



手に取ってもらえれば売れるのに…を解決する！

商品そのままに

5選

売上倍増させる

# はじめに | 多くの経営者が陥る誤解

## 良い商品なのに売れない理由

こんなお悩み抱えていませんか？

「こんないい商品なのに、なんで売れないの…？」

「手に取ってもらえれば良さが分かってもらえるのに…」

このように感じているなら、それはあなただけではありません。  
実は、売上に悩む多くの経営者が全く同じことを考えています。

品質では絶対に負けていないはずなのに  
どうして売れないのだろう？



なぜ良い商品なのに売れないのか？ それは、「良い商品」と「選ばれる商品」は全く別物だからです。

【良い商品】と【選ばれる商品】は、全くの別物

## 商品はそのままで売上をアップさせる方法

商品はそのままで売上をアップさせるには、お客さまに選んでもらうための「伝え方」が大切です。本資料では、伝え方のポイントを5つ紹介します。

### 商品を選んでもらうための伝え方

- ① 緊急性・限定性で今すぐ買う理由を作る
- ② あなただけの特別感で心を動かす
- ③ コラボレーションで顧客を共有する
- ④ ティーザー（焦らし）で期待をコントロールする
- ⑤ ストーリーで感情に訴える

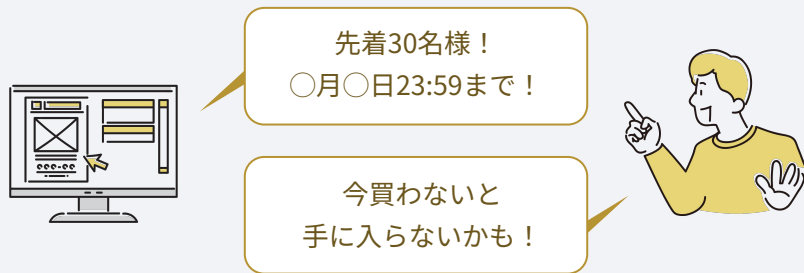
商品の品質だけでなく、選ばれるための  
伝え方ができているか見直してみましょう！



# 商品そのままを売上をアップさせる方法5選

## 1. 緊急性・限定性で今すぐ買う理由を作る

商品そのままを売上をアップさせる方法の1つ目は、緊急性・限定性の活用です。いつでも買える商品は「今買わなくてもいい商品」です。緊急性・限定性を持たせて購買決断を促しましょう。

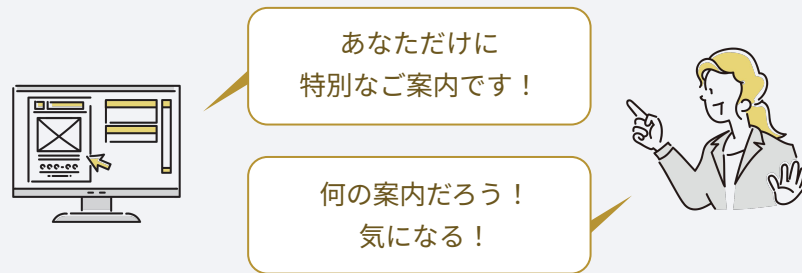


在庫限定・期間限定・数量限定など、商品を販売する際は緊急性や限定性が伝わるようにします。「職人の手作りのため」など限定の理由も添えればお客さまからの信頼もアップします。

アクション：限定にできる要素を3つ書き出してみる

## 2. 特別感で心を動かす

特別感を演出することをも売上アップには効果的です。人はだれもが「特別な存在でありたい」と考えています。「あなただけのご案内です…」という演出が購買意欲をグッと高めます。



「〇〇を購入いただいたお客さまだけのご案内」や「このメールを受け取った方限定」などで特別感を出すことができます。連絡する際は「特別」や「ご招待」を入れてご案内しましょう。

アクション：優良顧客の基準を決める

# 商品そのままで売上をアップさせる方法5選

## 3. コラボ（コラボレーション）

パートナーと組み、コラボ（コラボレーション）を実施するのも売上アップに繋がる協力的な手法です。相手企業が築いた信頼も同時に借りることができる最強の戦略の一つ。

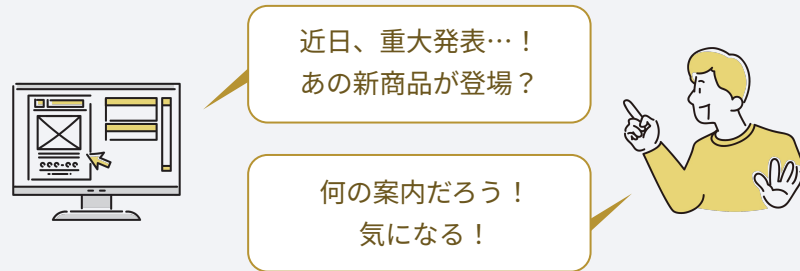


顧客開拓に限界を感じているときはコラボを実施し  
相手の企業のリストに対して告知を行ってみましょう

アクション：自社のお客さまと相性の良い業種を探す

## 4. ティーザー（焦らし）

新商品を発売するときは、ティザー（焦らし）で期待値を最高潮にコントロールしてみましょう。人は、すぐ手に入るものより待つものの方が欲しくなるものです。



Appleも新製品発表は、日程告知から始まり、招待状のデザイン等から情報を公開するなどティザーを実施してユーザーの期待を高めています。結果、発表会当日は世界中が注目します。

アクション：情報を小出しにする計画を立てる

# 商品そのままで売上をアップさせる方法5選

## 5. ストーリーで感情に訴える

ストーリーを活用して感情に訴えるのも、売上をアップさせるのにとても効果的です。商品のスペックや価格は真似できても、ストーリー（物語）は真似できないからです。

### 例1：開発ストーリー

なぜこの商品を作ったのか？を赤裸々に語りましょう。個人的な痛みや失敗したこと、拘りのポイントをストーリーにします。

母の介護で腰を痛めた経験から、同じような悩みの人を助けたいと思い作成しました！



商品開発の裏側には、必ずドラマがあります。開発ストーリーを考える際は「開発のきっかけとなった経験は？」「一番苦労した部分は？」「諦めそうになった瞬間」などを考えてみましょう。

### 例2：創業ストーリー

なぜこの仕事を始めたのか？という創業ストーリーで共感を生むことができます。あなたの「原体験」こそが、あなたのビジネスの存在理由であり、お客さまから選ばれる理由になります。

健康を害し、食事の大切さを再認識。  
食事で幸せを届けようと決心しました！



創業ストーリーを書くときは「人生で最も影響を受けた出来事」や「この仕事を選んだ理由」「創業時に最も大変だったこと」などを考え、過去～決意～現在の構造で考えてみてください。

### ストーリーを考える際のポイント

「特別な話なんてない…」は間違いです。あなたの日常は誰かにとっては特別な物語。ぜひ過去を棚卸ししてみてください。

# よくある失敗と対策

## ① 限定性のウソがバレる

「在庫わずか！」など限定性でウソをつくのは止めましょう。煽れば売れる、という認識ではお客さまとの絆が築けません。



本当の限定を作る勇気を持ちましょう。限定の理由を明確に説明すると信頼もアップします。

## ② 全員に特別な案内を送る

全員に「特別案内」を送っても特別感ゼロなので絶対にNGです。CRMなどのツールを活用して一部の優良なお客さまに限定して案内を送付するようにしましょう。



社内で「年間購入額10万円以上」など優良顧客の「明確な基準」を設定することが大切です。

## ③ ティーザーが長すぎる

ティザーが長すぎるとお客さまに飽きられてしまいます。最長でも3週間とし、事前に告知の計画はきちんと立ててください。



ティザーをした分だけ、期待値も上がります。期待を裏切らない内容を用意しましょう。

## ④ ストーリーが自慢話になる

ストーリーを語る際に「我が社の輝かしい実績」など、ただの自慢話になってしまうと共感が全く得られません。失敗や苦労したことなどを、ストーリーでは正直に語りましょう。



ストーリーでは「3回倒産しかけた」などの失敗談を語り、勇気を出して「弱み」を見せましょう。

# 商品の価値を届けるには、マーケティングの知識が必須

## マーケティングの本質とは

マーケティングの本質とは「お客さまが自然に買いたくなる仕組みを作ること」です。多くの方が誤解していますが、マーケティングとは決して「売り込むこと」ではありません。

マーケティング＝広告を出すこと  
マーケティング＝SNSで発信すること  
マーケティング＝ハデな宣伝活動



これらはマーケティングの一部に過ぎません。  
お客さまが買いたくなる仕組みを作ることが大切です。

あなたの商品の価値を、必要としている人に、適切なタイミングで、心に響く方法で伝える。これがマーケティングの役割です。

## なぜ今、マーケティングが必要なのか

今マーケティングが必要である理由は「商品力だけでは差がつかない時代になったから」です。また、「何を買うか」から「なぜ買うか」へお客さまの判断基準も変化しています。

### 売上アップにマーケティングが必要な理由

- どの企業も一定以上の品質を実現できるようになったため
- お客さまは日々多くの情報や広告に触れているため
- お客さまの判断基準が「何を買うか」から「誰から買うか」「なぜ買うか」へシフトしているため

商品の価値をきちんと届けるために  
マーケティングの知識は今や必須です！



# 成功している経営者が必ず知っている「〇〇」

## 継続的に売上をアップさせる方法

今回ご紹介した売れる仕組み作りの手法を使って、あなたの商品を本当に買いたいと思っている人を見つけることができれば、売上は飛躍的にアップします。

しかし、「そんな簡単に見つけれたら苦労しない」と感じる方もいらっしゃるでしょう。

そんな簡単に「ほしい!」と言ってくれる  
お客さまは見つからないよ…



実は、マーケティングの「原理原則」を理解することで、誰でも簡単に理想のお客さまを見つけることができます。

短期的な売上アップのテクニックではなく、どんな業界でも使えて、継続的に売上アップできる方法です。

## マーケティングの原理原則を手に入れるには…

では、その「原理原則」はどうすれば手に入るのか？

3C分析で大成功したGOSSO株式会社の藤田代表も受講したマーケティングの原理原則を学べる講座があります。

マーケティングの原理原則を学べば  
継続的に売上アップが可能です！



7万人以上の経営者が受講し、実際に成果を上げている講座に、特別にあなたをご招待します。

有名経営者たちがこっそり実践している売上アップの秘訣を、こちらで手に入れてください。

有名経営者たちがこっそり実践している  
売上アップの秘訣は…





# セミナーに参加して集客に成功した経営者の声



高額報酬でも**年間1,000件以上**のお問い合わせに！

YouTube登録者が伸びたきっかけを作ってくれたのは、この絆徳の経営スクールで学んだマーケティングでした。「いい会社を世の中に増やしていきたい！」そんな想いのある方は一緒に学んでいきましょう。

登録者数120万人突破！YouTubeチャンネル『脱・税理士スガワラくん』でおなじみ

**SMGグループ CEO 菅原由一さま**



コロナ禍でも**3年間**で**80店舗開店**に成功し、売上も**V字回復**することができました！

GOSSO株式会社 代表取締役  
**藤田建さま**



理論的な話だけでなく**実践的なノウハウ**が多数紹介されている講座。**自社の幹部**に広げたいです。

元LINE株式会社 代表取締役社長  
C Channel 代表取締役社長  
**森川亮さま**

# 新規集客・売上アップ・事業拡大に悩む経営者へ

MBAよりも実践的！すぐ使える！と大好評

今、**売上**を伸ばす**経営者**の秘訣  
成果に直結する

## 「三方よし」 マーケティング 特別セミナー

オンライン開催

無料で参加する



参加経営者



後発組から  
業界最大手に成長！  
SBCメディカルグループ  
代表 相川 佳之 氏



社員3名から  
売上250億を突破！  
武蔵コーポレーション  
代表 大谷 義武 氏



コロナ禍でも  
80店開店！  
GOSSO株式会社  
代表 藤田 建 氏



YouTube登録者数  
120万人越え！  
SMGグループ  
CEO 菅原 由一 氏