

セールスファンネル構築短期集中トレーニング

セールスファンネル構築短期集中トレーニング
モジュール 3 - 高い成約率を実現する
アップセル組立方法

重要なお知らせ

あなたがこのセールスファンネル構築短期集中トレーニングを自己利用する以外、あなたにはいかなる権利もありません。あなたはこのレポートを無料配布・有償販売・会員制倶楽部への追加など一切できません。ありがとうございました。

セールスファンネル構築短期集中トレーニングは小林正寿と brainers 有限会社の著作物として全世界的に保護された出版物です。

ALL RIGHTS RESERVED. 電子的、機械的、カメラによる複写、読み上げでの録音などいかなる形式をもってこのレポートの一部または全部を配布することは禁止します。レポートのコンテンツの引用をご希望の場合は書面で著者に対して許諾を得てください。

免責事項／法律に関する告示: この書籍でテーマに取り上げられた情報は出版された日付の時点での著者の見解です。著者は状況の変化に応じて、このレポートで表示した見解とは異なる新しい見解を表現する権利を有します。このレポートのテーマとして取り上げた事項に関し、適切且つ信頼に足る情報を提供することを意図して作成されていますが、いかなる誤り・不正確・不作為に対しても著者・出版元・アフィリエイト・リセラーは一切責任を負うものではありません。また、法律、その他の分野に関する専門的なアドバイスを与える事を保証するものではありません。著者・出版元・アフィリエイトパートナーは利益や特定の目的に対する適合性を保証するものではありません。このレポートの使用・適用によって生じたいかなる結果に対しても責任を負うものではありません。もし、法律、その他の分野で助けが必要な場合はその分野の専門家からサービスの提供を受けることを強く要請します。

収益に関する免責事項: 本製品はその可能性を正確に示すよう、あらゆる努力がなされています。このウェブサイトが提供する本書のテクニックとアイデアを利用して収益を上げることについては、何の保証もありません。本書またはページ内の事例は、収益を約束したり、保証したりするものではありません。収益の可能性は、本書、アイデア、およびテクニックに含まれる情報を使用する各個人に完全に依存するものです。お金持ちになれる仕組みであると明示するものではありません。実際の収益、あるいは実際の結果の例を生み出す権利は、要求に応じて確認することができます。サイトで主張している結果の獲得における成功のレベルは、記載したアイデアやテクニックに費やした時間、あなたの財政状態、知識、およびさまざまなスキルによって異なってきます。これらの要因は個人によって異なるため、成功、つまり収益のレベルは保証できるものではありません。またあなたのいかなる行為についても責任を負うものではありません。本書およびウェブサイトの資料には、将来的な出来事を期待させる、もしくは予想させる前向きな文章を含んだ情報が提示されている場合があります。これらの文章は、歴史的事実もしくは現在の事実と厳密に関連していないという事実によって確認することができます。これらについては、予想する、予測する、期待する、予想する、意図する、予定する、信じるなどの言葉やその他、潜在的収益または財務実績の説明に関連した類似する言葉を使用しています。本章内もしくは我々の販売資料に記載したありとあらゆる前向きな文章は、収益の可能性についての意見を明らかにすることを意図したものです。実際の結果の判断においては多くの要因が重要であり、我々もしくは他の誰かと類似した結果を得られることには何の保証もありません。我々の資料に記載されたアイデアやテクニックからどのような結果が得られるかについては、何ら保証をするものでもありません。

目次

目次	3
高い成約率を実現するアップセルの組立方法	4
アップセルにおける過ち	10
過ち #1 - アップセルのセールスコピーを手抜き	10
過ち #2 - アップセルを誤って低価格帯アドオンとして扱う	12
アップセルの評価基準	13
アップセルのフォーマット	16
アップセル調達方法	19

高い成約率を実現するアップセルの組立方法

セールスファンネルにおける次のエレメントへ進みます - アップセル。アップセルオファーはフロントエンドオファーの直後に行います。

したがって、アップセルはフロントエンドと密接に関係するオファーです。

覚えていますか？アップセルはあなたの主たる収入源の役割を担っています。あなたが高い成約率を実現するアップセルを提供できなければ大きな収入を見逃すこととなります。

アップセルはセールスファンネル全体の中核として存在します。これからお話しする内容はとても重要です。

あなたが高い成約率を実現するアップセルを組み立てる方法をマスターすることができるのです。あなたのセールスファンネル内における最大の収益チャンスを確実に驚掴みしてください。

あなたはアップセルから収穫する収益を長らく待つ必要はありません。なぜなら、あなたがアップセルをフロントエンド購入者の目の前に提示した瞬間に新しい魅力的な金額の売上が発生するからです。

アップセルは、購入者があなたのフロントエンドオファーの注文ボタンをクリックして決済が完了した直後に彼らの目の前に提示するオファーです。

当然のことですが、彼らがフロントエンドオファーを購入しなければ、アップセルオファーを目にすることはありません。つまり、アップセルからの収益を期待することはできません。

アップセルの販売価格は、フロントエンド商品よりも高額になります。一般的に言えば、フロントエンド商品の販売価格の2倍程度になります。このアップセルの基準については後ほど詳しく説明します。

では、なぜアップセルはフロントエンドより高額になり得るのでしょうか？アップセルは、フロントエンド商品のアップグレード版だからです。

あなたのアップセルのセールスレターを書くとき、アップセル商品がフロントエンド商品を強化するものであることを伝えてください。

例えば、あなたがフロントエンドで電子書籍を販売した場合、アップセルではその電子書籍のビデオトレーニングコース版を提供することができます。

なぜ、あなたはセールスファンネルにおけるアップセルが必要なのでしょう？

ほとんどのインターネットマーケターたちはこう答えるでしょう・・・即座に収益を獲得することができるからです。

昔、インターネット marketer たちはフロントエンドからの売上だけに依存していました。

しかしながら、セールスファンネルコンセプトでは、フロントエンドオファーからの売上はあなたのポケットに入りません。

通常は **100%** コミッションであなたのフロントエンドオファーをプロモートしているアフィリエイトターへ支払われます。

きっとあなたは不思議に思っているかもしれませんが、あなたのアフィリエイトターへ **100%** コミッションを支払うとすれば、あなたの収益はどこから確保することができるのでしょうか？

その答えは、アップセルです。あなたのアップセルは、収益全体の **30%~50%** を占めています。このことから、アップセルは収益全体の重要な割合を占めていることが分かります。

これとは別に、アップセルはあなたの購入者の満足度を高めています。

あなたに質問をさせてください：あなたはこれまでに誰かのフロントエンド商品を購入した直後にアップセルが提示されずダウンロードページへ案内されたことがありますか？

そのとき、どのような気持ちでしたか？ 真剣な購入者は当該トピックに関してもっと知りたい、もっと便利に使いた

いと願っています。つまり、彼らはアップセルを望んでいるのです。

あなたのビジネスにもこのシナリオが当てはまります。あなたがセールスファンネルを組み立ててアップセルを提示すれば、あなたの真剣な購入者はもっとあなたからの商品を待ちわびるようになります。

したがって、あなたのアップセルは、実際にあなたの購入者のベネフィットにもなっています。

アップセルについてもう1つ - 不完全性。これは購入者の考え方の1つです - 販売側 **VS** 消費側。マーケティングとは不完全なものですが、あなたの商品は完全なものであることを求められています。

彼らがあなたのフロントエンド商品を購入し購入ループをスタートするとき、彼らはあなたに対してもっと他の商品売り込むチャンスを提供しているのです。

彼らがまだ購入モードの状態にいるとき、彼らは不完全性を感じています。そのためにアップセルを提示して彼らが完全性を感じる手助けをすることができます。

これはコンテンツに重点を置くのか売上に重点を置くのかによりものです。商品はコンテンツにフォーカスされていますが、マーケティングは売上にフォーカスしています。アップセルはこれら両方の組み合わせです。

セールスファンネルは、購入者の考え方を理解しセールスファンネルを組み立てることが重要です。最初は、購入者の考えは不完全性の状態にあります。

さらに言えば、あなたのセールスファンネル組立に貢献する購入者が購入トランスの状態にあるとも言えます。

フロントエンド商品は、購入トランスのループをスタートする役割を担っていますが、アップセル・ダウンセル・バックエンドはループを完了する役割を持っています。

購入者はフロントエンドで最初の買い物をしたとき、あなたとあなたの商品に対してコミットしましたが、ここから先はあなたが設置したセールスファンネルに沿って進みます。

あなたが毎日の食料品を買っているときと同じ心理状態です。ほとんどの主婦が事前に買い物リストを作成してスーパーマーケットへ出かけ、買い物リストに沿って必要なものを購入します。

しかしながら、時として購入トランス状態に入り買い物リストに載っていないアイテムを購入することになります。これは誰でも経験していることではないでしょうか？

さらに言えば、衝動買いという現象も発生することがあります。事前に購入するつもりが全くなかったのに買ってしまふことがあります。これはすべてマーケティングの力により実現しています。

これは、レジの前にガムなどのアイテムを配置しているのと同じ理論です。実際、あなたもレジ待ちしている間にレジのそばにある商品を購入した経験があるのではないのでしょうか？

アップセルは、これと同じように機能します。購入者がフロントエンド商品へアクセスするのを待っている間に、彼らにアップセルを提示します。

購入者は既にあなたのフロントエンド商品を購入していて購入モード状態にいます。鉄はまだ熱いうちに打ってください。

アップセルにおける過ち

アップセルは、あなたのビジネスに多大な収益をもたらすことができるのに、インターネットマーケターの中にはアップセルに関する正しい知識を持たず不適切なアップセルを設置しています。

これは巨大な収入チャンスをどぶに捨てているのと同じです。

過ち #1 - アップセルのセールスコピーを手抜き

最初の過ちは、アップセルのセールスコピーをフロントエンドほど力を入れず手抜きをするためコンバージョン率は自ずと低い結果に終わります。

多くのインターネットマーケターたちはアップセルのセールスページにおいて語り掛けるビデオを設置する優位性を見落としています。ビデオを設置してある場合も多くが退屈なビデオがほとんどです。

コンバージョン率を即座に改善するには、購入者に語り掛けるスタイルのビデオプレゼンテーションをアップセルのセールスページへ設置するだけです。

あなたのアップセルのビデオはフロントエンドのセールスレターに設置したビデオと同じように重要であることを理解する必要があります。

アップセルのビデオはフロントエンド商品の購入者をトランス状態のままにするため同じように重要です。

ただ、フロントエンドとアップセルのビデオの違いは、アップセルのビデオはフロントエンドのビデオより短めにする事ができることです。

思い出していただきたいのですが、アップセルはフロントエンド商品をアップグレードまたは強化するためフロントエンド商品を購入した直後に提示するオファーです。

基本的にアップセルのオファーはフロントエンドのオファーと密接に関連しています。ですから、購入者がアップセルのセールスページを目にしたとき、フロントエンド商品について理解しています。

あなたのアップセルのセールスページへ設置するビデオプレゼンテーションは、アップセル商品を手に入れる重要性を4~5分程度で語るだけで十分です。

ですから、あなたのアップセルのセールスレターへビデオプレゼンテーションのメッセージを簡潔そしてパワフルにリキャップしてください。

購入者はビデオを観て興奮し、オファーされている商品について今すぐ情報を読みたいと考えます。

ビデオプレゼンテーションは、彼らがあなたのアップセル商品を購入すべき理由を提供します。ビデオプレゼンテーションの威力は絶大です。

中にはビデオを再生しながらセールスコピーを読み進む購入者もいますが、少なくとも彼らは耳からあなたのプレゼンテーションを聞き続けることになります。

インターネットマーケターの中にはアップセルのセールスレターを手抜きするどころか膨大な時間をかけて書き上げている人もいます。

しかしながら、彼らのほとんどがセールスコピーだけにフォーカスしてビデオの設置を見落としてしています。

過ち #2 - アップセルを誤って低価格帯アドオンとして取り扱う

2番目の過ちは、アップセルを誤って低価格帯アドオンとして取り扱っていることです。

例えば、フロントエンド商品としてビデオトレーニングコースを **980** 円で販売し、アップセルはチェックシートとマインドマップを **500** 円で販売する具合です。

これはアップセル運用の悪い事例です。アップセルにおいて、販売価格はフロントエンドオファーの **2** 倍というのがセオリーです。

この事例ではフロントエンドからアップセルへの増額分が小さいため小さな収益増しか期待することができません。

あなたはどのようにすればより大きな収益を獲得できるのか、そして最終的にはあなたの利益を増やすのかについて考えなければなりません。

アップセルの評価基準

アップセルの評価基準リストを作成したのでシェアします。遠回りしないためにもリストに従ってください。

アップセルの最初的评价基準は、フロントエンド商品の最低価格（段階的に値上げをする場合の最初の価格）の少なくとも**2倍**に設定してください。

アップセルオファーを構成する商品価値はフロントエンドオファーより高くなければなりません。

極めて重要なポイントなのでこれまで複数回に渡ってお話ししてきました。

なぜなら、あなたの主たる収益はアップセルから発生するからです。あなたはアップセルの販売価格をフロントエンドの**2倍**に設定することを理解したと思いますが、あなたはその価格に見合う商品をアップセルオファーのために用意しなければなりません。

あなたのアップセルのアイデアをブレインストームする中で最初に検討すべき評価基準となります。販売価格が高くなれば、人々はより高い価値を期待します。ですから、アップセルが販売価格と同じまたはそれ以上の価値を届けなければなりません。

そして、あなたのアップセルはフロントエンドと密接に関係する商品でなければなりません。

例えば、あなたがフロントエンドでリーズ生成をテーマにしたトレーニングコースだとすれば、あなたのアップセルはリーズ生成を実践するときに利用できるフォローアップメールパッケージなどが考えられます。

この事例でのアップセルはフロントエンドと密接に関連しています。なぜなら、リストを持っている人は必ず読者をフォローアップするからです。

アップセルは、フロントエンドの購入者にとって理にかなったものでなければなりません。

もし、あなたが購入者としてフロントエンドのリーズ生成トレーニングコースを購入した直後にダイエットトレーニングコースがアップセルとして提示されたらどのように感じますか？

せっかくリーズ生成に興味のある購入者がフロントエンドで誕生したのに、そのチャンスを台無しにすることになります。

最後のアップセルの評価基準は、ワンタイムオファーテクニックです。アップセルは購入者に対して常にワンタイムオファーとして提示します。

つまり、もしこの機会を逃せば二度とこのアップセルオファーを目にすることはできないという意味です。ワンタイムオファーは緊急性を生み出すメソッドです。今手に入れないと、一生手に入ることができない！

あなたのセールスファンネルを組み立てるときは、常にお客様の視点に立つことを忘れないでください。”彼らはどのように考えるのか”と考えてください。

ヒント：あなたのアップセルに価値を強化したボーナスを追加してください。あなたは購入者の視点に立って考える必要があります。

アップセルを構成する商品はそれだけで購入者にとって魅力的なもののはずですが、さらに高い価値を持ったボーナスが加わることでフロントエンドと比較して高くなった価格も安く感じることでしょう。

さらにはワнтаймオファーメソッドを採用することでアップセルを拒否できないオファーに変身させることでしょう。；

アップセルのフォーマット

アップセルのフォーマットは、基本的にフロントエンドのフォーマットとほぼ同じです。

あなたのアップセル商品は、フロントエンド商品のアップグレード版としての位置づけなのでビデオトレーニングコースとトランスクリプトのフォーマットを採用することができます。

この事例では、あなたのアップセルは購入者にとって強化コースとして位置付けられています。

購入者は、あなたのアップセルを目にした刹那そのアップセルが価格に見合うものか否かを見抜いてしまいます。

だからこそ、あなたのアップセルはフロントエンドオファーを強化そして補完するものであることが重要です。

フロントエンドと同じようにビデオトレーニングコースとトランスクリプトではなく、アップセルに電子書籍のフォーマットを採用することもできます。

フロントエンドに関連したより深堀した情報を電子書籍のフォーマットにまとめることができます。

例えば、フロントエンドでリーズ生成の電子書籍を販売し、アップセルではより深堀した **Facebook** でのリーズ生成に関して説明した電子書籍を販売することができます。

もう1つ事例として、検索エンジン最適化、すなわち **SEO** は、あらゆるインターネット marketer にとって習得したいテーマです。

あなたがインターネットマーケティング関連のトピックでフロントエンドを組み立てた場合、アップセルとして **SEO** 関連の商品を用意すれば高い価値と関連性を持たせることができます。

フロントエンドとは異なる点が1つありますが、それはアップセルとしてソフトウェアをオファーすることです。

ソフトウェアの開発は、他の2つのフォーマットに比べて長い時間がかかります。まずは、ソフトウェアを開発するプログラマーが必要となります。

ソフトウェアは開発が難しいフォーマットなので、実際にはオプションとして考えて下さい。

あなたがプログラマーでなければアウトソーシングすることもできますが、他の2つのフォーマットに比べて初期投資が高額となるのである程度あなたのビジネスが軌道に乗ってから検討しても良いでしょう。

下院性サイトへのアクセス権利・他人の商品をアフィリエイトプロモートなど、あなたのアップセルとして提供することのできる他のフォーマットは数多くあります。

あなたのアップセル **2** またはアップセル **3** において月額会費制の会員制サイトをオファーすることができます。あな

たはセールスファンネルで一時的な売上だけではなく継続収入を毎月獲得することができます。；

あなたが会員制サイトを運営する場合、基本的に毎月何等かのコンテンツをメンバーエリアへ追加し続ける必要があります。あなたのメンバーは毎月何か新しい事柄を学べることを期待しています。

あなたは現時点においてまだアップセルとして提供できるあなた自身の商品を持っていないかもしれません。

アップセルとしてどのような商品を提供するのか、あなた一人で悶々と思いつも悩むのではなくインターネットへアクセスして同業他社のオファーを観察してください。

優れたオファーがあれば実際に購入して彼らのセールスファンネルを分析してください。

アップセル調達方法

フロントエンドと同じようにアップセル商品を調達する方法は2つあります：

- あなた自身で作成する
- **PLR** 商品を購入する

既にフロントエンドのところでお話ししていますが、メソッドについてお話しさせてください。

最初の方法は、あなた自身の経験・インターネット上でのリサーチ・**PLR** 商品のリライトなどに関わらず、アップセルをあなた自身で作成する方法です。

あなたのアップセルのアイデアをブレインストーミングしてください。そのとき、あなたのアップセル商品はフロントエンド商品と密接に関連していなければなりません。

次にアウトラインを書いてください。執筆を始める前に、初心者でもステップを追いながら進めるよう必要なものをすべて整理してください。

準備ができたらアップセルの執筆を始めてください。

アップセル作成における注意すべき1つのポイントは、アップセル商品はフロントエンド商品より高い価値を持っているということです。

例えば、フロントエンド商品として何らかのトレーニングコースを提供しているなら、その商品は当該ビジネスの全体的コンセプトをカバーします。

そして、アップセルではフロントエンドでカバーした領域をそれぞれ詳細に深堀するコンテンツにします。

だからこそ、フロントエンドの購入者が本気で実践しようとするれば、アップセルを購入しなければならないことを明確にしてください。

あなたのアップセルで何を提供するのかブレインストーミングするときの、あなたが採るべきメインの方向性です。

しかしながら、アップセルには欠点もあります。購入者の中には、あなたのフロントエンド商品だけで十分だと考え”なぜ、アップセルを購入する必要があるのか？”と感じる人がいるでしょう。

このような場合、フロントエンド商品はそれ自体素晴らしいものですが、本気でビジネスを推進したいならフロントエンドを強化・補完・拡張したアップセルが必要だということを確認にしてください。

2番目の方法は **PLR** 商品を購入することです。インターネット上には **Kau** や **CONTENTS MILL** などアップセル商品になり得る **PLR** 商品を調達できるリソースがあります。

あなたが購入した **PLR** 商品を活用するには **2**つの方法があります：

- 複数の PLR 商品から情報を収集しあなた自身のストーリーを加筆してください。
- 1 つの PLR 商品をリライトしてください。

PLR 商品を活用するには上記 2 つの方法がありますが、できるだけあなた自身のストーリーを加えることでアップセルを購入した人はあなたとあなたのビジネスに対して信頼を感じるでしょう。あなたのブランド力を強化することもできます。