

2.バックエンド商品の作成

バックエンド商品

↓

フロントエンド商品

↓

無料プレゼント

↓

情報発信

バックエンド商品

しっかりと利益の出る商品を作りましょう

バックエンド商品の役割とは？

→利益を出すことにある

フロントエンド商品は利益を出さなくてもいいけど

バックエンドはしっかりと利益を出すことを目的にする

注意点とは？

→利益を出すことが大事

利益の出ない値下げはしない

最初の段階でお客様の声を集めるための

値下げはOK

→値下げ・安売りは極力避ける

顧客を最大限満足させるサービス

どうすれば顧客が満足してくれるか

→マンツーマンのサポートが必要

ある程度高額かつ徹底したサポート

あなたの最上級のサービスで最高のサービス

1.価格戦略・価格の設定

どのように価格を設定するか

→目標売上から逆算

(客単価)×(客数)を考える

例えば目標100万円

100万円=1万円×100人

100人に売るのは厳しい

ここでブラしちやいけないのは客単価

安い商品をたくさん売るのはしんどい
→労力がかかる上に情報発信が必要

高単価で少人数の方がまだ楽
100万円=50万円×2人

現実的なのは
100万円=10万円×10人

利益の出ない価格にはしない
その価格の上で客数を揃えていく

2.ターゲットの選定

①お金を払う能力のある人を集める
→貧乏な個人を相手にするよりもお金のある個人・法人の方が良い

②悩みの深い人をターゲットにする
→困っているため、すぐにお金を出しやすい
悩みが深い人をターゲットにする

③成功させられる人を選ぶ
売れば何でもいいじゃダメ。
クライアントが儲けられるからこそお金を頂ける
お客さんがハッピーになれるからこそお金を頂ける

成功させられる人をターゲットとして選ぶ

※より詳しくターゲット選定を学びたいなら
Webマーケティング中級講座の4つ目「3C分析・STP分析」
案件獲得講座の4つ目「誰に売るか？で単価が決まる」

3.コンセプトの設計

似たような商品売るにしても
コンセプトによって売上、単価も大きく変わる

この商品は自分のための商品だ！
と思ってもらえるような価値
キャッチコピーみたいなイメージ

ライザップの
「結果にコミットする」パーソナルトレーニングジム
みたいに

魅力的なコンセプトを作ることで
高単価でも売ることができる
↓
それと同時に選ばれやすくなる

→他との差別化が図れる

※より詳しくコンセプトを知りたいなら

Webマーケティング中級講座6つ目「売れる商品コンセプトを分析する」

※商品設計について詳しくは

Webマーケティングの中級講座へ