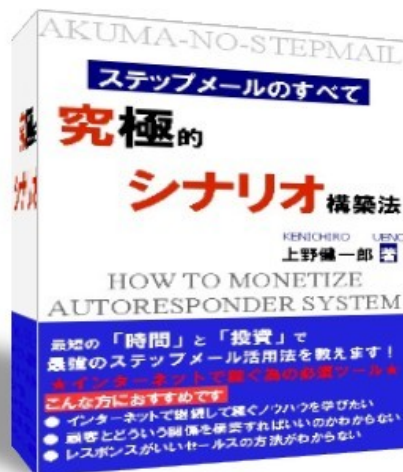


最強のシナリオ作成方法を公開します。

見込み客をどう教育したら良いのか

あなたは今後永久に悩まなくなります！

# 最強シナリオ構築方法



## 悪魔のステップメールダイジェスト版

この教材はステップメールのシナリオ作成方法に  
鋭くメスを突っ込んだ教材です。何度も読み返して  
あなたの血肉にされますと素晴らしい力を  
手に入れる事になります！

### 著作権について

「悪魔のステップメールダイジェスト版」（以下、本教材とします）は著作権で保護された著作物です。

著作権は兵法ドットBiz 運営者、上野健一郎（兵法家けん）にあります。

本教材は極めて秘匿性の高い内容であります。したがって、本教材の一部、または全部をあらゆる形で複製、流用、転載することが法律によって禁じられています。

# 第1勝

第一勝は無料レポート版「リストの教育方法明かしちゃいます」の完全収録版です。

無料レポートでは明かされなかった内容まで突っ込んで書いてありますので、しっかり読まれて理解を深められますと、いいかと思えます。

## 【究極の販売極意】とは？

一流の営業マンにも口下手な方がいるのは有名な話です。

同じく、文章が特別上手とは思わないのに、売れる文章を書く方が存在します。

この第一勝では、「なぜ？売れるのか？」の本質を解き明かしていきます。

※注意点；大変失礼ですが、一読での理解は難しいと思えます。

できれば、何度も読まれることをおすすめします。

販売の核心に触れる部分ですので、言葉での説明は難しいのです。

それでは早速本題です。

いきなりですが、信用って販売するにあたって大事でしょうか？

いきなりですが、17秒だけ真剣に考えてみて下さい。

販売（＝営業）の経験がある方はわかると思います。

販売するにあたって信用が大事だと言われます。

「信用がない奴からは物は買わないよ」

この言葉も普通に聞きますし、誰でも「そうだよねえ」と納得されるでしょう。

確かに信用は大事です！

そこをあえて、あなたにお聞きします

販売をする上で本当に信用は大事なのでしょうか？

信用、信頼、真実…

その前に信用って何でしょうか？

飛び込み訪問販売の経験がある方はわかると思います。

商談時間がたったの1,2時間で高額（数十万から数百万）の契約をする職種ですね！

これは信用力なのでしょうか？

出会って間もない人、しかも、数時間で人は人を信用するのでしょうか？

こう言われると信用が販売の究極だという考えが少しぶれてきませんか？

現にあやしい情報商材がたくさん売れてますし…（爆）

では、販売で大事なものは何でしょうか？

商品力？

確かに商品力も大事でしょうね！

でも、それを言ったら、あなたの会社の商品は大丈夫ですか？

あなたがアフィリエイトしている商材は大丈夫ですか？

業界ナンバー1の商品ばかり顧客に販売されてますか？

もちろん違いますよね！

だとすると、一体、販売で最も大事なものは何でしょうか？

ある方はこう言われるでしょう！

**「販売で大事なもの！それは熱意だよ！」**

これも、あなたも先輩から聞かされた事ありませんか？

熱意＝一生懸命さ！

いいですね！大事なものです。

私も個人的にはきらいじゃないです。

熱意を否定する人もいないでしょう！

さて、いくつか販売に関わる大事なものを書き出しましたが、  
どれが販売の究極に関わる大事な部分なんでしょうか？

結論から書きます。

信用、商品力、熱意、例えに3つ程出しましたが、

答えは「熱意」です。

「ああやっぱりね！」と思われた方も多いでしょう！

では、あなたにお聞きします！

「熱意＝一生懸命さ」って何でしょうか？

具体的に明確にお答えできますか？

実は熱意（＝一生懸命さ）の中に、**【究極の販売極意】**にたどり着く隠されたヒントがあるのです。

しかし、ほとんどの人がこの隠されたヒントさえも気付かず、右往左往してるのが現状です。

まさに、一握りの方しか、この**【販売の極意】**を実践できる方はいないのです。

今回この第一勝を**あなたがしっかり学ばれましたら教育の恐ろしさを知る事になるでしょう。**

この第一勝ではリアルの世界で高額商品販売に携わる著者が**「究極の販売極意」**を解き明かし、あなたの販売に即、役に立てるように構成しております。

新たな気付きがあるものと自負して作成いたしました。

ご質問ご感想もいただければ、私も嬉しく思います。

まず、またいきなりですが、結論から書きます。

**【究極の販売極意】**とは熱意がヒントだと先ほど書きました。

結論部分の答えから書きます。

答えは「教育（＝価値観を植え込む事）」です。

**教育する事**、あるいは見込み客を育てる事は何となくは、あなたも理解されてるでしょうが、今回は、はっきり具体的に示していきます。

この第一勝を読み終える頃には、あなたがワクワクして即行動に移す事を願ってやみません。

顧客を育てると聞くと、大半の方が「何度も接触して、少しずつ打ち解けて、契約にいたるようになる事でしょう？」と言われます。

そういう意味ではありません。

顧客に価値観を教育するのです。

もちろん、何度も接触した方が価値観の教育もしやすいでしょうが、上手く教育すれば、数回の接触、

あるいはたった1度の接触（＝商談）で教育が完了し販売が可能になります。

「価値観??」

「はあ？」

価値観です。

まず、価値観ってなんですか？

例えば、人間の3大欲求を除けば、欲求はすべて価値観から来ます。

3大欲求は「睡眠欲」「食欲」「性欲」ですね！

●いい車に乗りたい

↓

「いい車に乗るのは格好いい」という価値観

●素敵な異性と付き合いたい

↓

「素敵な女性、（男性）と付き合うのは素晴らしい」という価値観



- いい家に住みたい → 同上
- お金を多く稼ぎたい → 同上
- 正直でありたい → 同上
- 誠実でいたい → 同上

いっぱいありますが、

「何々したい」で作文をすればいっぱい思い浮かぶのではないのでしょうか？（笑）

これが価値観です。たくさんの価値観があります。

蘊蓄をたれる積もりは全くありませんので、あなたがもっと理解しやすいように書きます。

私の仕事は講習販売です。

大勢を毎日集客して講演して販売する仕事です。

1ヶ月から2ヶ月以上にわたって集客します。

販売終了後もまた近くに移動します。

同業者も多いです。

あなたに質問です。

A:ある同業者は健康食品を一人の顧客に10種類位売ります。

B:また、他の同業者は健康食品を一人の顧客に5種類くらい売ります。

C:またまた、他の同業者は健康食品を1種類しか売りません。

さて、上記A,B,Cの中でどれが一番上手な販売方法でしょうか？

さあまたいきなり答えです（笑）

いずれもが実は正解です。

我々の同業者で言うと、

大体上記3パターンの販売スタイルになります。

総売上げはA,B,C変わりません。

当然販売担当の個人の能力のうまい、下手には左右されますよ！

AでもBでもCでもいいのです。

いいですか、ここからが、この第一勝の大切な趣旨です。

よく理解して下さいね！

Aの顧客はB,Cの顧客と話して「なんで健康食品をそれだけしか飲まないのかな？」と疑問に思っています。

逆にCの顧客はB,Aの顧客に対して「健康食品飲みすぎだよ」と思っているのです。

勘が言い方、気付かれました？

この第一勝の一番の趣旨がここです。

### 顧客を教育する（＝価値観を植え付ける）

Aの顧客は「健康食品はたくさん飲んだ方がいい」と教えてもらっているわけです。もちろん、理論、根拠があつて。→ [A1](#)

Bの顧客は「健康食品は山ほど飲む必要はないけど、最低5種類位は必要である」と教えてもらっているわけです。

もちろん、理論的根拠があつてです。→ [B1](#)

Cは、お分かりですよね！

そうです。

「健康食品は1種類でじゅうぶんだ！」と教えられているわけです。→ C1

ずばり、結論です。

**究極の販売極意**とは、いいですか、A1, B1, C1 の部分をあなたが顧客に指し示せばいいのです。

顧客に教育すればいいわけです。

簡単にして恐ろしい**究極の販売理論**です。

さあどんどん行きますよ！

ちょっと応用してみましようか？

おそらくこの第一勝を読まれているあなたは販売関係に従事されてる方か、もしくはネットビジネスをされてる方だと思います。

ネットビジネス（＝稼ぐ系）の情報商材に当てはめてみましょう！

この視点であなたもたくさんの有名起業家のセールスレター、あるいは記事、文章を読まれば、いとも簡単に顧客に価値観を教育している部分に気づかれる事でしょう！

これはあなたが今、明確に意識したから気づくのです。

今まで、意識した事がない方は目から鱗の状態だと思います。

一度、有名な方のセールスレターを紙面に印刷して、

価値観を教育してる部分に赤線引くと面白いですよ！

基本的に情報商材の販売の基本パターンは、

- 1 まず本人の信用を築く
- 2 本人の能力を見せる＝知識、実績等
- 3 特典を付けて販売する

こんな感じですね、大雑把ですが（笑）

大事なのは1、2ですね！ここが教育の部分です。

例えば、無料情報提供で「●●は●●ですよ」と繰り返し伝えます。

しっかり理解させます。

ここです。

わからないですね（汗；）

例えば、「SEOは大事ですよ！」と常に言うわけです。

そして、「この商材はSEO対策がばっちりです。」と訴え販売します。

ここで、あなたはこう今思われてるでしょう！

「それって当たり前でしょう。いつもやってるし…何言ってるの！このポテトサラダ男！（怒）」

まあまあ待って下さい（泣）

これだと、SEOの商品しか売れませんよ！（笑）

しかも売る日だけに限ってSEO、SEO言っても意味はありません（泣）

次にコピーライティング関連の商品を売り出したとしたら、「SEOを今はやってるから…」となって顧客の反応は落ちます。

実はこれすごい、落とし穴なのです。

素人の販売思考です。失礼な言い方ですみません。

だから、一般に次から次に販売する人はいずれ売れなくなると言われる理由です。（注意；アフィリエイトの事です。）

「あんたがSEOが大事って言ったからこの間SEOの商材買ったのよ！」

「今度はコピーライトが大事??」

「何言ってるのよ！」

極論するところという感じです。

顧客は明確にそうは思いません。

何となく買わないのです。

何となくの心理が実は上記の思いなのです。

これは、まずいやり方ですね！

ある方はご自身のメディアで「あきらめてはいけない」と常に訴えられています。

これってすごい教育なんですよ！（真剣）

毎回訴えています。

もうこの第一勝を読まれているあなたなら、理解されましたね！

そうです。

「あきらめてはいけない！ここにいい商品がある！」

次、「あきらめてはいけない、ここにさらにいい商品がある！」

次の次、「あきらめてはいけない、ここに、もっといい商品がある！」（爆）

極論するとういう流れさえも、「あきらめてはいけない」という事が教育できれば顧客の潜在意識の中に植え込むことも可能です。

だから、大企業のキャッチコピーっていうのは、短い文中に相当の想い、戦略、企みがあるわけです。

キャッチコピーは最も短い企業側の顧客に対する教育ですね！

ある程度、信用があれば、実は顧客の教育というのは非常に簡単なのです。

これは、洗脳とか、暗示とか、マインドコントロールとは趣を異にします。

詳細は省きます。

どんどん行きます。

あなたが【究極の販売極意】を商売で利用されるのであれば、あなたの信条を商売用に作り変えるのです。

あるいは、あなたの譲れない信条からは、どういう販売スタイルが向いてるのか？

ここに焦点を当ててるのです。

理想はあなたの本当の信条と販売するものが結びつけば無敵です！キッパリ！

どうですか？



少しワクワクしてきませんでした？

あるいはちょっとわかりづらいですか？（汗；）

もし、あなたの信条の一つが「まずは実践する事」だと仮にします。

すると、あなたは常に「まず実践する事」を顧客に訴えるわけです。

事あるごとに。

「そうだねえ、やっぱり実践しないとねえ」と顧客を教育します。

そして、いざ販売する時に！

「是非、実践してみては！」と持っていくのです。

ここで、大事な点は「実践しては？」とはあなたはクロージング（商品を勧める時）で一言も言わないのです。

顧客が「実践してみようかな？」となるように持っていくという事なのです。

顧客は実践しようと思って購入します。

これは、あなたの教育がうまく成功しているわけです。

もしうまくいかない場合は簡単です。

教育がうまくできてないだけなのです。

「実践が大事だ」というのが顧客に伝わってないだけなのです。キッパリ！

もう一度、顧客に「実践が大事だ」というのを教育するのです。

合言葉みたいなものです。

あなたがもし顧客に「大事な事は何ですか？」と質問した時に

「実践」ですと答えが即座に返って来るまで教育するのです。

いいですか？

ここまでが【究極の販売極意】の基本編です。

あなたの信条を繰り返し訴え、顧客に共感してもらい、教育していきます。

だいぶ核心がわかったあなたはこれでも素晴らしいヒントになったと思います。

おそらく、早速実践してみたいと心の中で思われてる事でしょう！

単純ですが、すごい効果ですよ！

すぐ実践して下さいね（爆）

軽く書いてるようには見えますが、

これは私の14年間の経験から導き出した真理です。

書籍や人に聞いてたどり着いた結論ではありません。

言葉の重みを是非、感じて下さい。

営業経験者の方には、「そうそう！」と共感をしていただけたらと思います。

ただ、ここを徹底的に意識するか？しないか？

これが、大きな差になるわけです。

あなたの信条を販売に結びつけるわけです。

これが、「筋が通ってる」という事の本質です。

もちろん顧客は「あなたの言う事は筋が通ってるから買う！」ではなく

欲しくなって購入するわけです。

「欲しがらせる」の本質もここに 있습니다。

「価値観を教育する」とは、おおよそどのような事か想像がついたと思います。

紫式部作の源氏物語の中で光源氏が自分好みの女性に幼い時から紫上を教育したでしょう！あれと一緒にです！（笑）

顧客を、極論すると自分好みに教育するのです。

これが、熱烈なファンの本当の意味です。

濃いリストの本当の意味です。

本当は色々な情報起業家のセールスレターや文章を分析して書きたいのですが、

いろいろ問題もあるでしょうから（泣）※そっち方面は購入者専用コミュニティで暴露してますので（笑）そちらもお楽しみに！

## 基本編のまとめ

■【究極の販売極意】とは、顧客に価値観を教育する事である。

具体的には、あなたの信条を繰り返し訴え、顧客に共感してもらい、教育していきます。

中級編

では、次に行きます。

信条？

わかるようでわかりにくいですよ？（泣）

信条とはどのようなものがあるのでしょうか？

具体的に見ていきましょうね！

信条（＝あなたの価値観）を植え付けるのです。

コツとして普遍的なもの（＝ごく普通に当たり前だと思われてる価値観）

プラス あなたの経験から裏打ちされたものであれば完璧です。

こういうのはどうでしょうか？

あなたが学生だとします。

社会経験はまだ少ないです。

ところが、アルバイトで家庭教師を経験したとします。

↓↓

↓↓

家庭教師をしていますが、成績が伸びる子、伸びない子の違いは明確ですね！

それは何か？

質問をするかしないかだけなんです。

質問をどんどん私にしてきた生徒は例外なく成績が伸びました。

もちろん、しない生徒でも成績いい子がいましたが。というより元から良かったですが（爆）

ですから、ネットで、もしあなたも稼ぎたいのであれば、遠慮なく私に質問メールして下さいね！

私が経験の範囲できちっとお答えします。

↑↑

どうでしょうか？簡単でしょう！

教育と言っても深く考えなくていいのです。

上記は「質問するのがネットビジネス上達の近道」という価値観ですね

これを顧客に徹底して教育（＝理解）させます。

これで、質問が来るようになってくれば、もう後は売れますよ！ほんと。

こう考えると、いくらでも出てきませんか？

例；実は今までお金は汚いものだと思ってました。貧乏人のひがみもあったのでしょうか！

でも、これは大きな間違いでした。昨日近所の私設図書館の開館式に足を運びました。近所であるお金持ちの方が開設したのですが、その方のスピーチを聞いて感動しました。

その方は小さい頃、本も買えない程、貧乏で苦勞したため、大きくなったら

自分のような境遇の子供に役立てて欲しいと思い図書館を作るのが夢で一生懸命がんばって財を築かれたそうです。そして、念願がかなったとか。

感動しました。

私もこれから、ネットビジネスでたくさん稼いでみなさんにも稼げるノウハウをどんどん提供していきます。

↑↑

ちょっとストーリーが付いて長くなりましたが、すみません（泣）

私の頭は上記のようなものが瞬時にいくらでも湧いてくるんです（爆）

上記は「お金は素晴らしい」という価値観ですね！

「お金は素晴らしい」という信条です。

その素晴らしいお金をあなたも私と一緒に稼ぎましょう！という事です。

もし今あなたがワクワクしていれば、間違いありません。

以上は簡単バージョンですが、これが、もっと複雑、具体的になっているのが、

売れている情報起業家、アフィリエイト達です。

複雑といっても仕組みは一緒です。

自分の価値観を伝えるだけです。

彼らは顧客の教育（＝価値観を植え付ける）がうまくいっています。

ちなみに私の仕事であれば、「健康はお金に代えられないもの」これを教育します。そして、そのためには健康食品や健康器具が役に立つという風にさらに教育します。そして健康食品の中ではこういうものがあるといとどんどん教育していくのです。

教育というと変に聞こえますが（笑）

大事な点は終始一貫して同じ価値観を繰り返し教育していくのです。

あとはあなたも同じように顧客を教育＝（価値観を植え付ける）すればいいのです。

あなたの鼻根（ひいき）にしているアフィリエイトや情報起業家の文章を研究して彼ら、彼女らの「信条プラス経験から裏打ちされたもの」が何か研究してみてください。

得る所大ですよ！

もっと簡単に言えば、一番伝えたい事＝あなたの価値観ですね

あとはそれを参考にして、あなたの顧客に伝えたい価値観を作ってください！

（価値観＝メッセージ＝あなたの主張＝言いたい事）と考えれば理解しやすいかと思います。そして販売の醍醐味を是非味わってください。



あなたの価値観がしっかり完成してあなたの身に付けば、どんな文章をあなたが書こうが顧客に伝わります。

なぜならば、あなたの価値観が顧客に伝わるので、あなたが言わんとする事が顧客にわかるのです。

これが軸がぶれないという事です。

価値観が伝わりあなたの事を理解する！これが、ターゲット層が合っているという事です。価値観が同じだから共感が生まれるのです。

あなたがこれは良いと言えば、そう伝わるのです。

第一勝の最初で熱意の中にヒントがあると書いた意味が理解できたかと思います。

熱意が大事なのではなく、伝えたい事（＝価値観）を何とかして伝えたいので

自然と熱が入るわけです。

熱意があればいいというわけではないわけですね。

熱を入れなくても価値観が伝わればいいわけです。ここです！

これが、教育（＝価値観を伝えること）の一番の意義です。

そして、あなたも実践して結果を出して私にポテトサラダご馳走してくださいね！（爆）りんごとか

みかんは混ぜたらだめナリよ（爆）

上級編

次はさらに突っ込んだ本質を書きます。公開しますね。家宝にして下され！（笑）

## 「究極の販売極意公式3か条」

**公式1 ; あなたの発するテーマを顧客に明確に意識させる！**

**公式2 ; あなたの信条をテーマと常に結びつける**

**公式3 ; 常に1と2に帰る**

以上無敵の販売公式！これ以上のものはないでしょう！

もちろん、戦術的には文章の書き方等細かい事はいくらでもあります。細かい所はネットで検索すればいくらでも出てくるでしょう。

販売する上で最も大事な基本は上記の3大公式です。

あなたが常にこの3つの公式から遠ざからなければ、必ず、あなたも売れる文章が構築できるようになっていきます。

今から、早速3大公式を頭に叩き込んで、メルマガやブログやステップメールで文章を書いて下さい。

3大公式の解説です。

**公式1 ; あなたの発するテーマを顧客に明確に意識させる！**

テーマとは、例えば、あなたの運営するメディアのブログやメルマガのテーマは明確ですか？コンセプトともいいますが！

今すぐ、テーマ（=コンセプト）を答えられますか？

ここをしっかりと明確に意識して下さい。そして、そのテーマをしっかりと顧客に教育して下さい。顧客が何のためにあなたのブログ、メルマガに来てるのかを、明確に意識させるのです。

顧客はあなたのサイト、メルマガで何を求めることができるのか？どういうメリットがあるのか？

ここが上手な方がいわゆる、販売の達人です。

もちろん顧客は最低限、有益だから、あなたの情報を得ようと接触するわけです。

**公式2 ; あなたの信条をテーマと常に結びつける**

テーマが仮に「メルマガで稼ぐ」という事だとしたら、次にあなたがする事は

あなたの信条を顧客に教育する事です。どういう信条でメルマガで稼ぐ事を顧客に伝えたいのか？

とにかく楽しんで稼ぐのか？多少なりとも努力もするのか？

少々グレーな事もすすめるのか？一切汚いことはしないのか？

ここはあなたの理念ですから非常に大事です。

そこに見込み客が共感するのは、ですから、信条がころころ変わったりとか、いきなりぱったりですと、すぐ見込み客に飽きられるのです。真剣にあなたの信条を練り上げて作り上げてください。

よくわからないかたは私にブログなり、メルマガなり見せていただいたらアドバイスさせていただきます。遠慮されずにメール下さい。

### 公式3 ; 常に1と2に帰る

常に1, 2を自分が意識しているか?そして、1, 2を顧客に教育できているか?これを常に点検して下さい。

**あなたの作った信条があなたのキャラクター、人間性に影響し、あなたの信用度に大きく関わります。**

これから大事な点ですので、しっかり読んでください。

この3大公式を駆使する上での最も大事な点はあなたのテーマ設定と信条設定です。

これの上手い、下手で販売に直接関わってきます。

ここはご自分で編み出して下さい。

これができれば、あなたはオンリーワンになれます。

他人の真似事ではここはダメです。

あなたのオリジナルティー！

ここが勝負です。

参考までに例を挙げておきます。

テーマ：サラリーマンの空いた時間で稼げる情報紹介

信条：自分が実践して結果が出た情報のみ紹介します

「限られた時間で稼げる方法を自分の実践結果から紹介する」という事です。

ここからはみ出てはいけません。

自分の実践結果から紹介するという信条から実践結果が出てるという安心感が顧客に伝わります。そ

れはあなたの信用が高ければ高い程いいわけです。

もうだいぶおわかりいただいたと思いますが、信条が少ないと後々の販売が苦しくなります。

信条が多くなればなるほど、販売の幅が広がるのです。

信条が多くなるとはどういう事でしょうか？

信条とは「価値観プラスあなたの経験からくるもの」だとお話しました。

そうです。

あなたのたくさんの価値観を顧客に教育できればできるほど、販売が自由自在になるのです。

あなたの価値観をたくさん顧客に教育するとは、つきつめれば、あなたの事をもっとくわしく、どう

いう人間か？という事を理解させる事につながるわけです。いわゆる、セルフブランディングの行き着くところはここなのです。

そして、顧客から共感をもらう一番のコツをお教えします。

あなたの感情の喜怒哀楽を示すのです。

あなたはどのような事で喜び、どういうことで怒り悲しみ、楽しむのか？

あなたの喜怒哀楽と同じパターンの方は必ずあなたに共感します。

ですから、通常の記事の中でさりげなく、日常の中でのあなたの喜怒哀楽を織り交ぜておくのです。

「今日は嬉しいことがあったんです。」

「昨日メチャクチャ腹立つことがありました。」

「昨日見たDVD感動しました。」

ここで注意点があります。

よく相談受ける中で、「読者から結構メールをもらうんだけど、一向に紹介している商品が売れない」というのがあります。

早合点してはいけません。あなたの日常の喜怒哀楽だけではだめなのです。

あなたの喜怒哀楽をテーマや信条にいつも結び付けて表現するのです。

これは習慣にしてください。

よく最近、見かけませんか？

「インチキ情報起業家を撲滅したい」

「悪徳アフィリエイトはゆるせない云々…」

同じ怒りですが、テーマと繋がってますね！

ですから、感動したというのも、「昨日あるセミナーに出席して●●さんがこう言った事に非常に感動した」とかいうふうにするのです。

くれぐれも、「ディズニーを見て泣いた」とかこういうのはNGです。

いいんですよ！「ONE PIECE」で感動した！ってのも、時には。毎回はダメです。

私もルフィーで感動しますし…（笑）

ただ、ここぞと言う時の喜怒哀楽は必ず、あなたのビジネステーマと結びつけて表現します。

いいでしょうか？大事な点です。

そして…

「テーマと信条を結びつける」と前に書きましたが、これはもっと突き詰めるとどういう事かと言う

と、あなたの人生のストーリーを作り上げる事なのです。

あなたはどのような人間でどのような歴史をもった人間で何が得意で何を顧客に提供できるのか？顧客は何を得る事ができるのか？等等。

ここまでを教育することで強い販売力が生まれるのです。

私のリアルの仕事、講習販売での実際のテーマ、信条を書いてみます。

テーマは「健康とは素晴らしいんだ！」ということです！

そして年齢とともに信条は変わりました（笑）

新入社員の頃の信条

「とにかく一生懸命勉強して健康に役立つ情報や商品をご紹介します。末永いお付き合いを心から願っています。」

新社員ですから、もちろん知識も経験もないですから大それた事は言えない訳です。ネットビジネス初心者も同じですね！何の実績もないですから、どういう信条がアピールできるか？ここを考えるとご自分の信条が作れると思います。

そして独立後の現在の信条

「結果が確実に出る商品、裏づけがある健康関連商品だけを厳選紹介します。今まで数々のお客様に当社の商品を通じて喜んでいただきました。これからもまたたくさんの方に心から喜んでいただける



よう日々がんばっておりますので、私の事を信頼していただければ絶対後悔する事はありません。」

経験、実績、歴史が加わってますので信条もいろいろ加算される訳です。

あなたが何かのスペシャリストであれば、是非それをアピールして下さい。

ただ、嫌味にならないように気を付けて下さい。

やはり自分のストーリーを作る上で一番共感されやすいパターンというのがあります。

ウルトラマン型ですね！最初は怪獣と戦うのは弱い人間です。とにかく弱いながらも一生懸命戦うわけです。そしていよいよとなってくるとウルトラマンに変身して怪獣と戦います。それでも素手で戦います。もちろん一生懸命戦います。「ああ！もうウルトラマンもこれまでか？」という時、カラータイマーも赤になり絶対絶命のその時にスペシウム光線で敵を倒すわけですね！

これがウルトラマン型ストーリーです。

少しずつ強くなって最後の危機一髪の所で問題解決するパターンですね！

最も共感されやすいパターンです。

ですから、これをあなたのストーリーに当てはめると共感されやすいです。最初はまったく稼げず四苦八苦してたのを何とかしたい一心で試行錯誤を繰り返し、ついには誰も気付かないような稼ぐ方法を見つけ出した、と。

まるでどこかの情報商材のセールスレターにあるようなパターンですね（笑）

共感を得やすいのはやはり、このパターンになります。

ドラえものの、のびた君でもいいですね！

どうしようもないのびた君でも最後は静ちゃんと結婚できるくらいの素晴らしい青年になった、と。

もし、あなたが何かのプロであれば、ストーリーを作るときにそれを最初からアピールする方法も取れますね！誰よりもその事に詳しいんだ、と。

私の仕事、講習販売でも、専門家の方を呼んで講演してもらって販売に役立てる場合もあります。虎の威を借る狐戦法です（笑）

人は権威に弱いんです。ただ、権威に反発する人もいます。

それと最後に回しましたが、重要な点を書きます。

**あなたは見込み客に販売目的を明確に示さなくてははいけません。**

ここをうやむやにしたり、奇麗事を並べてる方を良く見かけますが、それではダメです。

あなたは販売するのですから、販売目的を堂々と訴えなくてははいけません。

この辺は2勝のシナリオ構築方法で詳しく再度書きますが、意識してください。

繰り返します。あなたは見込み客にあなたが販売が目的であることを明確に示さなくてはなりません。

これが売るための基本です。

## 第一勝のまとめ

- 【究極の販売極意】とは顧客に価値観を植え付ける（教育する）ことである。
- あなたが【究極の販売方極意】を商売で利用されるのであれば、あなたの信条を商売用に作り変えるのです。
- 信条とは価値観プラス自分の経験である。
- あなたの信条を繰り返し訴え、顧客に共感してもらい、教育していきます

## 「究極の販売方法公式3か条」

公式1 ; あなたの発するテーマを顧客に明確に意識させる！

公式2 ; あなたの信条をテーマと常に結びつける

公式3 ; 常に1と2に戻る

公式1～3が頭に入り完全に身に付くと自分のブランディングのためのストーリーが自動的に完成します。そのストーリーが顧客に受け入れられ共感を呼ぶ事で商品がたくさん売れることにつながります。ここが販売の本質になるのです。

ストーリーとはあなたの創り出した自己キャラクターの設定の事です。この中で大事な点はやはりテーマ設定です。テーマとはあなたが顧客にどうしても伝えたい部分です。あなたが何が何でも顧客に伝えたい部分！私の仕事では「健康とは素晴らしいもの」にあたります。私の仕事では「健康に興味な

い方は来ないでくれ！」とここまではっきり伝えます。繰り返しになりますが、あなたが心底そのテーマを顧客に伝えたいと明確に意識できた時、そして顧客にも意識させる事ができた時、その時があなたのブランディングが完了する時です。あなたの熱烈ファンが生まれる時です。

テーマを伝え、共感してもらい、顧客にテーマの教育が完成した時！

その時があなたの新しいセールス人生のスタートになります。

商品を販売するのは目的ではありません。顧客にあなたの発するテーマの価値を心底理解してもらう（＝教育）、これが究極の販売極意です。

是非、そこを体感して欲しいと心から願ってます。

続いて次章に移ります。

## 第2勝：シナリオ構築方法

まず、付録ファイルの「魔法のシート」をプリントアウトしてください。（ダイジェスト版には付属しません）

ノートでもかまいません。

ここは後に飛ばしてもいいですが、一度先にやっておくことをおすすめします。

第一勝で説明した（■あなたのテーマ）（■信条）を作り上げてもらいます。

ここはじっくりくるまで何度も手直ししてください。

魔法のシートはワークシート形式ですので、プリントアウトしてご利用下さい。

あなたのテーマと信条をあなたの中から導くワークシートです。

ゆっくり時間が取れる時にやって下さい。成功と失敗の分かれ目はこの作業にあると言って過言ではありません。

●まず、リラックスしてゆっくりしてください。幼少時代の写真やアルバムがあるといいですね。

あなたの記憶がある時代に遡ります。幼稚園時代でしょうか？ちなみに私の確かな一番古い記憶は幼稚園時代に泣いていて田崎君という友達から「どうしたと？」と聞かれてる記憶です（笑）

箇条書きでいいですから、記憶をできるだけ思い出してください。

ご存知だと思いますが、記憶は感情と結びついたものが残りやすいのです。私の「悪魔のステップメール」はこの感情を大事にします。あなたの喜怒哀楽のみが読者の共感を呼ぶ源なのです。

ですから、あなたの喜怒哀楽のパターンをご自分で自覚してもらうためにこの一連のワークシートを利用していただきます。プリントアウトしてどんどんあなたの幼少の頃の記憶を殴り書きでいいですから、書き込んでいってください。ただのノートに記入されてもかまいません。

アルバム写真を見れば思い出しやすいです（笑）紙のスペースが足らなければ、メモ帳でもいいので書き足していって下さい。記憶をたどって書き出しながら、母親に叩かれて悲しかった事、おじいちゃんが亡くなって悲しかった事、ペットのコロが行方不明になって何べんも何べんも探しに行っても結局見つからなくて途方にくれた事、何でもいいですから、記憶の赴くまま、当時の感情をたどって下さい。

記憶の中の出来事とその時の感情を書き出していって下さい。

この一連の作業の中からあなたにビシッと来る、テーマ、信条が必ず見つかります。これは借り物ではダメなのです。そこそこ稼ぎたいなら、借り物でもいいでしょうが、あなたはそこその稼ぎでは満足されないんですよ！ならば、この作業は手を抜かないで下さい。マインドマップが書ける方はマインドマップで書かれてもいいです。

確認しますがあなたは売るノウハウを手に入れたくてこの教材を手に入れられました。

そうですね？

そうなんです。あなたの目的は売る事なんです。

ここから逃げないで下さい。きちんと向き合ってください。

…… （書き出してください。）

さていかがでしたか？

書きつくせました？あなたの喜怒哀楽が書き綴られてると思います。

おそらく、人格形成される中学生からあとは、悔しかった、つらかった、立腹した、赦せなく思った、等複雑な感情が出てきてると思います。

特にそこに注視して下さい。

そして大事な点を書きますが、**悔しかった思いをしてそのあとどう行動したか???**

ここです。ここがあなたの信条に関わってくるのです。

腹立ってどうしたのか？

ここがあなたの信条です。

あなたが感情を伴って行動する、これがあなたの行動パターンなのです。

腹立って相手をぶん殴った！

腹立って、相手に怒りをぶつけられず、ペットのチョコビに八つ当たりをした（泣）

成績が上がった事を隣のおばちゃんから褒められてますます勉強が好きになった！

書きます。

A感情が沸き起こって→ あなたはどう行動した

B感情が沸き起こって→ あなたはどう思った

以上A、Bがあなたが文章を書く上、人前で話す上で大事な大事な共感を呼ぶ話し方、文章の書き方なのです。徹底的に意識して今後、あなたは文章を書いて下さい。

テクニックではないのですが、これが伝わる文章、気持ちの文章なのです。

ですから、あなたのオリジナルであるし、誰にも真似できない文章が構築されるのです。

これが、私が言う、「オンリーワンの文章術」です。

とにかく、大事なのはあなたの気持ちなのです。あなたは気持ちがあるのか？

ありますよね！

**この気持ちを相手にぶつけるのです。**

そして大事な点をさらに書きます。ほかの人に言わないで下さいね（爆）

気持ちをぶつけることが主張することに繋がります。

そしてここで満足してはいけないのです。



自分で、満足しても相手は「???何よ!」となります。

大事な点

あなたは気持ちをぶつけ主張したら必ず、突っ込んで問いかけて相手に聞き出すのです。

わかりやすい例で書きます。

好きな異性に想いのたけをぶちあげました。もう明日世界が減んでも思い残すことはない! こういう風に思う人けっこう多いのです。私がそうですから。(爆)

振られようがやるだけやった自己満足なんで後はどうでもいいのです。(笑)

ところが、自分はいいかもしれないけど、相手はそうはいかないのです。

実は相手の方がもっともっと、自分よりももっと好いてくれてるかもしれないのです。

ところが、その気持ちをなかなか言い出せないのです。

でもあなたはそんな事おかまいなし。

自分の自己満足の世界にひたっているのです(泣)

例えなんで、あれですが、どういう状況かイメージできました?

このパターンが主張する人にありがちな傾向です。自己満足する傾向があるのです。

これではだめです。

あなたは主張するたびに、「必ず読者からあらゆる努力を払ってフィードバックを取らないといけません。」いわゆるレスポンスを取らないといけません。

この辺のステップメールでのレスポンスの取り方は別勝で解説してますのでご安心下さい。

このあなたのアクションに対して見込み客がレスポンス（反応）を起こす。

これがあなたと顧客の関係です。これが構築できた時がはじめてコミュニケーションが取れてる状態、ブランディングができています。

「笑っていいとも」でタモさんが「今日はいいい天気ですね？」「そうですね」って言わせてるでしょう！あれです（笑）

「お金は大事ですよ」●●さん、どう思いますか？ずばっと。

これはセットです。必ず問いかけて、読者に答えさせる習慣を作ってください。

ですから、メルマガ上ではアンケートやメールの受け答え等を頻繁に公開して全ての読者にあなたの問いかけに答えてもらうような習慣を付けるのです。

目で見えない状況なので、難しいとは思いますが、メールの返信や、ブログのコメント等で手ごたえがだんだんあると思いますので、まずは意識してやってみてください。

●●さん！私が言ってる意味わかりました？（笑）

これが一対一想定のターゲットを絞るコツです。

必ず問いかけしたら、ズバット聞くのです。わかりましたね！？（笑）

コツとして読者から「わかりました」って聞こえるまで待つのです。文章を書きながら（笑）

本当ですよ！聞こえない時は質問の仕方が悪いのです。（汗）

文章は一人で書いているかもしれませんが、実際は相手に向かって書いているのです。

大事な大事な点です。

さて。それでは、いよいよあなたのテーマ設定に入っていきます。

あなたのテーマ！

先ほど記入していった魔法のシートをゆっくり眺めながら、あなたが嬉しかった、楽しかった、快感に思ったというような経験なかったですか？

あなたの得意分野、好きな分野、興味がある分野、そこをテーマにする事をおすすめします。

やはり、情熱をかけられるものをテーマに選ぶのが一番です。

問題はそれが、稼ぎと結びつくかどうかですが。

私の人生の大きなテーマは「感動する」です。自分が感動し、他人も感動する！

結構波乱万丈な人生、生きてますので（笑）

これはお金儲けとは全く関係ないところから導き出したテーマです。

私はバイブルが東洋の叡智「易経」ですので。脱線しました。（笑）

先ほどのワークシートの作業の中からあなたのテーマが見つかるはずですよ。

すでにテーマがある人は問題ないですね！

大きなテーマが稼ぎと結びつけば最強ですね！

まずは強引に結びつけるのです（爆）

テーマが決まれば、次は信条！

これは先ほどの感情→行動をヒントに考えてみてください。

幼少時代の「感情→行動」パターンが信条になる事がほとんどです。

第一勝でも触れましたが、信条とは価値観に経験が結びついたもの。

「感情→行動」パターンが経験ですね！

この作業を手を抜かずにやってあなたのテーマと信条をビシッとまずは設定してください。

いいでしょうか？では次に行きます。

それではシナリオ構築の本題に入ります。

ステップメールで販売する場合に多い質問が何回のメールで販売したらいいですかというものです。

これはステップメール購読者の欲求レベルによって変わってくるのはもちろんですが、

おすすめは21日パターンです。（21回のシナリオ）

これは、私の業界、講習販売で、30万円前後の高額商品を数多く出す場合には3週間かけます。

まず、21日販売パターンといきたいところですが、もし、生まれてはじめてステップメールのシナリオを組むという方がいきなり、21個の原稿を書くとなると、大変かも知れません（笑）

そこで、7日販売パターンから解説します。次に14日販売パターン、そして21日販売パターン

なんで1週間単位なのか？疑問に思われるかもしれませんが、

科学的データをとった事はないので、はっきり言えませんが、

人間は1週間のリズムに支配されてますね！

それだと思います（爆）説明になってない？（汗）経験則です。間違いありません。

なぜ？販売パターンがいくつもあるのか？

読者の属性の濃さで使い分けます。

欲求系の商材、（エロ系、モテ系、悩み系）こういう関連は21日パターンを使用するまでもなく、

7日パターンもあれば、じゅうぶんです。

ただ、サプリメントや情報商材といった販売しにくいものは21日パターンを使用してください。

基本は7日販売パターン そして5日販売パターン

人間関係ができると基本3日販売パターン あるいは1日販売

講習販売では高額商品20万円以上を販売する時が10日から14日販売パターンとなります。

あとは基本7日販売パターンで、商品販売後であなたの顧客と人間関係ができたならば、その後は次の商品は大体3日販売パターンです。

しかし馴れ合いになってきますので、頃を見て基本に戻り7日販売パターン、

販売しない時には必ず、テーマと過去に紹介した商品の良さを常に訴え、顧客の声も常に拾うことです。ただこれはあくまでリアルの場合で、現実には顧客と顔を合わせながら身振り手振りを使っての販売ですから、文字だけのインターネットの場合ではやはり、もう少し時間をかけての教育で21日販売パターンとなるわけです。

シナリオも

■ 儲かる系 ■ アダルト系 ■ サプリメント系 ■ コンプレックス解消系

いずれにも「悪魔のステップメール」ノウハウは使えます。

すべての基本のメールの流れは同じです。

売りにくいと言われる商品であればあるほど、きっちり教育しないと売れません。

売れやすい商品ならそこそこ手抜きでも売れます（爆）

件名について

最終的にはこれで開封してもらおうことです。

↓↓

【〇〇さん！兵法家けんです。】

そのために、まず名前を覚えてもらいます。誰か覚えてもらうのです。重要です。

巷でメールマガジンの件名でいろいろ言われてますが、小細工するのではなく、あなたの名前を覚えてもらい、メルマガの中身が気に入ってもらえば、開いていただけます。あまり、気にしないで下さい。ただ開封率が高い件名の作り方はありますので書いておきます。

【ステップメールで●●の一文を入れたら開封率が23パーセント上がりました。】

こういう風にやはり、「何だろう？え？気になる！」そういうタイトルは私もつい、スパムメルマガでも開いてみますので有効だと思います。（笑）

私が運営してるメルマガの一つにクリック率向上メルマガというのがあります。

毎回、クリック率を公開しているメルマガです。遊び感覚で配信してます（笑）

不定期配信ですが、「へえ、このタイトルのクリック率はこれくらいかあ」というのがわかります。

参考にされては！（笑）

↓↓

<http://www.heihou.biz/click/>

## 7日販売パターン

それではまず7日販売パターンです。この7日販売パターンは基本の販売パターンです。

あなたがバックエンド商品を販売する時はこのパターンでじゅうぶんです。

あなたのブランディングができてるならば、3日パターン！5日パターンでもいけます。

究極はあなたが一言！「買っとけば！」これで売れるのが究極です。目指しましょう！

ただ、最初から7日販売パターンはあなたのリストの質やブランディング具合にもよりますが、おすすめできません。

14日販売パターン、できれば21日販売パターンをおすすめします。7日販売パターンは基本販売パターンになりますので、しっかり身に付けて下さい。ブログやメルマガでこの流れで記事を書くとコメントやメールの反応率が高くなるので、実感できるはずですよ。

こちらに具体的な例題があるので登録してみてください。

この登録フォームは購入者専用ですので決して外部に漏らさないでください。

無料レポート「ステップメールどんだけ〜」で公開していたチャチなもの（爆）とは違いますので今一度登録してみてくださいね！

ただではノウハウもらさないのよん♪（笑）

↓↓

URLダイジェスト版なのですみません（泣）

※記事を書く上での注意点



- 綺麗な文章を書こうと思わないで下さい。後で修正ができますから。
- 勢いで書いてください。勢いで書くというのはあなたの内面をほとぼらせるという事です。
- あなたの気持ちを伝える事の重要性を早い段階で気付いてください。
- 言葉で説明しないと文章では伝わらないのですが、

できるだけ、五感（イメージ）で伝えるよう意識して下さい。

では、まず7日販売パターンの基本的な流れを見てみましょう！

**1日目     メルマガの目的を伝える   集客**

**2日目     メルマガの目的を伝える   集客**

**3日目     あなたの理念を訴える（伝える）**

**4日目     （怖さ、不安等からの問題点喚起）から商品がもたらす背景の価値**

**5日目     お金の価値**

**6日目     商品価値の説明   及び商品に付随するものの価値**

**7日目     サービス   クロージング**

慣れないと、何の事かわからないと思いますが、時期慣れますので（笑）

大事な点は根底には必ずあなたのテーマを意識して下さい。第一勝を何度も思い出して下さい。

テーマとはメルマガの目的であり、あなたのメッセージでもあります。非常に大事な部分です。

1日目から2日目は、あなたの手持ちのメディア（ブログ、メルマガ）がすでにあるのであれば、必要ありませんので、3日目からはじめてください。ただしテーマがしっかりしてるかの確認は再度やって下さい。テーマがしっかりしてないと思われれば、1日目からの流れで書いてください。

ステップメールの場合は1日目、2日目は非常に大事です。あなたのステップメールが価値があるものかどうか、2日目までには読者から判断されてしまいます。開封されない悲しいステップメールだけは作らないようにしましょう！

4日目からがいわゆる、セールスレターになってきます。大事な流れですので、頭に叩き込んで下さい。問題喚起からはじまって、商品説明に入っていく中で、先々の販売時のために顧客にお金の価値観を教育していきます。ここはライティング系の商材や一般書籍では絶対に語られることのない点ですが、必ず必要な点です。それから商品の必要性等、価値観を伝えて、サービス、特典を付けて販売に持って行きます。

**大まかな流れを書きます。**

メルマガの目的を顧客に伝え、（教育し、）

あなたの理念を顧客に伝え、（教育し、）

問題喚起から販売する商品の背景の価値を伝えた後、商品説明に入り、

顧客にお金の価値観を教育し、

商品が値段以上のものだとして顧客に教育し、

緊急性でクロージング（商品をすすめる）となります。

これが必要最低限の顧客の教育ポイントです。

実際にはもっとたくさんの教育ポイントがありますが、そちらは別の勝で解説しますのでご安心を。

以上は**最低限の教育ポイントで一つも外す事はできません**。頭に必ず叩き込んで下さい。

**くどいですが、「お金の価値観」ここは絶対に外せません。心してください。**

では、次から各ステップ毎の内容について詳しく解説していきます。

最近NLP（神経言語プログラミング）とか、パソナ、アイーダ、QUESTとか言われますが、そんなの気

にしないでいいです（笑）

売ったもの勝ちです（笑）

## 1日目（第一回目）

1. メールの目的は何か？を明確に見込み客に伝える事

2. 次回を必ず見てもらう事

ステップメール（メルマガ）の目的を読者にしっかり伝える事と次回（第2回目）を必ず見てもらう工夫が重要ポイントです。

では順番に解説します。

### まずは**ステップメール（メルマガ）の目的とは？**

目的はあなたの目的と読者の目的と二つあります。

あなたの目的は究極、販売する事です。そして読者をリピーターにする事です。ここから脱線しないで下さい。で、大事な点ですが、普通はこのあなたの目的、いわゆる、メルマガが販売目的であるという事と、リピーター獲得が目的であることを誰も語る人はいないのですが、ここもあなたは伝えないといけません。最初が肝心なのです。

読者は忙しいんです、「あなたいったい何なのよ！」って思わせてはなりません。

堂々と宣言してください。メールマガジンやステップメール登録を解除されてもいいのです。

で、よく、メルマガ発行目的が「あなたのためにとか何とか」って見かけますが、あんなの誰も心打たれません（爆）私から言わせれば「ケッ！」です。（爆）「偽善者、詐欺師め！」って（笑）

大事な点は、「あなた（＝読者）にとって、貴重なオファーをしていくから、あなたに必要であれば応援（＝購入）してくれ」と、そしてさらに自分の事を気に入ってくれたら、「リピーターになってくれ」と明確に伝えるのです。

販売の鉄則です。目的は明確に！

あなたは売るんです！

「売る」事は全然卑しい事でも恥ずかしい事でもありません。履き違えてはいけません。いろいろな訪問販売の業者のセールストークはアプローチの段階が巧妙で一見、セールスに見えない状態からほとんどの場合始まりますが、契約後にキャンセルが多いです。理由は最初がすでに顧客を欺いてるからです。しっかりこないわけです。一流のセールスマンになると、契約締結後、クールダウンと言ってキャンセル防止をしますので、キャンセル率は恐ろしく下がりますが（笑）まあそれは別の話なので。

そして、読者の目的ですね！これはあなたがいかに読者に対して魅力的な提案ができるかにかかってきます。この二つの目的を綺麗に結びつけ、読者に示します。

ですから、ブログ運営にしろ、通常メルマガ運営、ステップメール運営にしろ、顧客への第一番目の教育は訪問目的、（購読目的）をしっかり伝える事です。

「あ、このブログに来たら、魅力的な特典でいつもいい商材のオファーがあるな！」とか

「このメルマガはユーモアたっぷり記事も面白いしSEOについては非常に勉強になる」とか

「このサイトはポテトサラダの作り方のレシピがすばらしい」とか（爆）

はっきり伝わるようにする事です。はっきり伝えるのが教育です。

ですから、メルマガ発行に際して読者のメリットはあなたが考えないといけません。

いかに魅力的なメリットにするか？が重要です。メリットが高ければ、高い程、魅力的になるわけです！

そして2の次回を必ず見てもらうことについて

次回を見てもらうには、プレゼントが無難ですね！

実際はステップメール登録時にプレゼント配布するパターンが多いですが、もう一度プレゼントを用意すると継続率がアップします。

プレゼントには、無料レポート、ソフトなどですね。

ただしもちろんあなたのメルマガのテーマと関連性が深いもの

そして大事な点はこれはのちのち利用するために配布するのです。キラリ（笑）

ここは非常に大事な点です。もらってしょうもないと思われるものは絶対にプレゼントしてはいけません、それならば、プレゼントしない方がマシです。

例) 前回プレゼントしたソフトの使い方がわかりにくいと質問がありました



QアンドA 信用アップ

■未使用者にもプレゼントの内容が良かったと再確認させ使ってみようと思わせる。→満足度上昇

■同じ疑問を持った人 ありがとう → 満足度上昇

ステップメールの配信時間は予告した方が効果的です。

できれば毎回同じ時間に設定してください。

連続テレビドラマと一緒に。その時間を楽しみにさせるのです。

※「悪魔のステップメール」ではすべてを利用します。

キラリ！ほんとにすべてを利用します。キラリラリン♪仕掛けを作りどんどん読者を巻き込んでいきます。夢中にさせていくのです。

1回目の重要ポイントの復習です。

1. 目的は何か？を明確に伝える事
2. 次回を必ず見てもらう事

あなたの全精力で以上の2点を読者に理解させて下さい。

いくらステップメールは関心が高いとは言っても読者のレベルも様々です。

- A. 中身が興味深々で今すぐ見たい
- B. とりあえず見てみる
- C. 同業者、さぐり（爆）

まあこんな感じです。

Aの顧客は初回が短かったり、こんなものかと思われればがっかりされます。期待度ダウン

次回の見る気度ダウン

逆にBの場合で取りあえずの方が「あれ？これってすごいんでは？」と思わせれば期待度アップ

Cはシカトデ（爆）

だから気が抜けません。

この際、肝に銘じて欲しいのはステップメールだから読者層が濃いと勝手に勘違いしないで下さい。

薄いからどうやって濃くしようかが常に勝負です。

絶対にあなたがやってはいけないことは、初回のステップメールであいさつだけで終わってはいけません。強烈な印象を残さないとダメなのです。

できれば、テーマに関するノウハウをドンと入れて下さい。

読者が「おお 濃い！すげええ」って思うほどの内容です。



これができるば、プレゼントなしでも大丈夫です。ところがなかなかそれが難しいので、プレゼントを用意するのです。私が使うのはパスワードを2回か、3回にわけて伝える方法です。

先にパスワード入りの魅力的な特典をダウンロードしてもらいます。

しかし、パスワードがかかってて見たくても見れないのです。

ですので、読者がどうしても、パスワードが気になってメールを開封してしまうのです。

パスワード特典の作り方は別ファイルに用意してありますので、そちらを見られて下さい。

無料で作れます。（※ダイジェスト版には付属しません）

2日目（第2回目）

ここでのポイントは1日目の復習です。繰り返さないと読者には伝わりません。復習ですね。NLP（神経言語プログラミング）でいうところのバックトラック（復習）です。重要です。

ここでしっかり、読者に目的が伝われば、第一段階完了です。

こういう風にイメージしてください！もしあなたのメルマガの登録者に「なぜ私のメルマガに登録しようと思われたのですか？」とアンケートした時に、「メルマガアフィリエイトノウハウが参考になりそうだから」「最新情報がどこよりも早いみたいだから」というように即座に答えが返ってくるようであれば、上等です。すでにメルマガやブログを運営してるのであれば、無記名式アンケートフォームで読者にアンケートとってフィードバックされることをおすすめします。あなたの改善点が見えてきますので。

無料アンケートはいろいろありますが、ご希望があれば、「悪魔のステップメール」購入者の方には無料でフォームをお貸しします。是非、ご利用下さい。

↓

(URL 購入者専用です。)

ここまで、1日目と、2日目と解説してきましたが、ステップメールの場合は実は登録時にこの1日目と2日目までの教育が同時にできます。いわゆるスクイーズページとかランディングページと言わ

れるやつです。その段階で教育可能ですね！そちらは別の章（スクイーズページとは？）で解説します。

ですから、「目的」の教育に登録時と、1日目と2日目の合計3日かけることになるわけです。3度繰り返せば上等です。ですので、1日目、2日目には、さらに踏み込んで少しずつ本題の記事に入っていく事が可能です。ステップメールの場合は最初は**全開でノウハウ出してください。**

最初でガツンといっちゃってください♪出し惜しみは厳禁です。

3日目（第3回目）；あなたの理念を訴える、伝える

1回目、2回目でメルマガの目的が販売目的であり、リピーター獲得であり、読者にもメリットがあると言う事がじゅうぶん伝わりました。

そのメリットがあるという事の証明のために、ガツンと1日目、2日目でノウハウを垂れ流しておくわけです。あるいはプレゼントをするわけです。

そしてその次は、「あなたの理念」を読者に伝えるのです。あなた自身の売り込みです。自己紹介のような生易しいものではありません。あなたの信念、理念、生き様を顧客（＝読者）にぶつけるのです。ここであなたに共感してくれない人はもうあきらめて構いません。それくらいの気概で訴えます。実はほぼここで勝負ありです。あなたの人間力が勝負です。自信を持って下さい。あなた自身が資本なのです。大事なのはあなたに共感してくれる人、共感してくれる部分を増やしていく事です。

敵ができてもいいと思うくらいがちょうどいいです。

八方美人の人は販売はうまくいきません。

それを肝に銘じて下さい。ここで、共感メールや共感コメント（ブログ等）が付かないようでは終わりです。それだけ重要な教育ポイントです。ここで大事なのが、共感といわれる部分です。

共感とは、「そうそう」「私もそう思う」「私もそういう事があった」「あなたと同じ経験がある」といったような心、気持ちのシンクロ状態です。できるだけ、最大公約数になる共感ポイントに焦点を当てます。マイナーな共感ポイントは後日にして下さい（笑）

共感とは感情ですから、喜怒哀楽！あなたの喜怒哀楽をさらけ出す事でしか共感を得る事はできません。

※第一勝をもう一度読んで下さい。

理念とはあなたの信念であり、ポリシーであり、あなたからの読者へ伝えたいメッセージを含みます。あなたが主張しないと共感は得られません。白か黒かはっきりさせるのです。特にメルマガは文字だけでしか情報が伝えられないのですが、共感ポイントに意識して文章を書く習慣を付けると、非常に相手に伝わる文章が書けるようになります。ここの3回目で深い共感を得る事で今後の小さい共感が得やすくなってきます。いずれにしても重要なポイントです。

4日目 (第4回目) (怖さ、不安等からの問題点喚起) から商品がもたらす背景の価値

いよいよこれから商品説明の本題に入っていくわけです。

ここはセールスレターで一般に言われる、問題提起の部分とはちょっと意味合いが違います。

それよりももっと深く大切なものです。

ここ4日目は潜在的なものを読者に気付かせる、非常に重要ポイントです。

具体例を示します。

あなたの販売商品が儲かる系の場合、

「年金問題困りますねえ、リストラされると困りますねえ」

↑

まだ年金もらう年齢でないし、リストラされてないし… 何言ってるの？

あなたの販売商品がサプリメント系の場合、

「病気になると大変ですよねえ、メタボリックって怖いんです」

↑

まだ病気になってないし、メタボだけど、何か？ 今のところ具合悪くないし…

あなたの販売商品が悩み改善系の場合、

「はげると嫌ですよ、もてないと嫌ですよ」

↑

こういう場合は本人が悩みの度合いが深刻ですが追い討ちをかけます（笑）

要するに、文章にする事で一度意識レベルに上げて、読者に自覚を促し教育するのです。**必ず読者に**

**問いかける事が必要です。**名前挿入機能のメルマガ配信サービスであれば必ず名前を挿入する所です。

稼げる系であれば、サラリーマンで今、給料は安定してるかも知れないけど、リストラされるかわからない、経済的な不安に意識をフォーカスさせるのです。

もし、●●さんが今、リストラされたらどうやって収入を得ますか？ってズバツと突っ込んで問いかけます。「余計なお世話だ」って読者がメール読みながらつぶやくようにです（笑）突っ込むんです。

あなたが販売したい商品の裏を見るのです。そして読者にその裏を見せる！

次の5日目と対比しています。

不安、恐怖を示せ 気付かせる、意識レベルにはっきり自覚してもらおう。

脅す意味ではありません。

- 病気はつらい
- お金がないとつらい
- 太っているといろいろつらい

● エトセトラ…

※ポイント

「そうそう」と共感させる事に命を賭けてください。（真剣）

「だよねえ」

「そうなりたくないねえ」

とにかく、意識レベルに上げて、見込み客に想像させるのです。

そして販売したい商品の背景の価値とじょじょに結びつけていくわけです。

商品の背景の価値とは商品がもたらすイメージの価値で商品そのものの価値ではないのです。

■ 健康の価値

■ 経済的裕福の価値

■ 恋人の価値

不安との対比が重要！

「だから健康が大事なんです。●●さん！そうでしょう！」とずばっと。

「そういませんか？●●さん」とずばっと。

「●●さん！今よりプラスアルファで収入が5万円増えたらどうですか？」とずばっと。

「●●さん！サラリーマンやめてもやっていけるくらいの収入が得られるようになれば嬉しくありませんか？」とずばっと。



負の部分に顧客に気づかせる事で、その反対の価値を対比させる事で販売したい商品がもたらす価値観を高める教育です。ここは大事です。ここで必要な能力がイメージを顧客に湧かせる書き方です。

最近はNLPって言葉がよく出回ってるのでご存知の方も多と思います。

イメージとは五感総動員ですね！視覚、聴覚、味覚、触覚、臭覚です。

■見える

■聞こえる

■すっぱい

■がさがさする

■いい匂いがする

視覚を刺激してイメージしやすく読み手にするためには、「見える」に付随する擬音語や擬態語を使用して下さい。例、星がチカチカしてる。目の前が真っ暗になりました。

聴覚も同じ。例、ひそひそ話が聞こえたんです。ごそごそ物音がしました。

他にも同じです。

5日目（第5回目）お金の価値の教育

ここはまず一般に語られる事はないでしょうが、非常に重要な教育ポイントです。

「お金も大事だけど、それ以上に大事なものがある」これってよく聞きませんか？

こういう人に限ってお金に執着してます。なかなかお金を財布から出しません。

「結局一番お金が大事なんでしょう」と私はいつも心の中で叫んでます（爆）

いいでしょうか？お金は大事なものなんです。誰が何と言おうと、否定する事ができません。

ですから、その大事なお金を人様からいただくと思ったら相当な努力がいるのです。

そのためにこの5日目のお金の価値観の教育は非常に大事になってきます。

お金の価値観の教育とはどのようなものか？

いろんな気付かせ方がありますが、お金は使わないと意味がないと教育します。

健康食品であれば、病気になったらお金があっても手遅れだと。

死んでからはお金は使うことはできないと。

儲かる系であれば、稼ごうと思うならある程度の投資が必ず必要だと。

投資する事によってリターンが大きくなると。

子供さんの教育、家族のためにお金は多ければ、多いほどいいと。

いろいろな教育の仕方がありますね。

非常に大事な点です。ここをうまく教育しないと顧客は商品を購入しません。お金を出さないのです。

大切なお金ですから、ちょっとやそっと欲しくなっても出し渋るのです。

6日目（第6回目）商品価値の説明 及び商品に付随するものの価値

※注） 商品に付随するものの価値とは、4日目の商品の背景の価値が間接的な価値、あるいは背景の価値に対して、直接、商品に関わる価値の事です。簡単に言うと商品説明です。直接的に商品の価値を伝える前に、その前段階で必ず間接的にその商品の背景の価値を伝えておくのです。 **これが仕込みと言われる部分、流れ、仕掛けといわれる部分の一つです。**

ここでは商品が販売価格の最低2倍以上の価値があると顧客に教育します。

できれば3倍以上の価値に思わせると上等です。

そのために今までに不安、恐怖、商品がもたらす価値、お金の価値を教育してきたわけです。

ここも大事な点です。

商品が読者にとって必要であると気付かせます。

問題の解決策提示＝この商品の必要性

商品の開発秘話、製作者の想い あなたの想い 利用者の声

商品に付随する全ての価値を伝え、商品を欲しがらせるようにもっていきます。

ここで、第三者の立場で類似商品の判断基準提示（商品の選び方）も有効です。

ただし、他社商品をけなす時は注意が必要です。けなさなくても価値を伝える事は可能です。

欲しがらせるのに最も有効なポイントを書きます。

それは利用者の声で商品を信用させる事、そして、その利用者と読者が似通っていて「私もできるかもしれない」と説得する部分です。利用者に読者が自分を重ね合わせるわけです。再現性と最近よく言われてる部分です。

購入までのプロセスはいろいろありますし、人によって購入理由も多々ありますが、

この再現性があることをいかに読者に伝えるかに全精力をつぎ込むのです。

それがあって、はじめて、「私を信用して下さい」とか「返金保障があります」という部分が有効になるのです。頭に叩き込んで下さいね。

ここでは、アフィリエイトリンクは貼らなくていいです。

このパートは非常に重要なパートです。

7日目 (第7回目) サービス クロージング

いよいよ販売ですね！

実例 (証拠)

メリット説明

「商品の良さを御理解いただいたでしょうか？」 必ず問い掛けます！

緊急性

価格提示 (セールスページへのリンク)

駄目押し

トドメ (笑)

クロージングは営業活動では命です。ここが失敗すると今までの努力が無に帰す場合もあります。

もちろん別の勝で詳細します。講習販売のクロージング法に恐怖してください (笑)

きっちりしたセールスページがあれば、そこにアクセスを流すだけでいいです。

以上1日目から7日目までの重要ポイントの解説でした。

商品説明の所は一般に言われているセールスレターの書き方と大差はありません。

その前の段階の教育ポイント！

メルマガの目的を顧客に伝え、（教育し、）

あなたの理念を顧客に伝え、（教育し、）

問題提起から商品説明に入り、（問題意識のレベルを引き上げる）

顧客にお金の価値観を教育し、

以上の部分が大事な隠れた流れなのです。この隠れた流れをしっかりと頭に入れて下さい。しっかりと意識してストーリー（記事）を作って行って下さい。

次は実際にパート、パートをあなたに作成してもらいます。

付属のエクセルに1日目～7日目までの雛型が用意されてますので、まずはご自分で作ってみましょう。（ダイジェスト版のため付属しません）

ここまででステップメールのシナリオ作成でのポイントだけはわかるように書きました。

ブログやメルマガをすでに運営されてるならこの7日販売パターンで結果が出ます。ただ、メルマガやブログでアフィリエイトしてるけど、あんまり、成果が出てないって方はブランディングが弱い証拠ですので、その場合は14日パターンをおすすめします。

一番は21日販売パターンです。「悪魔のステップメール」はこのパターンを推奨します。

3日目の理念！ここは私がしっかり添削しますし、詳しく作り方の章で詳細してます。

ブログ、メールのテーマとあなたが顧客に提供できるもの！

これをまず徹底的に考え抜いて下さい。ここが弱いといつまでたってもブランディングできません。

友達みたいな仲間はできても商売上のリピーターにまでなってもらえるのは非常に難しくなります。

最近ライティング系の商材とかたくさん販売されてます。NLP(神経言語プログラミング)、DRM (ダイレクトレスポンスマーケティング) に関するものもよく見かけます。

さぞかし、その作者様の文章はすばらしい物だろうと思って期待して読んでみると……

やはり、理論と実践の違いが浮き彫りになりますね。

所詮はテクニックでは、読者の感情を揺さぶる事はできません。

「悪魔のステップメール」では本物の力をお見せできると思います。

**あなたが真に販売上手になりたければ、真の気持ちを伝えるプロフェッショナルになってください！**

「悪魔のステップメール」があなたを真の販売のプロフェッショナルに導きます！

続いては14日販売パターンです。

ダイジェスト版はここまでです。

## あとがき

さいごまでお読みいただきありがとうございます。

ダイジェスト版はいかがでしたでしょうか？

有料版の本編では

1 4日販売パターン

2 1日販売パターン（最強販売パターン初公開）

リスト取りページ作成法

ステップメール戦略編（稼ぎ続ける仕組みを構築するには？）

集客法

について詳細させていただいております。

いま、いろいろなステップメールを用いた有料情報商材が販売されてますが、今回の私の「悪魔のステップメール」は販売のプロの意地にかけて、ステップメール系の情報商材で最強のものと思い製作しました。製作にあたり、たくさんの情報起業家、アフィリエイト様にもご協力をいただきました。大変、ありがたいことです。

さらに公開は控えさせていただきますが、

秘密のビックサプライズ特典も準備しています。

さらにはアフィリエイト様も募集しております。

72 ページ

Copyright(C)2008 兵法ドットBiz All Rights Reserved.

※著作権をお守りいただき有難うございます。本テキストの著作権は兵法家けんにあります。無断複写、無断転載は法律により固く禁じられております。



詳しくはこちらでご確認下さい。

↓↓↓

<http://www.akumanostepmail.net/syousai/>

最後まで「悪魔のステップメールダイジェスト版」をお読みいただきありがとうございました。

またどこかであなたと縁があることを願ひまして結びとさせていただきます。

ありがとうございました。

兵法家けん （上野健一郎）