

リストマーケティング

# 新セールス手法

株式会社CrosspoJAPAN

# 本日の内容

## 概略

- 1)セールスの自動化
- 2)見込み客リストの活用事例
- 3)短期間で売上を上げる方法
- 4)新規性の作り方

# リストマーケティング セールスの自動化



# リストマーケティングとは？

顧客リストを使って、ターゲットに対してダイレクトにマーケティングを行う手法です。

このリストは、メールアドレス、LINE登録、電話番号などを含む。

リストマーケティングの主な目的は、既存の顧客との関係を深めたり、リピーターを増やしたりすることです。



# 飲食店でクーポン配布

お友だち登録で  
会計10%OFF



# 飲食店でQR読み取りオーダー

LINE登録してから  
メニューを注文する



# 薬局での問診票

個人情報記入  
(メールを送ってもいいですか?)

# 資料請求

最もわかりやすい例で  
購入に近い人  
(自らの意思でリサーチ & 登録)

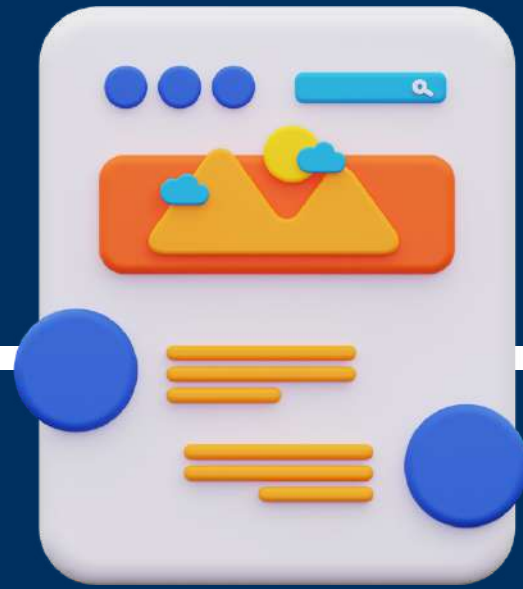


# セールスの自動化



## SNS/広告/チラシ

認知 & 拡散



## LP

興味のある人を  
ここで選別するため



## LINE登録

入会・購入に繋げるため  
信頼構築の教育フェーズ

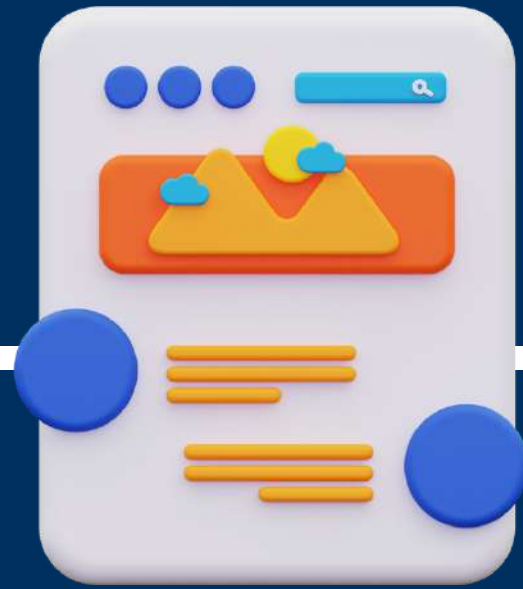


## 顧客となる

入会・購入  
お金を払ってでも  
受けたい  
その商品が欲しい



# 焼肉店の場合



## SNS/広告/チラシ

今日は家族で  
焼肉パーティー  
全100種類の豊富な  
メニューで食べ放題

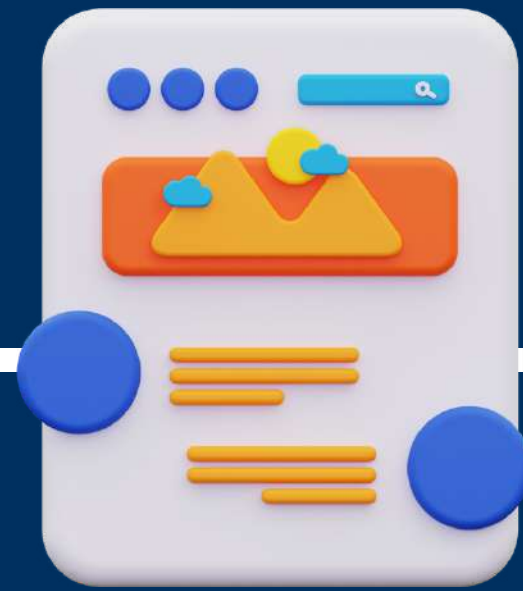


# 焼肉店の場合



## SNS/広告/チラシ

今日は家族で  
焼肉パーティー  
全100種類の豊富な  
メニューで食べ放題



## LP

- 食べ放題メニュー
- 座席の写真
- 価格表
- お客様の声



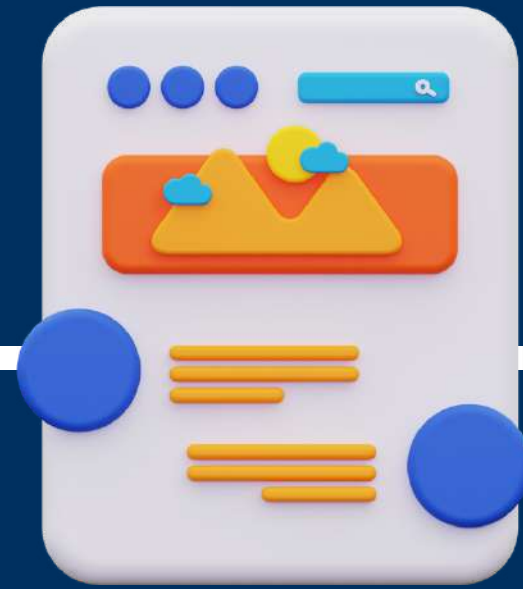


# 焼肉店の場合



## SNS/広告/チラシ

今日は家族で  
焼肉パーティー  
全100種類の豊富な  
メニューで食べ放題



## LP

- 食べ放題メニュー
- 座席の写真
- 価格表
- お客様の声



## LINE登録

生産者の声  
従業員の声  
+5千円で高級和牛に

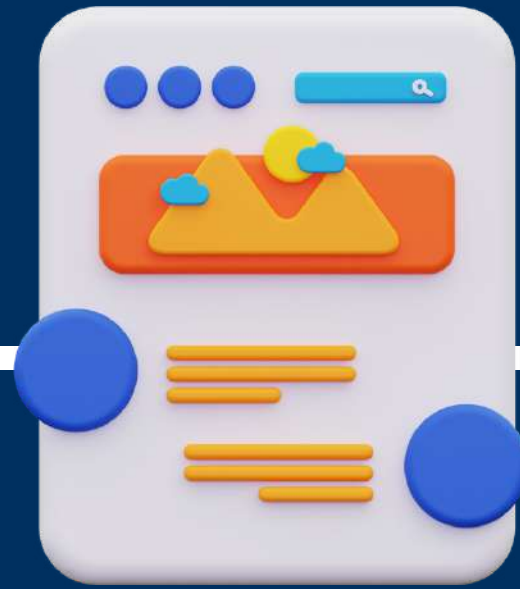


# 焼肉店の場合



## SNS/広告/チラシ

今日は家族で  
焼肉パーティー  
全100種類の豊富な  
メニューで食べ放題



## LP

- 食べ放題メニュー
- 座席の写真
- 価格表
- お客様の声



## LINE登録

生産者の声  
従業員の声  
+5千円で高級和牛に



## 顧客離脱

「思ったのと違った」  
冷める



こうして  
顧客が離れていく

「何か思ってたのと違った」

思ってたもの

こうして  
顧客が離れていく

「何か思ってたのと違った」

思ってたもの

「ペルソナの抱える悩み・課題」



こうして  
顧客が離れていく

「何か思ってたのと違った」

思ってたもの

「ペルソナの抱える悩み・課題」



リサーチが死ぬほど重要なのです

## 集客した見込み客リスト



広告費をかけて集客した  
「離脱していない」  
見込み客リストを放置するのはNG



LINEのお友だち・メルマガ読者  
見込み客リストの活用事例  
LTVの上げ方



# LTVとは...？

ライフタイムバリュー



# LTVとは...？

ライフタイムバリュー

## 顧客生涯価値

顧客1人あたりの売り上げ







# LTVを上げる戦略の一例

## 月額

◇ 全部コミコミ! ◇

※ サービスは予告なく変更となる場合がございます。  
※ カラオケ・ピラティス・ランドリー・ゴルフ・ワークスペース・ドリンクバーは一部店舗限定のサービスです。  
※ トレーニングマシン・ドリンクバー以外のご利用にはアプリからのご予約が必要です。  
※ 1枠20分～（各サービスの中から最大2枠/1日）ご予約可能です。メンテナンス時間によりご利用いただけない時間帯がございます。

月額 **2,980円**※ [税込3,278円]

3,278円

## アップセル

01  
**RIZAPトレーナー**  
あなたに合ったプロトレーナーを選定。  
日本トップトレーナー協会認定の実力の確かな  
トレーナーがあなたを成功へ導きます。

02  
**あなた最適プログラム**  
ライザップではあなたの傾向に基づいた、  
適度な負荷で効率的に効果につながる  
根拠あるプログラムを作成。

03  
**24時間密着プロデュース**  
トレーニングだけではなく、専用アプリ等で日々のあなたを密着サポート。  
状況に応じてご提案をいたします。

約40万円

## クロスセル

MUSCLE PRO.  
Strawberry Taste

RIZAP

RIZAPシェイカー  
プレゼント

約25,000円

コース名	内容	入会金含む最低総額
マンツーマントレーニングコース	トレーニング週2回と、毎日の食事指導で大幅減量を目指す一番ベーシックなコース	<b>総額382,800円～</b> ※50分/16回(2ヶ月)
モデルプログラム	モデルのような見た目にこだわったダイエットができるコース	<b>総額382,800円～</b> ※50分/16回(2ヶ月)
美脚プログラム	脚のラインを整えるトレーニングで美脚作りを目指すコース	<b>総額382,800円～</b> ※50分/16回(2ヶ月)
マッスルゲインプログラム	バルクアップで筋肉をつけたカッコイイ身体を目指すコース	<b>総額382,800円～</b> ※50分/16回(2ヶ月)
シニアプログラム	60歳以上の方向けのプログラムで、足腰を強くし健康的に痩せることを目指すコース	<b>総額382,800円～</b> ※50分/16回(2ヶ月)
プライムサービス	ライザップ初のサブスクコース 1回のセッション単価が約9千円で通うことができ、プライムメンバー限定の特典も多い	<b>総額539,000円～</b> ※50分/月2回 <b>※入会金(55,000円)+登録料(440,000円)+ コース料金2ヶ月分(44,000円)</b>

# LTVの高め方

**平均客単価**  
を上げる

月会費を上げる

**継続期間**  
を伸ばす

継続率を上げる

**購入頻度**  
を増やす

商品を増やす

**利益率**  
を上げる

集客コストや  
固定費を下げる



# 今すぐできる顧客リストの活用方法

商品を増やす

固定費を下げる

アフィリエイト(紹介)

# 商品を増やす

3つ以上あると良い

メインの商品

ダウンセル（お試し・短期集中など）

クロスセル（別ジャンルの教材）

# 固定費を下げる

CPA(リスト獲得単価)を下げる努力をする

CPA1,000円→500円

成約率が同じ場合、利益率が2倍になる



# アフィリエイト

親和性のある商品を紹介する

紹介料を報酬としてもらう

(チョコザップも顧客リストに他社製品の紹介)

顧客リストを活用して

# 短期間で売り上げを上げる

新しい戦略







# チャレンジローンチ

3日~7日ほどの実体験を得て  
より信頼関係を築き上げた上で  
入会に誘導する販売手法



# チャレンジローンチの流れ



## テーマの選定

リストの中で  
最も多い課題を掲げる



## 無料チャレンジ

毎日チャレンジタスクを  
こなしていきます



## コミュニケーション

オープンチャット  
facebookグループを活用  
コミュニケーションをとる



## 教室・講座案内

一定の成果を感じているため  
オファーに対しての  
抵抗が少ない

## チャレンジローンチのメリット

- 少ない顧客リストでも成約率が高い
- 距離感を近づけ、より信頼を獲得できる
- リスト内の盛り上がりを演出できる
- 成功体験を積み上げ、購買意欲を高める



集客の9割を決める  
新規性の作り方





# 集客に大事な3つの要素



新規性



限定性



即効性

# 集客に大事な3つの要素



**新規性**

**新しい方法**



**限定性**

**今しかない**



**即時性**

**速く解決したい**



世の中に新しいものはほぼない

「言葉の置き換え」

キャッチコピー

コンセプト

を作る際の6つのポイント



# 1) ターゲットの理解

## 誰に向けてのコピーか

- ターゲット層のニーズや関心事を深く理解し、それに応える言葉を選びます。
- 例えば、若い世代にはトレンドに敏感な言葉を、年配層には安心感や信頼を感じさせる言葉を使います。

## 2) シンプルかつインパクトのある言葉選び

### 短く、わかりやすい

- 短く、わかりやすく、そして強烈な印象を与える言葉を使います。読み手が一瞬で理解でき、記憶に残るようなフレーズが理想です。
- 例: 「今、選ぶべき理由はコレだ!」、「人生が変わる、たった5分」。

# 3) オリジナリティとユーモアクト

## 他社との差別化

- 他社との差別化を図るために、ユニークな表現や語彙を取り入れます。キャッチコピーには、少しのユーモアや驚きを加えることで注目を集めることができます。
- 例: 「疲れた？それ、栄養不足かも!」、「退屈な日常からの脱出法、発見!」



# 4)感情に訴える

## 読み手の感情に訴える

- 読み手の感情に訴えかける言葉を選ぶことで、共感を得やすくなります。幸福感、安心感、期待感など、ポジティブな感情を引き出すよう心がけます。
- 例: 「未来への一歩、今ここから」、「あなたの笑顔が、明日の力」。

# 5)問題解決やベネフィットの強調

## 利益を明確にする

- コピーは、製品やサービスがどのように問題を解決するのか、あるいはどんな利益をもたらすのかを明確に示すべきです。
- 例: 「もう迷わない。これが最適解!」、「あなたの時間を、もっと価値あるものに」。

## 6)リズムと音の響き

### 記憶に残りやすい

- 音の響きやリズムも重要です。耳に心地よく響く言葉やフレーズは、記憶に残りやすいです。言葉のリズム感を意識しましょう。
- 例: 「もっと早く、もっとスマートに」、「シンプルに、そして確実に」。



## 有名な言葉に...

ドリルを買う客が欲しいのは、ドリルそのものではなく、  
ドリルを使って開ける穴だ

# 有名な言葉に...

ドリルを買う客が欲しいのは、ドリルそのものではなく、  
ドリルを使って開ける穴だ

冷蔵庫も掃除機も、野球教室もサッカースクールも  
体操教室もダンススクールも、ヨガ講座もダイエットもみんな同じ

顧客が欲しいものを言い当てる

あなたの教室に入会した人  
コンテンツを購入した人は  
何が欲しいのですか？