

# 熱心なノウハウの実践者数



- あなたのノウハウを受け取って実践してくれる人の数
- 何ををもって「熱心なノウハウの実践者数」とするのは人それぞれ
- 例) メルマガに記載したURLのクリック数
- 例) LINEで送った動画の閲覧数
- 例) お茶会・相談会・ミニ講座の参加者数
- 情報を受け取り続けてもらう必要があるので、情報は定期的に発信する必要がある
- 「熱心なノウハウの実践者数」を増やすには「見込客数」か「実践者転換率」のどちらかを増やせばいい
- 「熱心なノウハウの実践者数」がたくさんいる状態をつくれれば売り上げが安定する

# セールス転換率



- セールス転換率 = セールス数 ÷ 熱心なノウハウの実践者数
- あなたのノウハウの熱心な実践者の中で、どれくらいの方がセールスを受けてくれたかという割合
- 熱心なノウハウの実践者が50人いるなかで、10名にセールスを行えば、セールス転換率は20%

# セールス数



- セールスを受ける人の数
- ここでは「あなたのサービス内容」と「提供したいという意思」を伝えることでセールスしたとみなします
- セールスの形式はいろいろあります
- 例) セールスレター (LP) を見せる
- 例) 個別相談でサービスを紹介する
- 例) お茶会でサービスの案内をする
- 「セールス数」を増やすには「熱心なノウハウの実践者数」か「セールス転換率」のどちらか、または「セールスの機会の回数」を増やせばいい

# 成約率



- 成約率 = 成約数 ÷ セールス数
- セールスした人の中で、何人に成約したかという割合
- 10人セールスして6人に成約したのなら成約率は60%
- 熱心なノウハウの実践者にセールスした場合は、その人の成長を加速させるサービスをオーダーメイドすることができれば成約率は100%に近くなる
- ただし、サービスの種類が多岐にわたるとサービス提供に支障がでることもあるため、提供人数を増やそうと思うとサービス内容はある程度、固定化する必要がある
- そうなると100%成約することは難しくなる

# 成約数



- 成約してくれてお客様になってくれる人の数
- 顧客導線のゴール
- お客様の数を増やすには「セールス数」か「成約率」のどちらかを増やせばいい

最初は難しいと思うけど...

**数値目標は  
自分で設定しよう  
やってみて  
見直したら良し！**

いつまでに  
何を達成するのか？  
明確になってはじめて  
今何をすればいいか  
決めることができます