

## 第19回：ズームイン・ズームアウトの技術

セールス力を一気に高める秘訣、  
成約率アップ、パッと集められるようになる。

こういうのやります！  
って言えば、パッと人を集めることができる。

実際にできている人はいない。  
だからこそ、実践すればいい。

有名になってからって練習できない。  
有名になるとセールス力は鍛えられない。  
勝手に売れてしまうから。

センスを磨くと、セールスの達人になる。

運命を変える神話の法則をコンパクトにして使う。  
意識せずとも、無意識にそういうトークになるのが理想。

信頼残高を貯めても売れるわけじゃない、売れるとは限らない。

例えば、銀行に預けてたとする。  
でも、印鑑とか通帳が必要。

つまり、引き出し方がある。  
それに、ちょっとずつ減っていく。

貯めたら、使った方がいい。

そうなった時に、引き出し方がある。

最近、無料セッションが集まらない人が多い。  
でも有料商品は売れている。

信頼残高はたまっている。

これはなぜか？

運命の神話の法則で言えば、  
未来Aが見えてない。

多くの人は未来Bしか見えてない状態だと、  
何か新しい行動を起こそうと思わない。

先に未来Aを見せないといけない。  
そこに阻む壁を見せて、乗り越え方も見せる。

見込み客のほとんどは、問題なんてそんな抱えてない。  
パッと相談したいってのはそんなない。

特に今すぐ聞きたいのがない。  
ほとんどの人はそう。

ということは、多くの人は悩みがない。

成長したいと思ってないから。  
でもそれは、見えてないだけで、本当はある。  
それが出てこないだけ。これがデフォルト。

未来Aが出現しただけで悩みが出る。

ということは、  
未来Aを提示しないと悩みが出現しない。

信頼残高を貯めても、  
着火剤がないと燃えない。換金できない。

どういう意識をすればいいか？

個人的には、  
ブレットを作る練習をしとくといい。

ブレットは色々な書き方がある。

基本的には3ブロックの構成。

- 1、未来Aの方向付け（常識の破壊）
- 2、問題を顕在化する（より深刻であることを伝える）
- 3、解決策と付随するベネフィット・トランスフォーメーションの提示

短くていいから、ブレットを作る。

簡単に言えば、

「無料セッションやります、きてください！」  
しか書いてないから。

ぼんやりしすぎている。

特に、重要なこと。

多くの方はテーマを広げすぎている。

「なんでもいいんで」はテーマを広げすぎている。  
逆に絞ったらくる。

広げすぎると、  
深刻な悩みを持っている人が来る。  
あるいは、なんとなく来た。みたいな。

例えば、恋愛系の講座。

「恋愛について、悩んでいることあればきてください」  
これは、こない。

深刻な人だけくる。

あえて、絞る。

結局は何でもいいですよ。

1回絞って、広げる。

その絞ったことが気になる。

何か顕在化させないと行動させない。

「あるミスを犯しているんですよ。」って。

これ知りたいってのを作る。

じゃないと、行動しようって着火剤にならない。

信頼残高を貯めても、行動しようってならない。

何でもいいから、1個入れておく。

無料で集められる力が重要。

有料だとセールスレターを書くから、集まる。

有料か無料かは関係ない。

人は着火剤がないと行動しない。

あるテーマを設定しないといけない。

一回ズームして絞って、広げる。

グーグルマップ式ライティング。

クローキングのポイントはフォーカスを変える。

色んな場所にズームインする。

どれかひっかかる。

ブレットは全部興味持たなくていい。

どっかに引っかかったらいい、どれかが気になる。

「これが聞くために、申し込もう。」って感じ。

これ解決しないとねれないからオッケー。

実践するとセールス力が上がる。

こんな人もいた、  
その人はセラピスト。アロマとかもやってた。

アロママッサージします、は普通。差別化できていない。  
申し込もうって思わない。

睡眠改善に特化してやればいってアドバイスをした。

何かしらのストーリーを作る。

告知文も睡眠改善でストーリーを作る。  
改善した後の未来も書く。

睡眠改善にズームインする。  
何かにフォーカスする。

一応それでも言いつつ、  
それ以外の悩みでも全然オッケーっていう。

あえて、テーマだけ決めとく。

占いと同じ。当てはめてしまう。  
パトカーがいたらひやっとするのと同じ。悪いことないかなって思ってしまう。

夜パソコンのしすぎで、目がしんどいなっていませんか？  
これが1シーン切り取り。

朝起きた時の描写をしたりとか。

グーグルマップでズームインした時に、ストリートビューに見えたりとか。

あちこちに実は空いているってことを伝える。

悩みを知らない。  
背中にデキモノがある感じ。

信じているけど、別になって思われている。

ノットアクトは着火剤が必要。

ゲシュタルトに穴を作って戻す。

集客でも同じ。

アクセスが集まっているのにメルマガ全然登録されません。  
本も売れているけど、記事も読まれているけど。

見てみたら、メルマガもやっているけどどうぞって感じ。

そりゃ登録されない。

どうすればいいかというと、  
未来Aを提示する。

なにか1個にフォーカスする。  
何でもいいから、1個コンテンツを用意する。

いくらいいい情報発信をしていたとしても、無理。

メルマガを登録しようって思う行動に着火剤が必要。

じゃないと、信頼残高を貯めただけで終わる。

着火剤があれば、少ない信頼残高でも乗り越えられる。

ずっと読む気はないから、  
これが気になるからこれがわかるまで読もう、みたいな感じ。

読んでいくうちに穴ができる。  
きっかけは何でもいい。きっかけは1個でいい。

ボレットはズームイン・ズームアウトを繰り返しているだけ。

うまくいっていても、うまくいかない時があるから、  
この方法があれば、すぐに増員できる。自由自在に人を集められる。

クロージングはメールごとに切り口を変える。  
コツは一箇所にフォーカスする。

やってしまいがちなのは、  
毎回この講座がいかに大事かを話してしまう。

マイナーでもいいから、クローズアップする。