

出会う前から 先生と生徒の関係を作る 2ステップマーケティングとは？

集まる集客 PR動画クリエイター 永田裕美子

 こんなお悩みありませんか？

- ✓ご成約がとれない
他の先生やサービスと比べてみてから...と言われてしまう
個別相談会、体験会の申し込みが入ってこない
- ✓値引き交渉されてしまう

2ステップマーケティングとは、

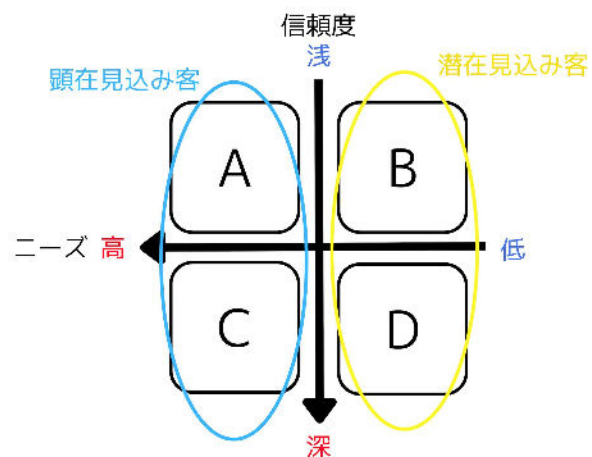
出会う前から
先生と生徒の関係を作ることができる
マーケティングです。

「お客様」には2種類あって、

まず

顕見込み客と
潜在見込み客に分けられます。

その中でも、信頼度が深い・浅いを加えると、
4つのカテゴリに分けられます。



- A:あなたへの信頼度は浅いが、ニーズが高いお客様
- B:あなたへの信頼度が浅く、ニーズも低いお客様
- C:あなたへの信頼度が深く、ニーズも高いお客様
- D:あなたへの信頼度が深く、ニーズは低いお客様

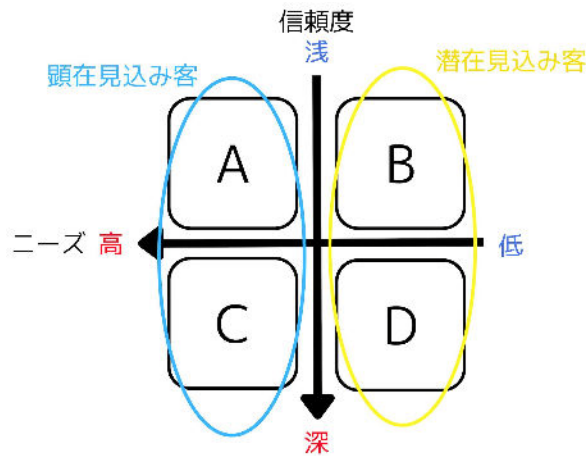
お客様を4つのカテゴリに分類しましたが

Q:あなたはまずどこを狙いますか？

C = 正解！

信頼も深く、ニーズも高いということは、獲得しやすい！ここを狙うのは当然です。
全国の正解率99,9%、間違う人はいませんよね。

Q: では次にどこを狙いますか？



多くの方は、
信頼は低いですが、ニーズが高いAのお客様を狙っていきがちです。
世の中の9割の方がAと回答しますし、多くのコンサルタントさんは、
このAゾーンをおすすめしているはずです。

なぜならば、信頼は低くても、ニーズが高いため、成果を出しやすいからです。

例えば、
「脱毛 安い 駅近」とかで検索している、購入のニーズが高いAゾーンのお客様に、
直球で広告でゴーと落としていく方が圧倒的に楽なんです。

ただ、多くの方がAゾーンを狙うということは、
ライバルも多いということになります。
つまり

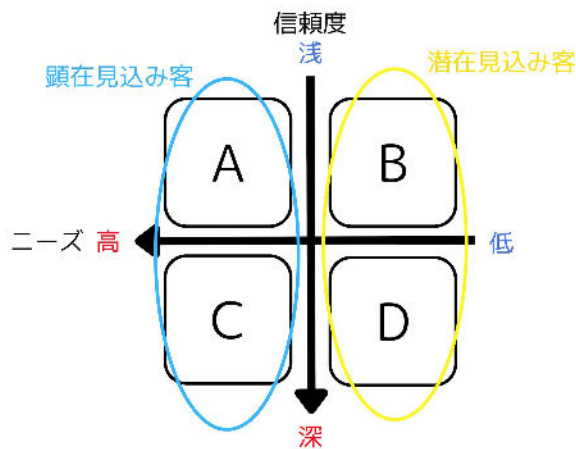
価格競争がおこる、
もしくは、
PR合戦になり、
広告費が使える大手にはかないません。

私のお客様で、エステサロン2店舗ありますが、やはり価格競争に巻き込まれています。
全国に1,000店舗、83万人の会員があるchocoZAP、皆さんの家の近所にもあるんじゃないでしょうか？
chocoZAPは、2,980円の月会費の中に、セルフエステ通い放題がついていて、
痩身、脱毛はもちろん、ホワイトニングまでついている恐ろしい競合なんです。

それに負けじと、私が支援するエステサロンも、ホワイトニングはサービスとして、
痩身やマッサージをしながら、無料でホワイトニングができたりするんですが、
やはり大手の広告のかけ方や、スタッフなしでも回る効率化、メニューの多さに、
圧倒的な集客の差をひしひしと感じます。

ちなみに、エステの中でも特に価格競争が激しい脱毛サロンの廃業は、2023年、去年過去最多になったそうです。

そんな悲惨な価格競争に巻き込まれないためにも、
では、先ほどの問題に戻ります。



Cを狙うのは当然として、次に狙うのは、AかDの2択になります。

ただ、Aだと価格競争に巻き込まれてしまうので、Dを選択する、と思います。
Dは、信頼度が高いお客様ですから、あとは、「あなたにとって必要な商品なんですよ」と教育していくことで購入に結びつくお客様です。

ライバルたちはAを狙っていますので、Dを狙うライバルが少ないのも好都合ですよ。

皆さんいかがでしょうか？

教育って、結構時間も労力もかかって面倒なのは皆さんご存じのとおりで、録画編集してYouTubeやって、ブログやメルマガを配信して...

でも、信用信頼を深めていけば...

わざわざ飛行機に乗って福岡から通われるお客様がいらっしゃる
小川さんの例があるように、信用信頼があれば商品を買っていただけることも、皆さんご承知かと思います。

他にDの例をあげると、

例えば、生命保険の外交員。

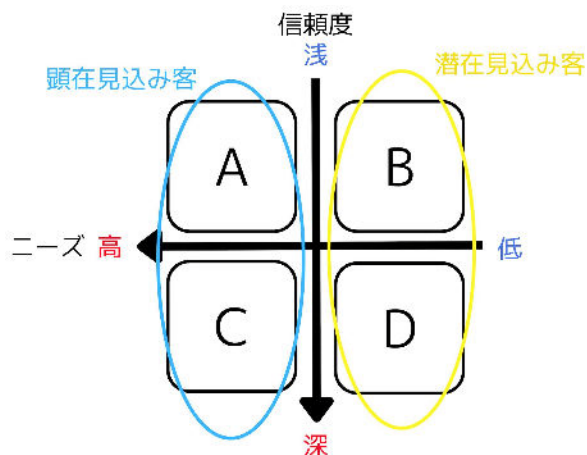
皆さんの中で、保険の営業をされた方いらっしゃいますか？

生命保険の外交員の方は、まず、自分への信用信頼が高い、親・兄弟。親戚・同級生なんかには保険の商品を売りますよね。

久しぶりに同級生に呼ばれてファミレスに出かけて行ったら、大体生命保険かマルチの勧誘です。

親・兄弟・親戚・同級生に売り切ってしまった。もうそれ以上、親戚も人脈も友達もない生保レディーは、じゃあどうするのか？ってことになりますよね。

集まる集客では、なんとBを狙っていきます。



誰も狙わない、ニーズもない信頼もないブルーオーシャン・ゾーンです。

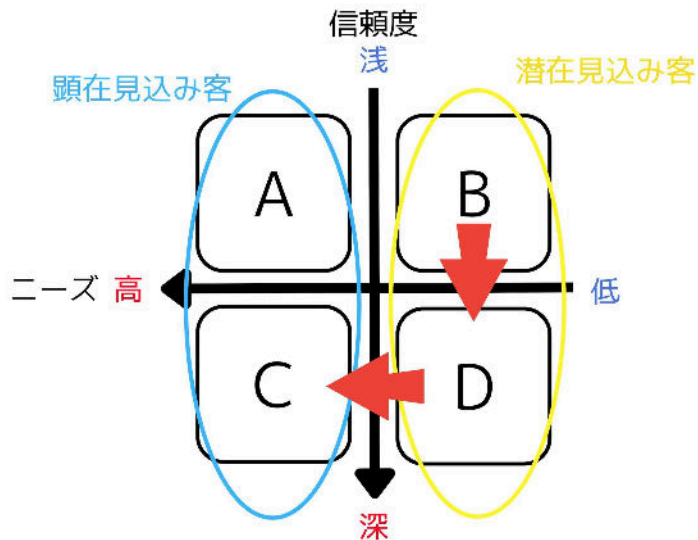
資金力がどうしても大手に負ける個人起業家の皆さん、これからデビューし、経験も実績もまだ乏しい方、そういった方々にもチャンスがあるのが、Bなんですね。

じゃ、Bゾーンのお客様にどうやって仕掛けるのか？

会ったこともない、商品のことも知らない、信用信頼もない、ニーズもありません。

そこで、
出会った瞬間から、信用信頼される戦略を仕掛けましょう！

- ①Bゾーンで信用信頼をしていただけたら、
- ②次は、Dゾーンでニーズを高めていく。



というのが、2ステップマーケティングです。

他の方々がやるのは、1ステップマーケティング。
Aゾーンのお客様にダイレクトに、ゴンと売る。

集まる集客は、まだ出会ったこともないBゾーンの方々を攻めていきます。
信用信頼を勝ち取ることができ、先生と生徒の関係ができれば、ご成約率が高まります。

皆さんが日頃からやってることだから、十分ご理解いただけていると思います。

では具体的に、どうするのかですが、
永田プランを発表します。

まず、また出会ったこともないBゾーンの方へ、
1分の動画を用い、出会った瞬間から信用信頼を勝ち取ります。

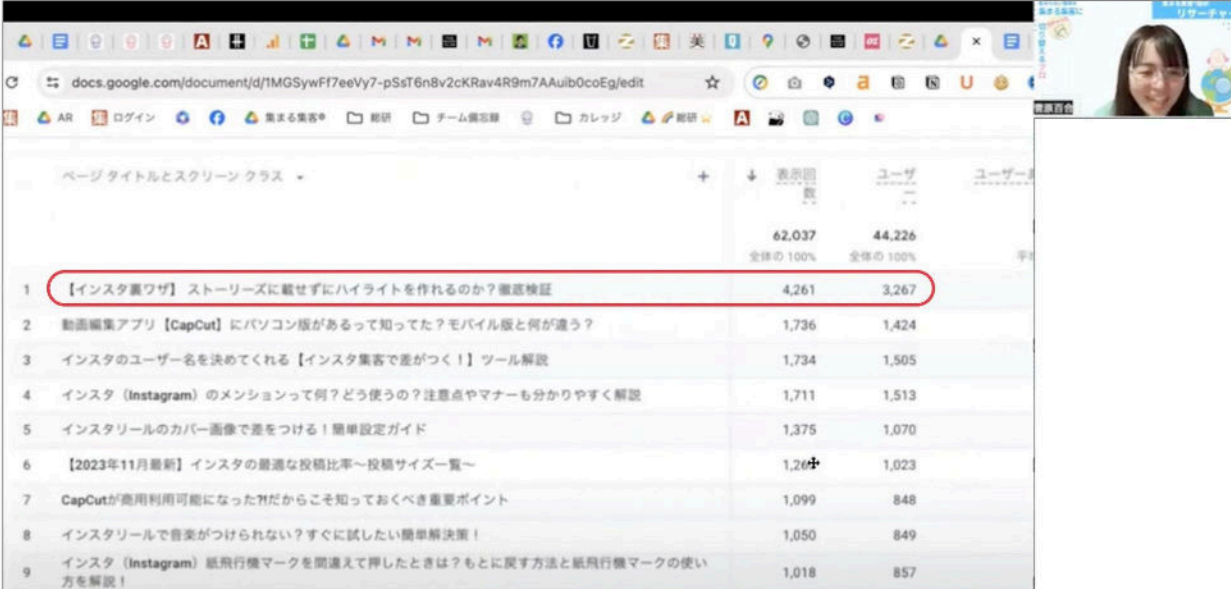
私が制作した1分の動画を、SNSや広告に置いてもらって、
SEO対策もかけながら拡散していきます。

SNSが苦手な方でも大丈夫です！
動画に広告をかけてSNSに露出したり、

Googleの検索結果に出ることによって
一瞬で信じていただけるように仕掛けます。

例えば私の事例ですが、

集まる集客総研で、私が書いた「インスタ裏ワザ」の記事は、1月12日にGoggle検索1位を取り、
集まる集客総研内検索数、1月8日から現在まで、なんと11週連続で1位で、この記事1本で、30,264人の
方がサイトに訪問されています。



The screenshot shows a Google Docs document with a table of search results. The table has three columns: rank, title, and two columns for search volume. The first row is circled in red.

	表示回数	ユーザ	ユーザ
1	4,261	3,267	
2	1,736	1,424	
3	1,734	1,505	
4	1,711	1,513	
5	1,375	1,070	
6	1,264	1,023	
7	1,099	848	
8	1,050	849	
9	1,018	857	

またYouTubeでは、この動画1本で、チャンネル登録者数が38人増。



こちらは、31人増。



この31人、38人は、親戚でも友達でもありません。

また、皆さんご存じでしょうか？

ChatGPTプロンプト集のランディングページのトップに、ラブレターラボ入会案内の動画が置いてあるんですが、その動画からラブレターラボに入会された方が、2月10日の広告動画掲載開始から、3月25日の昨日までに、60人のお申し込みがあったそうです。

その動画はこちらです。



<https://www.youtube.com/watch?v=mPrd8QQBZEK&t=1s>

YouTubeの概要欄にも、ChatGPTプロンプト集のURLを置いているのですが、私が上げた動画からの申し込みがありました。

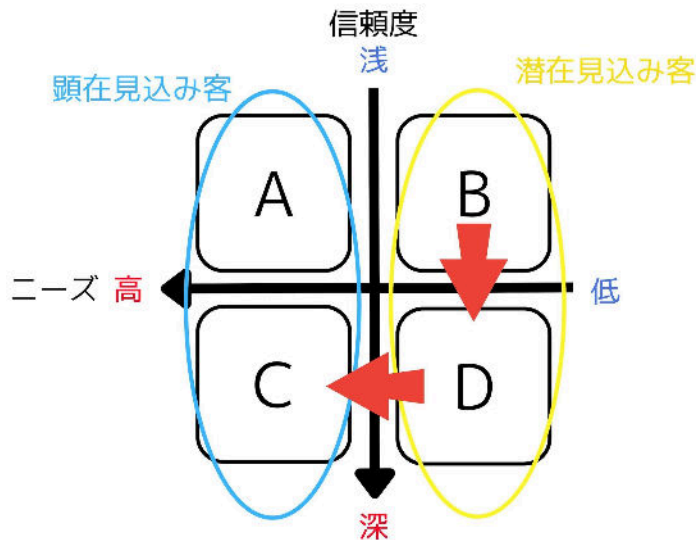


全然知らない人たちがきて、記事を読むだけで、動画を見るだけで信用信頼してくれる。

つまり、私、永田のことも知らない、集まる集客も知らない方々が、知らず知らず集まる集客総研やYouTubeにきてくださって、全く見ず知らずのサイトなのに、メールアドレスを書いてくれる...

これってすごいことですよ？

そして、ステップメールなどで自分が寝ている間も、教育、教育、教育しながら、購買率を高め、Cゾーンまで持っていく。



先生と生徒の関係を構築するということは、つまり信用信頼されるということです。これからのマーケティングは、信用信頼がとても重要です。

皆さんご存知の通り、GoogleにはYMYLというのがあり、経験、専門性、権威性、信頼性を重視され、その内容はSEOに大きく影響します。

そんな時代に一番マッチングするのはこのやり方、信用信頼を高めていくマーケティングだと思うのですが、皆さんいかが思われますか？

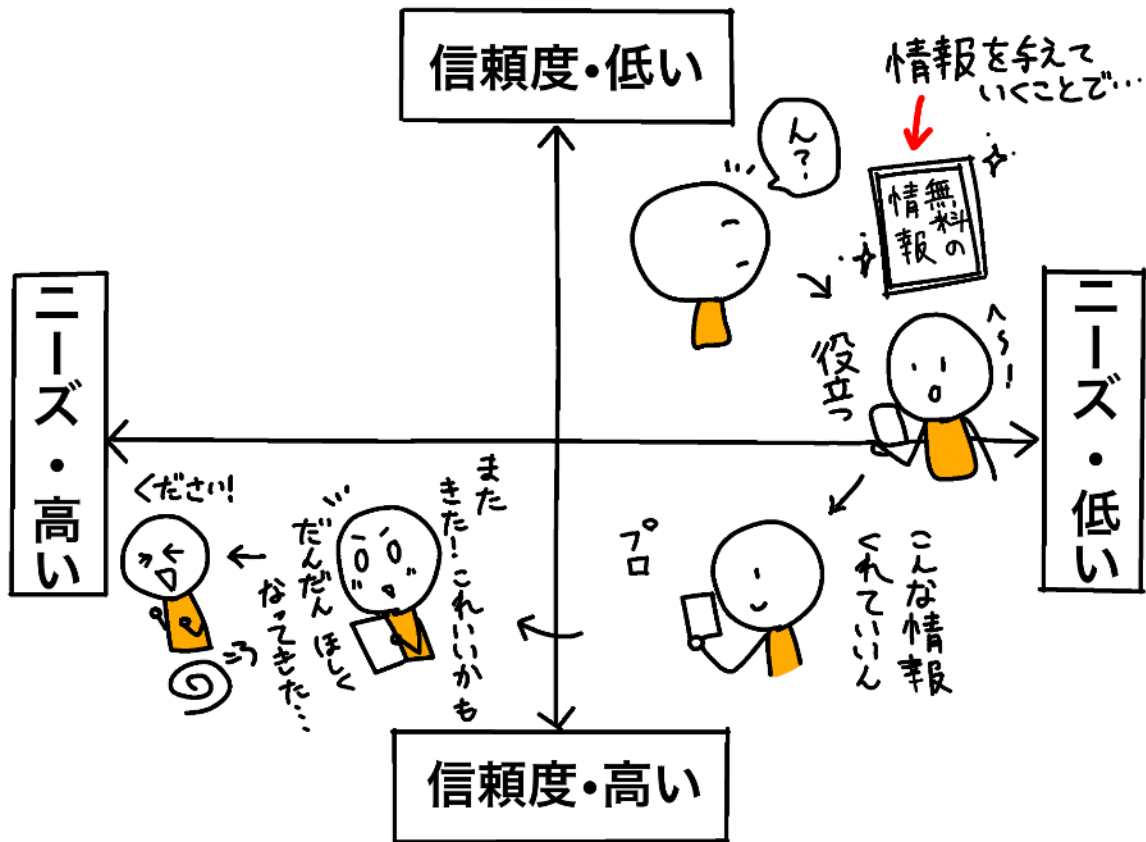
そして永田プランとしては、この2ステップ目でも動画戦略を展開していきます。

動画戦略でちゃんと実績も残しています。先ほどご紹介したYouTubeのチャンネル登録者数や、ChatGPTプロンプト集のダウンロード数、ラブレターラボの入会60名、などで証明されている通りです。

まとめます。
永田的2ステップマーケティングとは具体的に、

1ステップ目、1分動画で会ったこともない方から会った瞬間、信用信頼を勝ち取る。
2ステップ目、「この人の商品、私必要じゃん！」と気付ける動線の動画、10分です。

さらに具体的なお話が聞きたいという方は、永田までご遠慮なくお問い合わせください。



とにかく与え続ける
与える達人となること！が急務。

📖 このレポートを書いたのはわたしです



集まる集客PR動画クリエイター 永田裕美子

企画書

https://www.canva.com/design/DAF_zwvJzKg/zyLsRhF2KnYMZPV-7hEvFg/edit?utm_content=DAF_zwvJzKg&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

インスタ

<https://www.instagram.com/pr.adviser.lab/>

Facebook

<https://www.facebook.com/yumiko.nagata>