

追加講義：商談を増やす設計図とは

施策① 手紙からピンポイントに訴求

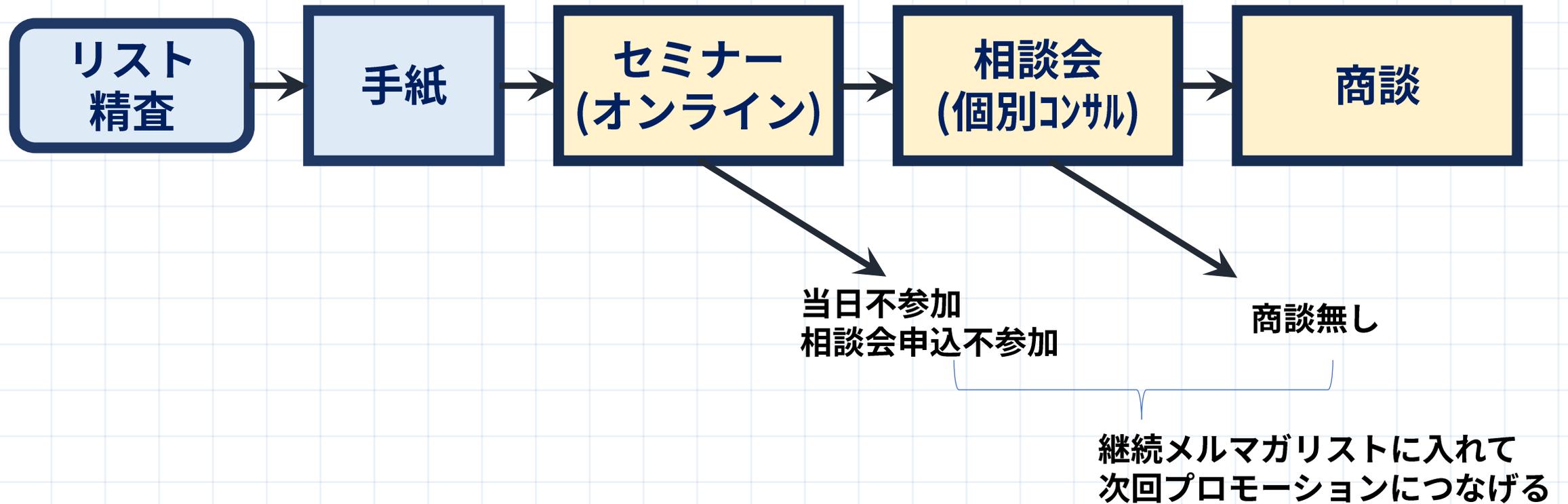
施策② オファー内容から設計

施策③ シナリオ選択動画から集客

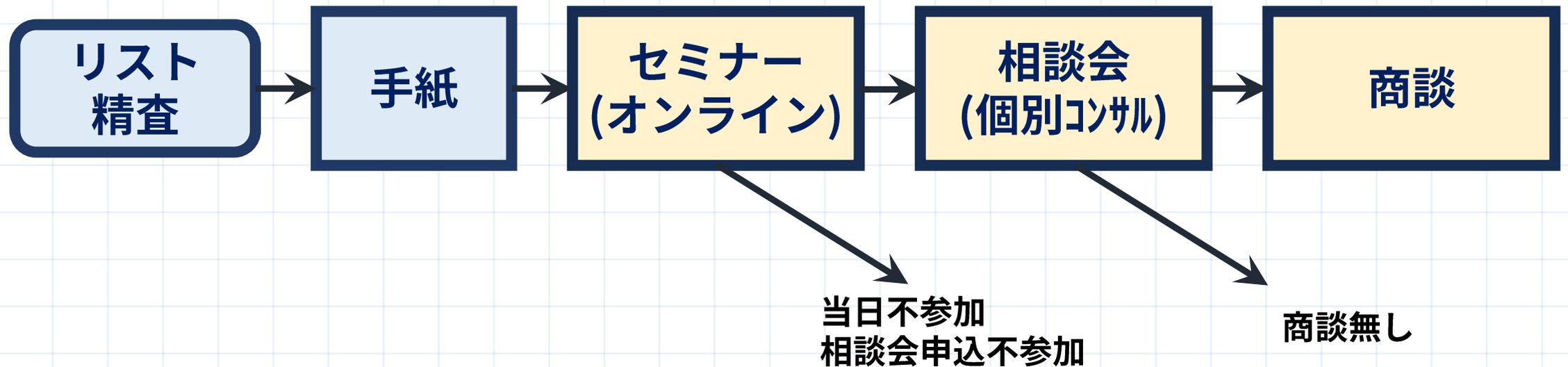
施策① 手紙からピンポイントに訴求

伝えたい人がいる！

施策① 手紙からピンポイントに訴求



施策① 手紙からピンポイントに訴求

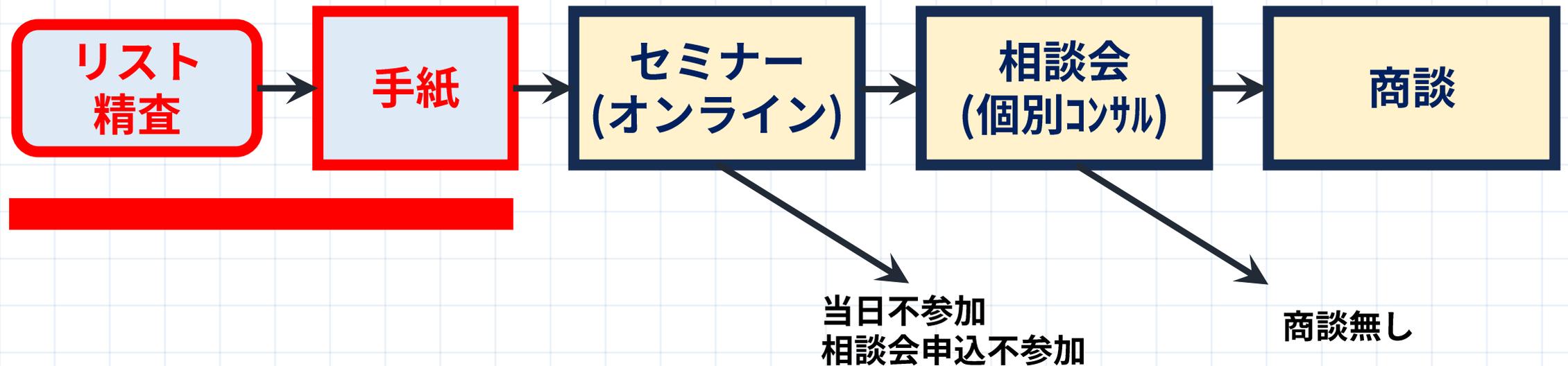


【どういう場合に有効な施策か？】

- 決裁者の情報が明確
- 社長経営者向けサービス
- 狙いたいターゲット業種業界が明確
- 企業リストがある
- 低予算で実施したい、コスト調整がしやすい

継続メルマガリストに入れて
次回プロモーションにつなげる

施策① 手紙からピンポイントに訴求



【施策ポイント】

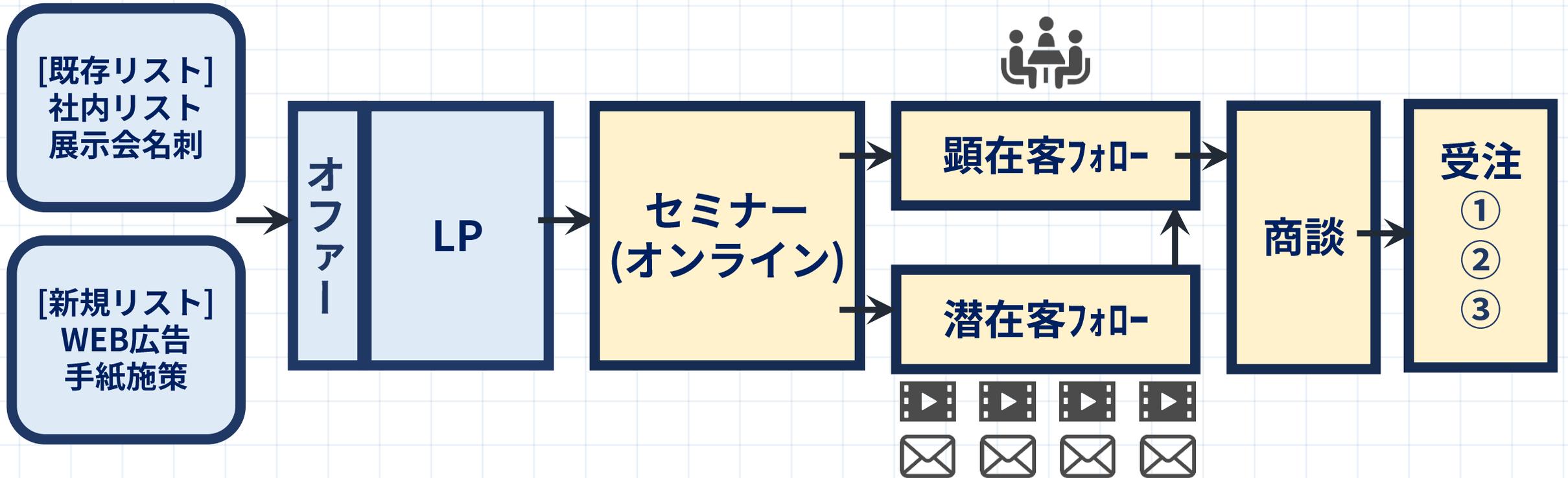
- ★最初のリスト（ターゲット）の精査
- ★手紙レターの構成を行動につながるまで設計
- ★後でも読んでもらえる、手元に残り記憶に残る
- ★アフターケアも大切に

継続メルマガリストに入れて
次回プロモーションにつなげる

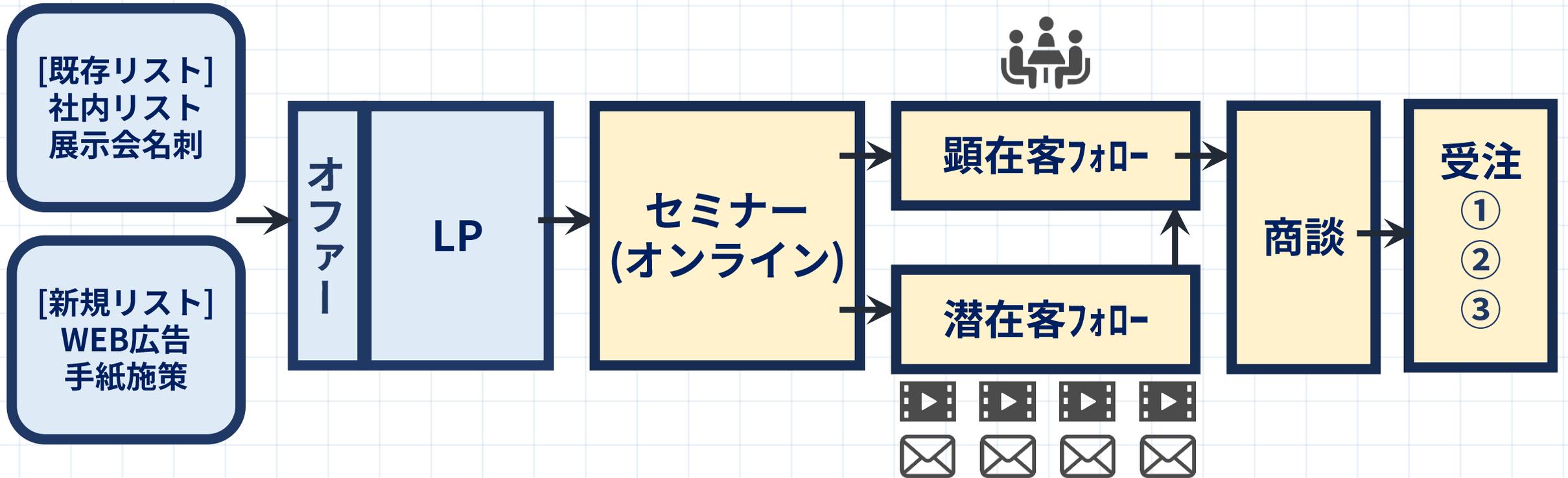
施策② オファー内容から設計

数を集めたい？
狙い打ちしたい？

施策② オファー内容から設計



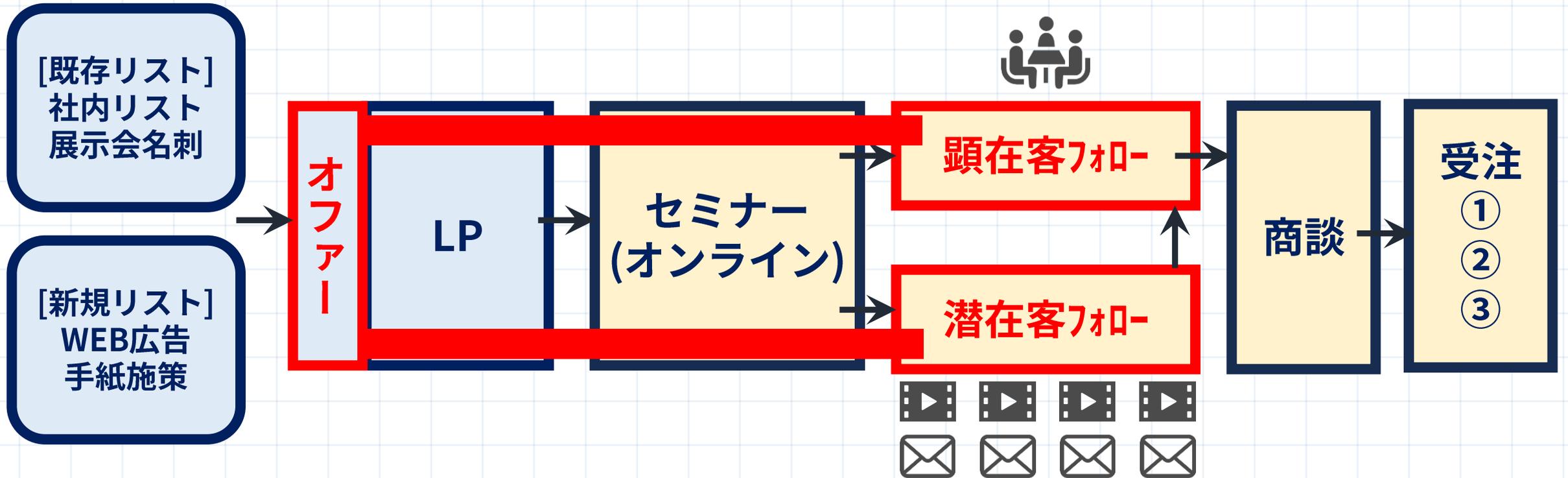
施策② オファー内容から設計



【どういう場合に有効な施策か？】

- 営業スタッフが少ない
- 自社内に発信しているコンテンツが数ある、形態は変換できるので何でもOK (テキスト⇄音声⇄動画)
- コンテンツがなくとも、本商品サービスから見込み顧客に体験してもらえものを切り出せる

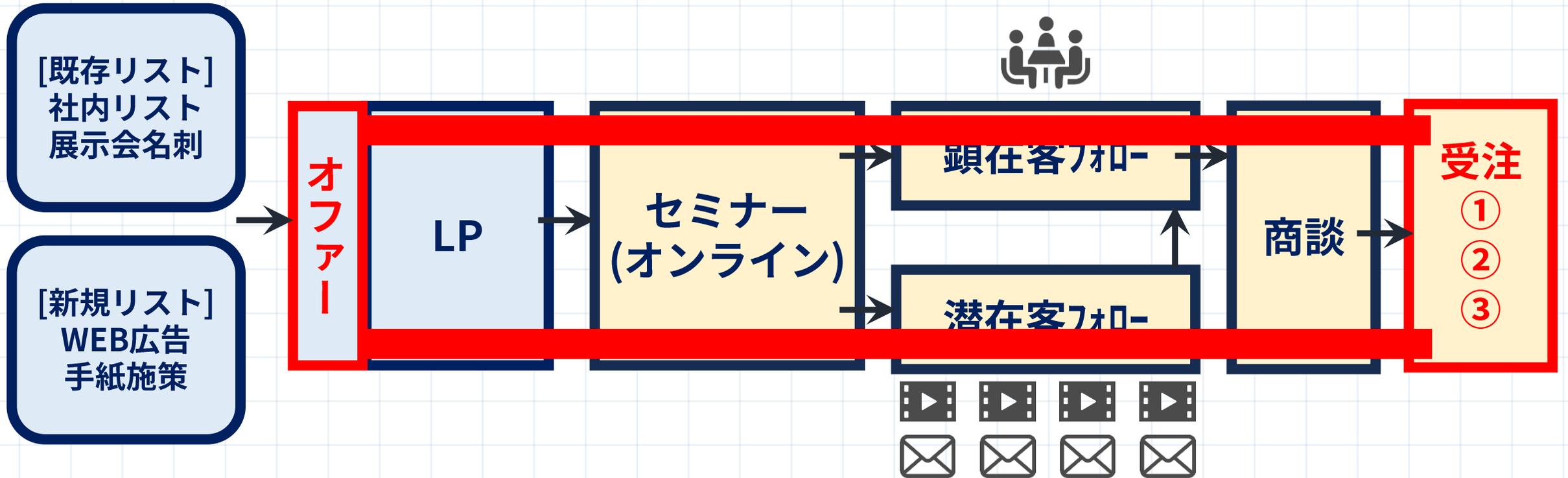
施策② オファー内容から設計



【施策ポイント①】

- ★<どちら?> 数多くの見込み顧客（潜在客）を集めたいのか ex)ぼんやり意識はある、情報収集など
- ★<どちら?> 課題を認知している見込み顧客（顕在客）を集めたいのか ex)解決意思があり、行動できる
- ★ どちらの顧客を集めるかによってオファー内容も変わる
- ★ 潜在客フォローは半自動で回し、顕在客を抽出して直コミュニケーションへステップアップする設計

施策② オファー内容から設計



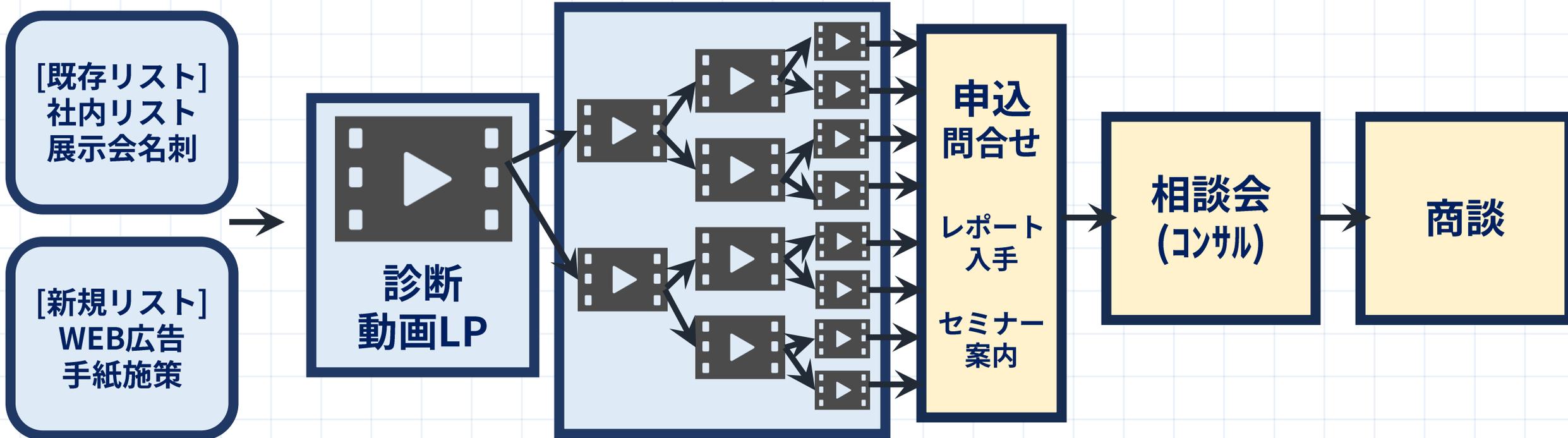
【施策ポイント②】

- ★オファー内容は本商品サービスにつながるものに設定
- ★見込み顧客の課題を解決につなげる一本の線上にあるもの
- ★短時間で、簡単に取り組みやすいもの、成果に直結しそうなもの

施策③ シナリオ選択動画から集客

見込み顧客の声を
聴きたい！

施策③ シナリオ選択動画から集客

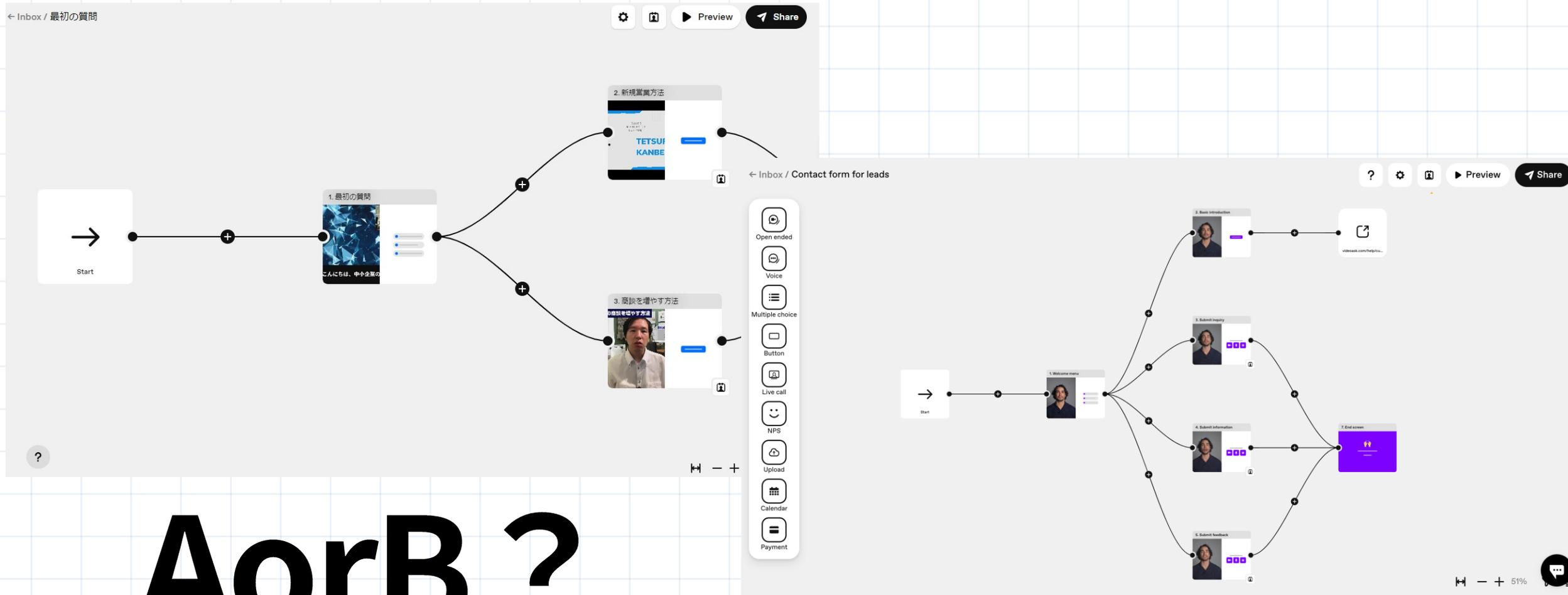


施策③ シナリオ選択動画から集客



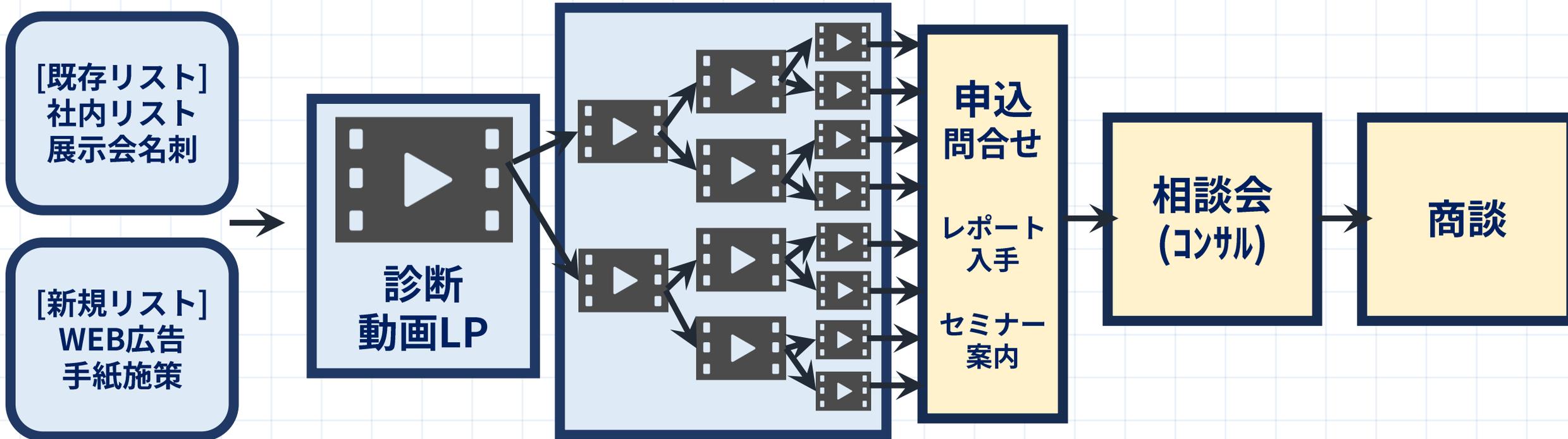
こんにちは、中小企業の

施策③ シナリオ選択動画から集客



AorB ?

施策③ シナリオ選択動画から集客



【どういう場合に有効な施策か？】

- 自社内のリストや見込み顧客の状況や課題をリサーチしたい
- パーソナライズした診断で、自分にマッチした解決策を受け取れる⇒興味関心を集めやすい
- 見込み顧客の自主的、積極的な反応を上げたい
- 見せ方・売り方の真新しさを見せて、本商品サービスへの興味を促したい

施策③ シナリオ選択動画から集客

あなたは今どういう状況ですか？

→A ○○○○○○○○

→B ○○○○○○○○

その問題が起こっているのはどの原因が近いと思いますか？

→A ○○○○○○○○

→B ○○○○○○○○

具体的にはこういう状況ですか？

→A ○○○○○○○○

→B ○○○○○○○○

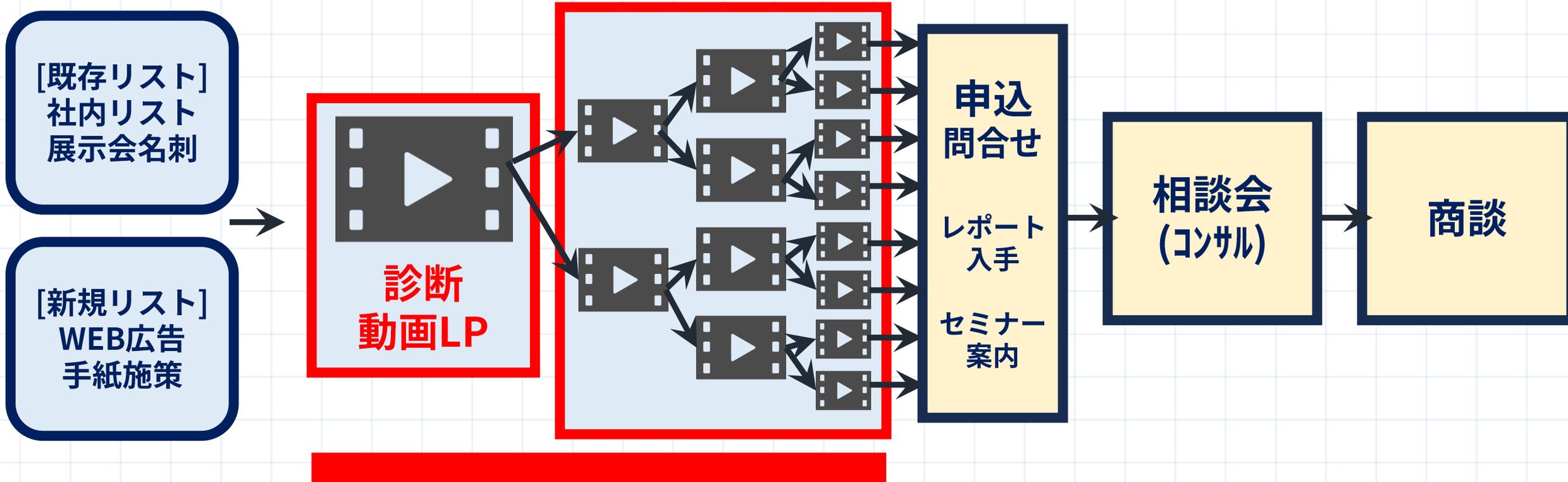
→C ○○○○○○○○

それなら、このようにすれば改善できますよ【動画コンテンツで解説】

↓↓↓

もっと細かいレポートが欲しければここから入手してください

施策③ シナリオ選択動画から集客



【施策ポイント】

- ★見込み顧客の興味関心を引き出し、行動を促せる
- ★「シナリオ分岐型の動画」を設計することで、見込み顧客の課題発見の場として活用できる
- ★事前情報が入手できるので要所を抑えた提案がしやすい

追加講義：商談を増やす設計図とは

施策① 手紙からピンポイントに訴求

施策② オファー内容から設計

施策③ シナリオ選択動画から集客