

重要なお願いがあります！！

このレポートを無料だと思って読まないで下さい！

リアルの世界での綿密に練られた緻密な販売戦略を暴露しています。
5年前の平成18年に執筆したのですが、販売の原理原則ですので学ぶ点が多い
ものと自負しております。

このレポートの内容から多大なヒントを得てネットビジネスに応用して成功している友
人もいますので、ぜひ真剣に読まれて下さい。短いですが非常に濃い内容です。

3週間で24万8千円の商品を 147個販売する方法



平成23年7月20日再発行

兵法家けん

1ページ

Copyright(C)2011 兵法ドットBiz All Rights Reserved.

※著作権をお守りいただき有難うございます。本テキストの著作権は兵法家けんにあります。無断複写、無断転載は法律により固く禁じられております。

著作権について

「3週間で24万8千円の商品を147個販売する方法」（以下、本レポートとします）は著作権で保護された著作物です。

著作権は兵法ドットBiz 運営者、上野健一郎（兵法家けん）にあります。

本レポートは極めて秘匿性の高い内容であります。したがって、本レポートの一部、または全部をあらゆる形で複製、流用、転載、転売（オークションを含む）することが法律によって禁じられています。

使用許諾契約書

本契約は、本レポートを入手した個人、法人（以下、甲と称す）と兵法ドットBiz 上野健一郎（以下、乙と称す）との間で合意した契約書です。本レポートを甲が受け取り、パッケージを開封することにより、甲はこの契約に同意した事になります。

第一条 本契約の目的

乙が著作権を有する本レポートに含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第二条 禁止事項

本レポートに含まれる情報は、日本国の著作権法によって保護されています。甲は本レポートから得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版、講演活動および電子メディアによる配信等により一般に公開することを禁じます。特に本レポートを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は自らの事業所、所属する会社および関連組織においてのみ本レポートを使用できるものとします。

第三条 契約の解除

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合は、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第四条 責任の範囲

本レポートの使用の一切の責任は甲にあり、この本レポートの内容を実行して損害が生じたとしても一切の責任を乙は負いません。

はじめに

レポートの最後に特別プレゼントの案内があります！お楽しみに

はじめまして。上野と申します。

ひょっとしたら、レポートのタイトルを見られて、「そんなバカな！大げさじゃないの？タイトル倒れじゃない？はずれレポートか？」と思ってらっしゃる方もいるかとは思いますがこのレポートの内容は誇張ではありません。むしろ控え目に書いてます。同業者がもし読まれたら、「俺の方が売上凄いや（笑）」となるかもしれません（笑）

たまたま、私が関わった記録ですので、もっと売れる可能性はあります。現にもっともっと売れます。

今回、特別レポートという形で世に出す運びとなりましたが、この内容はリアルビジネスの話です。しかし、ネットの世界でもじゅうぶん活用できるのでは？と思ひまして、今回、発表させていただきます。

さっそく本題です。みなさん！講習販売ってご存知でしょうか？

業界用語ではオークションと呼ばれます。ヤフーオークションのオークションとは、もちろん違います。

もっとわかりやすく言うと、実演販売！

包丁の実演販売とか、あるいは、古いですが、バナナの叩き売り！

デパートでもたまに見かけませんか？

3 ページ

Copyright(C)2011 兵法ドットBiz All Rights Reserved.

※著作権をお守りいただき有難うございます。本テキストの著作権は兵法家けんにあります。無断複写、無断転載は法律により固く禁じられております。

ただ、デパートの場合はたまたま、そこに居合わせた人が販売の対象になりますが、講習販売とは意図的に集客して大勢の前で、講演、実演して販売するビジネス形態です。しかも、約2ヶ月にわたって販売していきます。

ちょっと、わかりづらいなあ？と思われる方は、みなさんのご近所見渡してみてください！ご近所に何だか、よくわからないけど、おじいさん、おばあさんが、大人数集まっている健康関連のお店がありませんか？ちょっと気を付けてられて見れば、いくつもあるはずです。

「あああ、あのじいちゃん、ばあちゃんを騙すところやね！」

「何だ、じゃあ、この方法って違法ではないの？」

そういうイメージを持たれてる方もいらっしゃるかもしれません。

違法性はありません。

まれに違法で取り締まられている同業者もいることも確かですが。

ほとんどの会社は法律に基づいてきちり営業してます。

まず、普通の方は、その販売形態をまったく知らないはずです。

ビジネスされてる方が、2ヶ月間、通い続ける事は難しいでしょう。それと、おじいちゃん、おばあちゃんだけではなく、その息子さん、お嫁さん世代も、来られてる事は、以外に知られてません。

実はこの特別レポートは、その知られざる講習販売の販売戦略をお伝えし、皆様のネットビジネスに役立てていただく目的で作っております。

ただ、レポートの読み方によってはただの蒞蓄の一つで終わるでしょう。

しかし、情報起業家、もしくは情報起業家を目指されてる方やアフィリエイトは、このレポートの内容の恐ろしさに気づかれるでしょう。この特別レポートでは詳細には触れませんが、基本戦略を6割は明かしていますので、問題意識を持った方が、このレポートを熟読されれば、いかに内容がおそろしいかを理解されれると思います。

「こいつと会って話さないといけないな」と思われる内容だと自負しています。

ちなみにネットビジネスのほとんどは外来の物ですね。

しかし、ここで公開のビジネスモデルは100パーセント国産でのビジネスモデルであり、逆に日本以外の商圏でも通用するものと、信じます。

現に講習販売の世界では、東南アジアでも成果が出てます。このビジネスモデルに勝てるビジネスモデルは絶対ありません。100パーセント断言できます。もしあれば、私に教えて欲しいです。

大きな声で言えませんが、この応用戦略で1日に何億も稼げるって信じられますか？現に同業者は稼いでます。私じゃないのが、残念ですが。（笑）

テレビショッピングなんてこの講習販売の応用ですから（笑）

それでは、まず、3週間で24万8千円が147セット売れたら売上はいくらでしょうか？

約3,600万円です。

この期間、別の商品も販売します。その分も売上は別途加算です。もちろん、集客、その他で経費はかかります。店舗代、光熱費、その他、それ相応の経費がかかります。あくまでも売上げです。利益は秘密です。（笑）

さらにこのレポートでは3週間の事しか書きませんが、約2ヶ月間、様々な商品を販売していきます。さらに、驚かれるのが、また近所（半径5キロメートル以内）で、同じように開店します。

この事が何を意味するか？考えられてみて下さい。

この特別レポートの中身が尋常ではないと気付かれたら、たくさんのヒントがちりばめられてる事に気付かれるでしょう。

様々なひらめきが生まれてくるはずです。現に私の友人はこの特別レポートから多大なヒントを得てインフォプレナー（情報起業家）として活躍されています。私は書きながら、何度もやっぱり書くのをやめようと思いましたが、もうちょっと後先をよく考えてから公開しようと思ってました。

【注意；このレポート初回執筆時は平成18年3月です】

しかし、行動を起こさないと何も産み出しませんので、一石を投じる意味で公開します。

以下の点を考えてみていただければ、私が言ってる意味がご理解いただけると思います。

○なぜ、日に100名単位で見込み客の方から毎日、店に足を運んで来るのか？

○なぜ、家族で一緒に来店したり、あるいは、友達まで誘って来るのか？

○なぜ、成約率が高いのか？（初回販売時3割、最終的に7割から10割程）

○なぜ、高額商品を買いつけるのか？

○なぜ、熱心なリピーターになり、次の開店にも足を運んで来るのか？

失礼ですが、上記の質問にお答えできますか？

今回の特別レポートでは上記の内容を公開させて頂いております。

全てに明確な戦略戦術があります。もちろん、リアルビジネスでの話ですので、ネットビジネスには応用がいるでしょう。この特別レポートは新たなビジネスモデルを探求中の方に、あるいは、誰もまだやってない方法を探求されてる方に、この特別レポートを読んで頂ければ、幸いです。

目次

はじめに	… 2
目次	… 8
集客について (1日目、2日目)	… 10
朝の動員	
1日目 100人 お店の目的	集客依頼
2日目 200人 お店の目的	集客依頼 限定販売開始
店の理念とは? (3日目)	… 13
3日目 250人 会社、店長の理念	
講演のテーマとは? (4日目～6日目)	… 14
4日目 230人 あるサービススタート	病気の話
5日目 200人 私もサービスして欲しい	健康の価値
6日目 200人 サービスがすごい人気です	お金の価値
販売のための準備 (7日目～9日目)	… 16
7日目 200人 体の調子がサービスでいいみたい。もっといいのがある	
8日目 200人 商品定価発表	3.8万円
9日目 200人 付属品定価価格発表	1.5万円

8ページ

Copyright(C)2011 兵法ドットBiz All Rights Reserved.

※著作権をお守りいただき有難うございます。本テキストの著作権は兵法家けんにあります。無断複写、無断転載は法律により固く禁じられております。

クロージング	(10日目)	… 18
10日目	200 特別モニター価格で販売	30セット
切りとは?	(11日目～13日目)	… 19
11日目	230人 販売終了 切 ない	利用者の声
12日目	200人 ない なくなった 集客	利用者の声
13日目	200人 お礼の食事会	利用者の声
2回目販売	(14日目、15日目)	… 20
14日目	200人 ないんです。欲しい人がいる	特別に出せるかも?
15日目	200人 付属品サービス	30セット
キャンペーン販売	(16日目～21日目)	… 21
16日目	200人 二台欲しい人もいる まってくれ	
17日目	200人 キャンペーンスタート特典発表	20セット
18日目	200人 勝ちたい 社員の意気込み	10セット
19日目	200人 接戦	10セット
20日目	200人 何とか勝ちたいんです	10セット
21日目	200人 あと、これだけ出したい 終了	20セット
あとがき		… 23

集客について（1日目、2日目）

お金をかけて集客しますが、問題はその質です。

「高額商品の販売のお店です、」とPRしても誰も来ません。

まず、ご理解いただきたい事は、最初に来られた顧客の質はよくありません。

基本的にタイムサービスでの特売の広告を出しますが、ほとんどの人は、店に来るなり、不信がります。普通のお店と思ってきたら、そうではない、と。

中には、一瞥してそのまま、帰られる方も多いです。

ここから、スタートなのです。

基本的に朝、昼、夜の三回営業です。

開店して一番大事な点は集客ですが、だらだら集客してはいけません。

一気に勢いつけて集客します。ポイントは開店の昼と3日目の朝です。

もちろん、経費を使います。ここで経費を惜しんではいけません。

もう一つのポイントは事前に手を打つ事です。

5日券、3日券、7日券、当日券というカードを使用し、ある重要日に記念品と交換する日を事前に設定しておきます。記念品はその日にしか交換できないようにしておきます。

これによって、お客様に来て欲しい日、あるいは動員人数が減る日を逆に増やしたりしてコントロールします。

販売日の前後は客数が減ります。あらかじめ手を打っておきます。

3日目の券は開店の日に配っておきます。

次に、増やし方は紹介賞※に経費を使い、知り合いを連れて来ていただきます。

※紹介賞とは紹介のお礼の粗品です。

ただ、紹介を依頼するだけでは紹介は増えません。

紹介の仕方まで教えてあげます。ここがポイントです。

これで、増やしていきます。最初は、単に物欲の力です。

一人紹介なら、これ、二人でこれ、という具合に紹介賞をつけます。

開店して3、4日で客層がガラッと入れ替わります。7割近く入れ替わります。

1日目；会社の目的を伝えます。

この店は何なのか？何しに来たのか？会社はどういう会社なのか？

販売に来ていることをしっかり理解してもらいます。一部の方は今から何か恐ろしい目にあうのではないかと不安がってます。不安を取り除きます。

2ヶ月の限定営業である旨しっかり伝えます。それと、集客依頼です。

当日、昼にもう1回来ていただくよう依頼します。

その時お友達、家族も誘っていただくよう依頼します。

かなりの経費を使います。通常1.5倍から2倍に増えます。

2日目；限定販売であることを理解していただくのがポイントです。

1日目同様、店の目的をきちっと伝えます。この点は毎日伝えます。

限定販売スタート、限定数だけ特別価格で紹介する店である事を理解してもらいます。

毎日、千円前後から数万前後の商品を限定販売します。

ポイントは翌日欲しい人がいても絶対特別価格では販売しません。

数の限定と販売期間の限定をしっかりと理解してもらいます。紹介依頼は毎日行います。

店の理念とは？（3日目）

ここです。最重要ポイントの日です。

ここで、決まります。会社の理念、店長の理念を訴えます。

演説です。ここで、共感してもらえないと終わりです。

逆にここで、共感していただくと、半分成功です。

どういう理念で店舗を運営しているのか？

店長はどういう考えの人間なのか？

顧客にどうなって欲しいのか明確に伝えます。感動させます。

そのため、この3日目が動員人数が一番多くなるようにしておきます。

マナーが悪いお客様は排除する旨もきっちり伝えます。当然動員数は翌日減り

ます。しかし、まれに増えます。この時は大成功間違いありません。

講演のテーマとは？（4，5，6日目）

テーマは健康です。話の内容がためになった。

話がおもしろかった、腹かかえて笑えた。

テレビより面白い、いただいた資料も勉強になった。

友達にも教えてあげたい、お昼も来たい、明日も来たい

用事をキャンセルしても来る、こういつていただけるように

社員がそういうムードにもっていきます。

4日目；病気の原因や病気の怖さを伝えます。集客を健康に興味がある方に絞り込んでいきます。あるいは健康に興味を持つよう持っていきます。

あるサービスをスタートします。健康になりたい方の希望者のみ対象

5日目；健康が一番大事であることを訴えます。健康の価値を訴える話をします。昨日のサービスを今日もしてもらいたい、というムードを作ります。

6日目；お金で健康は買えない、病気になってからでは遅い。

病気にかかった時の費用はいったいいくらなのか？

これを明確に資料なども利用し、理解していただきます。以外に知らない方が多

いです。

サービスは9割以上の方が希望してる状況（ムード）を作ります。

販売のための準備（7日目～9日目）

毎日が真剣勝負です。商品に最大の注意を引かせ興味を持ってもらい欲しがらせませす。

7日目；サービスがすごい人気ですが、そのサービスよりも何百倍も

効果があるものがあります。ある病院にあります。

しかしすごい効果があるが、費用が何百万もかかる。

※もちろん、現実の話です。その病院は存在しますし、資料も差し上げますから、電話で確認される方もいらっしゃいます。

実はその原理を応用した家庭用の電位治療機がありますが見てみたいですか？
ともっていきます。今日はない、明日お見せできます。

ポイントはここで、是非見たいとみなさんに思わせる事です。

見たいと本当に思う方がたくさんいればいるほど、販売につながります。

8日目；商品お披露目。実は見る前にもう欲しい方がいる事の紹介！

定価発表

今後定価で販売するのが目的である事を伝えます。

この日より見本を並べます。

ポイントとして店長はこの場合、定価で買い手が出るように話を進めていきま

16 ページ

Copyright(C)2011 兵法ドットBiz All Rights Reserved.

※著作権をお守りいただき有難うございます。本テキストの著作権は兵法家けんにあります。無断複写、無断転載は法律により固く禁じられております。

す。実際に定価で欲しいという方が出ます。というより、事前にそういうふう
社員がもっていきます。定価で欲しいという人がいないと売れません。

ここが大事なポイントです。あくまで定価で欲しがらせるのです。

9日目；欲しい人がたくさんいる、予約した人が多い事を伝えます。

実際に社員が水面下で予約を取っておきます。

付属品もあり、両方同時に使うと、いい旨を伝えます。

付属品の定価発表 15万円

今回は限定30セットだけ、特別モニター価格で紹介できます。

いくらか教えて欲しい！ 明日発表します。今聞きたい

クロージング（10日目）

クロージングです。

全てのスキルを総動員してのクロージングです。

泣かせます。感動させます。そういういい商品なんですというのを

うったえます。泣く人がいないと売れません。

30はすぐなくなります。

この30限定というのは動員数から計算しますので、成約率から必ず売れます。

必ず当日配達です。

切りとは？（11, 12, 13日目）

ない（切）絶対注文が入っても受け付けません。絶対です。一人でも欲で注文取ると全体に必ずばれます。不思議なものです。

11日目；使った全員の方の声

よかったムードを作り上げます。

逆に限定にもれた方、昨日来れなかった方には不満のムードを作り上げます。

くやしならせれば、成功です。何とかしてくれ、の声を引っ張り出させます。

（笑）

12日目；前日に輪をかけて、買った人は満足の声、買えなかった人からは不満の声を拾い出します。

13日目；購入者にお礼会とアンケート依頼 今後定価で売れるよう宣伝していただくよう依頼する。お礼会(食事会)で盛り上げます。接待です。

2回目販売（14，15日目） ダブルスタンダード

店の立場と社員の動きは違います。

店としてはもう特別価格では出せない、立場を通します。

社員は水面下で見込み客に探りを入れます。

14日目；あまりにも前回買えなかった人が多い、何とか本社と交渉してみる

ひょっとしたら、と匂わせます。予約を密かにとります。

15日目；メーカーや親会社と交渉してあと30セット販売できます。

さらに、メーカー協賛で付属品サービス

前回購入者は喜び、前回躊躇されてた方も購買意欲をそそられます。

しかし、1家庭1台です。理由はたくさんのご家庭で使っていただくことが後々宣伝効果が高い旨理解していただきます。

すみません、と2台目欲しい方には謝罪します。

キャンペーンスタート

16日目；2台欲しい方を全体に紹介するが、出せない旨を全体で伝えます

具体的にこの方、この方が欲しがってる事を紹介します

17日目；実はうれしいお知らせがあります。

キャンペーン会場に当店舗が選ばれました。

キャンペーンムードを作り上げる

キャンペーンとは何か？

特別価格で期間限定で注文が受けられます。

他店舗との売上競争になる旨伝えます。

2台目の特典、紹介の特典発表！

18日目；社員のいきごみ キャンペーンに勝ちたい旨を伝えます。

みなさんに使って健康になって欲しい。

社員一人一人演説でキャンペーンに勝ちたい旨を伝えます。

この時までにはそれぞれの社員が顧客作りができあがってます。

応援ムードを作り上げます。

19日目；キャンペーン途中経過 接戦 勝ちたい

他店舗との売上状況の比較

勝ってたり負けてたりで会場が盛り上がります。

場合によってはFAX利用や他店舗の店長に来てもらい、お互い負けられない旨を伝えてもらいます。キャンペーンが現実味を帯びてきます。メーカーにも来てもらったりします。

20日目；どうしても勝ちたい 応援してもらってる以上負けられない

勝ちたい理由付け 以前の顧客の所に営業に行ってる

21日目；本日最終日 夜11時59分まで 電話で受け付けてます

最大限の努力を示す 有言実行

あと、これだけ負けている

営業時間外

実際に夜電話がかかったり、紹介してもらえます。

あとがき

この特別レポートには箇条書きで21日目までしか書いてませんが、もちろん2ヶ月間きっちり営業し、他、高額商品も販売します。重要な点は目先の売上も大事ですが、常に次の商品の販売、もしくは次の開店での販売、さらには来年の販売の事を視野においての販売活動をする事です。

ポイントとして10日目から21日目までが形上の販売活動ですが、実は開店1日目からの日々の営業の流れすべてが、10日目の販売日のため、あるいは最終日の21日目のためにあります。すべて、計算され尽くしての営業です。

さらに、次会場、1年後の営業まで見据えています。

計算され尽くしてますが、もちろん、計算どおり全てに事は運びません。

その間、ハプニングがあり、ドラマがあります。このドラマが最大のこの仕事の醍醐味です。すばらしい感動のドラマが生まれます。

これは、嘘いつわりのない、人と人とのふれあいの中で生まれるドラマです。

このハプニング、ドラマによる感動が最大の販促効果なのです。

具体的には厚生労働省が認可している医療機器なので、使用すると何らかの効果が現れます。信じられないでしょうが、大人数の方が使用するとやはり、色々な結果が出てくるのです。これが、信用を生み出し、ドラマと感動を生み出すのです。

とうてい21日間の営業内容やセールストークの全てを書き出す事は不可能です。真剣に読まれた方は数々の疑問点が沸き起こってると思います。

疑問点が出るようにあえてくわしく書いてません(爆)

疑問点をご質問頂ければお答えさせていただきます。

しかしながら、全部はお答え出来ないかもしれませんので、あらかじめ御了承下さい。

集客、濃い客層集め、成約率、リピートの仕組み、これが、リアルビジネスで大事になってきますが、ネットビジネスでも全く一緒ではないかと思えます。

実際に講習販売に携わるものとしまして、この営業形態は最強の営業形態だと自負しております。今回少しでも、この特別レポートがあなたのヒントになれば幸いです。

ここまでお読みいただきましてありがとうございます。

特別プレゼントのお知らせ

今回紹介しました講習販売の手法をインターネットビジネスで応用するための特別レポートをもう一つ差し上げます。

インターネット上の最強のツールであるステップメールの反応が取れる書き方です。

特別レポート「究極のシナリオ構築方法2011」73ページ

下記フォームから無料請求できますので、

ぜひ、クリックしてご覧になってみて下さい。

↓↓

<http://www.akumanostepmail.net/s/hanbainingen.html>

24ページ

Copyright(C)2011 兵法ドットBiz All Rights Reserved.

※著作権をお守りいただき有難うございます。本テキストの著作権は兵法家けんにあります。無断複写、無断転載は法律により固く禁じられております。



あなたとのご縁が勝縁でありますように！

質問やファンメール（笑）はこちらまで

↓↓

<mailto:info@heihou.biz>

最後までお読み頂きありがとうございました。

またお会いできる事を楽しみにしています。

上野健一郎(兵法家けん)

25 ページ

Copyright(C)2011 兵法ドットBiz All Rights Reserved.

※著作権をお守りいただき有難うございます。本テキストの著作権は兵法家けんにあります。無断複写、無断転載は法律により固く禁じられております。