たった３通のメール
しかも『売り込みゼロ』
さらには本文ではなく
編集後記でサラッとアナウンス
しただけで高額商品が売れちゃう
メルマガの原文を公開します！

このレポートでは、ぼく澤井が日刊メルマガで、売り込みなしで高額商品を売った一例（原文）をお見せします。

「ははーん、澤井のメルマガはこのような展開になれば、セールスがかかるのね」と、ネタバレになるので、本当は公開しようかどうか迷いました。

が、世の中にはぼくと同じようにシャイでビビリで引っ込み思案で「セールスが本当に苦手なんだ！」というヘタレな方もおられます。

ぼく自身、2011年にネット業界に本格参入し、ライターやコンサルタントとして活動してきたんですが、ほんっとーに、売り込みが大の苦手でした。

セミナーに集客はできるのですが、セールスが苦手なので後半でセールスするもお客にドン引きされて、バックエンド商品の売上はゼロ。

個別相談に誘導するまでは、上手くできるのに何回やってもバックエンド商品の売上はゼロ。

もう「ゼロ！」「ゼロ！」「ゼロ！」のゼロ更新

俺ってマジセンスねーのかな、と何回悔しい思いをしたことか。

ハンカチの隅っこを噛んでキー！ですわ、マジで。

けど、ある日おもったんです、苦手でできないことをリピートしてても意味ないんじゃないの？もっと他の方法を試したらいいんじゃないの？と。

で、自分でいうのもあれですが、けっこう勉強熱心なタイプなんですわ。で、セールスの勉強をめちゃくちゃして「売り込みなしでも、商品を売るテクニック」を習得することができたのです。

といっても、ここまで期待して読んでくれているあなたには悪いですが『一撃必殺の裏ワザ』ではありません。

この世で、もっとも価値の高い愛のスキルであるコピーライティングを使った方法です。

まあ、もともと大好きだった得意なことにフォーカスしたってだけなんですが。

ってことで、以下に添付している3通のメルマガ記事から数名の方に手を上げていただきサポート契約をいたしました。

一見すると、３通とも本文はまったく別の話題だしセールス臭もゼロです。

で、編集後記で「興味ある人はどうぞ」的なスタンスでサラッと提案しているだけ、です。

が、じつはネタをバラすと、本文から目に見えないセールスが始まっているのです。

問題を提起する、必要性を感じてもらう、今すぐ行動しなきゃと緊急性を感じてもらう。

など、行動購買心理を先読みしながら、相手の感情をチクチク刺激するコピーライティングのテクニックをふんだんに使っているので、参考にしてもらえるとうれしいです。

ホント、ぼくは今でも「はい、今からセールスタイムですよ」というかしこまったセールスが大の苦手です。一秒とその空間にいたくないヘタレな男です。

そんなぼくでも、コピーライティングのスキルが使えば、まったくストレスなく高額商品を売ることができるようになったので、マジで参考にしてくださいね。

１通目　　配信日時　　2019/12/12 11:30

件名：**【超重要】一人で生きてくためには『プロフェッショナル脳』と『マーケティング脳』が必須**

どーも澤井です。

二極化がすすむこれからの個時代を
たった一人の力で生きてゆくためには
スキルを磨く必要があります。

で、ぼくの５日間メール講座を見て下さった
あなたはご存知かと思いますが、

【３種の神器】

・コピーライティング
・マーケティング
・セールス

この３つのスキルを磨くことが
とても重要だとお話ししました。

で、今日は３種の神器の中の
マーケティングについてのお話です。

あなたは、

マーケティングって何？と質問されたら
どのように答えますか？

ちょっと、考えてみて下さい。

・

・

・

・

・

・

・

・

どうですか？うまく言語化できたでしょうか。

たとえば、ピータードラッガーさんは
マーケティングとは、

優れたマーケティングはセールスを不要にする

と言われています。

また、ダン・S・ケネディさんは
マーケティングとは、

適切なメッセージを
ふさわしいターゲットに
適切な手段と方法で到達させること

と、言われています。

ダイレクトレスポンスマーケティングを成功させるためには欠かせない3つの構成要素とは？

で詳しく解説しているので、よければチェックして下さい。

で、ぼくが考えるマーケティングの定義は、

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝
自分の商品を見込み客に認知してもらって
興味を持ってもらう。

そして「それ欲しいです！」という感情になる

まで欲求を高め、

買う気マンマンで目の前に来てもらえるまでの
流れが仕組み化できている状態。
＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

ちょっと長いですが、このように定義しています。

で、買う気マンマンの状態で目の前に
来てくれた人に「こんな商品あるけどどう？」
と提案するのがセールスです。

で、マーケティングやセールスをするために
は人に伝える必要があるので、
コピーライティングのスキルも必要ってわけ。

 で、ここで２つの脳というか考え方についての
お話なんですが、

たった一人で生きてゆくためには、

『プロフェッショナル脳』と『マーケティング脳』
という２つの脳（思考）を鍛える必要があるんです。

 プロフェッショナル脳とは？

 専門家としての脳です。

 ぼくの場合だと、

「ライター」や「マーケター」「プロモーター」
としてのスキルを持っているので、

ライティングを教えたり、代行する
コピーライターの専門家としてのスキルを持ってます。

また、

リアルであれ、ネットであれ、お客さんを集める
ことができるのでマーケティングの専門家
としてのスキルも持ってます。

または、

コンセプトメイクから、商品開発、集客、販売まで
一通りできるので、他人のビジネスをプロモーションする
プロモーターの専門家としてのスキルだって持ってます。

これら専門家としての脳の使い方ののことを
プロフェッショナル脳と言います。

じゃあ、マーケティング脳とはなんぞや？というと、

先ほど定義しましたが、

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝
自分の商品を見込み客に認知してもらって
興味を持ってもらう。

そして「それ欲しいです！」という感情になる
まで欲求を高め、

買う気マンマンで目の前に来てもらえるまでの
流れが仕組み化できている状態。
＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

自分（あなた）のビジネスで、この状態にまで
もってくるためのスキルのことです。

たった一人で生きてゆくためには、

専門家としての『プロフェッショナル脳』と
見込み客を集めるための『マーケティング脳』
２つの両輪をうまく回さなければいけません。

が、ほとんどの人は、

『プロフェッショナル脳』を磨くことばっかに

目がいっちゃって、

とても大切である『マーケティング脳』のことを
ほったらかしているんです。

たとえば、

コピーライター認定講師養成講座とか、
心理カウンセラー認定講師養成講座、
のようなスキルを教えてくれる

スクールってめちゃくちゃあるじゃないですか。

しかも、安くても30万くらいで、高いものだと
100万円を超えるくらいの費用がかかります。

けど、高い金払ってスキルを磨くんだから
卒業したら、なんかバンバン稼げそうな気
がするじゃないですか。

が、卒業して、ビジネスがうまくいってる人
ってどれくらいいると思います？

詳しいデータは知りませんが、
ほとんどの人がお金になってない、

ってかお金にできてないと思うんです。

どうしてかというと、

マーケティング脳を使うことができないから。

教えたり、サポートをするプロフェッショナルと
してのスキルは十分にもってるんです。

が、

そのスキルを活かすために人を集めることができない。

だから、お金にならないんです。

で、まーた新たな〇〇認定講師のスキルを手に
入れるために高い金払って塾に参加する、みたいな。

俗にいう、ノウハウコレクターと
呼ばれる方々のことですけど。

まーリアルの店舗とかもそうですかね、

たとえば、美容師の学校では、
技術的なこと（プロフェッショナル脳）
については教えてくれます。

が、マーケティング脳のことについては
１ミリも教えてくれません。

こんなことを書いているぼく自身もそうでした。

たこ焼きや時代は、

200店舗以上のライバル店を食べ歩き、
宇宙で一番おいしいたこ焼きを焼くために、
技術を磨いていました。

が、マーケティング脳がなかったので、
自己破産してしまったのです。

だからこそ、マーケティング脳が
めちゃくちゃ重要なのです。

だって、

専門家としての技術（プロフェッショナル脳）
があったとしても、マーケティング脳がなければ、
１円も稼ぐことはできません。

ですが、

自分自身が、専門家ではなくても
プロフェッショナル脳が１ミリもなくても、

マーケティング脳があれば、
他人の商品を売ることができるんですから。

この差はデカいと思いませんか？

ってことでマーケティング脳
鍛えましょうねー。

【編集後記】

本日はお知らせです。

マーケティング脳の重要性について
お話しましたが、

「はっ」としたあなただけ
この続きを読んでください。

ですから「ふ〜ん」と感じたあなたは、
まだタイミングではないので、
今日のメルマガはここで閉じて下さい。

まだ読んでくれてますか？

ってことは、今日の記事を読んで
ピンと感じる何か？があったんですね。

毎日まいにちメルマガを書いてるんですが
ぼくの記事を読むことで『何かしらの気づき』
を得てもらえることが、

ぼくにとっての最高のご褒美であるんです。

ホント、ありがとうございます！

で、突然ですが、

ここであなたに11個の質問があります。

・あなたのビジネスでマーケティング脳を
　うまく活用できていますか？

・あなたのたった一人の理想のお客様は明確ですか？

・あなたのお客さんの抱える問題は明確ですか？

・あなたのお客さんがどのような検索ワードで
問題解決しようと検索しているか知ってますか？

・あなたのお客さんが主に使っているメディアはなんですか？

・あなたのお客さんが使っているメディアで、あなたの
USPはしっかりと露出されてますか？

・毎日、毎月、毎年、あなたのお客さんのリストが
集まってくる仕組みを持ってますか？

・あなたのお客さんが商品を購入するにあたり、感じている壁
を取り除くための工夫はできていますか？

・あなたのお客さんは、なぜあなたを選ぶべきなのか？
という理由を知ってますか？

・あなたはなぜ、お客さんに選ばれるべきなのか？
という理由を理解できてますか？

・毎日、あなたのお客さんに役立つ価値提供をしてますか？

たくさん質問してしまいましたが、

たった一人で生きてゆくためには
これらすべてを、しっかりと理解しておく必要があります。
（もっといっぱいあるけど）

で、これらの質問を理解することで、
マーケティング脳が活性化され、
うまく使えるようになります。

どうしてかというと、

ビジネスってさ、売る行為ではなく
お客さんに価値提供するための行為であるから、

だからこそ、

 お客さんの感情を深く理解する必要があるのです。

と、めちゃくちゃ重要なことをお話しした
ところで、あなたに提案があります。

たった一人で生きてゆくための土台となる、
あなた専用のメディアを作りませんか？

イメージとしては、

あなた自身の商品価値を見える化できる
メディアを作る。（ブランドメディア）

で、集客から商品販売までの流れを作る。

という感じです。

まぁ、ぼく自身がチャレンジしながら
実践している方法ですが。

で、もし、ぼくと同じようなメディアや
仕組み作りにチャレンジしたい！

って感じておられるのでしたら
全力でサポートしたいなーっと
思っとるんです。

ですから、令和2年は心機一転、
新しいことにチャレンジして
スタートダッシュ決めたいぜ！

というあなたは、ぜひ、お声がけください。

どうブランディングすればいいのか？
何を発信しりゃいいのか？
直近、目指すゴールはどこなのか？

 などなど、あなた専用のプランを
一緒に考えさせてもらいます。

といっても、お互い貴重な時間を使うので、
冷やかしではなく真剣に相談してくれる方

だけとお話ししたいと思います。

 ですから5000円だけ頂こうと考えました。

が、できるだけ多くの方とお話ししたいので、
参加しやすい1000円で受付ることにしました。

まー、あなたの今後の方向性を一緒に考えて
今もっともやるべきアクションプランを
見つけてもらうための相談会ですから、

悪くない投資やと思います。

それと、あり得ないことですが万が一
澤井としゃべって時間ムダやったわー

というあなたには、当然、全額返金しますし
お詫び料として罰金1000円をお支払い
しますのでご安心ください。

人数に制限はありませんが、

人間は「よし、やってやろう！」と気持ちが昂って
いる間に行動しないと、すぐに冷めて忘れちゃう
欠点があります。

ですから、申し込み期限を付けさせて下さいね。

申し込み期限は、本日から４日間12月15日（日曜）
の23時59分まで、とさせていただきます。

ってことで、令和2年は

「今とちがう景色を見てみたい！」
という、あなたは、

勇気を持って飛び込んでくださいねー。

もし、時間を損しちゃっても2000円返ってくるから
あなたのリスクなしですから。

申し込み方法は？

件名：【スタートダッシュ希望】

と書いて、以下のアドレスにメールください。

mail@s-sawai.com

メッセージを確認後、追って連絡するので日程を決めましょう。

今日も最後まで読んでくれてありがとう！

感謝してます。

ではまた。＾＾

２通目　配信日時　　2019/12/13　15:00

件名：　　**京都に行ってきます。が観光とちゃうで**

どーも澤井です。

本日は、クライアントさんに会うために
京都に行ってきます。

目的は、

ステップメールに読者登録してもらうための
ランディングページを作ること。

ここ最近、集中的にダイレクトレスポンス
マーケティングについてのお話をしてますが、

本当のほんっとーに、

顧客リストを集めることは大切です。

ですから、今すぐにでもリスト集めは
やっちゃった方がいいんです。

辛口かもしれませんが、

今現在、リスト集めをやってない、
もしくは、リスト集めできないビジネスモデル

をやっているあなたは、
「今すぐに始める」

もしくは

「リスト集めできるビジネス」
を始めた方がいいですよ。

で、ここ2ヶ月ほどは、

メルマガ登録してもらってから
自動的に流れるステップメールや、

フロントエンド商品や登録特典など、
仕組みを作ってからリスト集めを
してもらおう、と思ってたんですが、

いやいや、仕組みができてなくたって
メルマガ書くことに慣れてもらうために

今すぐにでもメルマガをやるべきだ！

と、ぼくの脳内勘ピューターが
騒ぎだしたんです。

ですから、クライアントさんの
お店まで乗り込んでいって、

メルマガ登録用のランディングページを

強制的につくっちゃおう！

ってことで京都まで行ってきますわ。

せっかくのご縁ですから、
なんとしてでも成果出して欲しいですしねー。

まぁ、でも行動すれば確実に何かしらの
結果が得れるので、めちゃ楽しみやわ♪

【編集後記】

今日の午前中は、幼稚園の息子の
音楽会に行ってきたで。

今年は、オーディションを受けて
小太鼓の座を獲得しから、
めちゃハリキッてたわ。

親バカかもしれんけど、
めちゃめちゃ可愛かったわー。＾＾

で、来年はいよいよ小学生や。

なんか時のたつのって
はやいよなぁ。

【編集後記パート２】

昨日から、

令和２年にスタートダッシュを
決めたい人向けに考えた

企画のキャンペーン中です。
（12月15日23時59分まで）

題して、

たった一人で生きてゆくための土台となる、
あなた専用のメディアを作りませんか？

企画ー！

パチパチパチー。
（誰も読んでへんかな？笑）

具体的には、

あなた専用のブランドメディア
はどう作ったらいいの？

メルマガリストはどう集めりゃいいの？

商品は何をうりゃいいんだ？

などなど、

あなたがこれまで

の経験で得ることができた

「経験値」や「スキル」「知識」
を武器にしてたった一人で生きてくための
ロードマップを一緒に考える。

という企画です。

昨日も、書きましたが
冷やかし客防止のために
1000円だけ頂戴いたします。

が、万が一、時間を無駄にした
と感じた場合は、

1000円の全額返金に、
プラス罰金の1000円を
お支払いするので、

あなたにはリスクはありません。

ぼくと話して、ロードマップを手に入れる

もしくは、

1000円得する

のどちらかです。

ですが、

人間は「よし、やってやろう！」と気持ちが昂っている間に行動しないと、すぐに冷めて忘れちゃう欠点があります。

ので、申し込み期限を付けさせて下さいね。
申し込み期限は、４日間12月15日（日曜）の23時59分まで、とさせていただきます。

ってことで、令和2年は

「今とちがう景色を見てみたい！」
という、あなたは、

勇気を持って飛び込んでくださいねー。

ってことで、

興味のあるあなたは、

件名：【スタートダッシュ希望】

と書いて、以下のアドレスにメールください。

mail@s-sawai.com

メッセージを確認後、追って連絡するので日程を決めましょう。

今日も最後まで読んでくれてありがとう！

感謝してます。

ではまた。＾＾

３通目　　配信日時　　2019/12/14 10:20

件名：　　**いきなりステーキの社長メッセージについて**

どーも澤井です。

いきなりステーキの社長の
お涙ちょうだいメッセージが、
巷で物議を醸し出しているみたいですね。

で、今朝フェイスブックで
以下のような投稿をしました。

澤井 真一郎
35分前 ·

【売り上げ減少の答えはシンプル】

答え→『魅力的と感じる人の数がへったから』です。

希少性に魅力を感じるのか？
価格に魅力を感じるのか？
話題性に魅力を感じるのか？
味に魅力を感じるのか？
サービスに魅力を感じるのか？
新しさに魅力を感じるのか？
利便性に魅力を感じるのか？

『魅力の感じ方』は、人それぞれ違うけど、お客さんが減る理由は、魅力的じゃなくなってきたから。

商売って、社長の売りたいものを売るのではなく、お客さんのニーズやウォンツを満たすものを提供する、という考え方が基本や、と個人的には思っとるで。

で、「社長の直筆のお願い」が、ニュースになっとるけど、

そもそも「お客さん」というか人間は『自分が得すること』しか考えてない生き物。

だから、社長のメッセージを見て『いきなりステーキ💪に行くことで自分が得できそうだ！』と魅力を感じだ人はお店に行くでしょう。

けど、残酷ですが、よっぽど深い関係じゃない限りお涙ちょうだいの同情で人間は動かない（お店に行かない）と思うでー。

ーーー投稿した内容ーーー

【売り上げ減少の答えはシンプル】

答え→『魅力的と感じる人の数がへったから』です。

希少性に魅力を感じるのか？
価格に魅力を感じるのか？
話題性に魅力を感じるのか？
味に魅力を感じるのか？
サービスに魅力を感じるのか？
新しさに魅力を感じるのか？
利便性に魅力を感じるのか？

『魅力の感じ方』は、人それぞれ違うけど、
お客さんが減る理由は、魅力的じゃなくなってきたから。

商売って、社長の売りたいものを売るのではなく、
お客さんのニーズやウォンツを満たすものを提供する、
という考え方が基本や、と個人的には思っとるで。

で、「社長の直筆のお願い」が、ニュースになっとるけど、
そもそも「お客さん」というか人間は
『自分が得すること』しか考えてない生き物。

だから、社長のメッセージを見て
『いきなりステーキに行くことで自分が得できそうだ！』
と魅力を感じだ人はお店に行くでしょう。

けど、残酷ですが、よっぽど深い関係じゃない限り
お涙ちょうだいの同情で人間は動かない（お店に行かない）と思うでー

ーーーここまでーーー

実際の記事→https://headlines.yahoo.co.jp/article?a=20191213-00319526-toyo-bus_all&fbclid=IwAR0u2nBYJowH2M0YvAitm2EV2sGnDiORv3fi47zSNZ5Sm1_v-AcKvSmsOfM

繰り返しになりますが、

人間ってホント自分がどう得できるのか？
ってことしか考えてない生き物なんです。

たとえば、

「子供のために〇〇を我慢してがんばる！」

みたいなことをいう方を
よく見かけますが、

「これも子供のため」というのは
表向きの理由であって、

本音のウラの感情は、
子供のため、という理由で頑張っている自分って偉い！

という**自己重要感を満たすた**め、なんです。

「いやいや、澤井さん、そんなことあらへんで！
俺は、本気で人の役に立つために
ボランティアやってるんや！」

という人もいるかもしれません。

が、ボランティア活動だって動機の根幹を突き詰めると
自己重要感を満たすため、なんです。

けど、この感情を理解しておけば
いろんなビジネスに活かせると思いませんか？

【編集後記】

本日は、土曜日やから
子供たちの学校が休み。

ってことで、午後からキューズモール
というショッピングセンターに行ってくんでー。

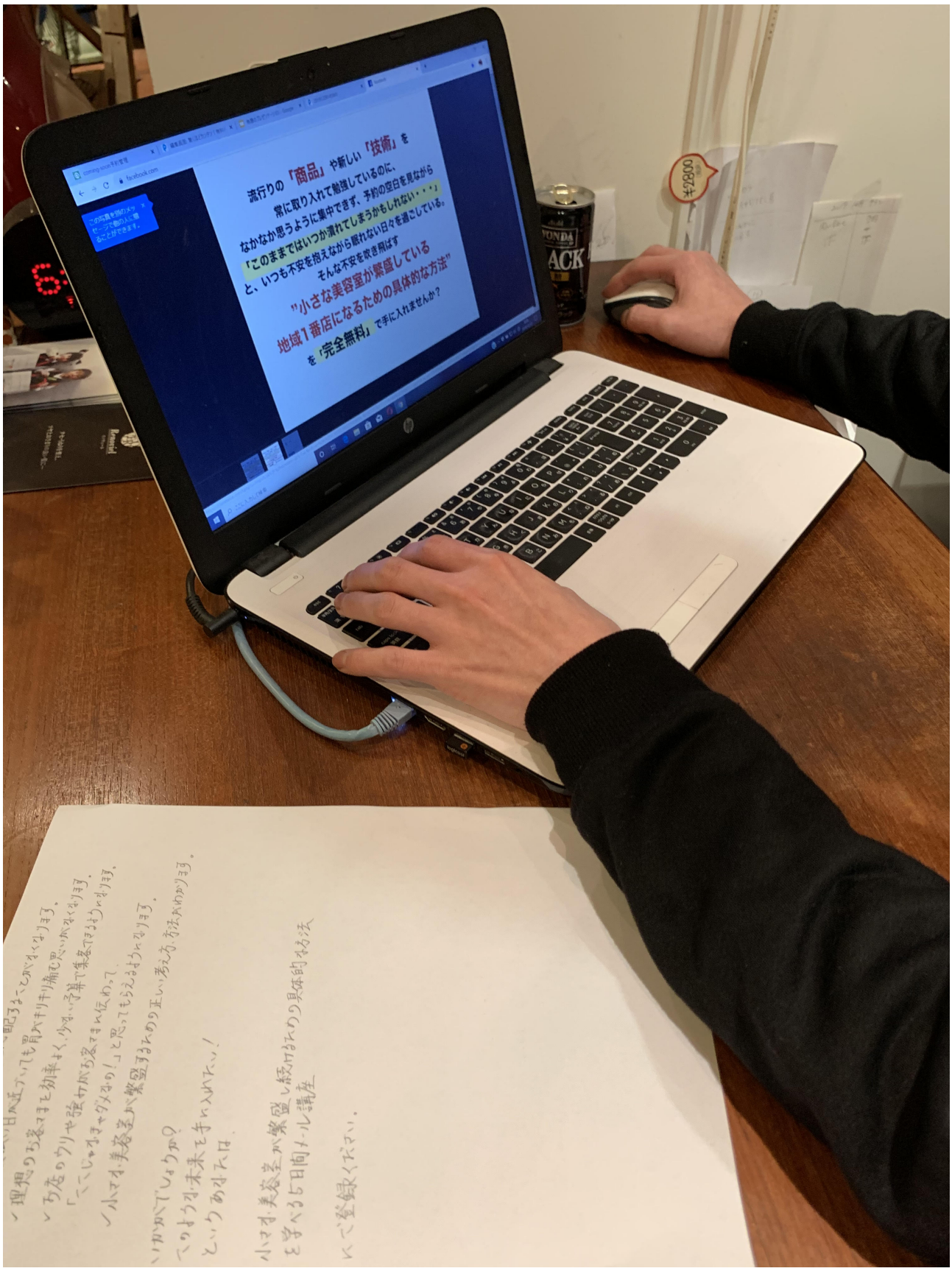
無印商品のお店に行きたいんやっってさ。

【編集後記パート２】

昨日のメルマガにも書きましたが
京都に行ってきました。

目的はリストマーケティングをやるには
まずこれがないとダメでしょ。

というランディングページを作るため。


流行りの「商品」や新しい「技術」を
常に取り入れて勉強しているのに、
なかなか思うように集中できず、予約の空白を見ながら
「このままではいつか潰れてしまうかもしれない・・・」
と、いつも不安を抱えながら眠れない日々を過ごしている。
そんな不安を吹き飛ばす
"小さな美容室が繁盛している
地域1番店になるための具体的な方法"
を「完全無料」で手に入れませんか？

だから、近いうちにこのクライアントさんは
メルマガを始めます。

で、来年には最低でも30万くらいの
高額商品がポンポンと売れちゃうでしょう。

という未来予想図が明確にに見えているので
めちゃくちゃ楽しみやわぁ。

で、あそうそう

あなたがこれまで
の経験で得ることができた

「経験値」や「スキル」「知識」
を武器にしてたった一人で生きてくための
ロードマップを一緒に考える。

という企画に参加への締め切りが
明日となってます。

「リスト」「リスト」「リスト」
と何回も言ってますが、

顧客リストを集めて、売り込まずに
売れる状態を作ること。

って、マジで大切やねんで。

ずーっと新規顧客に頼りっぱなし

とか、

お客さんが来てくれるのを
ただじーっと待ってるだけ

の商売ってさ、不安定すぎますやんか。

ってことで、令和2年は

「今とちがう景色を見てみたい！」
という、あなたは、

勇気を持って飛び込んでくださいねー。

ってことで、

興味のあるあなたは、

件名：【スタートダッシュ希望】

と書いて、以下のアドレスにメールください。

mail@s-sawai.com

メッセージを確認後、追って連絡するので日程を決めましょう。

今日も最後まで読んでくれてありがとう！

感謝してます。

ではまた。＾＾