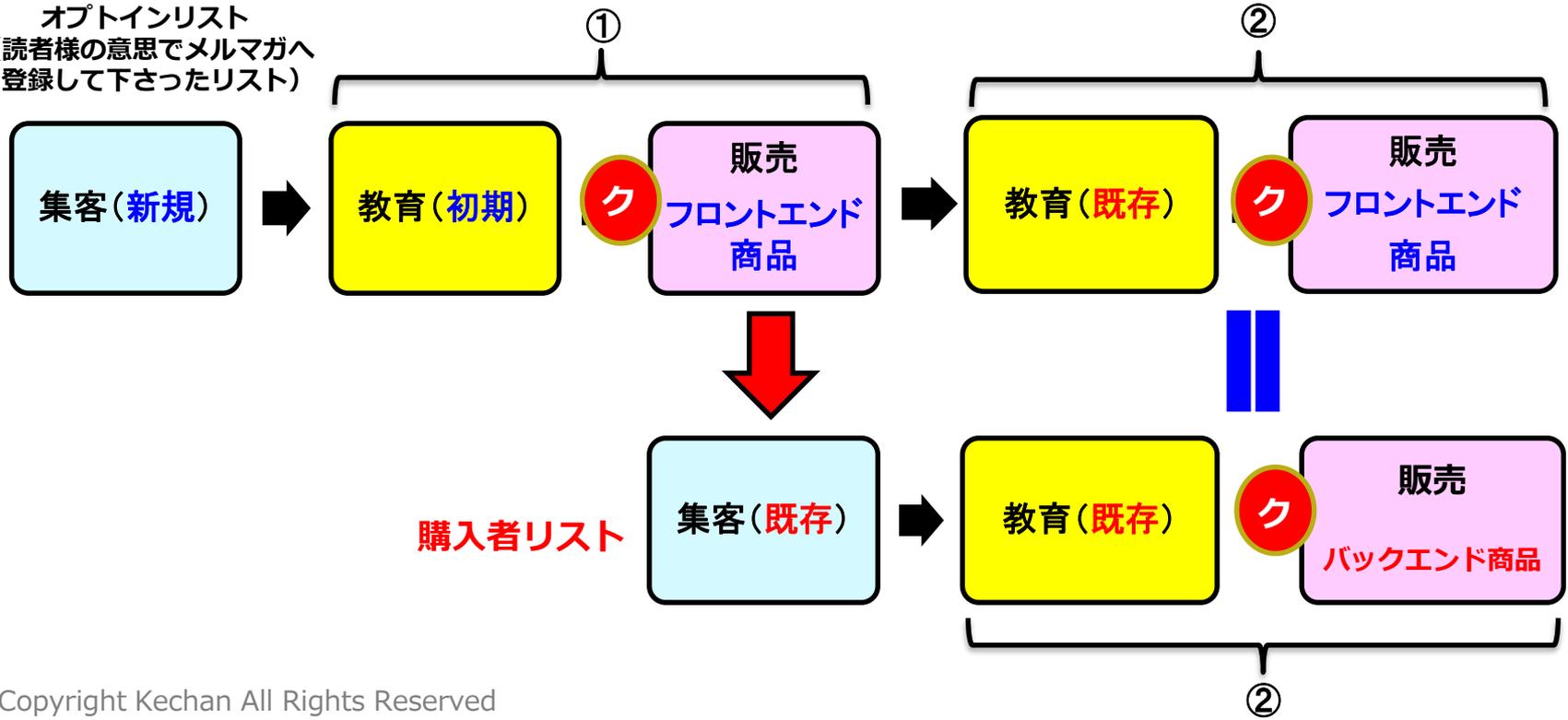
クロージングはリストを濃くする目的もある



クローニングするポイント

- ① **ステップメール教育販売**（初期教育からのローンチメール販売）
- ② **プロモーション販売**（既存教育からのローンチメール販売）

オプトインリスト
(読者様の意思でメルマガへ登録して下さったリスト)



~~Evo~~

クロージング⇒成約率を上げるためのポイント

- ①教育によって信頼残高を上げること
- ②『コミットメントと一貫性』を活用すること

①教育によって信頼残高を上げること

見込み客Aさん

- ①あなたのブログに興味を持ち、メルマガに登録した際に感じた価値 (500円)
- ②メルマガに登録した際に入手したフリーコンテンツの価値 (3,500円)
- ③7通のメルマガで学び感じた価値 (7,000円) ※この時点の信頼残高 11,000円 (500円+3,500円+7,000円)
- ④1万円の商品を販売⇒売れる！ さらに商品を手に入れたことによる感情的価値 (20,000円)
※信頼残高 31,000円 (500円+3,500円+7,000円+20,000円) となる ※クロスセル・アップセルも可能となってくる
- ⑤1万円の商品への機能的価値 (30,000円) ※信頼残高61,000円 (④の信頼残高+⑤で感じた機能的価値)

見込み客Bさん

- ①あなたのブログに興味を持ち、メルマガに登録した際に感じた価値 (500円)
- ②メルマガに登録した際に入手したフリーコンテンツの価値 (2,500円)
- ③7通のメルマガで学び感じた価値 (5,000円) ※信頼残高8,000円
- ④1万円の商品販売⇒信頼残高不足で売れない⇒更に売り込み要素で信頼残高が一気に下降 (-7,500円) ※信頼残高500円
- ⑤メルマガを読んでもくれるボーダーラインが500円だとしたら、これを下回るとメルマガを読んでもくれないor (解約) となる

**ブランディング (機能的価値 + 感情的価値 + 自己表現的価値) を構築して
信頼残高を貯めておく事により
クロージング時における商品の成約率が大きく変わって来る！**

② 『コミットメントと一貫性』 を活用する

人は自分の発言（コミット）に対して
一貫した考えや行動を取ろうとする というもの。

『コミットメントと一貫性』を活用する

Kechanが小学4年生だった頃の、ある日のお話…

友人A「僕はBくんのことが嫌い！もうあいつとはこれから遊ばない！

だからみんなもBくと遊ぶのやめようよ！」**(コミットメント)**

しかし、Bくんはクラスの人気者。周りにはいつもたくさんの友達がいました。

結果…

友人Aはクラスで誰とも仲良くできなくなり、孤立してしまいました。

他の生徒が**友人A**に対して「Bくんやみんなと一緒に遊ぼうよ」と誘っても

友人Aはずっと断り続けていました **(一貫性)**



『コミットメントと一貫性』を活用する

人は**自分の発言（コミット）**に対して**一貫した考えや行動を取ろうとする** というもの。

(例) ネット集客に悩む方向けの講座を販売するため、セミナー会場へ来場させるアポイント取りの営業

～コミットメントと一貫性を全く**活用していないケース**～

営業「マーケティングにおいて大切なのは集客です。

なぜなら、お客さんがいなければ、

いくらあなたの売りたいものが素晴らしい物であっても、

買ってもらうことが出来ず、1円の売上も生まれないからです。

なのでぜひ、集客ノウハウを詰め込んだ弊社の講座を知って頂くために、一度ご来場ください」

『コミットメントと一貫性』を活用する

人は**自分の発言（コミット）**に対して**一貫した考えや行動を取ろうとする** というもの。

(例) ネット集客に悩む方向けの講座を販売するため、セミナー会場へ来場させるアポイント取りの営業

～コミットメントと一貫性を活用したケース～

営業

- ①「ご相談頂いているという事は集客にお困りということですよ？」 ⇒ **営業相手 YES (コミット)**
- ②「今は無料の動画でもネット集客について説明しているものもありますが、
なかなか自分に合った改善・解決方法は見つからないものじゃないでしょうか？」 ⇒ **YES (コミット)**
- ③「集客率が低く、結果を出せない原因の一つに『ターゲットがズレていること』があるのですが、
集客率を〇〇%以上も上げている実績者の具体的な方法を知りたいと思いませんか？」 ⇒ **YES (コミット)**
- ④「では一度こちらのセミナー会場にお越し頂けますか？」 ⇒ **YES (コミット・アポイント取り完了!)**

『コミットメントと一貫性』を活用する

★販売する前に、見込み客へ**発言や行動（コミット）**させること！

◎こちら側が出すオファーに対して**発言や行動（コミット）**させること

例 ～『人間関係を改善するための企画』を販売したいケース～

「現在、人間関係に悩まれているのであれば、どんな事でもいいので、このメールに返信してみてください」
「あなたの悩みを改善する大きな一歩になると思いますので、ぜひこちらの1分アンケートに回答してみてください」

★メリット★

- ・興味がある人の**リスト（人数）**を取ることが出来る
- ・発言や行動を取らせることで、**今後、一貫した発言や行動をとってもらいやすくなる**

~~Evo~~

5th Program

クロージング

基礎理論編

終