

Matt's BUDDY

FUNDAMENTALS 2
CONNECT DOTS



Matt's BUDDY

ドットを繋ぐ

Matt's BUDDY

おさらい

- ６Ｗ２Ｈの視点を常に持つ
- 常にブランド力・知覚価値最大化を意識
- ライセンス戦略を常に意識する
- 売る方法はメソッド・イベント
- 売るものは素材・メソッド・ツール
- 売る場所は舞台 – 会員制サイト
- 常にセールスファンネルを意識する
- キャッシュポイントスライドを臨機応変に行う

Matt's BUDDY

おさらい２

- 安売りせず分割払プランで買いやすくする
- 1つ1つのエレメントに対して考える習慣
- 垂直方向への連動 – ファンネル
- 水平方向への拡張
- 水平方向への拡張同士の連動
- 優先順位と順番
- ライバル対策のために特定の1つのポイントを無料化した場合、即座にフォーメーションを組み替える

Matt's BUDDY

重要な視点

- 外部からは複雑で底が知れないと見えなければならない
- 内部はシンプルに
- ６Ｗ２Ｈのドットを繋ぐ
- 環境の変化に即座に対応してフォーメーションを組み替える
- 百貨店ではなく専門店の展開
- 無料倶楽部などを動員して購買判断基準を握る

Matt's BUDDY

ドットを繊維のように繋ぐ

- シンプルなドットを繊維の様に縦横に紡ぐことで複雑に見える
- 常に内部から見た1つ1つのドットはシンプル
- ライバルをアップアップさせる – 混乱と戦意喪失
- お客様をアップアップさせる – ワクワク

Matt's BUDDY

環境の変化に即応

- テクノロジーの革新・ライバルの出現に対してフォーメーションを即座に最適化させる – 繊維の模様を自在に変える
- 1つ1つのドットを理解していなければフォーメーションの再編成は迅速にできない
- キャッシュポイントを自在にシフトできる環境

Matt's BUDDY

購買判断基準を握る

- 無料倶楽部やメルマガを活用して購買判断基準を握る
- 見込み客の思考をフレーミングする
- ライバルに対しての比較ではなくあなたに対してライバルを比較させる
- 後手に回ったら比較の対象をシフトさせあなたが基準を奪取する

Matt's BUDDY

百貨店ではなく専門店

- すべてを1箇所で供給する百貨店ではなく1つ1つを専門店化（サブニッチ化）し連合体にする
- 世の中のトレンドとして専門店化
- リスクヘッジとしての専門店化 – 1つ1つの専門店もドット

Matt's BUDDY

圧倒的物量

- 専門店を総動員して見込み客を取り囲む
- 専門店を総動員してライバルに対峙する
- キャッシュポイントを自在にスライドできる環境
- エンドレスのセールスファンネルでリピーター化

Matt's BUDDY

最後の考察

- コミュニケーションは販売のトリガーとなる
- 万全のコミュニケーションチャンネル構築
- 購入前相談を引き寄せる
- サポートチケットには出来る限り最短で簡潔に対応
- 購入者に対して購読解除してくるまでエンドレスにオファーを続ける
- 常に新しい効果的なコミュニケーションチャンネルを模索