

%company%

%free1%

%free2%

%name_sama%

★金曜日の定期発行が、遅れましたこと

お詫び申し上げます。

以後気を付けますのでお許しください。

「売れる仕組み」の作り方

◆第1回 売れる構造を作るには

◆第2回 圧倒的な「ウリ」を創る

◆第3回 最強のウリ「感情」を売る

第1回 売れる構造を作るには

【目次】

■はじめに

■顧客に「どうか売ってください！」と言われる営業とは？

■どうすれば良いのか？

■「圧倒的なウリ」の構成要素

■顧客が「今」購入すべき理由を作る

■「売れる構造」を実現するための準備

■まとめ

■はじめに

「お願いですから、どうか売ってください！」

とお客様に言っていただくにはどうすればいいのか

経営者なら誰も一度は考えたことがある問いでしょう。

しかし、売上が思うように伸びない、営業が苦戦している……

そんな悩みを抱えているなら、「売れる構造」を構築しているかどうかを確認すべきです。

売れる構造とは、単に商品やサービスを売るのではなく、

顧客が

「夜も眠れられないくらいの悩み」

「叫び出したいほどの実現したい夢」

を実感する状況を作りだし、

解決や実現してあげるオファーをすることです。

この仕組みを作ることで、

競争に巻き込まれず、安定した売上を確保することが可能になります。

では、どうすれば「売れる構造」を作ることができるのでしょうか？

■顧客に「どうか売ってください！」と言われる営業とは？

売れる構造を作る第一歩は、「顧客の叫び」に耳を傾けることです。

前述のように顧客は、本来

今にも叫び出したいほどの悩みや、夜も寝られないくらい叶えたい夢を抱えています。

しかし顧客は、どうやって解決すればいいのかわからず

極端な場合、そのような問題や夢が意識の上で自覚していない場合すらあります。

これらの問題、夢に気づき、それらを解決・実現できると確信すれば、

顧客は「どうか売ってください！」とお願いする立場になるのです。

つまり、営業とは「売り込むこと」ではなく、

「断れないオファーを提示できる状況を作ること」。

であり、さらに

「解決・実現できるのはあなただけ」

と思わせることで、自然と売れていくのです。

■どうすれば良いのか？

紙幅の都合で概要に留めますが

1.顧客の悩みを深掘りする

- 顧客が抱える「真の悩み」を言語化する
- 表面的なニーズではなく、本質的な欲求を探る

2.解決策を「圧倒的なウリ」として提示する

- 他にはない独自の価値を明確に伝える
- 価格ではなく「成果」を売る

3.「今すぐ買わなければならない理由」を作る

- 期間限定の特典や、今すぐ解決すべき理由を示す
- 顧客の意思決定を後押しする

ができれば「売れる営業」になります。

具体策についてもっと詳しく知りたい方は編集部までお問い合わせください。

■「圧倒的なウリ」の構成要素

では、「圧倒的なウリ」とは何でしょうか？

それは、単に商品の特徴を伝えることなく、次の 3 つの要素を満たすことです。

1.圧倒的な欲しい理由(成果)

- 顧客が求める結果を明確にする
- 「なぜそれが必要なのか？」に答える

2. 売り文句(見せ方・売り方)

- どのように伝えれば響くのか？
- ストーリーやインパクトのあるフレーズを活用
- プロセスとツールを作りこむ

3. 根拠(買う理由。例:信頼性)

- 実績・データ・お客様の声を活用
- 「なぜあなたから買うべきか？」を証明

この 3 つを組み合わせた「ビコーズ・プラットフォーム」を構築することで、顧客が納得しやすくなります。

「ビコース・プラットフォーム」は

- ビコース・リスト(買う理由の一覧)
 - ビコース・マップ(すべての成果とビコースをロードマップとして図解したもの)
 - インフルエンス・ステートメント(顧客を買う気にさせる何を提供するか(成果とビコース)の宣言)
- を中心とする 8 つの要素から成り立ちます。

■顧客が「今」購入すべき理由を作る

売れる構造を作る上で、次の質問に明確に答えられるかが重要です。

1. 他にも良い商品・サービスはあるのに、なぜ当社なのか？
 - 当社の独自の強み(ポジティブ要素)
 - 競合にはない圧倒的な違い
2. 外注せずに自社でやる選択肢もあるのに、なぜ当社なのか？
 - 自社でやるリスク・デメリットを提示
 - 当社に頼むことで得られる専門性・効率性
3. 今すぐではなく、先延ばしすることもできるのに、なぜ今なのか？
 - 今行動しないと起こるデメリットを明示
 - 期間限定の特典や機会損失のリスクを提示

このように、競合と比較しながら「今すぐ買う理由」を証拠とともに明確に伝えることで、顧客の意思決定を促すことができます。

■「売れる構造」を実現するための準備

売れる構造を作るためには、次の 2 つのポイントを押さえることが大切です。

1. 顧客と仲良くなる
 - 人は信頼した相手からしか買わない
 - 価値観を共有し、関係を深める
2. 圧倒的に欲しがるものを提供する
 - 顧客の求めるものを正確に把握する
 - 競争に巻き込まれない「唯一の選択肢」になる

つまり、単なるセールストークや価格競争ではなく、「信頼関係」と「圧倒的な価値」を提供する

ことが重要なのです。

■まとめ

売れる構造を作るには、

- 1.顧客の叫びを知る
- 2.「圧倒的なウリ」を作る
- 3.「今すぐ買う理由」を明確にする
- 4.顧客と信頼関係を築く

これらをしっかりと設計し、準備することで、

「どうか売ってください！」と顧客から求められる営業が実現します。

次回は、「圧倒的なウリ」を創る方法 について深掘りしていきます。

編集長 岩下一智 (株) Tiger・HosBiz センター・執行役員
マーケット・クリエーター(MRC)

ご質問や、詳しく知りたい方は編集部までお問い合わせください。

いかがでしたでしょうか、お楽しみいただけましたか？

次回は

「売れる仕組み」の作り方

◆第2回 圧倒的な「ウリ」を創る

をお送りする予定です

お楽しみに！

~~~~~  
■参考図書■Amazon 電子書籍&オンデマンド版

「理念経営道実戦教本」25年3月中旬発売予定・・・予価：3300円（税別）

B5版 約190頁

委細はHP等でご案内いたします。\*\*\*HPも3月1日よりリニューアルいたしました。

~~~~~

本記事に対するご質問やご感想は下記アドレスまでお願いいたします。

heart_gaia_gi@hosbiz.net

~~~~~

バックナンバーは下記の URL を確認してください。

<https://rinenkeieidoh.com/MailMagazine>

\*\*\*\*\*社名：変更のご案内\*\*\*\*\*

第3の創業として、理念経営道を全身全霊をかけて普及の取組んでまいりますとともに持続可能な推進体制にするため「ティグレ社」とジョイントビジネス（JB）を組んで小規模企業・中小企業が「地域・業界No.1」となって、持続できるように「創客 伴走型経営支援」をすすめてまいります。HP をリニューアルした暁には、更に詳しくご案内させていただきますのでよろしくお願いします

**新社名：(株)Tigre・HosBiz センター**

~~~~~ 次回予告 ~~~~~

皆様のコメントを励みにして、航海を続けていきますので、重ねてご支援ご鞭撻をよろしくお願いします。

次回、第 690 号

「売れる仕組み」の作り方

◆第2回 圧倒的な「ウリ」を創る

を、25・03・21(金)にお届けする予定ですので、楽しみにしてくださいね。

※なお内容は予告なく変更する場合がありますので、ご承知ください。

■LittleBiz 企業・中小企業で働く人々や、経営者が幸せでなければ、
私たちは「世のため・人のため」になれない。
とクルー一同尽力しております。

最後までお読みいただき感謝いたします。本当にありがとうございます。
では、また次号で元気にお会いしましょう！

◆発信日・・・・・・毎週・金曜日

◆発行責任者・・・・・・Captain 平本靖夫

◆編集長・・・・・・岩下一智・(株) Tigre・HosBiz センタ・執行役員
マーケット・クリエイター(MRC)・・・CST 開発推進責任者

プロフィール

<https://rinenkeieidoh.com/Members>

Facebook

<https://www.facebook.com/yasuo.hiramoto>

お問い合わせは <https://rinenkeieidoh.com/Contact> まで

.....

ご愛読ありがとうございます

著者：(株)Tigre・HosBiz センター

Captain 平本靖夫

プロフィールは

rinenkeieidoh.com/Members

◆はやぶさ・に関するお問い合わせ・質問は

メールアドレス：kazu_zohan@hosbiz.net

発行責任者：Captain 平本靖夫、

編集長：岩下一智 MRC