

小さな会社のための

**広告費0で2ヶ月以内に
数百万～2000万円を売上げてきた
具体的手法と土台となる考え方**



広告費0！

なのに



業績UP！

はじめに

個人事業主、小さな会社の多くの社長に共通する悩みがあります。

「どうすればもっと業績を伸ばせるのか？」

これは永遠の課題だと言えるでしょうし、多くの方が悩んでいるにも関わらず“これが正解”と言える解決策が存在しない厄介な問題です。

そして、事業を成長させるべく様々なことに取り組んだとしても、このような壁が立ちただかり悩みが尽きることはありません。

- ・マーケティングやセールスを学んでも実践できない
- ・様々な施策もコストがかかるだけで効果的な手段になっていない
- ・経営コンサルをつけてみたけど、思ったように事業が成長しない
- ・地域で No.1 でオンリー1 になれず競合との戦いになっている
- ・自分一人だけが忙しくて、心も体も余裕がない

また、一見好調に見える方でも、

- ・好調を維持し続けられない
- ・実は資金繰りが大変なことになっている
- ・急成長したが急に停滞し始めて売上がじわじわ右肩下がりになっている
- ・不完全燃焼感が漂っていて、打開策が分からない
- ・従業員との問題が絶えずに常に人間関係に悩んでいる
- ・家庭内に不協和音が流れている

といった問題を抱えている方も少なくありません。

そして、ほとんどの事業者が頭打ちにあってしまい、そこから抜け出せなくなってしまうのです。

これらの問題は、効果的に利益を出すことができているならばそこまで大きな問題にはなりません。

そこで、今回のメインテーマである、広告をかけずに2ヶ月以内に数百万円～2000万円程度の売上を上げる方法をお伝えしていきます。

• **2ヶ月で2000万円の売上**

• **2ヶ月で2200万円の売上**

• **1ヶ月で1200万円の売上**

• **1.5ヶ月で780万円の売上**

• **2ヶ月で1000万円の売上**

• **2ヶ月で500万円の売上**

• **1ヶ月で400万円の売上**

などの実績があります。

しかも、この方法の良いところは**普段の活動とは別の+αの売上を作ることができる**ことです。

普段の取り組みは普段の取り組みとして進めて定期的な売上を作りながら、年に2～3回これからお伝えする方法を使って大きな売上を上げることができるようになります。

また、最も効果が大きくなりやすい業種は、研修やコンサルティング、コーチングなどの無形商材の場合ですが、基本的にどの業種でも応用可能な方法です。

コストをできるだけかけずに、どのようにして大きな売上を上げるのか？
それをこれから解説していきます

目次：

はじめに：

1 章：広告費 0 で 2 ヶ月以内に数百～2000 万円を売上げる全体像

- ・全体像の紹介

2 章：事前準備

- ・バックエンドサービス（高収益商品）の決定
- ・フロントエンドサービス（集客商品）の決定
- ・見込み客を開拓する無料オファーの作成

3 章：見込み客集め

- ・見込み客獲得用 LP の作成
- ・紹介を増やす依頼の仕方

4 章：フロントエンド集客

- ・成約スピードを上げる方法
- ・ステップメール活用法

5 章：セールス

- ・高額商品をセールスするために大事なこと

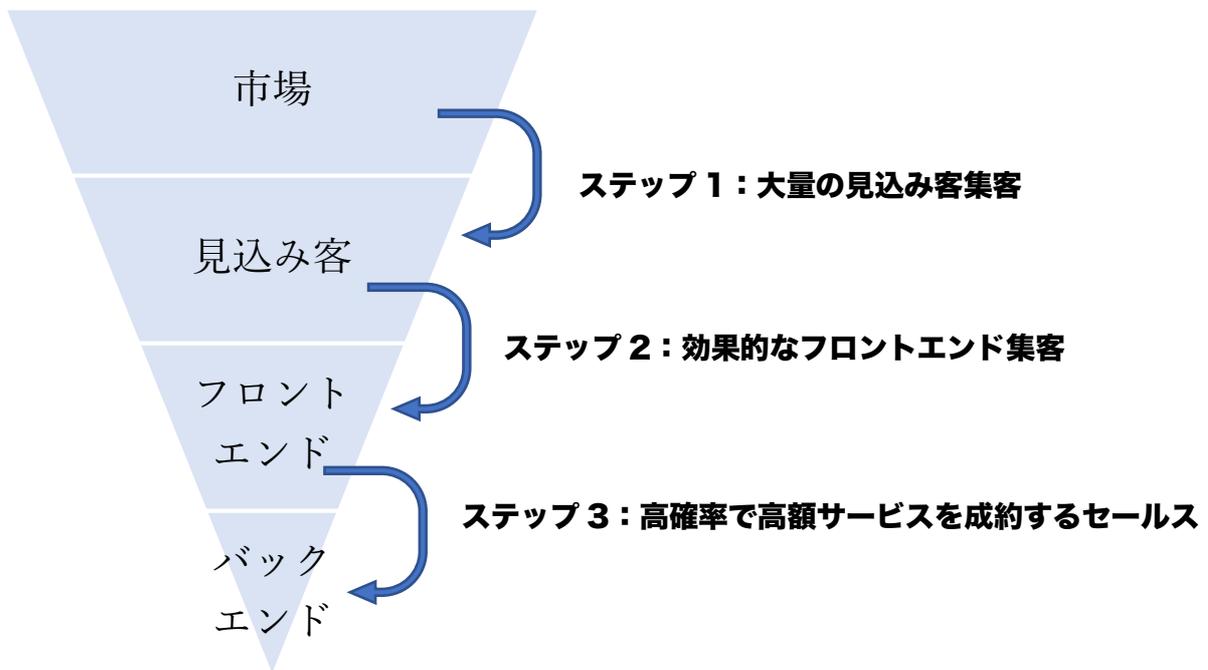
6 章：この方法で結果が出る人、出ない人

- ・手法を真似するだけでは成果は出ない
- ・自己確信のスイッチを入れよう

さいごに

1章：広告費0で2ヶ月以内に数百～2000万円を 売上げる全体像

まずはこちらの図をご覧ください。



これが広告費0で2ヶ月以内に数百～2000万円を売上げる全体像ですが、それぞれのステップでの成約率を高めていくことで収益は伸びていきます。

各ステップと各ステップに必要な準備について簡単に説明しますね。

ステップ1：大量の見込み客集客

見込み客と書きましたが、ここで行うことは顧客リストの獲得です。
後ほど紹介するある方法を使ってあなたのサービスの見込み客を一気に集めていきます。

<準備が必要なもの>

- ・無料オファー
- ・見込み客獲得のLP（申し込みページ）
- ・多数の紹介者

ステップ 2：効果的なフロントエンド集客

見込み客に対して、フロントエンド商品を提案していきます。

フロントエンド商品とは、体験サービスや初回割引、無料相談といったサービスです。

あなたのサービスに対する障壁をできるだけ下げ、かつ、見込み客にとって魅力的に見えるフロントエンドを提案し効果的に集客していきます。

＜準備が必要なもの＞

- ・フロントエンドサービス
- ・フロントエンドサービスに繋がる LP（申し込みページ）
- ・ステップメール
- ・ワンタイムオファー

ステップ 3：高確率でバックエンドを成約するセールス

フロントエンドサービスを購入してくださった方に対して、バックエンドサービスを提案していきます。

バックエンドサービスとは、高収益商品のこと、整体、エステなどの方であれば回数券やコース、研修やコンサル業の方であれば継続契約、不動産や金融系の方であれば高額サービスの本契約を獲得していくことになります。

ここではセールス力が必要となるので、そのセールスについて解説していきます。

＜準備が必要なもの＞

- ・バックエンドサービス
- ・セールス力

で、ここまですべて読んで、すでに聞いたことがあるとか、学んだことがあると感じる方も多いことでしょう。

なぜなら、王道の方法だから。

しかし、この王道を精度高く実践していくことで短期間でまとまった売上を作ることができるのです。

次章からは各ステップに必要な準備と要点についてお伝えしていきます。

2章：事前準備

これから進め方やツールについて解説を入れていきますが、まず最低限これがないと始まらないと言えるものをお伝えしていきます。

最初に準備すべきものは、

- ・バックエンドサービス（高収益商品）
- ・フロントエンドサービス
- ・無料オファー

の3つです。

1：バックエンドサービス

バックエンドは先ほどの解説でもお伝えした通り、高収益商品のことで、整体、エステなどの方であれば回数券やコース、研修やコンサル業の方であれば継続契約、不動産や金融系の方であれば高額サービスの本契約などのことです。

顧客が抱えている大きな問題を解決できる、もしくは顧客の理想の願いを実現できるようなサービスになります。

価格帯については、業種によって大きくバラツキがありますが、競合他者の動向もチェックした上で、できるだけ高い価格を設定していきます。

もちろん、高額にすればそれ以上の価値を感じていただく取り組みは必須なので、サービス力を高めることは大前提として考えてください。

バックエンドサービスは例えば、、、

整体の場合：

- ・痛みが取れて日常生活に苦しまなくなるための15回施術回数券
- ・毎月3回まで通えて、困ったときはいつでも相談できる年間コンシェルジュコース

エステサロンの場合：

- ・2ヶ月で●kg 痩せるダイエットプログラム
- ・肌質と体型を整えて10歳若返る健康美人プログラム

研修の場合：

- ・マネジメント層を強化し、社長が頑張らなくても自走する組織を作る組織開発プログラム
- ・PDCA のスピードをあげて、事業を一気に成長させる鬼速 PDCA プログラム
- ・家族のわだかまりを解いて、愛ある家族になれる 3 日連続講座

講座ビジネスの場合：

- ・コンサル力を身につけて、クライアントの圧倒的な成果を生み出せるようになる 6 ヶ月講座
- ・集客力を 3 倍にするコピーライティングスキルを身につける 3 ヶ月集中講座

コンサルタントやコーチの場合：

- ・ビジネス全体を分解し、利益増を実現する財務マネジメントコンサル
- ・個人の天才性を中心としたビジネスを構築し、ストレスフリーで高収益を実現するビジネス構築
- ・盲点を外してスムーズに事業を進められるようになるビジネスコーチング

などなど、顧客が潜在的に叶えたいと思っていることや、顕在的に解決したいけどこれまで解決できない問題をテーマにしたサービスを作ることで、高収益なサービスを作ることができます。

2：フロントエンドサービス

フロントエンドサービスについては、バックエンドサービスの一部を体感できたり、抱えている課題を特的できるようなサービスが効果的です。

無料～1 万円程度で提供することが多いサービスです。

例えば、

整体の場合：

- ・施術体験（割引）とカウンセリング

エステサロンの場合：

- ・目標達成のための無理のないダイエットプラン設計カウンセリング

研修の場合：

- ・問題解決の全体像を学ぶ単発研修

講座ビジネスの場合：

- ・ 講座の一部を体験し、自身の問題解決をイメージしてもらえそうな単発講座

コンサルタントやコーチの場合：

- ・ 課題を特定し、解決のためにどんなサポートが必要かを理解する体験コンサルティング

といったような形です。

相手が抱えている顕在的な課題を解決します！というようなサービスにすることをお勧めします。

3：無料オファー

これは見込み客を集めるために活用します。

無料オファーとは、メールアドレスや最近だとLINE@に登録すれば、〇〇の特典をプレゼント！
というような内容です。

このレポートも無料オファーの一つになります。

無料オファーのポイントは、見込み客が欲しがっている情報や解決したい課題を解決するための全体像と具体策を解説した動画やPDFなどが主流です。

実際にプレゼントできるモノがあるところはモノをプレゼントするのも効果的です。

サービスに興味を持ってくれそうな人たちの連絡先を獲得し、いつでもこちらからアプローチできるような体制を作ります。

また、無料オファーを通して自社のサービスへの興味づけも同時に行います。

例えば、

整体の場合：

- ・ 誰も教えてくれない〇〇（部位）の痛みがよくなる3つの理由と解決法

エステサロンの場合：

- ・ 定価〇〇円の美容サプリ 1週間分を無料プレゼント！
- ・ 自宅でできる美肌セルフケア 7つの方法

研修の場合：

- ・ 1時間で参加者の8割が涙した、感情100%解放プログラム

- ・ 昨年比営業利益 200%を達成した組織の一体感を高める 3つのワーク

講座ビジネスの場合：

- ・ あらゆるビジネスの課題を解決する厳選ノウハウ集

コンサルタントやコーチの場合：

- ・ ビジネスの盲点を自分で見つけて、解決できるようになる 5ステップセルフコンサルティング

などです。

無料オファーの目的は、見込み客リストを集めること、そして、無料オファーを手にしてもらってフロントエンドやバックエンドに興味を持ってもらうことです。

ちなみによくある質問なのですが、これらのツールの量については目安はありません。

PDF だと●ページ以上とか動画だと何分とかではなく、見込み客が欲しがりそうな情報を必要な分だけ届けられるかどうか？が重要なポイントです。

まずは、

- ・ バックエンドサービス
- ・ フロントエンドサービス
- ・ 無料オファー

のこれらを準備することからスタートしてください。

これらが準備できたら、実際に運用するための準備を行っていきます。

3章：見込み客集め

ここでは見込み客＝顧客リスト（メールアドレス、LINE@など）と定義して話を進めていきます。

業種によっては見込み客集めは馴染みがないと感じている方も多いかもしれませんが、多くの人が最も苦戦しているのが見込み客集めだと言っても過言ではありません。

「一度体験してくれたら良さが分かるのに、、、」

「もっと知ってもらえたらもっと売れるのに、、、」

と考えている人たちは多いですが、こうになってしまうのは見込み客がないからです。

ここでは見込み客を集客する方法について説明していきます。

見込み客を集める方法としては、HPやブログサイトを作成してのSEO対策、LPを作成してのPPC広告、SNS広告、SNS運用、アフィリエイト、、、など様々な手法がありますが、最短で大きな成果を上げるために役立つのは、紹介による見込み客獲得です。

事前準備のところで説明した、無料オファーを配布するLP（リスト登録ページ）を作成し、そのLPを紹介してもらうことで、大量の顧客リストを集めていくのです。

このレポートの著者の山本がこの方法を活用して支援した、最大の成果で言うと、5日間で2700リストが無料で集まりました。

これは異常な成果だったので特例ですが、他にも、10日間で760リスト、5日間で640リスト、5日間で240リスト、集計期間は忘れましたが短期間で600リスト、と言った成果が上がっています。

この成果はレポートのタイトルにも入れていますが、広告費はかけていません。

通常、広告をかけて見込み客を獲得するとなると、1リストあたり1000円～2000円程度のコストがかかってくるので、500リストで換算すると50～100万円ほどのコストがかかります。

しかし、紹介であればこれが無料でクリアできるのです。

では、具体的にどのような手順で進めたか？をここでお伝えします。

紹介で見込み客を獲得する 2 ステップ

- 1：見込み客獲得用の LP を作成する
- 2：LP の紹介依頼を大量に行い紹介してもらう

手順で言うと、これだけですが、1 つずつ解説を加えていきます。

1：見込み客獲得用の LP を作成する

事前準備編で作成した無料オファーを配布するための LP を作成します。

ここでの LP は

“メールアドレス（もしくは LINE@）を登録してくれたら、特典をプレゼントしますよ”
といったシンプルなものになります。

守秘義務の観点や、大切なクライアントの身を売ることはしたくないので、詳細の事例は説明できないので、大体の LP の構成を紹介しますね

キャッチコピー 無料オファーで配布する特典のイメージ画像 (PDF なら本の表紙風、動画なら動画の一部分の画像や DVD のパッケージをイメージしたような画像が吉)
(メールアドレス入力ボックス) 申し込みボタン 規約など
無料特典を配布する背景
無料特典の内容を箇条書きで書く
期間限定での募集であれば期間を記入

(メールアドレス入力ボックス) 申し込みボタン 規約など
プロフィール
プライバシーポリシー/特商法の表記

基本的にはこのような流れのLPを作成します。

最初のキャッチコピーとイメージ画像が登録率を上げる肝になるので、これを見たらとりあえず登録したくなるだろうな—というところをイメージしながらLPの制作を進めてください。

この構成で作成すると登録率が20~50%くらいになります。

20%は100回ページが表示されたら20人が登録、50%だと50人が登録という感じなので、できるだけ登録率が高い方がもちろん効果的ではありません。

また、LPの制作について自力ではできないという方も多いかと思いますが、オンライン上でLP制作などと検索するか、ココナラ、ランサーズ、クラウドワークスなどのサイト内で制作を依頼することも可能です。

2：紹介を依頼する

次は出来上がったLPを紹介してもらうための紹介依頼の話です。

どれだけ多くの人に紹介してもらえるか = どれだけアクセスが集まるか？
となるので、できるだけ多くの方に紹介していただくことが理想です。

拡散の方法としては、SNSでのシェア、コミュニティのリーダーの方であればコミュニティ内への告知、知り合いへの直接紹介など色々ありますが、できるだけ人脈が多い人をお願いするのが最も効果的な方法であることに間違いはありません。

同業者、既存顧客、休眠顧客、リストホルダー（影響力のある人）に紹介をお願いしていきましょう。

この方法の大きな弱点としては、紹介をお願いできるくらいの人間関係を普段から作っていない人には全く使えない方法だということです。

WEB ツールを活用するといえど、リアルの場合と同様、信頼関係がビジネスのベースとなります。

なので、人間関係を作っていない人はそもそものビジネスの取り組み方を見直すかこの方法は捨てるべきということになります。

しっかり、人間関係を構築していれば同業で競合になる方にも紹介をいただけることも珍しくはありません。

ちなみに 2700 リストを集めた方は 150 人ほどの紹介、780 リストの時は 70 人ほど、600 リストの時は 30 人ほど、240 リストの時は 50 人ほどと成果は業種や業態、そして、その人が作ってきた人間関係によってばらつきが生まれますが、100 リストを集められないという方はいないのではないかと思っています。

紹介依頼の定型文を参考までにご紹介しますね。

関係性によって文章を作り替えたり、できるだけパーソナルな内容にして紹介を依頼してみてください。

== 依頼文参考事例 ==

〇〇さん、こんにちは！

今回、個人的な活動の中でお力を貸していただきたいことがありご連絡致しました。

私事ではあるのですが、●月●日～●月●日にかけて（ターゲット）が（ベネフィット）によって、より活躍できるようになる方法を広めるキャンペーンを行います。

（この企画をスタートする背景）

なので、この企画を通して今まで以上の（結果）を手にしていただける方が増えると思っています。

今回のキャンペーンでは具体的には（コンテンツ内容の概要）をお伝えしていきます。

そして、それから（販売する商品や開催するイベントのことを書く）なども開催しようと考えています。

そこで私からのお願いなのですが、こちらのプロジェクトを Facebook やメルマガなどで紹介していただくことは可能でしょうか？

もし、紹介が可能ということであれば、紹介時の参考文や添付画像などをお送りさせていただきます。

お忙しい中大変恐縮ですが、ご協力いただければ私としては大変嬉しく、それと同時により多くの方に広がることでさらに身が引き締まる思いです。

どうぞよろしくお願いたします。

== 依頼文ここまで ==

この依頼に対して先方から OK が出れば次に紹介の詳細を依頼します。

== 紹介依頼を OK してくれた人に向けて ==

ご快諾くださりありがとうございます！

(パーソナルなお礼のメッセージ)

(相手に紹介してもらった媒体で Facebook、メルマガ) で紹介していただく場合の投稿の仕方を下記で説明させていただきます。

<< 投稿をお願いしたい日程 >>

●月●日

※できる限りこちらの日程で投稿してくださると嬉しいですが、こちらの日程でなくてもとても嬉しいです。

<< 紹介の進め方 >>

この後、添付する紹介文を参考にご紹介いただけますと幸いです。

(紹介例文ではなく独自に文章を考えてくださるのも大変嬉しいです。

そして、最後に URL (リスト獲得 LP) を記載して紹介をお願いします。

紹介文に入れてもらいたい要素

(絶対に紹介文に記載してもらいたい内容を書く、特典のイチオシポイントや自身のウリ)

お手数おかけしますが、上記の通りお願いします。

不明点等あればご質問いただくと幸いです。

よろしく願いいたします。

==ここまで==

このような流れで紹介を進めてもらいましょう。

できるだけ丁寧に相手にとってもらいたい行動を説明することで、紹介数が増えます。

見込み客獲得の方法についてはシンプルにこれだけです。

無料オファー用のLPの成約率をできるだけ高め、
紹介してもらえる人数（ページへのアクセス数）をできるだけ増やす。

少々手間がかかる作業ではありますが、ここを丁寧にできるかどうかが見込み客を増やす鍵になりますし、これを丁寧にすることで1企画から生まれる売上が最大化していきます。

※便宜上、LINE@と書いておりますが、現在、LINE@はLINE公式アカウントというサービスに統合されています。

4章：フロントエンド集客

見込み客を集めたら、次はその見込み客の方々にフロントエンドを購入してもらうための取り組みを行います。

リスト登録直後の見込み客がフロントエンドを購入する確率は大体3~7%くらいが目安です。
(あくまでも目安で、業種や案内の内容によって数値は上下します。)

なので、リスト獲得件数が500件とした時に、3%で15人、7%で35人がフロントエンドを購入するというような感じになります。

これが多いと感じるか少ないと感じるかは人次第ですが、その後に高収益のバックエンドを販売できると考えると決して悪くない数字ではないでしょうか？

ということで、無料オファー登録し見込み客化した人をどうフロントエンドに集めるか？についてここではお伝えしていきます。

フロントエンド集客も無料オファーの時と同様に、フロントエンドサービス用のLPを作成します。

LPの内容については、無料オファーLPの構成を参考に進めてください。
そして、実際の集客のところではコツが2つあります。

- 1：無料オファー登録直後にフロントエンドを案内する
- 2：ステップメールで継続的にアプローチする

この2つをそれぞれ解説していきますね。

1：無料オファー登録直後にフロントエンドを案内する

これがフロントエンド集客のコツと言っても過言ではないくらい重要なポイントです。

無料オファーのLPに興味を持ってメールアドレスを登録した直後は、あなたのサービスへの興味関心は高まっています。

これだけ情報量が増えた世の中では、無料オファーなどに登録した瞬間にはその後のサービスに興味を持っていても、次から次へと魅力的なサービスや無料オファーが現れるので、消費者の気持ちを引き止めるのがとても難しくなっています。

なので、無料オファーに登録した直後にフロントエンドを案内するんです。

具体的には無料オファーのLPでメールアドレスを登録してもらう場合は、登録完了ページというものを設定できるツールがほとんどです。

その登録完了ページをフロントエンドに繋がる案内ページに設定することで、無料オファーに登録した人が自動的にフロントエンドの存在を知ることになります。

LINE@に登録してもらう場合でも、登録後の自動返信メッセージを使って、フロントエンドを案内します。

スピードが命という訳ではないのですが、見込み客の興味関心が強い内にフロントエンドを購入してもらうのが理想です。

2：ステップメールで継続的にアプローチを行う

ステップメールの詳細なノウハウは様々な手法があるので参考資料の添付のみとさせていただきますが、無料オファー登録者に継続的にアプローチすることによって、興味関心を維持、そして、できればステップメールの力で興味度合いを高めていきます。

見込み客に

- ・なぜ、今あなたのサービスが必要なのか？
- ・あなたのサービスがどう役に立つのか？
- ・どんな結果が得られるのか？
- ・他の人はどんな成果を出しているのか？

などを伝えていきます。

ステップメールでの狙いは、あなたのことを忘れさせないこと、サービスへの興味を引く音、あなたのことをより深く知ってもらうこと、サービスを買ってもらうことです。

詳細を説明すると長くなるので、興味がある方は参考としてこちらの資料をご利用ください。

>[ステップメールの考え方と書き方](#)<

<http://7865a255b005893b.main.jp/uybd/stepmail01.pdf>

(クリックしてダウンロード)

これら 2 つの方法で効果的にフロントエンドの購入を促していきます。

5章：セールス

フロントエンドに来てもらえば次はようやく収益を上げるバックエンドを販売していきます。

ここで外せないのがセールススキル。

セールス力を身につけて、フロントエンドからバックエンドの成約率を高めるだけで収益は驚くほど改善します。

例えば、毎月のフロントエンドが10人の事業があった時に成約率30%なら3人、成約率80%なら8人がバックエンドを購入することになります。

ここでバックエンドの粗利が30万円だとすると、成約率の違いだけで、 $30\text{万円} \times 5\text{人} = 150\text{万円}$ もの違いが生まれます。

なので、今回の話に限らず高額なサービスを成約するセールススキルは磨いておいて損はありません。

そんなセールススキルについてもこちらの参考資料（動画とPDF）にまとめているので、セールスに自信がない方はこちらをご覧ください。

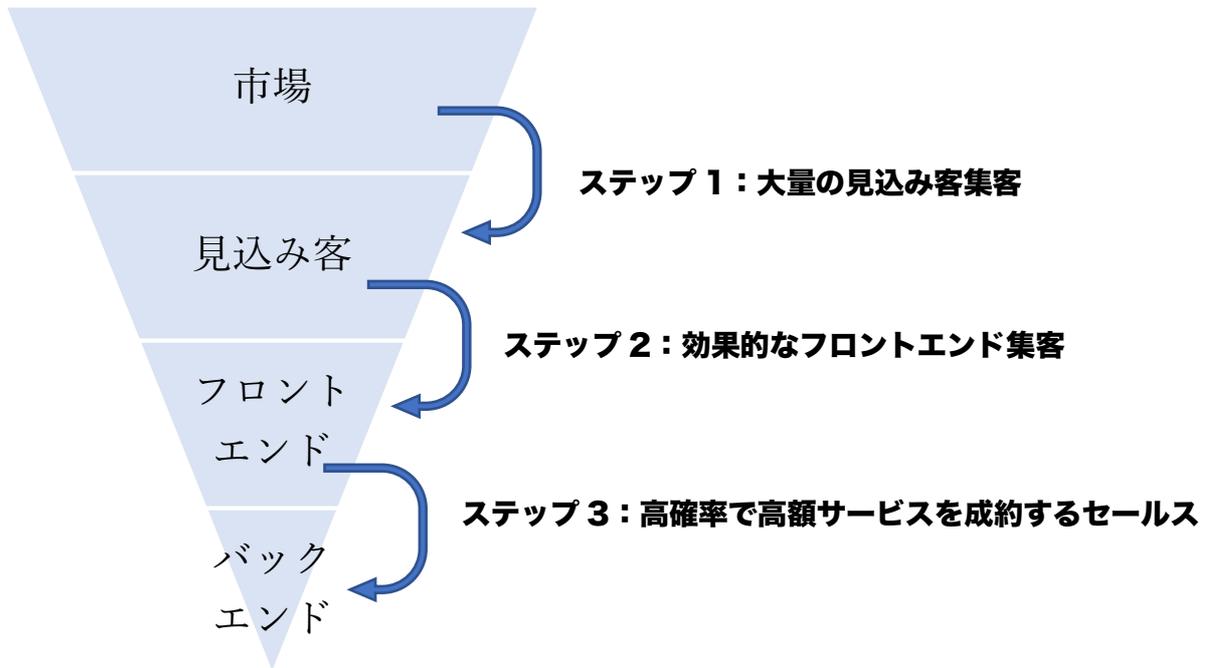
具体的なセールスステップやが学べる

BtoB、BtoC 別セールスカアップの秘訣

動画：<https://youtu.be/YPbJVOBtBJc>

PDF：<http://yamamotoshinya.tokyo/op3-sales.pdf>

6章：この方法で結果が出る人、出ない人



ここまでで紹介したことが広告費0で2ヶ月以内に数百万円～2000万円を売上げる全体像とその方法です。

正直マーケティングをよく学んでいる方にとっては目新しい話ではなかったかと思いますが、王道の方法でもあります。

ですが、この王道の方法をしっかりとやり切ることで普段の活動に加えて数百～2000万円程度の売上げを作ることはそう難しいことではないんです。

ご自身のビジネスの見直しに役立てて下さい。