DAN KENNEDY'S FAST CASH CHECKLIST

MAKE THEM

BUY NOW!

ダン・ケネディの
”ファストキャッシュ”チェックリスト
～今すぐ買わせる10の秘訣～

1. 顧客リストを刺激し、キャッシュを得る

2. ひとつの商品やサービスに複数の価格帯を作る

3. ”シークエンス”メールの活用

4. 価格・料金を上げる

5. 顧客をより活発にするためのメールオファー

6. 推薦メッセージの使用を増やす

7. “ハイパーレスポンシブ”にターゲットを合わせる

8. アップセル(より高額の商品を売る)

9. “スラックアジャスター”（高価格・高利益商品）

10. コンビネーション

1.　顧客リストを刺激し、キャッシュを得る

　多くのビジネスには、本当に素晴らしい商品で文字通り“再び刺激を与えて欲しい”と思っているような、常連の、あるいは最近の顧客が名を連ねたリストがあります。私自身やクライアントのビジネスにおいて、私は1通のメールやDMだけで、数日間のうちに数千から2万人ほどの顧客リストを、現金600万円〜6,000万円に変えてきました。あなたにも、それができるのです。

　まず最初に、あなたがやるべきことは、リストの上位顧客へメールやDMを送り、テストをすること。それからリスト全体、その後に外部広告などの“ビッグリスト”へと展開していきます。この種のメールやDMに関する素晴らしいスワイプファイルは「マグネティック・マーケティング」の中に収録されているので、参考にしてみてください。

2.　ひとつの商品やサービスに複数の価格帯を作る

　昨年の例として、私はとあるクライアントから依頼され、12ヶ月間、毎月1本ずつテープを送る商品のリニューアルキャンペーンのコンサルを引き受けました。このプログラムを“ベーシック”なものに変更し、新たに高価格で高利益の“デラックス”バージョンを加えました。結果として、私たちは前年とほぼ同数の顧客と契約を更新しましたが、30%以上をデラックスに移すことに成功し、純益は約50%増となりました。

　これは、ファーストフードビジネスでは、わずか数ドル追加するだけで食事を“スーパーサイズ”にできることに相当します。映画館では、1ドル追加するだけでMサイズのドリンクがLサイズになり、おかわり自由になることに相当し、この他にも様々な事例が存在します。あなたのビジネスでは、どのような工夫が出来るでしょうか？

3.　”シークエンス”メールの活用

　実際のところ、有益なメールは、どんなものでも2通目、3通目 (あるいはそれ以上) に分けて、フォローアップをすることによって、さらなる利益を生み出します。この、連続したメールを”シークエンス”と呼びます。さらに、ステップメール機能を使えば、配信を自動化することも可能になります。

4.　価格・料金を上げる

　専門家やマーケター、企業はみな、価格・料金を上げることに対して必要以上に恐れを抱き、あまりに長い期間、値上げを待ってしまいがちです。値上げに踏み切る頃には、時すでに遅しということもあります。

　あなたのリストの上位顧客を特別料金で優待し、新規顧客からはより多くの金額を請求することや、値上げを行う前に購入するという“千載一遇のチャンス”を顧客に与える (これはキャッシュフローを上昇させるもうひとつの手段です) などの選択肢を考えてみましょう。複数の価格のデッドラインを区切ることで、売上は上がりやすくなります。

5.　顧客をより活発にするためのメールオファー

　私は他の人々と同じくらい、消費することに対する顧客の欲望・意志・能力を生かしきれていないと感じています。主要なカタログ雑誌が、どのくらいの頻度で顧客にカタログを届けているか、考えてみてください！

　多くのビジネスは、良いオファーを、メールで顧客に知らせる頻度を倍増することができます。

6.　推薦メッセージの使用を増やす

　これほどパワフルなツールはありません。広告（セールスレター）やメール、DM、パンフレット、名刺、電話の保留メッセージなどに取り入れましょう。メッセージを録音したオーディオテープを作りましょう。そして、とにかく量を増やしましょう。多ければ多いほど良いのです。

　既存の出来の良いダイレクトメールパッケージを手にとり、より多くのより良い推薦メッセージを加えましょう。そうすることで、反応を上げる可能性が50%以上増えます。

7.　“ハイパーレスポンシブ”にターゲットを合わせる

　どの顧客の中にも“ハイパーレスポンシブ (超反応層)”と呼ばれるグループが存在し、尽きることがないほどの購買意欲を有しています。

　マーケターたちの大半は、この層を未開拓のまま放置しており、その結果、これらの消費者たちは、その他多くの企業からほぼ同等の似たような商品やサービスを買うことになってしまいます。

　より多くの商品を企画し、これらのグループにアプローチする機会を増やすことで、利益は確実に上積みされます。

8.アップセル (より高額の商品を売る)

　もしあなたの会社で、顧客と電話でコンタクトをとるごとに“電話アップセル”が行われてないのであれば、これを導入することで確実に利益が生まれます。
　初めて注文しようとしている新しい顧客に関しては、良いアップセルに対して20〜30%が同意してくれます。その際、かかる営業費用はほぼ皆無です。
　電話だけでなく、オンラインのセールスレターにアップセルを付けるのも、もちろん効果的です。

9.スラックアジャスター（高価格・高利益商品）

　高価格で高利益の“ビッグチケット”商品。どのビジネスにも、これがひとつはあるはずです。なぜなら、どんなビジネスにも、それを買う顧客がいくらか存在するからです。
　このような商品を作り出すことで、ビジネスの純利益が30%や50%、あるいはそれ以上向上することもよくあります。

10.コンビネーション

　今までに挙げた10の秘訣のうち、少なくとも2、3種類を試し、“調和のとれた”やり方で行っていれば、1種類だけをやるよりも、必ず大きな結果が出ます。

　私がコンサルを行う上で、これらの複数の秘訣を組み合わせても、改善できる余地が見当たらないビジネスに遭遇することは、滅多にありません。

ダン・S・ケネディ(DanS.Kennedy)

米国在住のセールス＆マーケティングの専門家

ダイレクトレスポンスマーケティングの世界的第一人者であり、超一流のコピーライター。マーケティングアドバイザー、コンサルタントとして何百という大小さまざまな規模のクライアント企業を大成功に導いた実績を持つ。

フォーチュン500社や名の通った企業などを多数育てた実績を持っている。その中には、数億円規模のクライアントから、数千億規模のクライアントまでいる。例えば、アムウェイ株式会社、日本でも有名なニキビケア商品「プロアクティブ」を販売しているガシーレンカー社。(この会社も彼のクライアントで、最初のTVショッピングからダン・ケネディがブレーンとして加わっている)。現在のコンサルティング料金は、1日最低128万円。コーチングプログラムは年間320万円と超高額。

ダン・ケネディの
”ファストキャッシュ”
チェックリスト
～今すぐ買わせる10の秘訣～

GKIC
INSIDER'S
CIRCLE

Copyright 2015 Direct Publishing,Inc. All right reserved.