



POWER CONTENTS JAPAN

営業テクニック大全集

90分 ベーシック版

Genius Consultant training course

事(3)をP162

講師 横須賀てるひさ

Lecturer Yokosuka Teruhisa

2012年1月14日(土)

Copyright 2012 by Teruhisa Yokosuka & PowerContentsJapan inc. All Rights Reserved



横須賀てるひさ 略歴



1979年埼玉県行田市生まれ。21歳、専修大学法学部在籍中に行政書士の資格を取得。コンサルティング系の一般企業に勤務するが、入社1ヶ月でリストラ。その後、ひとりで行政書士事務所を立ち上げる。何の人脈も知識もなく、お金も社会常識すらなかった状態から、半年。

アナログ営業、ブログ・インターネットなど様々な営業手法をつかって月商100万円を達成。その後、個人事業としては1800万円以上をたった3年で達成。25歳の時には「小さな会社の逆転戦略 最強ブログ営業術」を出版。2万部を超えるベストセラーになる。2005年、ニッポン放送買

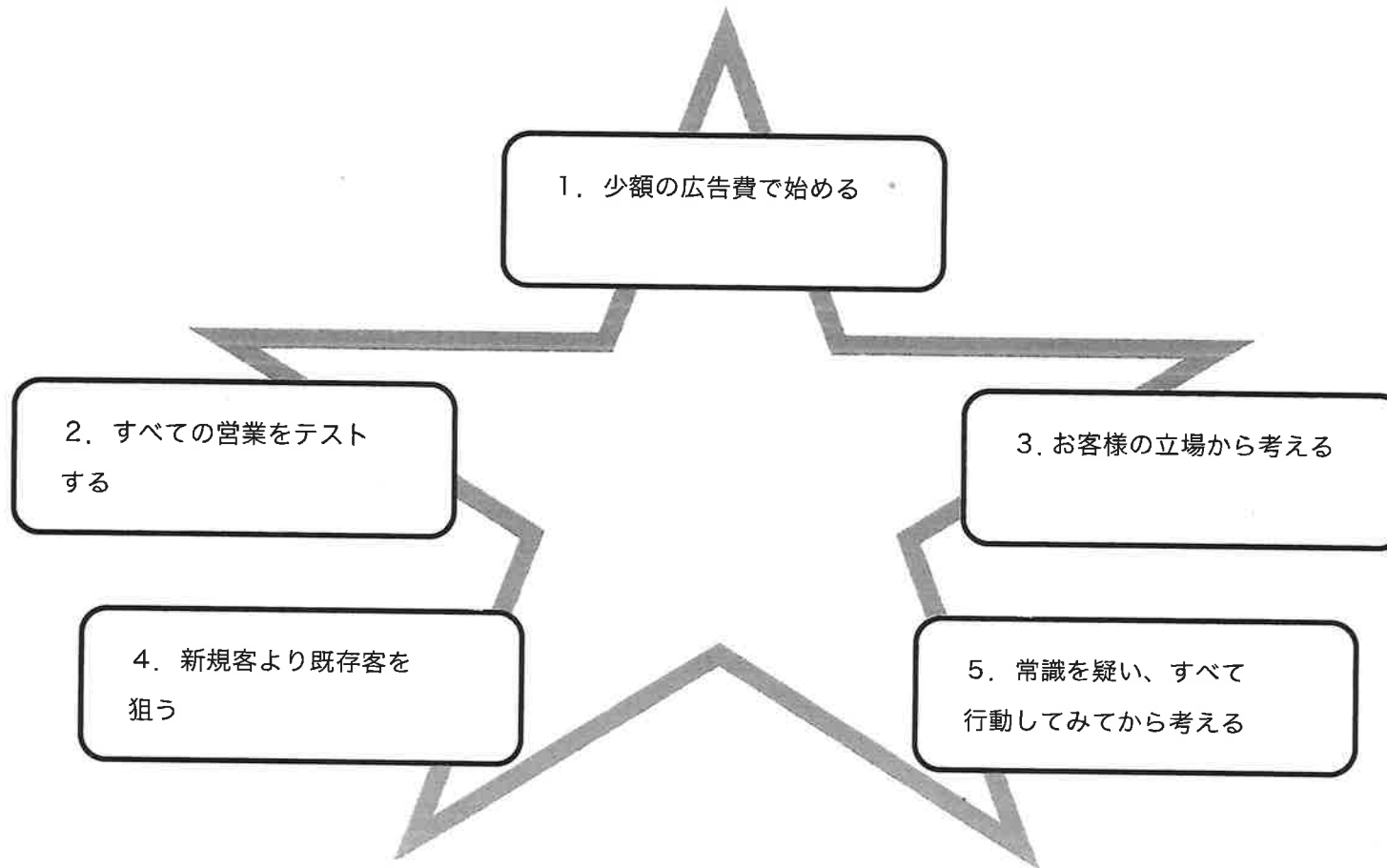
収で大注目されていたIT企業ライブドア社のセミナー事業、ライブドア大学で最年少、最多出場講師となる。現在は士業向けの経営スクール、天才塾を経営し受講者は常時200名以上、のべ800名の受講者を記録する（受講料は毎月15,000円）。

今日はこの中から、「営業力を上げるためのノウハウ」をお伝えします。

ビジネスの基礎
マーケティングの基礎



営業力を伸ばすための基本ルール





インターネット集客は、サイトレイアウトと広告

ネットマーケティングの大原則

東京最大級の行政書士事務所。主な業務は会社設立の代行、許認可取得の代行、各種トラブルの対応です。

会社設立ドットコム
 法人登録代行 創業のための会社設立 創業支援は責任を分かち

無料相談窓口 TEL: 03-5363-6438
 平日10時～18時 行政書士横須賀てるひさ事務所

無料相談フォームはこちら

- TOP
- 業務案内
- よくあるご質問
- お客様インタビュー
- プロフィール
- 無料相談
- 事務所概要

成功率ダントツの会社設立サービスを提供します

- 会社始めの方にも対応
- 助成金・補助金無料診断
- 会社をつくるための知識は不変

全てお任せで安心です！



代表の横須賀てるひさです。より詳しくお話しいたします。

行政書士横須賀事務所代表
行政書士・横須賀 てるひさ
株式会社ドットコム設立者

無料相談窓口 TEL: 03-5363-6438
 平日10時～18時 行政書士横須賀てるひさ事務所
 無料相談フォームはこちら

会社設立サービスを料金だけで選んでいませんか？
 行政書士横須賀事務所は、3年以上、創業のための会社設立手続きに特化してサービスを提供してきました。
 税務・法律事務所を通じて設立された起業家は、ドットコムの成功を誇り示しています。横須賀てるひさもっと儲かる仕組みをつくりながら、もっと安全な経営をしながら、一緒に成功していきませんか？

会社を設立する前に知っておきたいことをまとめました！
 レポート「プロが教える失敗しない会社設立15のポイント」

特長

- 無料レポート
- お申し込み

無料相談会社/ウェブコンテンツジャンルが提供している無料レポート及び各種資料をダウンロードされた方は、同社発行のメールマガジンに登録されます。請求ボタンをクリックすることで、登録に同意したものとみなさせていただきます。あらかじめご了承ください。なお、メールマガジンはいつでも解除することができます。解除については返信されるメールマガジン本文をお読みください。

お客様インタビュー

お客様にインタビューさせていただきました。

- (1) 成約率が高いサイトをつくる
 - (2) 広告を出す
- リスティング広告を出稿する

- 【ポイント】
- ・ 構成 (レイアウト)
 - ・ 屋号の位置
 - ・ 電話番号の表示
 - ・ 代表者のプロフィール
 - ・ 営業時間の表示
 - ・ お客様の声
 - ・ 実績、マスコミ掲載
 - ・ 無料相談
 - ・ 顧客対象
 - ・ 写真

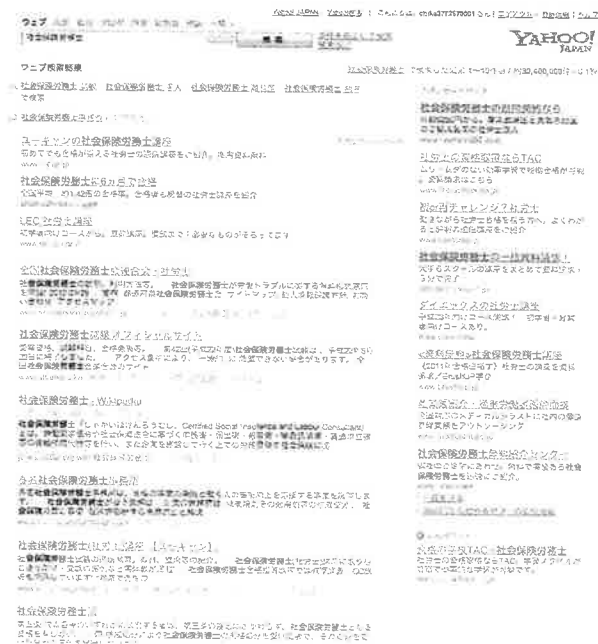
1/2 1/2



業務獲得サイトのアクセスを上げる

業務獲得に有効なのは「きてもらうアクセス」を集めること

- (1) ヤフーリスティング (オーバーチュア) に出稿する (<http://listing.yahoo.co.jp/>)
- (2) アドワーズに出稿する (<http://adwords.google.co.jp/>)



ネット工作隊



そのほかのネット活用

アメーバブログ (<http://www.ameba.jp/>) Twitter (<http://twitter.com/>)

横須賀てるひさ公式ブログ

資格起業家横須賀てるひさの天才マーケティング！

株式会社パワーコンテンツジャパン社長・行政書士横須賀てるひさの公式ブログ。あなたを天才起業家/天才経営者にするための情報を発信していきます！

プロフィール

私も起業家なんて基本下手です。でも、一緒に成功させる



プロフィールと自己紹介の両方なくともOK

ニックネーム：横須賀てるひさ
性別：男
誕生日：1975年7月4日 23時頃
職業：AS
お住まいの地域：東京都
ブログジャンル：経営・ビジネス
ブログのテーマ

ブログを始める
ブログの仲間になる
プレゼントを受ける

【記事作成・編集】
記事の書き方を学ぶ

株式会社パワーコンテンツジャパン
代表 横須賀てるひさ（行政書士）

こんにちは、天才塾・行政書士の横須賀てるひさです。
このブログでは、私横須賀てるひさの行政書士やコンサルタントとしての活動、会社の様子などを通じ、あなたのお役に立てるような情報を伝えています。はじめてご覧いただいた方はぜひ私のプロフィールからお読みください。

天才塾では、私自身7年の行政書士、会社経営の経験から起業家として成功するためのノウハウをお伝えしています。
現在、そのノウハウをまとめた冊子「資格起業家になるための7つのステップ」を無料プレゼントしていますので、もしよろしければお読みください。

天才塾の活動は「資格業界を人気業界にする」ことを目標とし、日々活動しております。全国でセミナー活動もしておりますので、ぜひお会いできましたら幸いです（最新のセミナー情報はこちらから）。

「もう、資格だけでは食べていけない」
横須賀 てるひさ
ずばる会
→Amazon.co.jpで詳細を見る

最新刊
もう、資格だけでは食べていけない
横須賀 てるひさ
著

ホーム フォロワー フォロワー

横須賀てるひさ
1,906 3,208 2,983

ツイート

ユーブラン 脱原発に1票
Reading:NHKニュース スマホで動画を撮りながら美談

山田壽明 (合格コーチ)
ブログ更新しました☆「一般知識（政治・経済・社会）で得点を稼ぐ方法」平成23年度は、一般知識（政治・経済・社会）が前年と比べてかなり簡単だったので、一般知識で得点を稼いでいる方が多いようです☆

RepresentStores
水たき元祖 水月 福岡市中央区早良

ロバ
もうしたよ〜RT スпам報告してみては？

soichiro
なんだかんだで日本には外国人がたくさんいる。外国人の側では目玉ブームな訳です。日本人は、もっと日本人として誇りをもって、日本らしさを大切に引き立てていけば良いと思う。そして、もっともっとグローバルにならなければならぬ。

金谷 徹
おっ！予定調整するか！・・・難しいかな・・・頑張ってみよう！
海和新年会、専業勉強です！→1月18日 海和新年会 2012（ポテンティガー）(2/5)

ベガセナ
勉強で再読性がないものシミュレーションから扱えます。実践出来なくても現実に近いことが証明です。実質予感の予感ではなくシミュレーションなのです。経営シミュレーションは

ロバ



メールマガジンの活用

ネットマーケティングの大原則

ネットでもっとも売れるのが、メールマガジン
無料スタンドのまぐまぐ！ (<http://www.mag2.com/>)

マイページ 初めての方はこちらからどうぞ

メルマガを発行する

メルマガを解除する

ご質問、お問い合わせはこちらからどうぞ



メールマガジン30,000誌!!

メルマガを検索

キム・ジョンウン氏「公式後継者」に！最新の北朝鮮情報が手に入る！・石丸次郎「まぐすべ」インタビュー

ニュース・情報源

ファッション・美容

語学・資格

アート・文芸

エンターテイメント

マネー

グルメ・レシピ

生活情報

ビジネス・キャリア

恋愛・結婚

インターネット・パソコン

スポーツ・アウトドア

リストの語
あ、読者の字にカフ



ダイレクトメールのテクニック集

ダイレクトメールは、リストと同封物がポイント

宛名とq かんたんメール

◎顧客リストは、属性にあったものを使うことがポイント

- (1) 自社リスト（自社に興味がある人のリスト。当然最大の効果がある）
- (2) 無作為のリスト（数を送っても効果がない場合が多い。スパムメールと同じ）
- (3) 業界のリスト（飲食店向け、建設業向け、など業種がハッキリしていれば、タウンページが有効）
- (4) 地域のリスト（地域限定でダイレクトメールを送ると効果がある）

◎同封物のポイント

- (1) セールスレター
- (2) お客様の声
- (3) 申し込み用紙（アクション）

※目的をハッキリさせれば、ダイレクトメールは難しくない。

◎開封率を高めるために

- (1) 同封物の工夫
- (2) 宛名の工夫

文章のポイント

- ・ わかりやすさ
- ・ 専門用語を使わない

デザインのポイント

- ・ 見やすさ、広告臭を消す
- ・ 客層によって変える



小冊子のテクニック集

小冊子で成功するには？

読んでもらって信頼を勝ち取り、仕事をつかむ。コストはかかるが長期的には取り入れたい営業手法。

◎小冊子のポイント

(1) 読み物としての小冊子・・・お客様のお役に立つ内容であることが絶対条件。自分の自慢ばかりしては意味がない。マジカルクエスチョンは「自分が小冊子を読んだとき、買いたいと思うかどうか」。

(2) 小冊子の物語性・・・可能であれば、物語性を入れる。人は物語を信じる。お客に好かれるストーリーを考える。脚本の勉強などをして良い。

(3) 信頼性としての小冊子・・・お客様の声を入れる。写真、見出し、名前、住所、本文。このセットは必ず入れる。

(4) 小冊子のアクション・・・起こしてもらいたいアクションを必ず入れる。お客様に問い合わせをしてほしいのか、それとも申し込みをしてほしいのか。してほしいアクションを考える。折込の紙を挟んでも良い。



チラシ・広告のテクニック集

チラシ・広告で成功するには？

一瞬でお客様の心を捕まえ、反応を取る。キャッチコピー、商品などさまざまな要素があるが、ここではチェックポイントを中心に解説する。

チラシ・広告の目的を確認する。

「結局このチラシを見たお客様に何をしてほしいのですか？」とたずねる。売りたいのか、集客（リスト化）したいのかでチラシなどの作り方が変わってくる。

チェックポイント

- (1) 価格は適正かどうか？商品の魅力を十分アピールしているか？キャッチコピーの内容、文字の大きさはどうか？
- (2) 問い合わせ方法（アクション）が明確かどうか、わかりやすいかどうか？
- (3) 出稿した時期は適切だったか？

※チラシは事例集が多く出ている

もっと儲かる全国手書きチラシ事例集

出村 邦彦著（参考文献）



売れる要素のヒント集

売れる要素のヒント集

- | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none">・ ニュース性がある（新商品、日本初など）・ 専門家の推薦を取る・ 文字を大きくする・ 疑問を投げかける（〇〇と思いませんか？）・ ターゲットを絞る（30代の女性、など）・ 保証を付ける・ 数値を使用する・ お客様の声をつくり、リアリティを持たせる・ 無料があれば、無料であることを伝える（強調する）・ 断る（「〇〇な人は見ないでください」など）・ キャッチコピーをお客様の声からつくる・ 客層を変えてみる・ 目玉商品をつくる・ プライドをくすぐる | <ul style="list-style-type: none">・ セット商品をつくる・ 欠点を先に言う・ 感覚に訴える（触る、色、におい、味など）・ 物語をつくる・ ライフスタイルを売る（「世界中のセレブが使っている」）・ ナンバリングをする（コレクター商品にする）・ 限定にする（数、期限）・ 商品説明を簡単にする・ スプリット・ランを使う・ お金を払う人たちかのチェックをする・ 一部募金にする・ 会社の環境を良くする・ 口コミのための煽動者を募る・ 大きくしてみる、小さくしてみる |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|