

エノバーダグリーン

講義編

 Avance

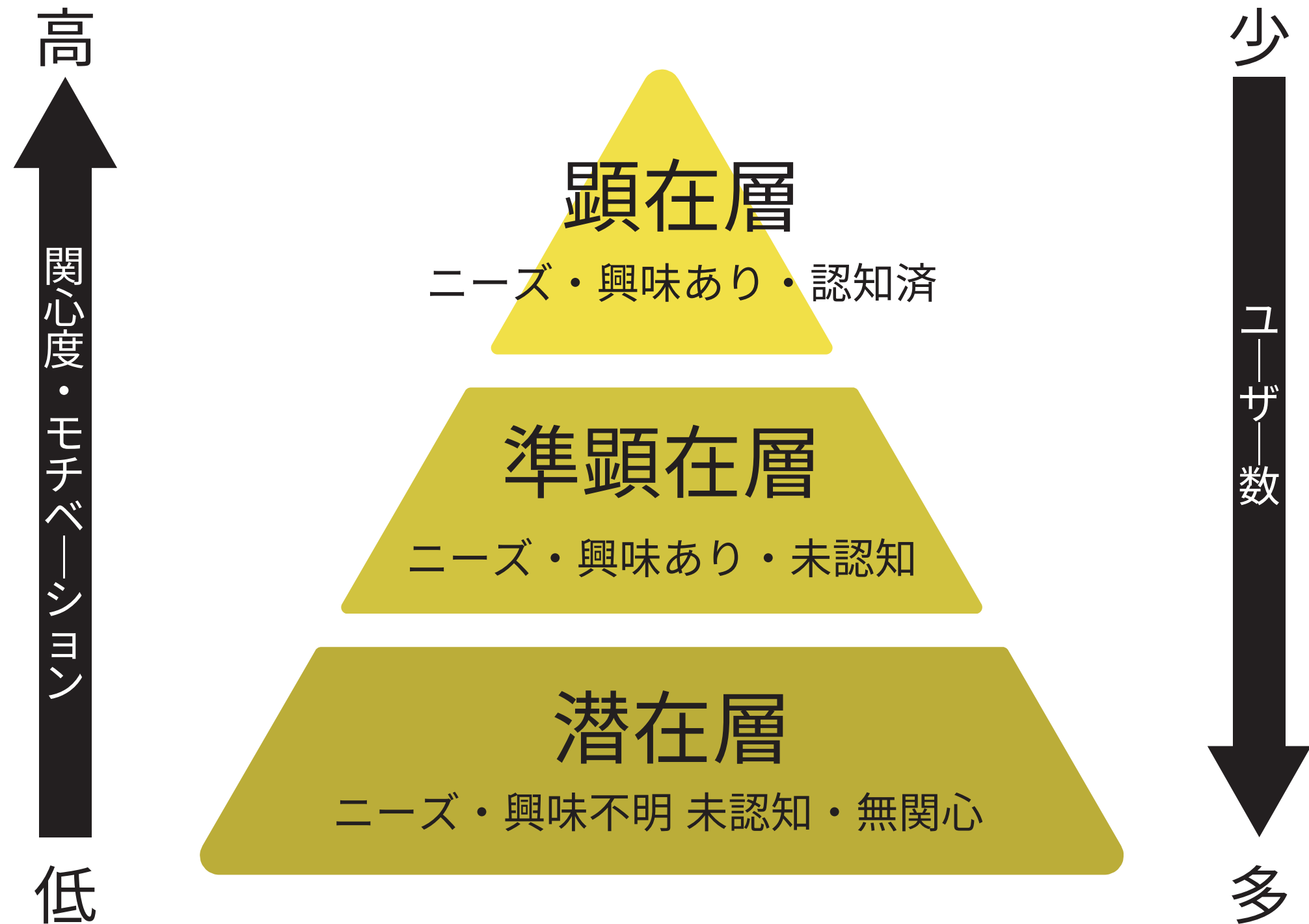


そもそもエバーグリーンとは

毎月安定的に売上を作る

仕組みのこと

訪れる顧客は潜在層が大半 ほぼ見込み顧客の段階



エバーグリーンを設計する目的は2つ

1つ目

顕在層（今すぐ顧客）の取りこぼしを最小化し
売上に繋げること

2つ目

特典等で価値提供をして見込み客との
長期的な信頼関係を構築すること

1：顕在層の取りこぼし防止策

問い合わせの導線を分かりやすく設置する

今すぐ顧客が迷わずに購入まで進めるように
個別相談などの導線を構築すること

2：見込み客との長期的な信頼構築

潜在層は導線が分かりやすくても購入しない

まずは価値提供をして信頼関係を構築する

どのような顧客がターゲットなのか

- 1：個別相談にすぐに申し込みたい人（1割）
- 2：特典だけ欲しい人（9割）

大前提として

**エバーは売上を上げるための販売導線ではなく
取りこぼしを防ぐための販売導線**

潜在顧客を集める

LINEのリストはどんどんたまっていきます

**LINEリストは1リスト1万円の価値があると言われていますが
リスト保有をしていくことに意味がある**

有益な価値提供をして顕在意識を高めていくことが大切

インスタ経由の成約フロー

投稿39ページ⇒ピン留め投稿⇒

プロフィールorハイライトリンク⇒公式LINE⇒

フロント集客LP ⇒個別相談 ⇨成約

どんな集客媒体でも基本は同じ

YouTubeの成約フロー

動画CTA⇒概要欄⇒公式LINE⇒フロント集客LP⇒個別相談⇒成約

Xの成約フロー

日々のポスト⇒固定ポスト⇒公式LINE⇒フロント集客LP⇒個別相談⇒成約