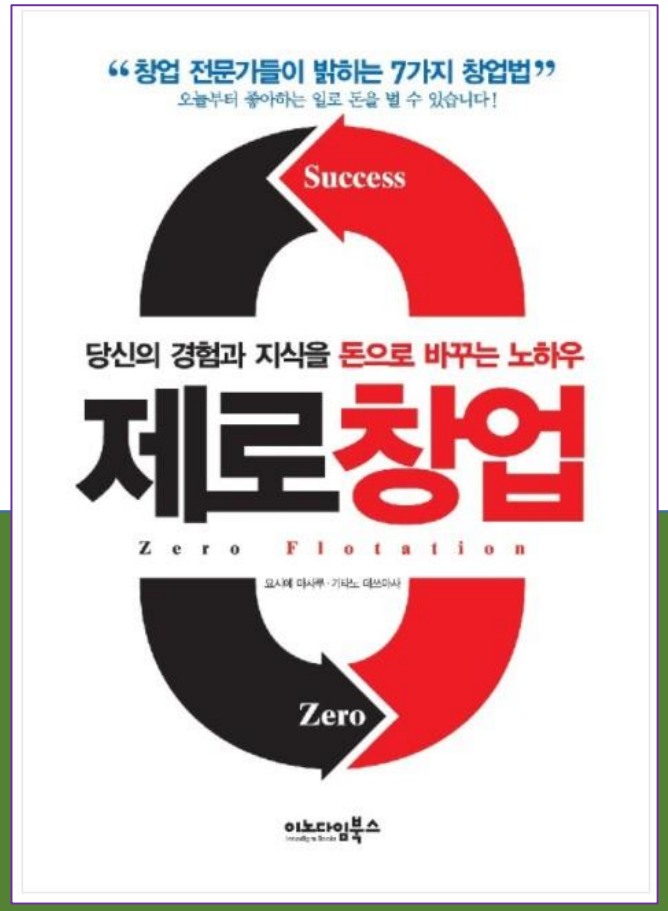
10회 소셜스쿨 일요일밤 북톡방

당신의 경험과 지식을,
돈으로 바꾸는 노하우



제로창업

요사에 마사루 · 기타노 데쓰마사

콘텐츠 큐레이터 정장식

제로창업

제Ⅰ부 발견편

제1장. '제로창업'으로 수입과 자유를 손에 넣자

제Ⅱ부 행동편

제2장. 가장 잘하는 분야와 취미를 마음껏 살린다!

제3장. '선생님'이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

제4장. 브랜드를 만들어 순조롭게 성공하기!

제5장. 지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

제6장. 전문가 없이도 시작할 수 있다.

제7장. 남의 지식을 상품화 하다.

제8장. 봄이 도래했다. 지식+기술로 창업한다.

제Ⅲ부 행동편

제9장. 아무도 모르는 집객의 테크닉!

제로창업

제 Ⅰ부
발견편

제1장. ‘제로창업’으로 수입과 자유를 손에 넣자

1장 '제로창업'으로 수입과 자유를 손에 넣자

제로창업

●창업하는데 자격도 준비도 돈도 인맥도 필요 없다. 일이든 취미든 당신이 지금까지 해온 경험을 활용하면 된다. **당신의 경험에는 당신이 생각하는 그 이상의 가치가 있다**.

●**'자신과 고객과의 지식차이를 무기로,** 경쟁(동종 업계 타사의 경쟁자들)이 없는 신기축(자신이 만들어 낸 온리원 영역)을 내세워 창업하는 것' 이라고 할 수 있다.

●제로창업을 성공시키기 위해서는 ①지식차이 사업의 아이템과 ②사업의 신기축을 발견하는 것이다.

●당신이 이미 갖고 있는 것(당신의 경험, 체험, 지식, 정보)을 , 초보자를 포함해서 **당신보다도 경험이 부족한 사람들에게 가르쳐 주고, 그 대가로서 수입**(또는 감사와 기쁨, 공감)이라는 가치를 되돌려 받아 성립되는 사업이다.

1장 '제로창업'으로 수입과 자유를 손에 넣자

지식차이 사업

●초보자나 경험이 부족한 사람에게 이미 내가 갖고 있는 지식을 가르쳐주는, 이른바 **'지식차이 사업'(자신과 상대방의 아주 사소한 지식 차이를 메꾸어 주는 노하우를 기반으로 하여 이를 고객에게 제공하고 그 댓가를 얻을 수 있는 사업)**으로 성공을 이룬다.

●**업계의 권위자로부터 배우고 싶다는 고객층도 있지만, 그 수는 초보자와 경험이 부족한 사람들보다 소수에 불과하다.** 고객의 욕구가 가장 많은 볼륨 존(Volume Zone)은 항상 아래쪽에 있으며 실적도 경험도 그다지 없는 제로 창업가 쪽이 장점이 더 많다는 것을 이해할 수 있을 것이다.

1장 ‘제로창업’으로 수입과 자유를 손에 넣자

[Five Focus1]

‘당신이 너무 좋아해서 열정이 샘 솟는 일’을 발견하기 위한 힌트

●그것을 하고 있으면 **순식간에 시간이 지나 버리는**(몰입해서 시간이 가는 줄도 모르는) 일들을 가능한 만이 노트에 기재해 보자

●성공에는 없어서는 안될 황금 법칙이란 무엇인가? 그것은 시작한 한다는 것과 지속한 한다는 것이다.

●‘1만 시간의 법칙’ 사람이 무엇인가를 습득해서 일류가 되기 위해서는 1만 시간의 연습(측적)이 필요하다. 즉, 양은 멀지 않아 질로 전환이 된다.

1장 ‘제로창업’으로 수입과 자유를 손에 넣자

[Five Focus1]

‘당신이 너무 좋아해서 열정이 샘 솟는 일’을 발견하기 위한 힌트

①당신이 돈을 받지 못해도 꼭 하고 싶은 일은 무엇입니까?

②당신이 몰입을 해서 시간이 지나가는 줄도 모르는(하고 있으면 눈 깜짝할 사이에 시간이 지나가 버리는)일은 무엇입니까?

③당신이 자기도 모르게 기뻐하거나 기분이 좋아지는 일은 무엇 입니까?

④당신이 평온한 기분이 되거나, 편안해질 수 있는 일은 무엇입니까?

⑤당신이 의욕이 생기거나, 또는 만족감이나 보람을 느끼게 하는 일은 무엇입니까?

1장 '제로창업'으로 수입과 자유를 손에 넣자

[Five Focus2]

'당신이 지금까지 경험해 온 일'을 발견하기 위한 힌트

●일이든 취미든 무엇이든 관계없이, 어릴 적부터 지금까지 당신이 체험해온 것을 시계열로 나열해 보자.

●모두 기재했다면, 이번에는 그것을 될 수 있는 한 브레이크 다운(세분화) 해보길 바란다.

1장 ‘제로창업’으로 수입과 자유를 손에 넣자

[Five Focus2]

‘당신이 지금까지 경험해 온 일’을 발견하기 위한 힌트

①당신이 지금까지 가장 많은 시간과 돈을 사용해 온 일은 무엇입니까?

②당신이 실제로 돈을 번일(아르바이트 포함)은 무엇입니까?

③당신이 성과나 실적을 달성해 온 일로는 무엇이 있습니까?

④당신이 보유하고 있는 자격이나 표창을 받은 일(어린 시절 포함)을 모두 떠올려 보십시오

1장 ‘제로창업’으로 수입과 자유를 손에 넣자

[Five Focus3]
‘당신이 남에게 칭찬을 받았다 거나, 남을 기쁘게 한 일 ' 을 발견하기 위한 힌트

- ‘타인의 평가’만이 진실이다. 그것이 온리원이 될 당신의 매력이다.
- 되도록 상대방의 감정을 긍정적으로 움직이게 한 일을 떠올려 보자
- 남에게 칭찬을 받았다거나 남을 기쁘게 한 일은 틀림 없이 니즈가 있고, 시장이 있다는 증거이다.

1장 ‘제로창업’으로 수입과 자유를 손에 넣자

[Five Focus3]

‘당신이 남에게 칭찬을 받았다 거나, 남을 기쁘게 한 일 ' 을 발견하기 위한 힌트

①당신이 자주 사람들로부터 부탁을 받거나, 초대받는 일은 무엇입니까?

②당신이 지금까지 남에게 공감을 불러일으키거나, 감동을 준일은 무엇입니까?

③당신이 사람에게 웃음을 주었거나, 힐링을 줄 수 있는 일은 무엇이 있습니까?

④당신이 남을 보면서 “왜 이런 일을 못하지?”라고 신기하게 생각한 적은 없습니까?

1장 '제로창업'으로 수입과 자유를 손에 넣자

[Five Focus4]
'당신의 콤플렉스(열등감)를 발견하기 위한 힌트

●**사람은 자신과 공통의 고민을 갖는 사람들로부터 현실에 맞는 체험담(**조언)을 듣고 싶어 하는 것이 인지 상정이다.

●콤플렉스야말로 '지식 차이 사업'을 시작할 때, 당신의 최대 강점이되는 다이아몬드 같은 옥석이 숨겨져 있는 경우가 많다.

●**당신과 같은 고민을 갖고 있다가 그것을 극복한 사람들과** 고민이나 문제를 갖고 있는 사람의 마음을 티끌만치 이해할 줄 모르는 사람이 있다면 당신은 어느쪽이 더 신뢰가 가겠는가?

1장 '제로창업'으로 수입과 자유를 손에 넣자

[Five Focus4]
'당신의 콤플렉스(열등감)를 발견하기 위한 힌트

①당신이 이것 만큼은 남에게 이야기하고 싶지 않은 것은 무엇입니까?

②당신이 생각만 해도 화가 치밀어 오르거나 분한 것은 무엇입니까?

③당신이 생각만 해도 슬퍼지거나 불안해지는 것은 무엇입니까?

④당신이 사람을 보고 거부 반응을 일으키거나 질투심이 싹트는 일은 무엇입니까?

1장 ‘제로창업’으로 수입과 자유를 손에 넣자

[Five Focus5]
‘아무런 제약이 없다며 꼭 해보고 싶은 일 ' 을 발견하기 위한 힌트

①만능의 힘을 갖춰 절대로 실패하지 않는다면 무엇을 하고 싶습니까?

②평생 생활에 걱정 없는 막대한 재산이 들어온다면 무엇을 하고 싶습니까?

③의사로부터 3개월 시한부 선고를 받는다면 무엇을 하고 싶습니까?

④타임머신을 타고 어린 시절로 돌아갈 수 있다면 무엇을 하고 싶습니까?

제로창업

제Ⅱ부
행동편

제2장. 가장 잘하는 분야와 취미를 마음껏 살린다!
-컨설턴트 창업법-

2장

가장 잘하는 분야와 취미를 마음껏 살린다!

'가르치는' 요소를 추가하면 '선택받는' 존재가 된다

●경험을 고객에게 가르쳐 주고 그 대가를 받는 **'지식 차이 사업 ' 이란, 고객에게 새로운 체험과 문제 해결 노하우를 알려 줌으로써 성립되는 컨설턴트 업무**

●가격 이외의 이유로 선택을 받고, 그 결과로서 돈을 벌기 위해서는 고객에게 새로운 가치 판단을 제공할 필요가 있다.

사례

뉴스레터 중 평판이 좋아던 콘텐츠를 기준으로 매뉴얼을 제작 컨설팅 수입과 합쳐 회사 월급의 2배 가까이 넘게 되어 회사 퇴사하고 독립

매일 발행하는 이메일 메거진으로 독자와 신뢰관계를 구축해 놓았기 때문이다. 눈앞에 있는 것처럼 이해하기 쉬운 말로 이야기하고, 또 **중소기업의 경영자가 어떤 일로 고민하고 있는지, 어떤 매뉴얼을 얼마에 사고 싶어 하는지를 이메일 매거진상에서 빈번하게 질문하고, 그에 대해 진솔하게 대응해 나갔다.**

2장

가장 잘하는 분야와 취미를 마음껏 살린다!

무료 웹사이트 제작업이라는 업무에 컨설팅 요소 추가

사례

고객의 진정한 목적은 홈페이지를 통해서 자사의 매출을 올리는 데 있다. 마케팅의 원점인 고객의 이득(상품과 서비스로부터 얻는 혜택)에 눈을 돌린 N씨는 "귀사 전략에 적합한 홈페이지를 컨설팅하여 제작해 드립니다. **제작된 새로운 홈페이지에서 3개월 이내 신규 매출이 발생하지 않을 경우에 웹사이트 제작 비용을 전액 환불해 드립니다."** 라는 완전 환불 보증형 컨설팅을 제안을 실시

●**통상의 홈페이지 제작사보다 3배 이상의 높은 금액으로** 다수의 고객을 끌어 모으는데 성고하고 있다.

●**상대방의 관심이 어디에 있는지 파악하고 흥미를 느끼도록 제안할 수 있다면 컨설턴트 창업으로 성공하는 것은 그리 어려운 일이 아니다.** 제안하는 순간, 고객으로부터 선택 받는 존재가 될 것이기 때문이다.

2장

가장 잘하는 분야와 취미를 마음껏 살린다!

컨설턴트 창업의 성공과 실패

●고객이 그토록 갈망하는 것은 무엇일까? 또는 그것을 생각하면 밤에 잠도 이루지 못할 정도로 **불안하고 걱정되는 문제는 무엇일까?**

●컨설턴트 창업의 경우, 그것에 대한 발견 여부가 곧 성공과 실패를 가름하는 분수령이 되기 때문에 충분히 잘 생각해 봐야 한다.

●**자기가 갖고 있는 지식을 남에게 가르쳐 주면 그것을 훌륭한 노하우이며, 희소성을 지닌 콘텐츠가 된다.** 그리고 그들과 같이 컨설턴트 창업을 한다면 (돈으로 바꾸어 주는 사업 모델을 만든다면), 매달 셀러리맨의 보너스 수준의 수입을 얻는 것도 가능해 진다.

2장

가장 잘하는 분야와 취미를 마음껏 살린다!

컨설턴트에게 자격은 필요 없다. 유일하게 필요한 것은....

●컨설턴트에게 있어서 필요한 것은 바로 집객(마케팅과 세일즈)인 것이다. 한마디로 당신이 간절히 바라는 **고객(경쟁이 없는 온리원 영역의 목표 고객층)에게 당신이 갖고 있는 정보 (지식 차이 사업)를, 당신이 가장 강점으로 하는 매체를 통해 전달하는 것이다.** 따라서 당신이 가장 먼저 착수해야 할 일은 정보를 전달하기 위한 매체를 준비하는 것이다.

●**처음에는 한 가지 매체로 좁혀 집중하는 것이 효과적이다**. 추천하고 싶은 것은 이메일 매거진이다. 다른 대부분이 기다려야 하는 매체인 것에 비해, 이메일 매거진은 유일하게 이쪽에서 접근할 수 있는 능동적 매체이기 때문이다.

2장

가장 잘하는 분야와 취미를 마음껏 살린다!

구체적인 인물을 향해 메시지를 담는다

이메일 매거진을 집필할 때, 자기 안에 **하나의 테마를 가지면 쉽게 글을 쓸 수 있을 것이다. 구체적으로 실존 인물을 한사람 떠올려 보길 바란다.**

"OOO씨가 힘이 나도록, 격려하는 문제로 글을 쓰자", "OOO씨의 일이 개선될 수 있도록 오늘은 구체적인 노하우를 쓰자 " 는 등의 실존하는 한 사람의 독자를 향해 초점을 맞추면, **그 사람의 입장이나 상태에 놓여 있는 고객층이 반드시 존재하므로, 결과적으로 많은 사람들의 공감을 불러일으키는 내용의 이메일 매거진이 되는 것이다.**

2장

가장 잘하는 분야와 취미를 마음껏 살린다!

고객이 '뭐라도 답례 하고 싶다 ' 는 마음이 절로 들게 만든다

●이메일 매거진 질보다 양에 무게 중심을 두어야 한다는 것이다.

●**가장 중요한 것은 접촉 빈도다. 되도록이면 매일(매일 발행), 또는 적어도 주간(1주일에 1회발행)으로 발신 할 수 있도록 하자.** 정규적 규칙적 이메일 매거진을 발행함으로써, 일정 수의 독자들은 당신의 이메일 매거진에 공감과 애착을 느끼게 될 것이다. 당신의 이메일 매거진을 읽는 습관이 들기 때문에, 이후에 당신이 사업을 할 때 대단히 큰 강점이 될 것이다.

●사람이 무엇을 구매하는가 보다도, 누구로부터 구매할 것인가를 우선하기 때문이다.
이매일 매거진을 통해 당신의 기술과 인간성을 알리는 것이 필수적이다.

2장

가장 잘하는 분야와 취미를 마음껏 살린다!

당신이 받게 되는 것의 양은 당신이 제공한 것의 양에 비례한다.

●당신이 제공한 것이 많아질수록 **독자는 당신에게 "너무 받기만 해서 미안하다. 뭐라도 답례를 하고 싶다 " 는 마음이 싹트기 시작한다.** 이 시점에 컨설팅을 제안한다면 많은 독자가 스스로 나서서 신청을 해 주게 될 것이다.

●처음에는 저가격의 **시범 컨설팅을 제안하거나 또는 세미나를 개최해 볼 것을 추천한다.** 시범 컨설팅을 실시한 후에 고객이 "아, 역시OO씨 [당신]의 기술과 인간성은 믿을 만하다!"는 것을 확인한 다음에 크로징을 한다면 의뢰해 줄 확률이 높을 것이다.

●당신이 아무리 좋은 가사를 썼다 해도 그것을 **읽어 주는 사람이 없다면, 그 콘텐츠는 존재하지 않는 것과 마찬가지다.**

2장

가장 잘하는 분야와 취미를 마음껏 살린다!

품을 들여 고객 후보를 모으는 방법.

➢노하우① 명함을 모아 이메일 매거진에 등록을 의뢰한다.

➢노하우② 홈페이지와 블로그에 이메일 메거진 등록 폼을 만든다.

➢노하우③ 세미나와 이벤트를 주재하여 이메일 메거진에 등록을 의뢰한다.

➢노하우④ 세미나와 이벤트를 주재하여 이메일 메거진에 등록을 의뢰한다.

돈을 들여 고객 후보를 모으는 방법.

◆노하우① 광고로 독자를 모집한다.

◆노하우② 어필리에이트로 독자를 모집한다.

독자에게는 양질의 이메일 메거진 콘텐츠를 발신하여 신뢰 관계를 구축해 나가자,
반복해서 말하지만, 당신이 준만큼 곧 당신에게 돌아 오게 된다.

제로창업

제Ⅱ부
행동편

제3장. '선생님'이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.
-세미나 창업법-

3장

‘선생님’이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

세미나만큼 활용할 수 있는 도구는 없을 것이다

- **세미나를 통해 당신은 파는 사람(판매자)이 아니라 가르치는 사람(선생님)으로 입장이 바뀐다는 점이다.** 세미나 단상에서 이야기 하는 당신은 참가자(고객)의 입장에서 보면 틀림 없는 선생님에 해당된다.
- 그 관계성 속에서 고급 상품(컨설팅이나 고가격 프로그램 등의 가장 수익성이 놓은 핵심 상품)을 팔기 쉬워진다는 장점도 있다.
- N씨 무료 코칭을 해주고, 그 후는 유료 코칭으로 자동 전환되는 사업을 모델로 영업을 추진했지만 잘 성사 되지 않다. **무료라고 하면 진심으로 열심히 코칭 받고 싶어 하는 사람이 찾아오기가 힘들기 때문에,** “다음에는 유료 " 라는 말을 듣는 순간, “그러면 이제 됐습니다 " 라고 거절하는 사례도 많아진다.

3장 '선생님'이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

이메일 매거진, 블로그, 페이스북 등 홍보로 유료 세미나 모집 실시

- SNS 홍보 매체로 2시간에 3천엔 세미나 실시하고, 참석자 중에서 관심을 가진 사람에게만 3개월 과정에 21만엔 경영자 대상 코칭과 68만 엔의 코칭 양성강좌(프로 코치로서 독립하고 싶어 하는 사람을 위한 6개월 프로그램)를 제안해 본 결과, 2시간 세미나에서만 매번 5~6명의 참가자가 모이게 되고, 2~3명의 코치 계약과 강좌 신청을 확보할 수 있게 되었다.

- **자신의 영업 세미나 동영상을 희망자에게 선물함으로써 이메일 주소를 모으고, 이들 예비 고객에게 정기적인 세미나 개최 안내를 보내고 있다. 예비** 고객은 이 동영상을 통해 N씨의 전문성과 인간성에 공감을 하고 있는 사람들이 대부분이므로, 세미나 신청률도 대단히 높아 세미나에 30~40명 참가자가 모인다.

3장 '선생님'이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

돈을 버는 세미나, 돈을 못 버는 세미나

- 정보형 세미나

세미나를 상품으로 비교적 높은 가격으로 참가지를 모집하고, 정보를 제공한 대가로서 보수를 받는 세미나, 시중에 이루어지는 대부분의 세미나 유형이다.

- 정보형 세미나 단점

첫째, 판매 소진을 해야 하는 세미나에서는 지속적인 수익 창출 모델을 만들기 어렵다는 단점이 있다. 접객수가 그대로 보수로 이어지는 세미나에서는 매회 참가자를 적어도 10명이상 모으지 않으면 적자가 되거나, 그다지 좋은 이익을 기대할 수 없다.

둘째, 하나의 콘텐츠만으로는 오래가지 못하기 때문에, 집객을 위해서 다양한 내용의 세미나 콘텐츠를 준비해 놓지 않으면 안된다는 점이다.

3장

‘선생님’이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

- 고객획득형 세미나

무료 또는 저가격으로 참가자를 모으고, 그중 일정한 수의 사람에게 당신이 정말로 팔고 싶은 고가격 상품과 서비스를 제공함으로써 보수를 받는 세미나

고객획득형 세미나의 성공기법 9단계

Step ①무료 또는 저가격으로 6인 이하의 세미나 참가자를 모집한다.

- 아직은 이름이 없는 당신에게 돈을 내고 배우고 싶다는 특이한 사람은 분명 소수이다.

따라서 1~3회 정도는 참가자를 무료로 모집해 보는 것을 추천한다. 고객획득형 세미나에서 캐시포인트는 고가격 상품과 개별 계약 판매이기 때문에 소수라도 관계없다.

- 무료일 경우 좋은 내용이라도 가치를 느끼지 못하거나 취소하는 사람이 생기기 때문 저가격으로 세미나 요금을 설정하는 것이 인색해 보이지 않을 것이다.

3장 '선생님'이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

Step ②세미나에 앞서 모든 참가자와 정성껏 커뮤니케이션을 한다.

- 세미나를 하기에 앞서, **한 사람 한 사람과 정성껏 커뮤니케이션을 한다.**
- 명함을 교환하면서 "어디에서 오셨나요", "이번 세미나로 무엇을 기대하시나요? 라고 상대방의 이름을 불러 주면서 소통을 하면 참가자도 당신에게 분명히 호의, 호감을 갖게 되므로, 그 후의 세미나 진행은 훨씬 부드러워 진다.

Step ③서두에 세미나로 달성할 수 있는 것을 선언한다.

- 이번 세미나를 통해서 달성할 수 있는 것을 구체적으로 선언해 주길 바란다.
- 세미나 종료 후에는, "내가 정말로 해야 할 비전과 미션이 이해된다." "세미나가 끝나면 내일부터 해야 할 일이 명확해져 있다" 등 같이
- 이상적인 미래를 선언함으로써 **세미나 참가자의 뇌리 속에서 세미나를 통해 얻을 수 있는 혜택을 다시 한번 부각시켜,** 적극적으로 참가하려는 '의욕스위치 ' 불을 켠다.

3장 ‘선생님’이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

Step ④ 시작 직후부터 참가자에게 주인 의식을 심어 준다.

- 세미나 서두에서 참가자에게 능동적인 발언을 하게 만듦으로써, “이 세미나에 참가하고 있다 " 는 주인 의식이 생긴다.
- “이 세미나 강사는 어떤 사람일까?” “이 세미나에 제대로 돈과 시간을 투자한 것일까?”라는 기대와 불안이 뒤섞인 어색한 시작이 될 것이다.
- “이번 1주일 동안 당신이 가장 기뻤던 일은 무엇인가요?” 또는 이세미나에 기대하는 (또는 세미나 후에 달성하고 싶은) 긍정적인 일을 하나 꼽아 주세요 " 라는 질문을 한다.

3장 ‘선생님’이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

Step ⑤ 맞춤형 해결책은 제공하지 않는다.

- 정보 제공형 세미나의 경우는 **참가자의 문제해결에 초점을 맞춰 세미나가 진행된다.** 자신의 개선점을 알게 되어 세미나는 참가자의 반응도 대체로 양호하다. 그러나 세미나 참가자와의 관계성을 더 이상 깊어질 수 없다.
- 참가자의 개별적 문제를 해결해 버리면, 가장 중요한 고가격 상품과 개별 계약등 핵심 상품의 판매로 연결되지 않기 때문이다.
- **고객획득형 세미나는 결코 참가자에게 맞춤형 해결책을 알려주어서는 안된다.** 세미나에서는 과거의 고객에 관한 성공 사례나 실패 사례를 중심으로 이야기를 진행하도록 하는 것이다.
- **자신에게 적합한 맞춤형 문제 해결책을 알고 싶어져서 고가격 상품과 개발 계약 등의 핵심 상품도 갖고 싶어지게 되는 것이다.**

3장 ‘선생님’이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

Step ⑥ 문제점을 참가자 스스로 인식하게끔 만든다.

- 성공 실패 사례를 이야기 한 후 한 사람, **한 사람에게 다음과 같이 질문을 던져 보는 것이다.** “앞으로 6개월, 1년, 3년, 5년 후, 10년 후에도 문제의 상태가 이어진다면 당신은 어떤 기분이 들겠습니까?” 질문한다.

- 본인에게 스스로의 문제점을 인식시키고, 자신의 입으로 말을 하게끔 만드는 것이 중요하다.

- 그 다음에는 “이대로는 안된다. 변해야 한다.”는 초조함이나, ‘빨리 이상적인 상태를 당성하고 싶다.”는 **기대감 때문에 해결책과 구체적인 방안을 갈망하는 의욕이 높아져서 핵심 상품의 구입을 진지하게 검토하기 시작한다.**

3장 ‘선생님’이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

Step ⑦ 가정법 질문으로 스스로 행동을 일으키지 쉽도록 만든다.

- “만약 실행한다면 언제부터 시작하겠습니까?” “만약에 구입한다면 A와 B중에 어느 쪽을 구입하겠습니까?”라는 가정법 질문을 해보는 것이다.
- **정식 계약서가 아닌 가계약서라는 이유로, 세미나 참가지의 서명에 대한 심리적 장벽을 현저히 낮출 수 있다.** “오늘은 가계약입니다. 따라서, 다음날에 필요 없아고 판단을 하다면 취소하셔도 괜찮습니다.”
- 사람은 자기가 한번 입에 담은 말을 뒤집는 것에 대한 심리적 저항이 생긴다는 ‘일관성의 법칙 ' 이 있기 때문이다.
- ‘만년필의 법칙’ 참가자의 장례를 생각하면서 애정 담긴 포용력이 표정으로 눈을 바라보면서, 고가의 만년필을 내밀어 서명을 구하는 것이다.

3장 ‘선생님’이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

Step ⑧ 망설이는 참가자의 등을 밀어주는 마지막 질문

- “잘 알겠습니다. 저도 무리하게 진행할 생각이 없습니다. 하나만 물어봐도 될까요? 문제를 극복하기 위해 이 계약이 필요하다고 생각하고 계실 텐데, 그래도 계약을 하지 않는 진짜 이유는 무엇인가요? ” 참가자의 장례를 걱정하는 진심을 가지고 거절의 이유를 물어 보는 것이다. 그리고 구체적인 거절의 이유가 나오면, 그 이유를 하나씩 없애버리도록 하면 된다.

- 여기까지 했는데도 서명을 하지 않은 사람은 더 이상 쫓아가지 않는 것이 좋다. 때가 되면 언제든지 요청해 주세요. OO에 대해 도움이 될 정보를 정기적으로 무료로 발송해 드리고 싶은데 괜찮으실까요? 뉴스레터 허가를 얻어 정기 관리한다.

- **대신, 정말로 마지막으로 친구나 지인을 소개 받을 수 있는지를 요청해 보면 좋다.**

3장 '선생님'이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

Step ⑨ 설문지를 마지막 세일즈맨으로 만든다.

- 고객 획득형 세미나의 경우, 설문지에도 클로징을 위해 개선할 필요가 있다.
  '설문지'지가 아니라, '세미나 감상 시트 ' 로 이름을 짓고, 세미나 마지막 시간에 충분한 시간을 들여, 마치 세미나 콘텐츠의 일부인 것처럼 연출하고 있다.

- 세미나 감상 시트

⑴오늘의 세미나에서 가장 좋았던 점은 무엇입니까?

>세미나 참가자는 마지막으로 좋은 점만을 떠올리게 된다.

⑵당신의 사업에 활용하기 위해 당신이 내일부터 할 수 있는 일은 무엇입니까?

>당신의 세미나가 보다 실천적이고 가치가 높은 것으로 느껴지게 되는 것이다.
그 자리에서 세미나 내용을 다시 되돌아 보게 한 후에, "그런데 구체적으로 나는 무엇을 해야 할지 모르겠다." 느끼게 하여 핵심 상품을 구입을 검토하게끔 한다.

3장 '선생님'이 되면 핵심 상품도 잘 팔린다.

⑵당신의 사업에 활용하기 위해 당신이 내일부터 할 수 있는 일은 무엇입니까?

>당신의 세미나가 보다 실천적이고 가치가 높은 것으로 느껴지게 되는 것이다. 그 자리에서 세미나 내용을 다시 되돌아 보게 한 후에, "그런데 구체적으로 나는 무엇을 해야 할지 모르겠다." 느끼게 하여 핵심 상품을 구입을 검토하게끔 한다.

⑶세미나를 받아 본 결과, 새롭게 궁금해진 점, 문제점 등이 있다면 알려 주십시오

>참가자가 현재 안고 있는 고민과 문제점을 자세하게 알 수 있다.

⑷무료로 도움이 되는 최신 정보(이메일 매거진 또는 뉴스레터)를 정기적으로 보내드리고 있으므로 등록해 주십시오.

제로창업

제Ⅱ부
행동편

제4장. 브랜드를 만들어 순조롭게 성공하기!
-출판 창업법-

4장

브랜드를 만들어 순조롭게 성공하기!

책을 출판하면 왜 가격 경쟁에서 해방되는가

- 독자 입장에서 보면, 당신이 투자를 받을 만한 신뢰와 가치를 지닌 인물이라는 증거가 된다. "책을 낼 정도의 전문가 의견이기 때문에 귀중하다 " 라는 마음을 품고 있기 때문에, 일을 수주 받을 때도 유리하게 작용하게 된다.

- 많은 기업이 저가격 경쟁에 뛰어들어 소모전을 펼치고 있는 가운데, 당신에게 저서가 있다면 이런 가격 경쟁과 무관할 수 있다. 당신 책을 읽고 상담을 문의를 하는 사람(독자)의 심리는 이미 고객이 되는 것을 전제로 하고 있기 때문이다.

- 당신이 단 한권의 책을 내는 것만으로도, 받아들이는 쪽(고객)에서는 커다란 의식 변화가 생기는 것이다.

4장 브랜드를 만들어 순조롭게 성공하기!

편집자의 마음을 사로잡는 5가지 설득방법

설득방법 ① 제목이 출판을 위한 관건이다.

- 출판 기획서에서 책의 제목은 편집자의 마음을 크게 좌우하는 힘을 갖는다. "아! 이것은 바로 나를 위한 책이다." 라고 개인적으로 독자에게 호소할 수 잇는 것, 이것은 도대체 무슨 이야기지?" 그 의미가 궁금해져 한번 보고 싶어지게 되는 것이다.

- '~의 룰', '~의 교과서', '7가지~', '~공부법', '꿈을 이루게 하는~', '유태인의~', '10배~', '~의 기술', '~의 법칙 등 베스트셀러가 된 책 제목은 사람의 마음을 움직이는 이유가 있으므로, 이들 제목을 조합해 보는 것도 하나의 방법이다.

4장

브랜드를 만들어 순조롭게 성공하기!

설득방법 ② 목차는 영화의 예고편

- 목차는 영화의 예고편이라는 식으로 인식하면 이해하기 쉽다. 영화의 하이라이트 부분이 흘러가는 예고편과 같이, 편집자가 당신이 쓴 목차를 보고 "꼭 내용을 읽고 싶다.", "이런 작품을 같이 만들고 싶다."는 흥미와 호기심을 불러 일으킬 만한 캐치프레이즈와 같은 제목을 만들 수 있다면 베스트다.

설득방법 ③ 프로필은 곧 세일즈 레터

- 기획서에서 목차와 함께 중요한 것이 저자의 프로필이다. 프로필에 장렬한 체험이 있으면 독자도 이 저자의 책을 싶다는 욕구가 강해지는 것이다.
- 누구나 객관적으로 지각할 수 있는 숫자를 넣는 것도 일반적인 방법이다.

4장 브랜드를 만들어 순조롭게 성공하기!

설득방법 ④ 사명과 이념이 독자의 마음을 강하게 사로잡는다.

- 출판 기획서에 당신이 이 책을 쓰고자 하는 이념과 목적을 명확히 전달하는 것도 중요하다. 출판에서도 "나는 OO을 위해서 이 책을 썼다."는 명확한 이유가 필요하다. "독자를 위해 이것이 도움이 됩니다." "내 경험을 세상에 알려 행복을 나누고 싶다 " 와 같은 강한 신념과 이념을 편집자에게 호소해 보자

설득방법 ⑤ 목표를 명확히 하고, '이 책은 잘 팔리겠다.'고 느끼게 만든다.

- 일반적으로 출판의 경우, 매출목표의 10배 이상의 목표고객이 필요하다고 한다. 매출목표가 1만부라면 10만명 이상의 목표 고객을 예상할 수 만 있다면 출판을 어렵지 않을 것이다.

4장

브랜드를 만들어 순조롭게 성공하기!

출판은 시작일 뿐, 진정한 목적은 고객 확보에 있다

- 출판사에 전화하는 것이다. 겁먹을 필요는 없다. 당신은 출판사에 기획을 제안하는 것이지 영업을 하는 것이 아니기 때문이다.
- 출판은 목표가 아니라 시작이라는 것을 인식해 주기 바란다. 특히, 처음으로 출판을 할 때는 원고 집필까지 전력을 쏟기 때문에, 고객 확보를 위한 조치가 전혀 마련되어 있지 않는 경우가 많다.
- 오늘날 책이 안 팔리는 시대다. 꿈을 깨는 것 같아 미안하지만, 대부분의 책은 첫판을 겨우 판매 소진하고 있는 실정이다.

4장

브랜드를 만들어 순조롭게 성공하기!

- **북 브랜드 마케팅의 3가지 비법**

① 책에 무료 상담 오퍼를 제안하는 전단지를 넣는다.

이 책을 효과적으로 사용할 수 있도록 하기 위한 무료 동영상, PDF를 선물로 드립니다. 지금 바로 URL에 접속 신청해 주세요, "출판 파티에 무료 초대합니다. "전화 코칭이 60분 무료입니다." 등 다양한 방법으로 독자의 이메일을 주소를 획득하는 것이다.

② 마지막 페이지의 당신의 홈페이지 광고를 한다.

책의 마지막 페이지에 신청서가 붙어 있는 선물을 준비하여, 독자에게 이메일 주소를 등록하도록 유도하는 것이다.

③ 에필로그에 무료 상담 신청서와 더불어 소감문 모집을 권한다.

"마지막까지 읽어 주셔서 대단히 감사합니다. 본서를 읽어 주신 솔직한 소감을 들여 주시면 감사하겠습니다. (URL, 이메일 주소 게재) 소감을 보내주신 분들께 반드시 직접 답장을 드리겠습니다. (무료 상담, 부가서비스로 붙이면 더 좋다.)

제로창업

제Ⅱ부
행동편

제5장. 지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.
-회원제 사업 창업법-

5장 지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

회원제 사업의 2가지 장점

- 회원제 사업은 당신이 고객에 대해서 가치 있는 상품과 서비스를 제공할 수만 있다면, 일정 수의 회원을 모으는 것을 결코 불가능한 일이 아닌 것이다.

장점 ① 안정성과 지속성

- 계속적으로 수입이 기대되는 회원제 사업이 궤도에 올리면, 매출의 압박에서 해방되고, 그만큼 자신의 콘텐츠를 개선하거나 상품력을 향상시키는 등 품질 면에서 더욱 충실하도록 시간을 투입할 수 있을 것이다.

- 지속적인 수입을 기대할 수 있게 되면, 보다 적극적이고 주도적인 사업 계획을 구축할 수 있게 되는 것도 회원제 사업의 강점이라고 할 수 있다. 매월 정기적으로 광고비를 사용할 수 있게 된다. 매월 지속적으로 광고 전개를 반복하면서 이익을 쌓아 나가는 것이 가능해 지는 것이다.

5장 지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

- 회원제 사업 창업이란, 그야말로 자신이 하고 싶은 일을 자유롭게 할 수 있는 창업가와 그리고 경제적 안정이 보장되는 셀러리맨의 2가지 장점을 가질 수 있는 이상적인 창업법이다.

- 매월 정기적으로 회원제 사업에 의한 안정적 수입이 있다면, 복수업무(출판, 강연, 광고, 프로젝트, 이메일 매거진)을 할 수 있다.

- **정신적으로 여유가 생기기 때문에 그만큼 사업에서 가장 중요한 생각하는 시간을 확보 할 수 있어, 양질의 아이디어와 영감도 얻기가 쉬워진다.** 일의 기반이 안정되고, 스스로에 대한 자신감과 확신이 깊어지고, 한층 더 확고하고 혁신적인 사업 전략을 구축할 수 있는 선순환 구조를 확립할 수 있게 되는 것이다.

5장

지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

장점 ② 커뮤니티의 구축

- 회원제 사업을 하면서 스스로의 독자적 커뮤니티를 형성할 수 있다는 것도 사업 추진상 큰 장점이 된다.
- 당신 자신이 커뮤니티를 만들어 스스로 멤버를 모으지 않는다면, 앞으로는 정보도 자유롭게 발신하지 못하는 사태를 맞이할 가능성이 전혀 없다고 도 할 수 없을 것이다.
- '1대 5법칙 ' 처럼, 기존 고객에게 재구매를 일으키는 비용이 1만 엔이라고 가정하면, 신규 고객을 확보하는 비용은 그 5배인 5만 엔이 소요된다. 하지만 통신판매 업계에서는 신규 고객 획득 비용은 12만 엔이 소요 된다고 말하고 있다.

5장

지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

콘텐츠 제공형인가, 도구 제공형인가

패턴 ① 콘텐츠 제공형 회원제 사업 모델

- **콘텐츠를 제공함으로써 회원들의 사업 성공을 위해서 지원**, 협력을 하는 형태를 콘텐츠 제공형 회원제 사업 모델' 이라고 하며, 오래전부터 존재하는 전통적인 커뮤니티 모델이다.

- 회원전용 메일링 리스트나 때에 따라 직접 메일과 세미나 등을 통해 회원이 알고 싶어 하는 일, 관심 거리, 고민거리를 조사하고 있기 때문에 관심 주제에 거의 벗어나는 일은 없으며, 동영상을 보내면 "고가격 세미나 이상으로 가치가 있다 " 고 기뻐해 준다.

- H씨는 지압사에 특화한 ' 치료해서 번창하는 교실 ' 이라는 커뮤니티 4명으로 시작해서, 전국에 약200명의 지압사 회원을 모아 6개월 만에 1,200만에 이상의 수입을 올리고 있다. 특이한 점은 4명의 전문가가 지압기술, 집객, 환자 커뮤니케이션 노하우, 회계지식을 매월 1회 DVD로 배송, 각지에서 세미나를 개최한다.

5장 지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

패턴 ② 도구 제공형 회원제 사업 모델

- **시스템이나 도구를 제공함으로써 회원들의 사업이 향상되도록 지원하는 방식을 '도구 제공형 회원제 사업 모델' 이라고 한다.**

- 어플리에이트 프로그램을 통해 세미나와 강좌에 대한 집객, 교재판매, 이메일 매거진 독자의 확보 등 커뮤니티 회원이 서로 협력하고 공헌하면서 성과를 이루어 내고 있다.
  도구 제공형 회원제 사업 모델의 가장 큰 장점은 회원이 일단 한번 시스템(도구)을 사용하게 되면, 그 편의 때문에 탈퇴하기가 좀처럼 쉽지 않다는 점이다.

- 회원 혜택이 명확하기 때문에 신규계약 성사가 이루어지기 쉽다는 점과 **일단 시스템(도구)이 만들어지면 회원이 유지되는 한해서는, 지속적으로 끊임 없이 콘텐츠를 제공해야(만들어야)** 하는 콘텐츠 제공형 회원제 사업에 비해 품이 들지 않는 다는 점이다.

5장

지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

독서회나 미니 세미나를 회원제 사업으로 육성하는 방법

- **사람이 모이는 공간을 제공하는 '이벤트 주재형 회원제 사업 모델이다.**
  세미나와 공부모임, 교류회, 조찬모임, 점심 모임, 저녁 모임, SNS의 오프라인 모임 등 당신이 주재가가 되어 사람과 사람을 연결해 주는 허브가 되는 것이다.

- 참가자(회원)에게 "참가자끼리 어울리는 것이 마음 편하고 즐겁다", "여기가 바로 내가 있어야할 곳 같다 " 라는 느낌을 들 수 있게끔 해야 계속해서 이용해 주고 입소문도 기대할 수 있으며, 커뮤니티에서도 서로 좋은 관계가 조성된다.

- **이벤트 주제형 회원제 모델로 추천하고 싶은 것은,** 비즈니스 서적의 저자나 세미나 강사를 초빙하여 반나절에서 하루 정도의 세미나를 주제하는 것과, 마찬가지로 저자와 세미나 강사에게 30~60분 정도의 미니 세미나를 개최 시켜 2시간 정도 교류회를 주재하고, 그리고 매달 1권의 과제도 도서를 선정해서 서로의 감상을 토론하는 독서회 개최이다.

5장 지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

- **회원제 사업 운영자에게는 깊은 관계를 맺는 고객 명단이 많이 쌓이게 되고, 그 숫자가 늘어날수록 인프루언서로서의 영향력도 증강된다.**

- 이벤트에 프리미엄이 붙으면, 참가에 대한 월회비나 이벤트에 의한 수익, 이벤트장에서의 물품 판매 또는 매장 공간의 판매 등 당신의 이벤트 주제형 회원제 사업에 많은 캐시포인트 (수익모델)가 발생되기 시작할 것이다.

- Y씨는 월 1회 경영서적의 저자와 세미나 강사 등에게 미니 강좌를 포함한 '싱크로 디너 모임 ' 을 주재하고 있다. 매회 20~30명의 참가자를 모아 세련된 시내 레스토랑에서 개최하는 모임으로, 당초는 강사 때문에 찾아온 참가자들이 중심이었으나, 이벤트를 거급할 수록 주재자인 Y씨의 팬일 늘어나기 시작했다.

5장

지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

회원제 사업의 집객하는 효과적인 수단

- **업태를 명확하게 구분해서 발신할 수 있다**

경영과 마케팅에 관한 회원제 사업을 시작하려고 할 경우, 사장 또는 마케팅 책임자를 대상으로, 업종.업태를 세분화해서 치과의사나 지압사, 미용실, 전문 종사자 등 업종별 회원제 사업을 목표로 할 경우에는 주제에 맞는 업종으로만 목표 대상을 좁혀 FAX DM 메일을 보내도록 하면 된다.

- **회원 모집 노하우**

첫번째, 무료 또는 저가격으로 서비스를 제공하는 테스트 형이 일반이다. 처음에는 ' 무료' 또는 놀라울 정도로 싼 가격으로 제공하고, 가치와 내용에 만족해 준 사람들이 지속적으로 회원을 유지할 수 있도록 하는 모델이다.

5장 지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

당신이 회원제 사업의 장기적 운영을 목표로 한다면, 무료 상담을 추천하지 않는다. 회원제 사업의 경우, 이탈률을 방지하는 것이 곧 최대의 성공요인이기 때문이다. 무료로 회원을 모으게 되면 막상 회비를 과금 하는 단계에서 탈퇴해 버리는 사람이 압도적으로 늘어 난다.

- 저가격으로 하거나 상품과 서비스를 늘리는 등 최대화 시키는 일에 승부를 거는 것이 지속적인 예비 회원 고객을 보다 쉽게 늘릴 수 있을 것이다.

5장

지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

PASONA의 법칙

- **P : Problem(문제점의 명확화)**
  어려움, 고객하는 일, 불편하게 느끼는 일을 명확히 해줌으로 문제점을 알아차리도록 한다.
- **A : Agitation(문제를 불거지게 하여 부추기기)**
  'OO때문에 짜증나네요" 등 문제를 시작화해서 상상할 수 있도록 묘사하고 부추긴다.
- **SO : Solution(해결책의 제시와 증거)**
  '그러한 고민도OO라면 간단히 해결 할 수 있습니다" 라며 자사 판매 하고 있는 상품이나 서비스가 문제 해결에 도움이 된다는 것을 명기하고, 그 증거를 제시한다.
- **N : Narrow down(한정, 긴급, 집중)**
  '이 상품은 OO의 사정으로 수량이 한정되어 있습니다.희소성을 호소하여 긴급성을 연출한다.
- **A : Action(행동)**
  '이 상품은 OO의 사정으로 수량이 한정되어 있습니다.희소성을 호소하여 긴급성을 연출한다.

5장

지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

크레임 고객이 열렬한 팬으로 변하는 심층 심리

- 창업을 할 때 가장 피하고 싶은 일은 발신을 해도 아무런 응답을 받지 못하는 것이다.
- "열광적인 클레임 고객이나 스토커가 한 사람 생긴다는 것은, 그 뒤에 수십 배에서 수백 배 이상의 팬이 있다는 것이므로 오히려 환형해야 할 일이다 " 창업을 한다는 것은 이 세상을 향해 "이것이 내 삶이다 " 라고 스스로의 가치를 되묻는 것이므로 두려워 말고 고객 모집을 할 수 있도록 굳건한 마음을 가져 주기 바란다.

10%의 지속률 차이가 천국과 지옥을 가른다

- **회원제 사업의 최대 성공 방정식은 '신규가입자-회원이탈자 ' 라는 것이다.** 가장 신경써야 하는 것은 바로 회원을 줄이지 않는 데에 있다. 사업의 승자는 '라이프 타임 밸류(LTV= 고객생애 가치)'의 중요성을 뼈저리게 잘 알고 있다.

- 한 사람의 고객(회원)이 당신에게 사용해주는 가격에 따라서 당신의 업적은 크게 확장 될 수도 있고, 반대로 완전히 효율이 나빠질 수도 있다.

5장

지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

'거울의 법칙'을 효과적으로 활용한다

- 신규 회원을 획득하는 것은 기본회원에 대응하는 것보다 5~12배 이상 어렵다는 것을 엄중히 인식해 주길 바란다.
- 회원 이탈의 억제 방법으로 '빈번히 정보 발신을 한다. 세미나와 교류회. 개인컨설팅과 카운셀링. 오프라인 공간에서 만나는 횟수를 늘린다. 전화를 한다. 개인적으로 이메일이나 SNS 등으로 연락하는 등 회원관리에 소홀함이 없도록 해야 한다.
- 이메일 매거진, 블로그, 페이스북 등으로 당신의 플랫폼을 구축하고 여기에서 회원들에게 상품과 서비스에 관해 홍보할 기회를 제공해 준다.
- 회원간의 인간적인 교류를 많이 갖게 함으로써, **당신의 커뮤니티에 대해서 '여기 있으면 왠지 안심감을 느낀다' '즐겁다, 힘이 난다. 편안하다. 이득을 보고 있다, 또 오고 싶다.는 등의 긍정적인 감정이 이어나 회원 이탈을 억제할 수 있게** 되는 것이다.

5장

지속적으로 안정적 수입을 창출할 수 있다.

미래를 예측하는 최상의 방법은 그것을 발명하는 것이다

- 궁극적으로 회원의 내부 평판이 커뮤니티의 장례를 좌우한다는 점도 기억해 두길 바란다. 회원 중에 성공한 사람이 한 명 나오게 되면, 회원 간에 자극도 되고 그런 경쟁 의식이 각 회원의 잠재력을 크게 확대시키는 역할을 한다.

- 신규 회원을 모집 할 때도 그런 기존 회원의 성공 사례는 최대의 세일즈 포인트가 된다. 성공에 이르게 된 노하우를 인터뷰해서, 그것을 동영상이나 음성으로 제공해도 좋고, 회원에게 스스로 성공 사례를 보고하게끔 해서 우수한 사람을 표창하는 것도 좋을 것이다.

- 성공 사례는 회원이 늘어나면 늘어날 수록 가지각색의 사례가 나오게 되고, 그런 상승효과로 인해 또 회원이 늘어나게 되는 회원제 사업에 있어서 '규모의 경제' 효과도 작용하기 시작한다.

- 회원제 사업을 성공 시키기 위해서는 회원이 어떻한 상황에 처해 있다 할지라도 그들의 성공을 뒷바침해 주는 일을 절대로 포지하지 않고 격려하고 위로하며 함께 달려 나가는 행동을 주체적으로 계속해서 일으켜야 한다.

제로창업

제Ⅱ부
행동편

제6장. 전문가 없이도 시작할 수 있다.

-코칭 창업법-

6장

-코칭 창업법-

전문가 없이도 시작할 수 있다.

코칭과 컨설팅은 닮은 듯 다른 꼴

●**코칭이란 '고객의 목표 달성과 꿈을 실현하기 위해서 지원을 하는 일' 이라고 정의 한다.**

여기서 "컨설팅과 코칭은 어떻게 다른가?" 컨설팅은 어떤 전문 분야에 대한 지식을 가지고 있고, 이를 고객에게 제공하여 문제를 해결해 나가는 것이다.

●**'코칭을 시작할 때는 전문 분야를 갖고 있을 필요가 없다.**

어크날리지먼트(Acknowledgement, 승인) 등의 기술을 사용해서 상대로 하여금 생각하게 만들고 알아차리게 한 다음, 답은 스스로 이끌어 내도록 만드는 것이다.

●**'답은 상대 안에 있다'. 라는 전제하에 출발하는 것이 코칭이기 때문에,** 극단적으로 말하면 전문분야가 없고, 가르칠 만한 기술이 없는 사람이라 하더라도, 코칭 기술만 습득하면 그것으로 '코칭' 사업을 하는 것이 가능하다.

6장

-코칭 창업법-

전문가 없이도 시작할 수 있다.

사례-배식 업체 파견 사원에서 50만엔 코치가 된 여성

●S씨 배식업체 파견 사원으로 근무, 자신감이 없었으며, 무엇을 해도 잘 되지 않는다. 자신에게 돈도 시간도 없다. 하고 싶은 것도 찾을 수 없다. 라는 생각을 하며 부정적인 미래에 대해 희망을 가질 수 없는 생활을 보냈다. 친구의 권유로 세미나에 참가했다.

●**"나는 지금까지 할 수 없는 일에만 초점을 맞추고 있었다.** 더 자신감을 갖고, 자기 자신의 가치관에 충실하고, 자기 자신 답게 살고 싶다." 이런 깨달음의 충격은 컸으며 인생이 바뀌는 순간이었다. '마케팅 코치 양성 강좌 ' 참가 프로 코치를 목표로 하게 되었다.

●**그녀의 고객 획득법은 '코칭이라 부르지 않고 코칭의 고객을 획득한다.** "지금 어떤 일을 고민하고 있나요? 등 질문을 자연스럽게 물어본다. 대화 중에 자연스럽게 코칭이 이루어지는 것이다. 그리고 "실은 지금 내가 한 것이 코칭이라는 것입니다"라고 말하면서 코칭에대해 이야기를시작한다. 영업하기 전에 먼저 코칭을 해주며 체험하게 하는 것이다.

6장

-코칭 창업법-

전문가 없이도 시작할 수 있다.

코칭 창업법으로 성공하기 위한 차별화 포인트

●**첫째, '전문성을 갖는 것'이다.** 코칭 기술을 습득하면 전문지식은 필요 없다고 하지 않았나요? 물론 말 그대로, 코칭 기술이 있다면 코칭을 할 수 있게 되고, 그 대가를 받는 것도 가능하다.

●**경쟁이 치열해진 상황이다. 차별화가 필요하게 된다.** 그 차별화의 핵심이 '전문성'이다. 전문지식, 전문분야가 있는 쪽이 사업적으로 유리해진다는 것은 이해할 수 있을 것이다.

●**'어떤 전문성' X '코칭' 이라는 조합에 의해 코치로서의 특징을 차별화시킬 수 있다**

예) '마케팅이 강한 코치', '세일즈 코치' '2세 사장을 위한 코치' '중소기업 사장 전문 이그제큐티브 코치' '연애코치' '육아코치' '결혼코치'

6장

-코칭 창업법-

전문가 없이도 시작할 수 있다.

전문성을 발견하는 힌트

①**업계** – 음식업계, 자동차 업계, 미용 업계 식으로 업계에 특화해서 전문성을 결정하는 방법이다.

②**직종** - '영업맨 전문' '연구 개발 담당 전문' '네일아트 전문'과 같이 직종에 따라 전문성을 갖추는 방법이다.

③**계층** - '사장 대상', '신입사원 대상' '3~5년차 사원대상' '신입 매니저 대상' 중간 관리직 대상' '점장 대상' 같이 계층별로 전문성을 갖는 방법이다.

④**지역별** – 서울전문, 제주전문, 분당전문, '미국전문' '싱가포르전문' 지역한정

⑤**기법·노하우** –'예약전문' ''신규개척 전문' '클로징전문' 같은 기법과 노하우로 나누는 것이다. SEO전문, 구글광고전문, 브로그 전문, 이메일 전문..,

⑥**장르(구분)** – '자금운용' '육아' '연애' '창업' '동기부여' '출판' 같은 전문성을 갖추는 것이다.

6장

-코칭 창업법-

전문가 없이도 시작할 수 있다.

전문화 성공사례

전문화 성공 사례 (1) 건축 회사 및 건축 설계 사무소 전문 코치

● O씨, 건축 회사 경력 출신이고, 현재는 건축회사나 건축사무소, 공사 업체에 발주하는 입장에 있다. 지금까지 쌓아 온 인맥을 활용하고, 나아가 업계 세미나 또는 스터디 모임도 적극적으로 참가했다.

●"건축 회사 및 건축 설계 사무소 전문의 집객 및 수주획득 코치"라는 직함에 많은 사람들이 관심을 가져 주었다. 활동을 지속 하나씩 회사와 코칭을 맺을 수 있었다.

●지식과 노하우를 전달만 하는 컨설턴트가 아니라 코칭을 통해 건축 및 설계 수주를 받을 수 있도록 지도하고 있다.고 한다. **역시, 전문성 + 코칭은 커다란 강점이다.**

6장

-코칭 창업법-

전문가 없이도 시작할 수 있다.

전문화 성공 사례 (2) 자동차 업계 전문 · 고객 지원 코치

●OH씨, 대기업 자동차 메이커에서 해외부문 영업, 부품, 서비스을 경험했고 마지막 몇 년 동안 고객 지원부문에 경력을 쌓았다. 우연히 코칭을 접하고 공부하기 시작하면서 "코칭을 활용한 사업을 해보고 싶다."는 생각을 하게 된다.

●OH씨는 나의 전문성은 무엇인가? 강점은 무엇인가? 열정을 쏟을 수 있는 일은 무엇인가?에 대한 자문답을 하면서, 역시 경험이 있고 자신이 있는 자동차 업계의 고객 지원 분야에서 승부를 걸자"는 것이었다.

●OH씨는 외국계 자동차 메이커의 판매점 및 고객 지원할 수 있는 사람을 찾아서, **자신의 강점이자 전문 영역이기도 한 고객 지원과 코칭 기술을 조합함으로써, 이 외국계 대기업 자동차 메이커의 일을 획득 할 수 있었다.**

6장

-코칭 창업법-

전문가 없이도 시작할 수 있다.

집중하면 전문성이 돋보인다

둘째, 초점을 맞춰 '집중한다.'는 것이다.

●**'중소기업 사장 전문' 같은 코치가 더 신뢰감이 든다.** '무엇이든 할 수 있는 코치' 라고 하기보다는 '건축회사 전문 , 자동차 업계 고객지원 전문' 이라고 하는 것이 전문성이 더 돋보이는 것이다.

●**사업을 시작할 때 최대한 범위를 넓혀서 가능한 한 많은 사람을 대상 고객으로 삼기 쉽지만, 이것은 커다란 잘못이다.** '누구라도, 무엇이든' 이렇게 해서는 오히려 묻혀지게 되고 전혀 눈에 띄지 않는다. 매력이 없어져 버리는 것이다.

●**집중하면 집중할 수록 고객이 늘어나고, 더만은 예비 고객이 반응해온다. 이것이야 말로 마케팅 철칙이다.** 제로창업은 몇 백 명, 몇 천 명을 상대로 하는 사업이 아니다. 처음에는 그저 몇 명의 고객으로 시작하면 되며, 수 십명의 고객만 있다면 충분히 성립된다.

6장

-코칭 창업법-

전문가 없이도 시작할 수 있다.

'무료코칭→유료코칭'으로 만드는 화법

●**코칭 창업법은 우선은 '무료' 형태로 체험을 시켜 보는 것이 가장 빠르다.** 이를 통해 코칭의 탁월함을 실감하도록 만드는 것이다. 그 다음에 유료 코칭으로 전화시켜 고객으로 만드는 것이 코치 창업법으로 고객을 확보하는 '왕도'라고 할 수 있다.

●당신의 고객은 코칭을 꼭 받고 싶어 하는 것은 아니다. 고민거리와 과제를 해결하거나, 목표나 꿈을 실현하고 싶은 것이다.

●**무료 코칭을 할 때는, 가장 먼저 상대방이 안고 있는 고민거리와 문제점 및 과제, 실현 또는 달하고 싶은 목표와 꿈을 우선 알아내야 한다.** 그리고 코칭을 받으면 그것을 해결할 수 있다는 생각을 들게 만드는게 중요하다.

6장

-코칭 창업법-

전문가 없이도 시작할 수 있다.

●**“만약 저의 코칭을 받아 본다면 어떤 주제로 하고 싶은가요?** 어떤 과제를 해결하고 싶습니까? 무엇을 달성하고 싶습니까? 이런 질문을 계속 던져 보자.

●저의 코칭을 받을 경우, 3개월 후, 6개월 후에 어떤 식으로 되어 있는 것이 이상적입니까? 6개월 후에는 어떤 식으로 되어 있으면 최고라고 생각합니까?
과제를 해결하고, 목표가 달성되는 상태를 상상하게 만드는 것이다.

●“저의 코칭을 받는다면, 그런 상태가 되는 것이 가능합니다. 함께 과제를 해결하고 목표를 달성해 나갑시다. 코칭을 통해 제가 당신을 꼭 지원할 수 있도록 해 주십시오!

●**마지막은 당신의 열정이 고객의 마음을 움직이는 것이다.**

제로창업

제Ⅱ부
행동편

제7장. 남의 지식을 상품화 하다.
-프로듀스 창업법-

7장

남의 지식을 상품화 하다.

‘프로듀서 창업법’이 6가지 창업법과 다른 점

●‘프로듀서 창업법’이란, **당신이 퓨로듀서가 되어 ‘타인’, 또는 ‘타인의 지식’을 판매하는 방법을 말한다.** 다른 ‘제로창업’의 창업법 보다도 훨씬 빨리, 그리고 큰 수익을 올리는 것이 가능하다.

●**제로창업은 ‘지식차이 사업이다.** 자신이 갖고 있는 지식과 경험, 노하우를, 그것을 갖고 있지 않은, 즉 지식의 차이가 있는 사람들에게 컨설팅과 코칭, 세미나, 출판, 회원제 사업 등을 통해서 제공하는 방식이다. ‘콘텐츠 홀더(지식과 경험, 노하우를 갖고 있는 사람)’는 당신 자신이며, 또 ‘판매자’도 당신 자신이라는 것이 기본이다.

7장

남의 지식을 상품화 하다.

●‘프로듀서 창업법’은 **‘지식을 갖고 있는 사람’과 접객을 하고 판매하는 사람(당신)으로 역할을 분담하는 형식의 창업법인 것이다.**

●**콘텐츠 부문은 ‘그 분야의 전문가’에게 준비를 맡기고 당신은 프로듀스(집객과 판매)를 담당하게 되는 방법이다.** 역할 분담을 함으로써 각자가 서로 강점이 있는 분야에 집중할 수 있어, 1+1=2를 넘어서는 상승 효과가 발생한다.

●매출을 확장시키는 것이 가능하며 최종적인 이익도 더 커지는 ‘빅 비즈니스’가 될 기회가 담겨 있다는 것이 바로 프로듀스 창업법이다.

7장

남의 지식을 상품화 하다.

프로듀서가 수행하는 3가지 역할

역할① 콘텐츠 홀더의 발굴

●**우선 해야 할 일은 '콘텐츠홀더'의 발굴이다.** 당신이 프로듀스를 하게 될 '그 사람'을 찾는 것부터 퓨로듀스 창업법은 시작된다. 콘텐츠 홀더의 발굴에는 '콘텐츠 홀더 개발과 '콘셉트 개발'의 2가지 방법이 있다.

●지식 차이 사업의 기본은 '아주 사소한(반걸음 수준의) 지식 차이로 충분하다.'는 전체로 출발하기 때문이다.

●콘텐츠 홀더 발굴을 위해 세미나에 참가하는 것도 좋은 방법이다. 세미나 강사의 대부분은 집객(참가자 모집) 때문에 고민하고 있다. 집객이 잘 이루어지고 있는 사람도 더 쉽게 많은 사람을 모으고 싶어 한다.

7장

남의 지식을 상품화 하다.

역할② 판매 콘텐츠를 결정한다

●**콘텐츠 홀더를 발굴했다면, 그 다음은 '판매할 콘텐츠를 결정'하는 단계에 들어간다.**

우선 먼저 '콘텐츠'를 정한다. 어떤 사람들이 목표 대상으로 하고, 어떤 과제나 고민거리를 해결해 주는 상품으로 할 것인가? 어떤 목표와 꿈을 실현시켜 줄 상품으로 만들 것인가? 그런 콘텐츠를 구입(세미나라면 세미자 참가)하면, 어떤 변화를 가져 줄것인다?

●또, 어떤 콘텐츠 '형태'로 할 것인지도 결정할 필요가 있다. DVD 교재형태, 세미나 강사라면 세미나 또는 강연회, 연속강좌나 워크숍 등도 괜찮을 것이다.

7장

남의 지식을 상품화 하다.

역할③ 판매한다

●당신이 프로듀스한 '작품'을 세상에 판매하는 단계다.

판매와 집객 방법은 퓨로듀스 창업법 위한 특별한 방법이 따로 있는 것이 아니다.
지금까지 창업법에 의한 집객법과 기본적으로 동일하다.

●프로듀스 창업법은 다른 창업법 보다도 신기하게도 판매와 집객에 힘이 생기는 법이다.

다른 사람의 지식(콘텐츠)에 대해서는 신기하게도 판매하기 쉽다. 자신이 그 콘텐츠홀더에 정말 반했다면 더더욱 그렇다. "정말 훌륭한 콘텐츠이므로 강력 추천합니다"라는 식으로 설득력도 강해진다. 이 분업 형태의 프로듀스 창업법이기에 가능한 장점이라 할 수 있다.

7장

남의 지식을 상품화 하다.

50% 이상의 수익 배분은 확보할 것

●프로듀스 창업법에서 콘텐츠홀더에 대한 지급은 어떻게 하면 좋을까?

첫 번째로는 '강사료' '콘텐츠 제공료'라는 형태로 일정한 금액을 지급하는 방법이 있다.

●**두 번째로는 매출과 이익에 따라 배분하는 '성과 연동형' 지급이다.**

매출에서 경비를 뺀 다음 이익을 배분하는 방식으로 많이 선택한다. 이익 배분의 비율은 콘텐츠홀더와의 힘의 균형, 경험, 각각의 분담하는 일의 양에 따라서 달라지지만, '이익을 반으로 나눈다'는 서로에게 가장 납득하기 쉬운 배분법이라고 생각한다.

제로창업

제Ⅱ부
행동편

제8장. 봄이 도래했다. 지식+기술로 창업한다.

-살롱 창업법-

8장

-살롱 창업법-

봄이 도래했다. 지식+기술로 창업한다.

'살롱 창업 ' 의 형태는 가지각색

살롱창업은 지금까지의 창업법이 직접적으로 지식을 제공하는 형태인 것에 비해
살롱 창업법에는 시술이라는 서비스도 포함된다.

[건강계열] 보디 메이킹, 다이어트, 워킹, 스트레칭, 지압, 카이로트래틱(척추 교정 지압), 요가, 핫요가, 테라피스, 피플렉솔로지(발 반사 요법), 기공, 태극권, 임파 마사지

[뷰티계열] 에스테, 네일링, 메이크업, 패션 코디네이트, 컬러코디네이트, 골격 진단, 개인 스타일리스트..,

[라이프 계열·매너 계열] 테이블, 코디네이터, 프로토콜 매너, 테이블 매너, 인터리어, 정리 정돈 및 수납, 하우스 키핑, 랩핑, 꽃꽂이, 플라워 어랜지먼트, 가드닝, 아웃도어, 프리저브드 플라워, 영어 회화를 비롯한 어학, 음악 관련(피아노, 기타, 드럼, 작곡)..,

8장

-살롱 창업법-

봄이 도래했다. 지식+기술로 창업한다.

[푸드 계열] 요리, 홍차, 제빵, 디저트, 와인, 사케 소믈리에..,

[테라피 계열] 아로마 테라피, 컬러 테라피, 플라워 테라피, 멘탈 테라피, 아트 테라피, 산림 테라피, 동물 테라피..,

[스피리츄얼 계열] 힐링, 레이키, 점술..,

[비즈니스 계열] 자격 취득 지원, 컴퓨터 교실, 대화법, 보이스 트레이닝, 속독, 속기, 카피라이팅 ..,

[자금 계열] 자금계획, 투자, 정부지원금 ..,

살롱창업법은 '기술'이 필요한 경우도 많으며, 기술 습득을 위해서 어떤 양성 과정을 수강하거나 자격을 취득한 후에 이루어지는 사업 형태가 된다. 분명히 자격이 필요한 경우가 많은 것도 사실이지만, **'자격 유무'는 사업의 성패와 그다지 관계가 없다.**

8장

봄이 도래했다. 지식+기술로 창업한다.

-살롱 창업법-

집객과 재구매율을 올리는 기술

●집객 만 잘할 수 있다면, 사업은 어떻게든 굴러가는 법이다.

살롱 창업법에서는 오프라인에서의 집객법과 재구매 전략이 무엇보다 중요하다.

●'시험'해 보는 것이 무엇보다 중요하다. 복수의 방식으로 반응을 살피고, 효과 측정은 반드시 하며, 반응이 좋은 것을 반복해서 실행(광고를 내는 사람은 자기 자신이 싫증 났다고 광고를 내용을 쉽게 바꾸어 버리는 경향이 있지만, 반응이 좋은 것은 반복할 것!) 하는 것이 포인트다.

●작은 공간에 광고를 할 때는 어필 포인트를 딱 한가지로 줄이다. 그리고 '문의처' '지도' '홈페이지나 블로그' '페이스북 페이지' URL 등도 확실히 넣어 두는 것이 필요하다.

8장

-살롱 창업법-

봄이 도래했다. 지식+기술로 창업한다.

매출 향상을 위한 중요 공식

●살롱창업에서 살롱(당신)의 팬이되어주는 고객을 몇 명이나 만들어 낼 수 있는지가 성패를 가름하게 된다. 매출 향상을 위한 공식은 다음과 같다.

매출= 고객 수 X 방문(구입) 빈도 X 객단가

●매출을 위해서는 '고객 수를 늘린다', 방문 빈도와 구입 빈도를 늘린다. 객단가(1회당 구입 금액)를 올린다' 3가지 선택 밖에는 없다. "매출을 2배로 올리고 싶다"고 생각하각 한다면, "고객수를 1.27배 늘리고, 방문 빈도를 1.27배로, 객단가를 1.27배로 올린다"면, 매출은 2배가 된다는 것을 알 수 있다.

1.27 X 1.27 X 1.27=2.04

8장

봄이 도래했다. 지식+기술로 창업한다.

-살롱 창업법-

●살롱창업에서 매출을 올리는 일을 생각할 때, '고객 수 증대'에 눈이 간다. 문론 고객 수를 늘리는 것은 최대의 중요 과제이며, 고객이 없다면 사업은 성립되지 않는다. 하지만 **고객 빈도를 늘리거나 객단가를 올리는 것으로도 매출을 향상 시킬 수 있다.**

●**광고로 고객을 늘리는 것이 '고객 수 증대'다.**

햄버거를 사러 온 고객에게 "감자 튀김은 어떠세요?"라고 권하는 것이 "객단가를 올리는 것"이며, 다음에 사용할 수 있는 쿠폰을 주면서 재방문을 축진하는 것이 방문(구입) 빈도를 늘리는 것"이다.

●첫 방문 고객에 대한 '감사편지'나 '생일 축하 카드' 도 재방문 빈도를 늘리기 위한 방법이다. 티겟 시스템으로 만들어 요금을 선불로 미리 지불하도록 만드는 것도 좋다.

8장

-살롱 창업법-

봄이 도래했다. 지식+기술로 창업한다.

사례- 건강 보조 식품과 베개를 파는 지압 마사지점의 수익 모델

●살롱 창업 시작 시점에는 이익을 남기기 보다는 재투자에 충실하자. 이로 인해 레버리지 (지렛대 효과)가 작동해서 사업이 크게 확장되고, 결과적으로 보다 많은 이익을 창출할 수 있게 된다.

●K마사지점, "여기서 시술도 받아도, 베개나 매트가 좋지 않으면 효과가 반으로 줄어듭니다." 라는 말을 듣고 즉시 이것도 구입하게 됐다.

K마사지점은 객단가와 방문 빈도를 늘리기 위한 장치를 요소 요소에 마련해 놓고 있다. 이처럼 '고객획득(확보→객단가) 및 방문 빈도 향상'의 방법을 시도해 보기 바란다.

8장

봄이 도래했다. 지식+기술로 창업한다.

-살롱 창업법-

사례- 40세 전후 여성에게 집중하여 '날씬한 다리 만들기 전문 트레이너 ' 로 대성공

●A씨, 그녀는 스포츠 센터 전속 트레이너로 근무하고 있다. '창업을 해서 미래에는 내 자신의 헬스센터를 갖고 직원을 육성해서 제대로 된 사업을 운영해 나가고 싶다'는 생각에 **단순한 트레이너로는 다른 트레이너와 차별화 할 수 없다고 생각해**

●**'40세 전후 여성을 위한 날씬한 다리 만들기 전문 트레이너'로 차별화 했다.**

"'다리'가 곧 건강의 원점이다. 평생 동안 자신의 힘으로 제대로 일어서고 걸어야 한다는 것을 널리 알리고 싶다."고 결심한 것이다.

●'10살 젊게 보이는 체형 만들기, '날씬한 다리 만들기 코스' 전문 트레이너로 전문성을 내세웠다.

제로창업

제Ⅲ부
발전편

제9장. 아무도 모르는 집객의 테크닉!

9장

아무도 모르는 집객의 테크닉!

집객을 성공시키기 위한 '궁극적인 2가지 질문 '

①자신(당신)의 고객은 지금 어디에 있는가?

●**우선 '도대체 나의 고객은 누구인가?를 명확히 할 필요가 있다.** 어디에 가면 그 고객을 만날 수 있을까? '어느 곳에 광고를 하면 고객이 반응해줄까?를 생각해야 한다.

●**어디에 있는지?를 알면, 그곳으로 가서 예비 고객을 만날 수 있는 가능성이 높아 진다.**

●온라인이라면 어떤 키워드로 검색하고, 어떤 웹사이트를 보고, 어떤 이메일 매거진 또는 블로그를 읽으며, 어떤 정보를 얻으려고 하는지를 철저하게 생각해 보자

9장

아무도 모르는 집객의 테크닉!

고객 명단도 비용도 없이 매회 세미나가 만석이 되는 방법

②자신(당신)의 고객을 이미 갖고 있는 사람은 누구 인가?

●이것을 알 수 있다면, **그 사람과 연결되기 위한 방법을 찾아가면 된다.** 그 사람으로부터 소개를 받거나 콜라보레이션을 같이 할 수 있다면 단번에 집객이 쉬워지고, 다음 단계로 즉시 진행 될 수 도 있다.

●예를 들면 '스마트폰 마케팅 협회'를 설립하여 '스마트폰 컨설턴트의 양성 육성을 운영하고 있다. 이를 통해 예비 고객이 전혀 없는 상황에서도 놀라울 정도로 간단히 집객 할 수 있는 방법이다.

●음식점 컨설턴트는 이미 음식점 오너의 고객과 예비 고객을 보유하고 있다. 그 고객과 예비 고객들에게 '음식점 생상의 스마트폰 집객 세미나' 아내를 요청한 것이다.

9장

아무도 모르는 집객의 테크닉!

4가지 집객 영역

집객영역 ① 온라인에서 스스로_기본 중의 기본

●온라인에서 '인터넷을 사용하여, 자기 자신이 스스로 집객을 한다' 이를 위한 도구와 미디어로는 무료 SNS를 사용하는 것을 추천한다.

●실제 구매로 이어진다는 점에서는 지금도 이메일 매거진의 우위성에는 변함이 없다. 인터넷에서 고객의 행동 구매로 이어지는 것은 제 1위가 오가닉 검색(검색엔진 경유), 제 2위는 CPC광고(PPC광고와 동일한 의미), 제 3위는 이메일 메거진이다.

●'제로창업'을 목표로 하는 사람들은 블로그와 페이스북, 트위터, 인스타, 외에 꼭 이메일 매거진을 시작하길 바란다.

9장

아무도 모르는 집객의 테크닉!

집객영역 ② 오프라인에서 스스로_ 가장 즉효성이 있다.

●코칭을 시작했을 때는 친구와 지인들의 명단을 뽑아, 모두에게 연락을 해보았다.
그 중에 몇 명의 사람이 코칭의 고객이 되어 준 덕분에 '제로창업'이 시작되었다.

●당신의 서비스를 받지 안겠다고 거절했을 경우, **계속해서 거절하는 것에는 심리적 저항감이 생기게 된다. 그래서 거절 당한 다음에는 소개를 받기 쉬워진다.**

9장

아무도 모르는 집객의 테크닉!

집객영역 ③ 온라인에서 다른 사람과 함께_지렛대 효과가 있다.

●자신과 비슷한 사업을 하고 있는, 속성이 비슷한 독자를 갖고 있는 사람끼리 서로의 이메일 매거진과 블로그를 소개해 가면서 예비 고객수를 늘려나가는 방식이다.

●이메일 매거진과 블로그의 경우 비슷한 수준의 독자 수를 보유하는 사람끼리 서로 소개를 주고 받는 것이 바람직하다.

●**어필리에이트는 다른 사람의 서비스와 상품을 소개하고, 그 계약이 성사되었을 때에 소개 보수(얼필리에이트 보수)를 받을 수 있다.** 즉, 온라인상에서 실시하는 '성과 보수형 소개 마케팅'이라고 할 수 있다.

9장

아무도 모르는 집객의 테크닉!

유튜브를 사용한 동영상 마케팅 성공법

●유튜브, 라이브방송으로 동영상 마케팅은 당신이라는 개성을 쉽게 전달할 수 있다. 이는 당신의 팬이 되어줄 가능성이 높아진다는 것을 말한다.

●제로창업은 지식 차이를 판매하는 사업이지만, **동시에 당신의 개성을 판매하는 사업이기도 한 것이다.** 이 점에서 제로창업과 동영상 마케팅은 매우 궁합이 좋다.

●전혀 편집 없이 3~5분 정도의 동영상을 매일 유튜브에 올리고 있다. **질보다 양이다.** 유튜브 동영상은 구글에서 검색했을 때 상위에 노출될 가능성이 매우 높다는 특징이 있다. **대표키워드로 당신의 동영상을 상위 랭킹** 시키는 것이 가능하다. 중요한 것은 동영상 제목이다.

9장

아무도 모르는 집객의 테크닉!

집객영역 ④ 오프라인에서 다른 사람과 함께_사업이 더욱 커진다

●**‘영업과 마케팅, 집객 부분을 아웃소싱해 버린다’는 것이다.**

처음부터 잘하지 못하는 부문을 극복하기보다는 원래의 장점, 강점을 더욱 늘리고 이 것으로 승부를 거는 것이 결과가 빨리 나오고 시업도 커진다.

●자기 대신 영업 활동을 대행하도록 하여, 거기서 수주를 받으면 매출의 몇 %를 캐시백으로 지급하는 형태를 선택할 것이다.

9장

아무도 모르는 집객의 테크닉!

한번의 프로모션으로 억 단위 매출을 올리는 '프로덕트 론칭 '

집객영역 ① 온라인에서 스스로_기본 중의 기본

●제로창업 중 가장 빠르게 커다란 매출을 올리고 있는 온라인 프로모션 기법이라고 하면 '프로덕트 론칭'이다.

⑴**매력적인 무료 신청 서비스**(주류는 동영상 콘텐츠)를 제공함으로써, 소개 또는 조인트 벤처를 통해 대량의 예비고객으로부터 온라인 등록을 접수 한다.

⑵**가치 있는 정보**(주류는 동영상 콘텐츠)를 일정기간 동안(2주에서 1개월) 제공하여 신뢰 관계를 구축해 나간다.

⑶신뢰 관계가 깊어지고, 보다 자세한 상급 콘텐츠에 대한 욕구가 높아진 단계에서 본 강좌나 **세미나에 대한 안내와 영업을 실시한다**. (온라인, 오프라인 설명회 유도)

9장

아무도 모르는 집객의 테크닉!

●'마케팅 코치 양성 프로그램'은 무료 지만 품질이 높은 콘텐츠로 대담이나 코칭에 관한 구체적인 스킬, 나아가 고객 확보를 위한 방법도 무료료 제공하고 있다..

●**"무료로 이렇게까지 좋은 정보를 받아도 될까요?" "이것은 유료 수준의 내용이군요. 10만엔 이상의 가치가 있습니다."라는** 소감을 계속해서 받아 볼 정도의 알찬 내용이다. 이와 같은 무료콘텐츠를 1개월에 걸쳐 제공해 나간다.

●**"더 높은 수준의 내용을 알고 싶다."** "마케팅 코치를 직업으로 해서 활동하고 싶다."는 사람들이 일정한 비율로 나타나기 시작한다.

●이러한 흐름으로 진행함으로써, '마케팅 코치 양성 과정'은 수십만 엔이라는 고가의 참가 임에도 불구하고, 매회 150명이 넘는 사람들이 참가하고 있다.

9장

아무도 모르는 집객의 테크닉!

프로모션을 성공시키는 가장 중요한 마인드 세트(mind-set)

●**프로덕트 론칭이나 웨비나를 성공시키기 위해 필요한 마인드 세트(마음가짐)은 철처한(GIVE) 정신이다.**

●가장 중요한 핵심은 오로지 **최초에 제공하는 무료 콘텐츠의 품질 수준에 달려 있다(웨비나의 경우라면, 웨비나 자체의 콘텐츠가 될 것이다.)** 제공하는 콘텐츠는 무료이지만, 그것을 아낌없이 주면서, **이것을 정말로 무료로 제공해도 되는 걸까? 라고 할 정도의 높은 수준의 것을, '가장 아끼고, 또 가장 내놓고 싶지 않은 정보를 무료로 내놓는다.' 고할 정도의 마인드 세트가 필요하다.**

●당신의 진정성이 전해지는 것이다. GIVE의 정신이 최고에 달했을 때 기적이 일어난다. 억단위 프로모션은 그렇게해서 태어난다. 과연 어디까지 각오를 하고, **GIVE의 정신으로 무료 콘텐츠를 제공할 수 있을 것인가?**

9장

아무도 모르는 집객의 테크닉!

'단 한 명의 고객'으로부터 모든 것이 시작된다!

어떤 큰 사업도 최초에는 단 한명의 고객으로부터 시작한다.
'제로창업'에서는 몇 백 명, 몇 천 명의 고객을 확보할 필요는 없다.
단지 수 명~ 수십 명으로 이루어지는 사업인 것이다.

우선은, 최초의 '단 한 명의 고객'을 맞이하자.

그다음은 꾸준히 반복해서 쌓아 나가면 될 뿐이다.

에필로그

맺음말 제로창업

그일을 하면서 가슴이 뛰는가, 나의 마음 가짐이 올바른 것이라고 느끼고 열정을 쏟아 부을 수 있는가 하는 점이 가장 중요하게 생각하고 있다.

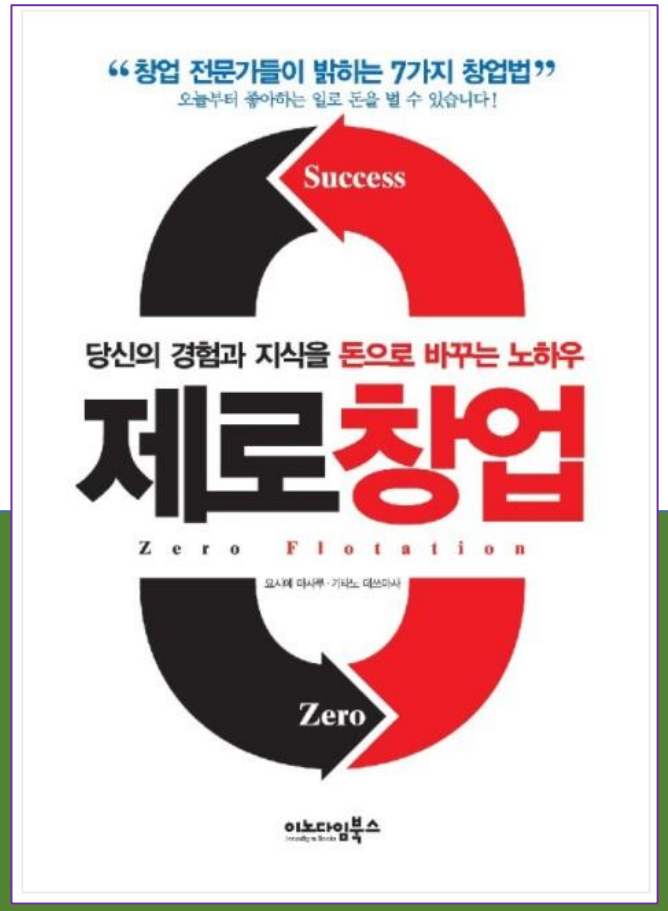
현재의 당신은 어떤가? 지금 정말로 자기 자신이 하고 싶은 일, 가슴 뛰는 일을 과연 하고 있는가?

자기의 인생을 자기 스스로 완전히 통제할 수 있다는 행복은 그 무엇과도 바꿀 수 없다.

제로창업이라면, 비용도 자격도 실적도 없으며, 경쟁도 없는 당신의 고유 영역에서, 다른 사람보다 앞선 사소한 경험만 갖고 있다면 시작할 수가 있다. '나의 미래는 한없이 밝다.' '나의 창업은 반드시 성공한다'고 잠재 의식 속에 새겨 놓을 수 있다면 그곳이 이루어진 것처럼 상사앟고 행동할 수 있다면, 실패할 확률 없을 것이다.

10회 소셜스쿨 일욜밤 북톡방

당신의 경험과 지식을,
돈으로 바꾸는 노하우



콘텐츠 큐레이터 정장식

감사합니다!