



自動で売れ続ける WEBの仕組み構築の手引き

Step③ あなた独自の成功パターンを活かして
仕組みを構築する



Step③ あなた独自の成功パターンを活かして
仕組みを構築する

【その⑭】

商品購入までのフローを仕組み化する(3)
それでもためらう見込み客への対処法



買わない理由を先回りして潰していく

**見込み客の不安にフォーカスし、
その不安を一つひとつ取り除いてあげよう！**



購入をためたう典型的な理由と対応 ①

購入をためらう理由

お金がない(お金が減るのが嫌だ)

対応

あなたの商品を購入することが「消費」ではなく「投資」であることをアピールして、投資効果をイメージしてもらう。行動を変えなければ未来は変わらないと伝える。



購入をためたう典型的な理由と対応 ②

購入をためらう理由

いま本当にこれに注力すべきか確信が持てない

対応

セールスの過程で描いてきた「理想」に到達するためにはこの選択がベストであることをアピールする。



購入をためたう典型的な理由と対応 ③

購入をためらう理由

本当に結果が出るのか確信が持てない

対応

情熱と責任感を伝えた上で、これまでの実績をアピールする。
商品に成果保証や返金保証をつけることで安心してもらう。



買わない理由への対策(その他)

- ・購入前の疑問や質問に答える電話相談窓口を用意する。
- ・セミナーに参加できない遠方の見込み客のためにオンラインの説明会を開催する。
- ・正式に参加費を払う前に1ヶ月の体験入会を用意する。



「選んだのは自分自身」
決意をしたなら覚悟をもって！