

ビジネスノウハウ特典

この特典には相当濃い内容を詰め込みました。

ところどころ難しいところもありますが、最後までしっかりと見て学んで下さい。

正直 **無料でこの特典渡してるのが異常なくらい有益なコンテンツ**です。

では回りくどい説明は抜きにして早速内容に入っていきます。

■ 売上を決定づける『ビジネス基本公式』

まずビジネスノウハウ特典の最初として知っておいて欲しいことは『**ビジネス基本公式**』です。というかこれだけ理解してもらえば、この特典で学んでもらいたいことは他にないと言っても過言ではありません。

これは全ての商売に通じるものであり、これからあなたがどんなビジネスや副業をやるとしても**絶対に知っておかなければいけないもの**になります。

その公式とは、

$$\text{【売上】} = \text{【見込み客数】} \times \text{【顧客化率】} \times \text{【客単価】} \times \text{【リピート回数】}$$

です。

この公式が重要なんです。もうビジネス経験がある人からしてみたら基本オブ基本ですが、どこまでいってもこの基本公式が重要なんだと思い知らされます。

僕でさえ今でも事業が伸び悩んだときには、この基本公式に立ち返って思考し直すことで施策を考えるくらいです。

ただ公式だけ伝えられてもあまり実感湧かないと思うので、例えを出しますね。

例えばあなたがコンビニで水を買っていたとすると、

$$\begin{aligned} \text{【1ヶ月の水の売上】} &= \text{【1ヶ月に来るコンビニ来客数】} \times \text{【水の購入率】} \times \\ &\text{【水の値段】} \times \text{【リピート回数】} \end{aligned}$$

になります。

ここでは、

【1ヶ月に来るコンビニ来客数】
= 50人／日 × 30日 = 1500人

【水の購入率】
= 3%

【水の値段】
= 100円

【リピート回数】
= 3回

と仮定しましょうか。

これを計算すると、

【1ヶ月の水の売上】
= 1500人 × 3% × 100円 × 3回
= 13,500円

になりますよね。数学みたいで頭痛くなっちゃう人がいるかもしれませんが、別にそんな難しく考えなくて大丈夫ですので、まあ一ヶ月みると水だけでも大体13,500円くらいの売上が上がるんだなあ。と思っておいてもらえれば。

全てを分解して考えていこうよというのが、このビジネス基本公式のもととなっている考え方なんです。

「なんか売上あがらないなあ」というぼやとした悩みも、**全てこのどこかでつまづいているからこそ生じるもの**になります。

今回の特典で話すことは全て**上の4つのいずれかを改善する試み**になりますので、しっかりとそれを踏まえてついてきて下さいね。

では次に進んでいきましょう。

■物販をやる上での『ビジネス基本公式』練習問題

先程教えた『ビジネス基本公式』を物販に応用するとどうなるでしょう。

Amazonだと商品を販売した事がある人も少ないと思うので、メルカリで例えれば皆さん分かりやすいかなと思います。

ではあなたがメルカリアカウントを作ったとして、**1ヶ月における売上**をちょっと計算してみましょうか。

先程にあげた水の例と同様に、

$$\text{【1ヶ月のメルカリ売上】} = \text{【1ヶ月に商品ページが閲覧される数】} \times \text{【商品購入率】} \times \text{【商品の値段】} \times \text{【リピート回数】}$$

になります。

ここでは、

$$\begin{aligned} &\text{【1ヶ月に商品ページが閲覧される数】} \\ &= 2000 \text{回} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &\text{【商品購入率】} \\ &= 1\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &\text{【商品の値段】} \\ &= 5000 \text{円} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &\text{【リピート回数】} \\ &= 1 \text{回} \end{aligned}$$

と仮定しましょうか。

これを計算すると、

$$\begin{aligned} &\text{【1ヶ月のメルカリ売上】} \\ &= 2000 \text{回} \times 1\% \times 5000 \text{円} \times 1 \text{回} \\ &= 100,000 \text{円} \end{aligned}$$

になりますよね。

メルカリ中古であれば利益率50%ほどに落ち着きますので、これで5万円利益を出していることになります。

このように分けると、自分の商品がなんで売れないのか理由が分かりやすくなりますよね。

●原因1

【1ヶ月に商品ページが閲覧される数】が少ない場合

- ・仕入れている商品自体の需要が少ない
- ・タイトル付けが微妙で検索からのPV流入が取れていない

●原因2

【商品購入率】が低い場合

- ・売れる写真が取れていない
- ・商品説明がユーザーにとって不十分

●原因3

【商品の値段】が低い場合

- ・高く売れる商品を見つけられていない
- ・値付けが甘く安売りしてしまっている

●原因4

【リピート回数】が低い場合

- ・ユーザーを騙すような販売をしてしまっているため、2度目に繋がらない
- ・セット売りがあまりできていない

というように原因分析がしやすくなります。
(ここではざっくりしか説明できていませんが。)

ちゃんとビジネスも論理立てて考えることで、売上(利益)を安定してあげていくことができるんです。

このようにして『ビジネス基本公式』を自分の頭でも活用できるようになりましょう。

では次は物販とは離れて、僕が『ビジネス基本公式』をもとに**具体的に実施している施策**について説明していきます。

■LTVの最大化をする為にしている施策

「LTV」という言葉はビジネスをやっている人なら一度は少なくとも聞いたことがあると思いますが、「**Life Time Value**」の略で日本語に訳すと「**生涯顧客価値**」となります。簡単に言うのであればそのお客さんが一生涯で、その会社にもたらす売上のことです。

例えばとある新聞を3年購読するとしたなら、月額1000円だとして、

1000円 × 12ヶ月 × 3年 = 36000円

がLTVになります。

他にもiPhone 1台10万円だとして、あなたが一生で20台買い換えるとするなら**200万円がAppleにとってあなたのLTV**となります。（他のApple製品も買う場合は別）

では物販スクール&教材、それにSNSマーケスクールに対して僕がやっているLTV向上施策を3つ**特典としてあなたにシェア**します。

つまり『ビジネス基本公式』でいうところの**【客単価】 × 【リピート回数】**をセットで上げていく施策です。

（例）1000円の新聞を3年購読する人のLTV



1,000円の新聞を3年(36ヶ月)
購読した人のLTV＝

3年分の合計36,000円

【施策①】圧倒的な生徒満足度UP

まず1つ目は『**圧倒的な生徒満足度UP**』です。これは建前とかではなく、ちゃんと生徒さんをフォローして実績を出させることが自分たちの将来にも繋がるんです。

僕はサクラレビューを一切使っていないので、生徒実績なども全て虚構のものではなく、ちゃんと**ゼロベースから達成してもらった実績のみ**を使用させてもらってます。なので入会後にしっかりとサポートしないと実績が作れず、新規入会者が減ってしまいます。あなたも生徒実績がないorしょぼいスクールなんかに入りたくなんてないですよ。だから**入会した後に結果を出してもらうところまでセットでLTVの向上を狙ってます。**

こんな言い方は微妙かもしれませんが、僕の事業への貢献度としては入会したけど稼げない人よりも入会して稼いでもらった人のほうが高いんです。だからこそ入会してから手厚いサポートでしっかりと結果を出してもらいます。

それに**一度満足してもらえば次のリピートに繋がります。**現に物販教材を買って大満足して、ミライズに入会する人はめちゃくちゃ多いです。というか8割位はそうです。

皆さんも**Appleの製品を買い替えても使うのは、今までiPhoneを使ってよかったと思っているから**ですよ。逆にiPhoneを買って後悔したことがある人はAndroidに機種変更してしまいます。

だから常に自分が提供する商品やサービスには**値段以上の価値を感じてもらえるよう**今まで全て徹底してきました。

これはビジネスだけではなく人間関係でもそうしてしまして、この人と会えて良かったと日頃から思ってもらえるように僕は心がけています。そうすることで、次に繋がると思っているからです。常に相手ベースに立って価値提供できることが自分の人生としてみてもプラスですよ。

ということで『**圧倒的な生徒満足度UP**』が施策①でした。

では次2つ目の施策に行きましょう。

【施策②】 仕事仲間のリクルーティング

これはめちゃ大事というか僕の事業の根幹を担っている部分なんです。

『**仕事仲間のリクルーティング**』というと横文字チックですけど、**要は仕事仲間の獲得**ってことです。

僕は今現在複数事業を扱っていますけど、**全て仕事仲間は元生徒からの出身です**。ミライズの講師は全員もともとミライズの生徒でしたし、他の事業もしかりです。

生徒から仕事仲間を獲得できるってめちゃくちゃメリットしかないんですよ。というのも、

- ・普通だったら採用費用として何十万円もかかるものが無料で出来る
- ・他の会社だと教育コストがかかるが、既に生徒として学んでいるのでそのコストがかからない
- ・お互いにお互いのことをよく知っているため価値観のズレがない
- ・優秀な人を見極めてから一緒に働けるので効率がいい
- ・信頼がお互いにあるため下手な勘繰りが働かない

とメリットしかありません。

よく入会してもらう際に、

「いつかはかずさんと一緒に働けるように頑張ります！」

と言ってくれる人がいますが、僕からしてみても優秀な人が一緒に働いてくれるのは大歓迎です。

とくに僕らみたいなベンチャーが**優秀な人をリクルーティングできる点ではスクール事業は最強**なんですよ。だからこそ入会して頂いたあとにしっかりとサポートもします。

個人的に**LTVを最大化させる一番の施策はこのリクルーティングにこそある**と思っています。事業への貢献度でいうと圧倒的に仕事仲間として働いてくれるのが一番ですからね。

お客さんとしてたくさんリピートをしてもらうのとはちょっと違いますけど、一緒に仕事をするのが一番のリピーターみたいなものです。それに**お互い利益を生み出して行けるのは関係値としてもめちゃいい**ですよ。

ベスト過ぎるWin-Win関係です。

これは施策①とも被りますが、入会後に「じゃあバイバイ、全然サポートもしません。」なんてことしてたら、そんな人と一緒に働こうなんて思ってもらえないですよ。

（ただほとんどのスクールは入会後のサポートなんて全然しない悪質なものでしかないのも事実です。）

それに結果を出してもらえないなら一緒に働くこともできません。結果を出せていない人が講師ってやばいですから笑。運営としても一緒に働きたいと思ってもらえるように、全力でサポートしないといけません。

ということで【施策②】は「**仕事仲間のリクルーティング**」でした。

では最後施策③を説明していきます。

【施策③】クレーマーの事前排除

最後の施策③は「**クレーマーの事前排除**」です。

よくよくセミナーとかを見ると、

「スマホだけで1日5分！簡単に不労所得！」

みたいな煽り売りをしているところがありますけど、あれナンセンスです。マジであとあと詰みます。

というのもそれだと**クレーマーが続出してしまって、事業を長く続けることができなくなるから**です。今までそういう会社をたくさん見てきました。

投資系とか海外物販系とかはそういうところ多い印象ですね。

僕らは実績を盛ることもなければ、嘘をついて煽り売りをするところもありません。**「物販はちゃんと努力しないと稼げるようになりませんよ。」**ってことも事前に伝えます。だから努力をしっかりとでもちゃんと利益を出していきたいという人以外は入会してもらってません。

僕はもうミライズを3年ほど続けてきてますが、それはクレーマーを徹底的に事前排除してきたからです。

この人ヤバそうだなと思う人には入会してもらいません。

でも確かに**短期的利益を考えるのであれば、どんな人にもでもスクール入会や教材購入をしてもらった方がよくなります。**そりゃそうですね。クレーマーだとしても構わず入ってもらったほうが売上は上がります。

でもそれでは駄目なんです。クレーマーは、

- ・常に他責思考でありサポートしても結果でない
- ・他の真面目な生徒さんに悪影響を及ぼす
- ・運営の妨げになりクレーム対応が面倒

と、がん細胞みたいなもので、一度入会させてしまったがゆえに**事業破綻してしまいます。**

長期的に**他の人の合計LTVを考える上でも、クレーマーなる要注意人物は事前排除しておいた方が良いでしょう。**

だからこそ事前に僕は**SNSや事前動画などを見てもらって価値観共有**をしています。自分の価値観に合う人にだけ生徒になってもらえればいいと思っています。そうすることで僕の考えに合わない人は事前濾過され、質の高い人だけが集まるクオリティの高い環境ができるんです。

結果LTVの向上にも繋がります。

ということでこの章では**LTVの最大化をする為にしている施策**について紹介させてもらいました。

僕が長く事業を続け、一緒に働いてくれる仕事仲間も長くいてくれるのはこの**3つの施策を取り入れてきたから**という部分が大きいです。

是非参考にしてみてください。

■最後に

この特典を受け取っているということは、恐らくもう既に個別コンサルで僕と話したということだと思います。

そんなあなたは下の2つのどちらでしょうか？

- ① 若干の迷いがありどうしようか悩んでいる
- ② 素直にアドバイスを聞いてすぐ実行しようと思っている

どちらですか？

ここで自分は①だと思った人は正直もう素質ないです。申し訳ございません、直接話した人にこんなこと言うのも気が引けますが、僕に相談しておいて悩むことがあるようなら**今後もう稼ぐことはまずできないという自覚をして普通に今日も昨日の続きをしていたほうが幸せに生きれます。**

悩んだり優柔不断というのは別にたくさん考えているというわけではなく、単純に**“思考スピード”が遅い**んです。決断が早い人は思いっきりがいいわけではなくて、**思考スピードが早いからすぐに決断ができる**んです。

ビジネスにおいては**決断をしないといけないことが多々あります**。物販であれば見つけた商品を仕入れるかどうかの判断などです。副業で時間が少ししか取れないのであれば余計に決断を早くしないといけません。

恐らく僕は個別コンサルで結構優しく相談に乗りましたよね。正直意外と優しいなって思った人もいます。

でもそれは**一種の諦め**でもあったりするんです。実は1年前は僕結構一人一人厳し目にアドバイスをしていました。コンサル中に怒鳴ってzoom越しに30代会社員の方を泣かせてしまったこともあります。

ただその1年を通して、**「別に僕がどれだけ厳しくアドバイスをしても人は変わらない」**ということを学びました。僕はやる気のある人に「こうしたらいいよ」というアドバイスはできます。たくさんの失敗をしてきた分、たくさんの正解を知っています。だから**そこら辺の人がつまづくほぼ全てのことに大して答えを示すことができる**んです。

ただ**そもそもマインドが低い人に関しては救いようがない**こともこの1年間1000人以上の方の相談に乗ってきて分かりました。何が違うのか、それはただ1つ**「成長欲求が強い」**です。成長欲求が強いというレベルで言うなら、

「今は丁度忙しいタイミングでまずはそっちを落ち着かせてからにします」

「とりあえず自分でやってみて考えます」

なんて人は論外で、

「分かりました！ありがとうございます！」

「勉強になりました！」

っていうのも弱くて、

「まずは〇〇を今すぐやってみます！分からなければバシバシLINEしちゃってもよろしいでしょうか！？」

くらいでないといけません。成長欲求というのは正直生まれつきもっている気質としての部分が大きくて、成長欲求を持っている人というのは、

- ・前向きな思考が強い
- ・好奇心が旺盛

という性質があります。あなたはどうでしょうか？

有名な言葉に、

「馬を水辺に連れて行くことはできても、水を飲ませることはできない」

というものがあります。

僕は「こうやったらうまくいくよ」という答えを教えることはできますが、**それを実際に実行するかはあなた次第なんです。**

是非僕のアドバイスをもとにあなたが結果を出してくれたら嬉しいです。