

売れる商品が量産できるVol.3

～愛され、売れ続けるための極意～

中野丈矢

バックエンドについて

- フロントエンドはあるが、バックエンドがない人が多いのでは？
- 構造化させることで、フロントエンド、バックエンドが出来上がる

なぜ、構造化にはバックエンドなのか？

- ・ 効率的に利益を生み出せる
- ・ 自分の居場所づくり
- ・ お客様さんの人生に影響できる関わり方

売れるバックエンドの2つの生命線

- ・バックエンドではあり方が生命線
- ・お客さんに幸せになってもらうことが生命線

では、バックエンドでは何を売るべきか？

- ・ パーソナルサポート
- ・ コミュニティ
- ・ 合宿セミナー
- ・ スクール・講座
- ・ プロデュース系

バックエンドは「誰」に売るべきか？

- どんな顧客層に売るべきか？
 - 経済状態が悪くない人
 - 長期的に関係を築ける人
 - 成長する可能性がある人

バックエンドを売るべきではない人

- どんな顧客層に売るべきか？
 - 経済状態が悪い人
 - 短期的な欲求を満たしたい人
 - 成長する可能性がない人

バックエンドは財宝の宝庫

- ・無限に売れる商品を作り続けるコツ
- ・お客さんとの関わりでこそ、コンテンツが生まれる
- ・ここで生まれたデータこそ、売れる商品のコンテンツとなる

お客さんとの関わり方

- ・個性が表れるところ
- ・大きく分けて、「ウェット」か「ドライ」か
- ・試しながらちょうどいい距離感を見つけていく

バックエンドでお客様さんに提供すべき価値

- ・バックエンド商品を買ってくれるお客様の心理
 - 自分に興味を持って欲しい
 - 自分を特別扱いして欲しい
 - 自分を仲間と認めてほしい

バックエンドでお客様さんに提供すべき価値

- ・バックエンド商品で提供すべきは、
商品・サービスの質より大事なものがある

バックエンドでお客様さんに提供すべき価値

- ・バックエンド商品で提供すべきは、

「約束」である

約束（＝自信と自覚、価値観）

人間そのものを売っている

バックエンドでお客様さんに提供すべき価値

例えば、

- ・ 個性で選ばれるビジネス講座
- ・ パーフェクトシフト（3ヶ月マンツーマンプログラム）

バックエンドでお客様さんに提供すべき価値

- ・「他と比べて」ではない
- ・「仲間入りしたいから」が最もな理由
- ・お客様さんに選んでもらうには
まず、自分自身と固い約束をしよう
 - 自分は何者？
 - 自分は誰の代弁者？
 - 自分に約束し、それを自覚することが最も重要
 - 外的要因ではなく、内なる欲求で動けるかどうか

エネルギーの蓄積と拡散で

商品力は高まっていく

- お客さんとの関わりこそコンテンツ
 - エネルギーの凝縮 = 関わりで生まれた情報を
 - エネルギーの拡散 = コンテンツへと落とし込んでいく

- スタート時は・・・
 - バックエンドで利益が出なくてもOK
 - 「関わり」と「ノウハウ化」が進めば十分

エネルギーの蓄積と拡散で

商品力は高まっていく

- (1) 6ヶ月20万円のプログラムを主催（6名）
 - (2) セミナーをメルマガ読者に無料で配る
 - (3) 50万円のコンサルに立て続けに申し込みが入る
 - (4) コンサルのクライアントとの関わりをブログやメルマガで発信し続けている
 - (5) コンテンツはどんどん溜まっていく一方
 - (6) 無限に「売れる商品」を作り続けられる
- このように循環を起こしていく

売れる商品を無限に作る方法

- ・エネルギーの凝縮と拡散の繰り返し

- ・理想的な商品例

- (1) 低額のフロントエンド

- (2) 中額のミドルエンド

- (3) 高額のバックエンド

- ・作る順番

- (3) → (1) → (2)

売れる商品を無限に作り出すフロー



- 1 -

- 何に伝えていくのかを決める
- 誰のため、何のため
- 応えるべき範囲の明確化



- 2 -

- コンセプトに応えられるシステムをつくる
- 誰に、何を、どこまで
- 抽象化と具体化（理論）との往復



- 3 -

- 人に伝えてフィードバックをもらう
- メソッドの効果性を試す
- メソッドを実証する
- フィードバックをもらう人を集う
- 人を実際に集めていくフェーズ



- 4 -

- お客さんとのストーリーをつくる
- 市場との対話でストーリーをつくる
- コンテンツの効果性をつくる
- 発信で人と繋がっていく

- 5 -

- フローを見直しバージョンアップ
- 改善点を見つけバージョンアップ
- より適切なお客を見つける
- より適切な市場を見分ける
- コンセプトの見直し

売れる商品を量産させる

コアメンバーとの関わり

- ・ バックエンドの「中身」は「エネルギーの凝縮」
- ・ 売れる商品を量産させるために、、
 - (1) コアメンバーとのコミュニケーションをやめてはいけない
 - (2) セミナーやセッション、グループセッションもやり続ける
 - (3) 仕組み化させて収益が自動化できてもやめてはいけない

売れる商品を量産させる コアメンバーとの関わり

- 「売れる商品」を量産するには、進化し続けることが重要
 - (1) コアメンバーの入れ替えも行っていく
 - (2) 入れ替えすることで新陳代謝が生まれ進化できる
 - (3) コアメンバーの出入り自由（囲い込み厳禁）

バックエンド商品での コアメンバーとの理想的な関わり方

- ・バックエンドこそ、何でも屋になっていけない
 - (1) 伸びる人ほど勝手に伸びていく
 - (2) バックエンドこそ関わりをデザインせよ
 - (3) だからこそ、何でも屋になってはいけない

バックエンド商品での コアメンバーとの理想的な関わり方

- ・ 様々な関わり方がある
 - (1) 先陣切って引っ張るようなタイプ
 - (2) 気持ちを汲み取れ寄り添いながら伴走するタイプ
 - (3) 応援団のように後ろからエールを送るタイプ
- ・ 理想的な関わり方とは、 、 ？

バックエンド商品での

コアメンバーとの理想的な関わり方

- ・ 一番星になる
方向性を示し、環境を用意して、足元を照らせる
- ・ コアメンバーとの理想的な関わり方とは？
 - ― 自分の本音に愚直であること

バックエンド商品での コアメンバーとの理想的な関わり方

- ・つまり、、、
 - 中野丈矢は、他の誰でもない、という自覚
 - あなた自身も、他の誰でもない、誰かの一番星である自覚
 - 未来へ向かって、変わらず走り続けること
 - 自分にしかできないことを追求し続けること
 - いつでも質の高いコンテンツを提供し続けること

バックエンド商品での コアメンバーとの理想的な関わり方

- ・ 周りから見れば、、、
- ・ ただ、これだけは言えることがある。

それは??

バックエンド商品での コアメンバーとの理想的な関わり方

売れる商品を量産することって、
思ったほど難しくくないでしょ？

ロードマップを手に入れたあなたが、
やるべきことは????

あとはやるだけ！！

**7日目7時に総復習と、
とっておきのお知らせがあります！**