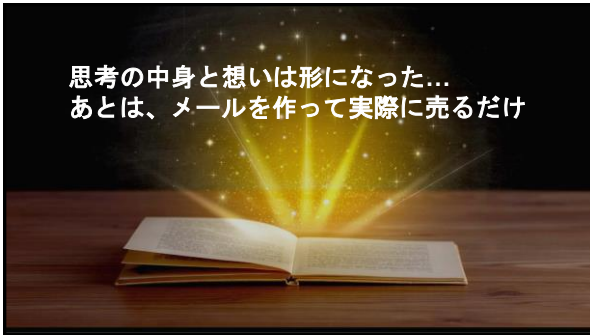




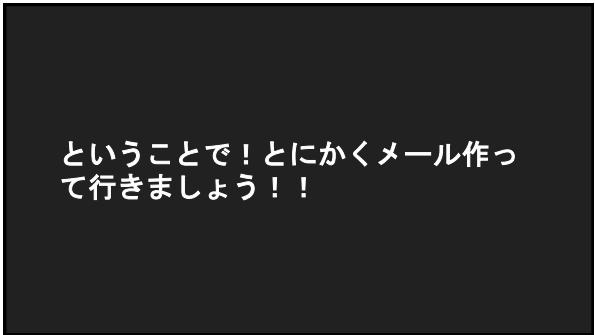
もう、0から作り出すことができる



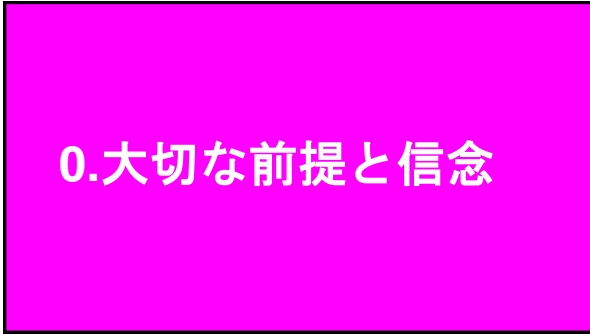
これが一番大切
で価値があること



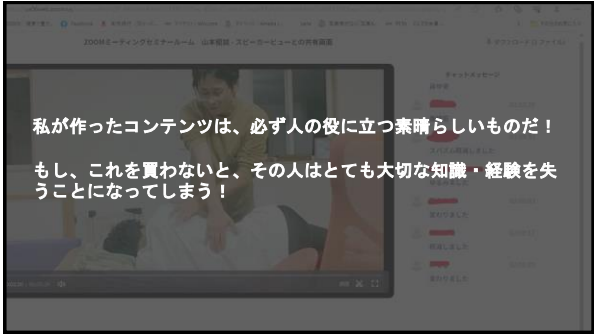
思考の中身と想いは形になった...
あとは、メールを作って実際に売るだけ



ということで！とにかくメール作っ
て行きましょう！！



0.大切な前提と信念



私が作ったコンテンツは、必ず人の役に立つ素晴らしいものだ！
もし、これを買わないと、その人はとても大切な知識・経験を失うことになってしまう！



1. 予備知識



直接、その本人に...「買っ
てくださいね」という意
思を伝えること

対面の場合は、自分の声で伝えます

オフラインの場合は、「文章」

だから、基本的にはこの2つ



どちらも、一長一短ですが...

LINE : 安い金額のもの販売
メール : 高額なもの

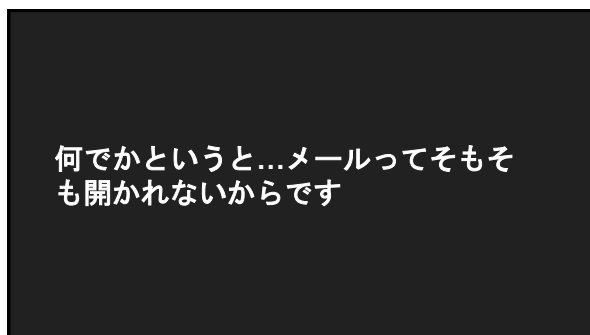
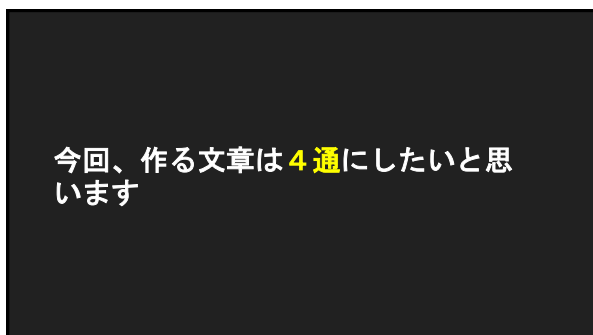
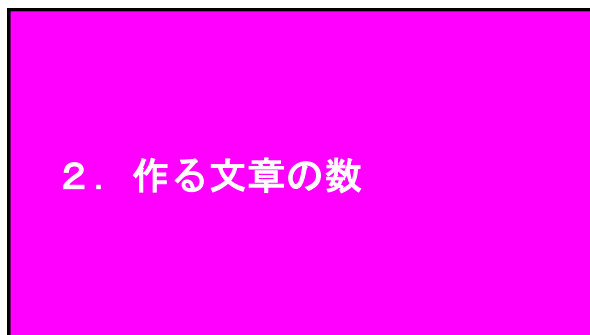
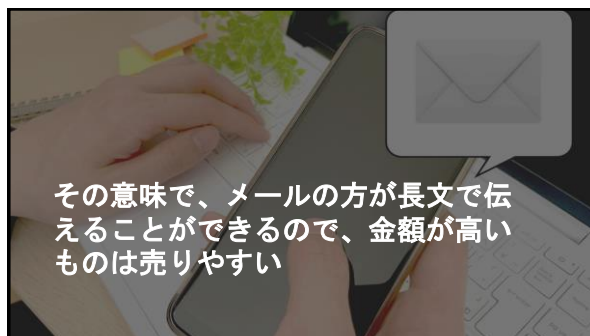
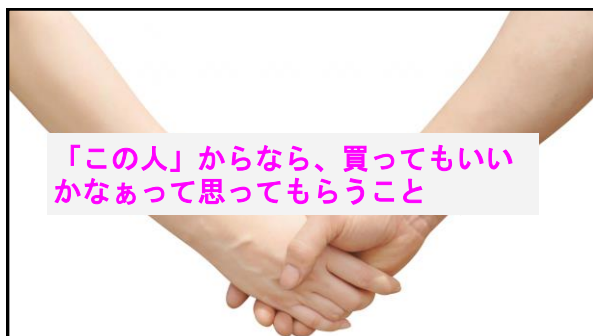
なんでかというと...

LINEは、文字制限がある



見ず知らずの人にお金を払ってもら
うためには、絶対的に必要なもの...





ここが、最大の欠点ですけど利点でもあります



やたら露出したり、無料で集めたお客さんは、わーわー言う可能性も高い

話を戻すと・・・



メールって開封率は20~30%

しかも、3日後に開封する人も結構いる...



1日目：告知

2日目：理由（午前）とストーリー（夕方）

3日目：締め切りメール

ということで、4つのタイプのメールを作成していきます！

とりあえず、ここである程度数が欲しい！

3. 告知のメール

そもそも、セミナーを買ってくれる人は、かなり少ない...

なぜかというと...

セールスは問題解決だから

問題意識がある人しか買ってくれない

つまり、意識が高い人しか買わない

これがまた、少ないんです(;^_^A

だけど、一定数はそういう人は必ずいるので（全体の5～10%）、まずはそういう人に買ってもらう



一番売りやすいし、いい関係になれる可能性も高い

だから、こんなことができますよー
 っていう、普通の告知分で1日目は
 OK

例えば、こんな感じ💡

ってやるから、売れない

シンプルで美しく、完璧で否定しようのない論理

セールスは問題解決

＝問題を意識した人が買う

＝問題を意識してもらう必要がある

＝そういう文章を作った方が売れる



ということで！
 告知メールの構成要素がこちら



告知メールの型

- ①問題提起
- ②問題の深掘りと感情の想起
- ③他の選択肢の排除
- ④解決策の提示

お医者さんが、薬出すのと同じです

- ①問題提起：
あ〜喉が腫れてますね...
- ②深堀りと感情：
このままひどくなると、熱出たり涙が乾いで、呼吸も苦しくなるでしょうね...
- ③選択肢の排除
結構もう炎症が進んでるので、強めのお薬じゃないときかない状態です
- ④解決策の提示
なので、ロキソニンだしておきますね。あと淡切りのお薬り。

①問題提起

例) 感情を評価・リリースできないということは、症状改善のための問題点を半分しかみていないことになります
→治せるものも治せません

②深刻化と感情の想起

①の問題を解決できないということは...というように考えて、そしたらどんな気持ちになるか？を考えるとOK！

例) 自信を持って治せないということは、自分の技術に自信がもてない。結果的に、独立したくてもできない。一生誰かに使われる人生になる

③他の選択肢の排除（他との違い）

- ・ここで独自性をアピールして、競合の可能性を可能な限りなくしておく
- ・もし思い浮かばなければ、期間限定で今しか講座売ってないよ！次回未定！とかでもOK！

例) 感情を評価して、リリースするなんて他では教えてくれない

④解決策の提示

だから、このセミナーを開催します！って感じの流れにもっていく

例) じゃあ、みえない心や感情をいったいどうやって評価してリリースするのか？それを学べるのが感情リリースセミナーです

大枠は、この流れでOK！！

サンプルも用意しているので、参考にして作ってみよう！



とても大事なこと！

文章も修正しながら作らないでください！とりあえず、一気に書き上げる！！誤字脱字があろうとなかろうと、書き上げる！！

そして、その後に書きなす！書き直しながら、書かない！！

おススメはマイクを使うこと！
そしてそれをコピペして、文章書き直すが、おススメ



あと...
実はこの構成...
順番変えてもOK...

そして、読みやすいように各パーツに見出しをつける

これで、完成です(^^)

WORK：告知分のメールを作る

→添付のドキュメント資料みながら説明しますね(^^)

1 通目...
完成です(^^♪



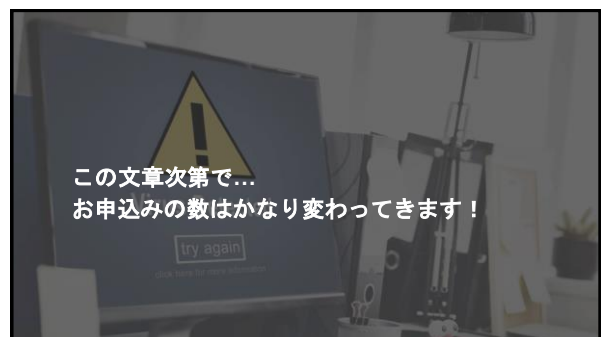
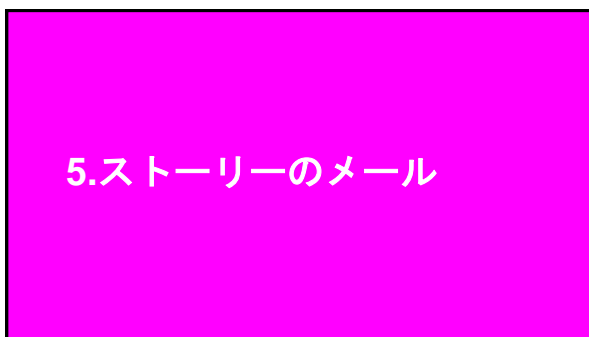
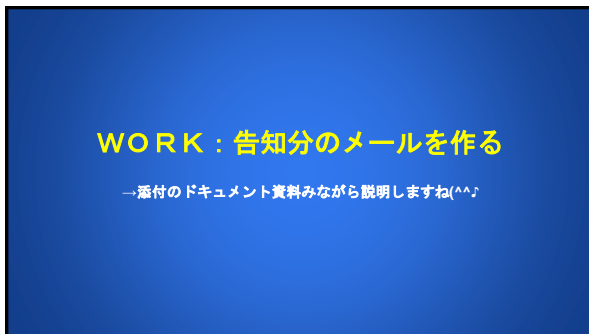
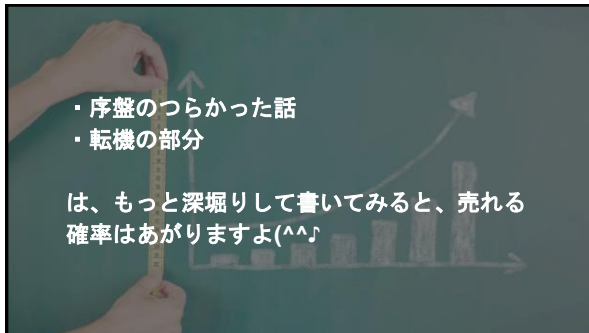
4 .理由のメール

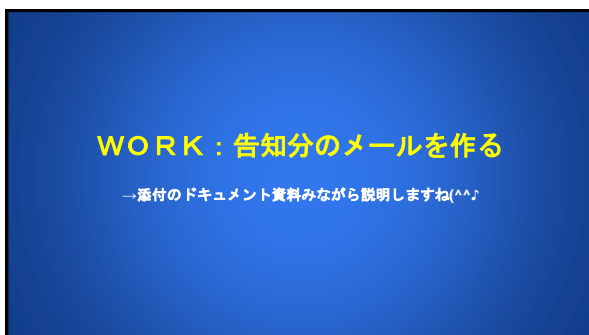
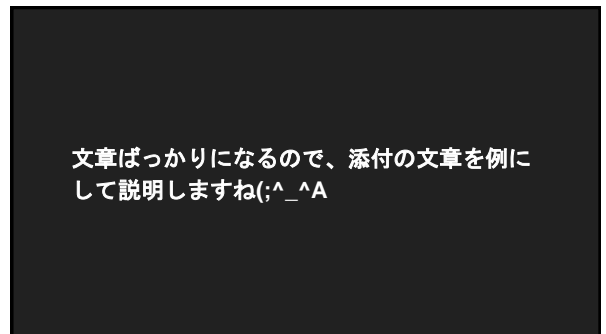
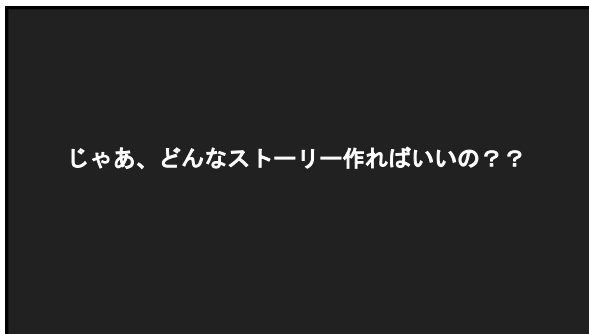
これを2日目の朝イチで送ります！

理由を知るとセールスの抵抗がなくなるから
です。これは結構大事です

けど、もうたたき台の文章は、前回作ってま
すね(^^♪

ただ、1つ！これはやってください！





ということで...ラスト!

6.最後のご案内メール

最後のご案内メール... (笑)

これは、あんまり考えずに、今日で締め切りますくらいでOKです(^^)

今日で終わりってだけで、
強い行動喚起になる

けど、もしさらに売上げあげるために入れるなら...


- ・ 自分の想い
- ・ ケーススタディ
- ・ 印象に残っている患者さんの話
- ・ 名言

とかですかね

これも、サンプル用意しているので、参考に
して作ってみてください

WORK : 告知分のメールを作る

→添付のドキュメント資料みながら説明しますね(^^)



ということで...
すべてのメール...終了です!!

お疲れ様でした(^^)

あとは、売るだけなのでとりあえず文章が完成
したら送ってください(^^)

ストライプの決済システムは最低作っておい
てください

あと、本来は...

- ・LP
- ・メール管理&配信システム

があった方がいいです

用意する人はしてもOKですが、とりあず文章だけでも売れるので、今回はなくてもOKです

それと、LPがない場合は、そのままメールからお申込みしてもらうことになるので、こんな文章をつくってください

そして、それをメールの最後の方に入れておけば、最後まで読んだ人がお申込みしてくるので、変な人はそこでブロックできます(^^)

形のない思考が、本当にもう少しで、現実のお金に変わりますよ！

やりきりましょう(^^)