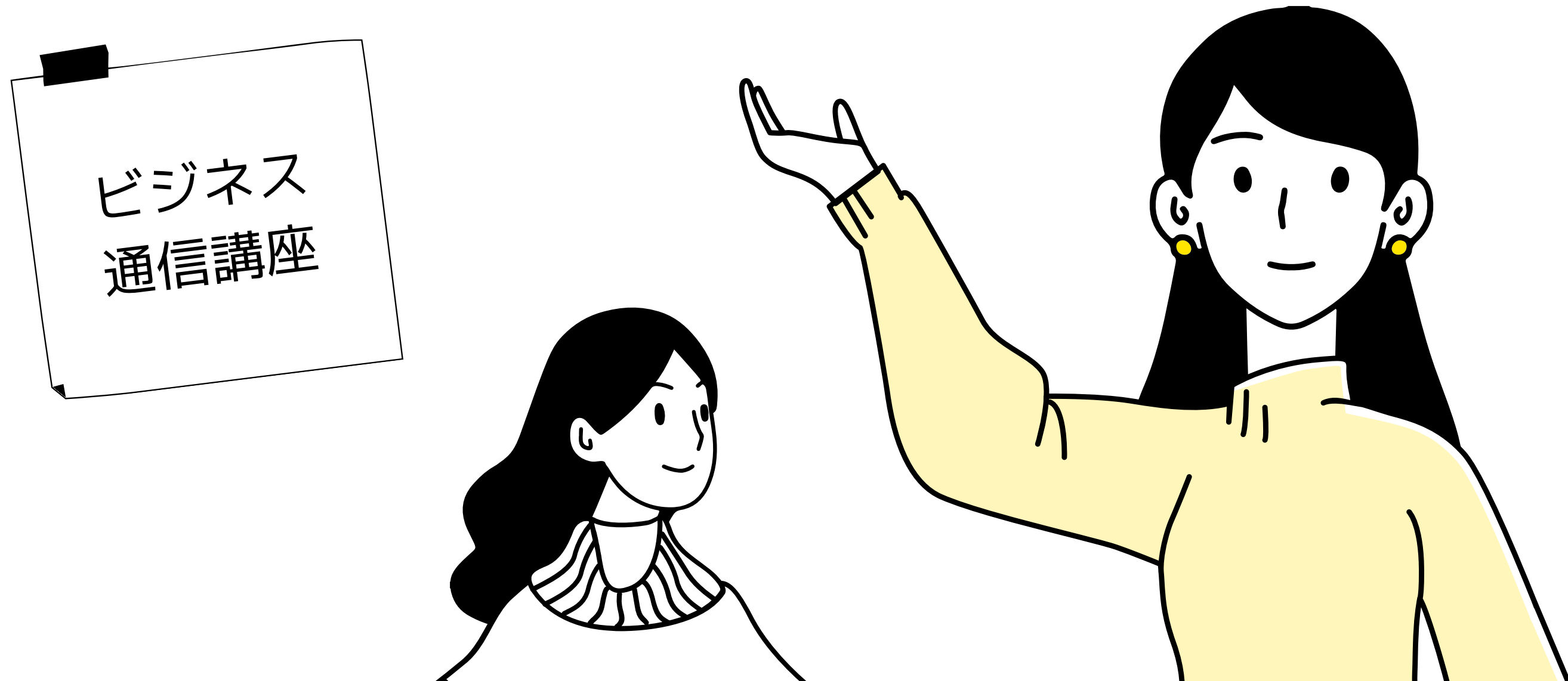
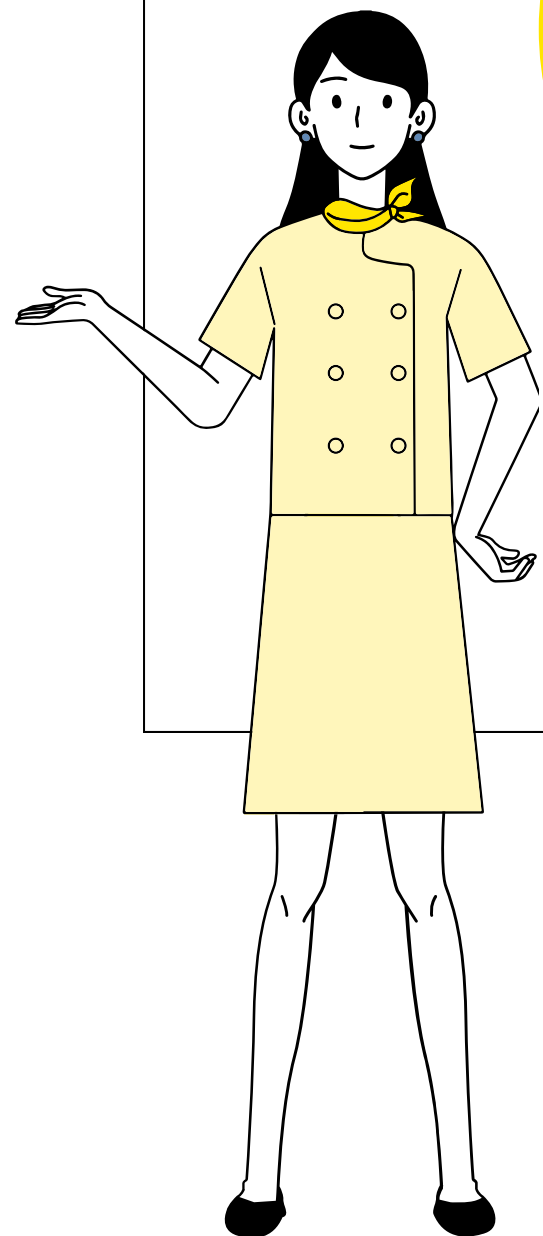


セールスまでの情報発信計画 プロモーション（案）





セールスまでの
情報発信の
例をご紹介します

お客様に安心、納得して
申込んでもらうためにセールスまでの
プロモーションを計画しましょう

行き当たりばったりや、思いつきでやるのはNG
カスタマージャーニーに基づいて
丁寧に情報提供をしていきます

期待感を高める



- 販売日を事前予告する
- 5回～10回程度、内容について紹介していくことで期待感を上げていく
- いきなりセールスページ（LP）を見せるのではなく、これを分割して伝えてあげるイメージ（プロダクトローンチ）
- 直接会って話したり、実物を見せたりできる場合はいきなり契約に至ることもあるけど、Web上でやるときには時間をかける必要がある

期間限定・人数限定にする



- いつでも申し込める
…盛り上がらないから、財布が開かない
- オンラインはダラダラ付き合う形になるからタイミングをつくってあげるのが大事
- 例) ○月○日までの限定申込み
- 例) ○人限定で受け付けます

プロモーションスケジュール（案）



- 2週間前くらいからプロモーション
- 1ヶ月だと長いかな、1週間だと煽り気味になるかな
- 告知方法はインスタ投稿、ストーリーズ、LINE公式、ブログなど、なんでもOK
- メディアミックスしてもOK
- とにかくお客様の目に触れる機会を増やす

プロモーションスケジュール（案）

14日前	販売日 なぜこのサービスを提供するのかストーリーや考え、経緯
10日前	リリースに向けて内容を充実させている、強い思い
7日前	ひとりひとりを大切にしたいから人数制限、期間限定
4日前	お客様のビフォーアフター、声
2日前	お客様のビフォーアフター、声
1日前	いよいよ明日〇時、人数限定
販売日	販売→契約

何度も伝えても
ウザくないです

**お客様の気持ちの変化に
寄り添って
いきなり売らない！
伝える手間を惜しまない！**

必要としている人に
ちゃんと安心、納得して
申込んでもらいましょう