

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 4 - ダウンセルを設置して売上を
さらに 10%伸ばす方法

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
ダウンセルを設置して売上をさらに 10%伸ばす方法	4
なぜ、ダウンセルは売れるのか	9
ダウンセルの評価基準	11

ダウンセルを設置して売上をさらに 10%伸ばす方法

これからセールスファンネル 3 つ目のエレメントであるダウンセルの組立方法をお話ししてゆきます。

ダウンセルは、適切に採用することであなたの収益に劇的な違いを生み出すことができるので過小評価することは禁物です。

既に、あなたの理想の顧客像を理解し彼らの考え方を理解することがどれほど重要であるかについてお伝えしています。

彼らは何を考えているのか理解し始めると、彼らが望むものそして価値を認めるものを正確に提供することができますようになります。

そして、祖音結果より多くの収益を手にすることができます。

これは、あなたの購入者の考え方を理解し売上をさらに 10%伸ばす手助けとなります。ダウンセルは、特別なプロモーションをオファーすることで増収することができます。

では、最初にダウンセルとはどのようなものなのでしょうか？既にご承知のようにフロントエンドオファーの直後に提示するのがアップセルですが、ダウンセルは少々異なります。ただダウンセルはアップセルと対のような関係性を持っています。

アップセルは、常にフロントエンド商品より詳細なアップグレードした商品を提供しています。

ここで重要なのは、アップセルオファーにも関連したボーナス群を設置しておくことです。あなたのフロントエンド商品を購入し、次にアップセルを目にした購入者がアップセルを購入しないと決断するとダウンセルオファーページへ誘導されます。

基本的にダウンセルオファーページはアップセルオファーセールと同じものとなります。

あなたのアップセルのセールスコピーであなたがすべき事柄を覚えていますか？

まず、4~5分程度のセールスビデオを設置します。セールスビデオを作成するため、セールスプレゼンテーションの台本を書く必要があります。セールスコピーに設置したビデオの下あたりにビデオで語ったポイントをリキャップし、最後は価値を強化するボーナス群を設置します。

このアップセルセールスコピーの構造はダウンセルセールスコピーと同じです。

メイン商品に関するベネフィットなど同じロジックで構成しますが、ダウンセルセールスコピーのヘッドラインに価値を強化するボーナス群を撤去することを告知します。

言い換えると、最初のアップセルとダウンセルのセールスコピーは同じものであり、唯一の違いはボーナス群を提供するか撤去するかです。

最初のアップセルを購入しないと決めた購入者が次へ進む前にアップセルと同じオファーからボーナス群だけを撤去したダウンセルオファーをアップセルより安い価格で提示します。

ここで重要なアドバイスをシェアさせていただきますが、ダウンセルという名称であってもフロントエンドオファーよりは価格を高く設定し、却下されたアップセルオファーよりは高く設定します。

既に購入者の考え方について触れましたが、アップセルを購入しないと決めたお客様の考え方は大きく区分して次の2つになります。

ここで重要なポイントですが、下記2つの考え方に対して適切に対応することで最終的にはダウンセルの注文ボタンをクリックしていただくことができます。

- "アップセルに投資する価値を感じない。"
- "これらのボーナス群は不要です。"

購入者の考え方を理解することで、セールスファンネル全体のコンセプトを理解することができます。

実際、購入者の考え方を理解することは時間がかかるタスクであるだけでなくあなたの購入者の行動パターンをリサーチすることも必要となります。

しかし、多くの時間と労力を投資する価値はあります。あなたの競合者に対して優位性を確保するためにもこのテーマの研究にリソースを割いてください。

考え方 #1 - ”アップセルに投資する価値を感じない。”

あなたのフロントエンドオファーの購入者がアップセルを目にして商品価値が価格に見合わないと思うかもしれません。

あなたがどれほど素晴らしいアップセルオファーを組み立ててもこのシナリオは発生するものです。彼らの多くがアップセルオファーの価格に起因して購入しない決断を下します。

そのような状況下で具体的な状況を把握するため多くのインターネットマーケターたちはそれぞれのオファーのコンバージョン率を追跡しています。追跡結果をもとにコンバージョン率が低い場合には、オファーのセールスコピーを修正しています。

ダウンセルオファーにおいて最も多い却下される事由は販売価格です。ですから、あなたのダウンセルオファーの値付けを修正することで反応を上げることができます。

ここで実証済みのセオリーとして、コンバージョン率が低い場合、まずは価格をより安く設定しなおして様子を見てからヘッドラインなどその他のエレメントを修正して様子を見てください。

考え方 #2 - ”これらのボーナス群は不要です。”

2つ目のシナリオは、彼らがアップセルオファーから提供されているボーナス群を必要ないと考えているためアップセルオファーを購入しないという決断を下します。

ここで思い出してください。アップセルはフロントエンド
オファー価格の**2倍**に設定しています。これは多分に数多
くの価値あるボーナスによっても正当化していることでし
ょう。

わたしも体験したことがあります。余分なものはいらな
いからメイン商品だけをもう少し安くしてよと感じる人が
必ずいるものです。

彼らはアップセルオファーを購入することを検討しても、
ボーナス群が彼らにとって役に立たないと考え、結果とし
てアップセルオファーを購入しない決断をします。そして、
あなたのアップセルオファーのメイン商品と類似の商品を
探すかもしれません。

なぜ、ダウンセルは売れるのか

あなたはアップセルオファーを拒否する購入者の考え方を理解することができました。

次は、あなたのセールスファンネルへダウンセルオファーを追加することでこの問題を解決するときです。

なぜ、ダウンセルは売れるのでしょうか？それは、購入者の考え方を理解し、彼らの要望に沿ったオファーだからです。

あなたのダウンセルオファーセールスコピーにおいて、購入者へこう呼びかけてください：

もし、アップセルオファーの価格が高すぎるとお考えなら、あなたのご要望を尊重した特別なディールをご用意しました。

しかしながら、あなたにだけ価格を下げることは、他の正規の価格でアップセルオファーを購入された方々に対してフェアではないでしょう。

そこで、価格を公正に下げるためボーナス群を撤去させていただきました。その結果、あなたのご要望に沿う低価格を公正に実現することができました。

これがダウンセルのコンセプトです。そして、これがダウンセルオファーを設置する理由です。

英語圏のインターネットマーケターたちはダウンセルを設置することでアップセルオファーを拒否した購入者の10%程度をダウンセル購入者へ転換できると証言しています。

アップセルオファーに付帯されているボーナス群に価値を見出さない購入者にとってボーナス群をすべて撤去したダウンセルオファーは彼らにとって同じ商品を安い価格で購入できるチャンスとなります。

言い換えると、安い価格でアップセルオファーを手に入れるチャンスを提供してくれると理解します。人は特別なオファーが大好きです。

これがダウンセルが売れる理由です。ダウンセルは購入者の考えを理解し、その意向に沿った特別なオファーを用意するメソッドです。

ダウンセルは、購入者の考え方を理解したからこそ生まれたメソッドです。多くのインターネットマーケターたちはこの重要なポイントを見落としています。その対価は、最低でも10%の売上をテーブルの上に置き去りにしています。

ダウンセルの評価基準

ダウンセルオファーにも一定の評価基準がありますが、次のポイントに従ってダウンセルオファーで間違いを犯さないようにしてください。

まず、あなたがダウンセルを組み立てるとき、アップセルのボーナス群を撤去してください。

先ほど触れたように、アップセルを正規の価格で購入した人に対してフェアであることが重要です。彼らはメイン商品に加えてボーナス群を高め価格で購入しました。

ダウンセルではそれらのボーナス群を撤去して基本的にメイン商品だけをアップセルより低めの価格で提供します。

例えば、あなたがフロントエンドでリーズ生成コースをオファーし、検索エンジン最適化を活用してトラフィック生成する方法をアップセルとして提供するとします。

このアップセルにはメイントレーニングの他にフォローアップメールテンプレートや電子メールマーケティング関連の会員制倶楽部への無料アクセスボーナス群を追加します。

残念なことにフロントエンドオファーを購入した人の中でアップセルを購入しないと決めた人がいます。

その人たちにダウンセルを提示します。あなたのダウンセルは、アップセルオファーからすべてのボーナス群を撤去し価格をアップセルより安く設定して提示します。

つまり、ダウンセルでは検索エンジン最適化を活用してトラフィック生成する方法だけを安めの価格でオファーします。

これがダウンセルのあるべき姿です。このトレーニングの冒頭において基本的なセールスファンネルのチャートをシェアしましたが、実際は、ダウンセルはあなたのセールスファンネルの中においてどこに配置するのか、何回配置するのかあなたの判断にゆだねられています。

つまり、これから学んでいただくアップセル2やアップセル3など、どのアップセルの後に設置するのかあなたが判断することができます。ただ、すべてのアップセルの直後にダウンセルを配置すると、購入者は慣れてしまい反応が落ちることを覚えておいてください。

あなたのセールスファンネルを修正することをあまり考える必要はありません。

あなたは不思議に思っているかもしれません。価格を下げたダウンセルでどうやって収益を稼ぐことができるの？勿論です。具体的にお話しさせてください。

ダウンセルの価格設定にもルールがあります：

- 6,980 円 => 4,980 円
- 9,980 円 => 6,980 円

セールスファンネル構築短期集中トレーニング

あなたのアップセルが **6,980** 円の場合、ダウンセルオファーの価格は **2,000** 円下げて **4,980** 円に設定することができます。

あなたのアップセルが **9,980** 円の場合、ダウンセルオファーの価格は **3,000** 円下げて **6,980** 円に設定することができます。