

【事業計画:集客売上 100 倍システム(販売価格 100 万円)】

1. 事業目標

- 年間売上目標:2 億円
 - 商品単価:100 万円
 - 年間必要契約数:200 社
-

2. 販売戦略

販売チャネル

- メール配信によるリード獲得
- 初期アプローチは **動画+レポート** で自動化
- 興味・関心が高いリードにのみ **アドバイザーが商談・販売**

目標成約率

- 商談→成約率:40%(リスクなし提案・ターゲット精度高)
- メール→商談化率(改善後平均):1~3%想定

必要商談数

200 件 ÷ 0.4 = 500 件 200 件 ÷ 0.4 = 500 件 200 件 ÷ 0.4 = 500 件

必要メール配信数

- 商談化率 1% → 50,000 通/年
 - 商談化率 3% → 16,667 通/年
 - 配信コスト目安:40 万程度(1 通あたり約 10 円想定)
-

3. 顧客フォロー戦略(低コスト・主体型)

初期オンボーディング

- 契約後、動画・レポート・チェックリストを自動送信
- 進め方、提出物、期限を明確に提示

自己進行型サポート

- 顧客が主体でタスクを実施
- アドバイザーは質問が来た時のみ対応(短時間)

成果確認

- 顧客が自社で進捗・成果をチェック
 - 集計・報告フォームを提供
 - アドバイザーは改善提案のみ
-

4. オペレーションフロー

1. メール配信(ターゲット企業)
 2. 動画・レポートで自動説明
 3. 興味リードを抽出(動画完了/クリック/ダウンロード)
 4. アドバイザーが商談・契約
 5. 契約後:顧客主体で実施、アドバイザーは必要時のみサポート
 6. 成果確認 → 成功事例作成 → 紹介・ロコミ活用
-

5. コスト概算

- メール配信: 40万(年間)
- 動画・レポート作成: 初期50万(1回作成で繰り返し使用)
- アドバイザー人件費: 短時間対応で年間100万~150万

- その他運営費:30 万程度

年間コスト合計:200 万前後

6. 収益計算

- 年間売上:2 億円(100 万×200 件)
 - 年間コスト:約 200 万
 - ROI:100 倍
-

7. スケール戦略

- リスト精度を上げれば商談化率上昇 → メール通数削減
 - 件名・本文・動画・レポート改善 → 商談化率最大化
 - 顧客主体型でサポート負担最小化 → 少人数で大規模対応可能
-

8. 成功条件

1. ターゲット精度(年商 2~10 億の会社、課題・悩みが明確)
 2. 件名・本文・動画・レポートの質(商談化率を 10 倍にできるか)
 3. アドバイザー商談の効率化(高成約率を維持)
 4. 顧客主体型フォローの仕組み化
-

まとめ

- 販売価格 100 万円でも **低コスト・高効率で 2 億円達成可能**
- 顧客主体型 + 自動化 + アドバイザー商談で **スケーラブルな事業モデル**
- 配信数・商談数・成約率・フォロー効率の 4 つを最適化することが成功の鍵

【3年後目標:売上 1,000 億円事業計画 (販売価格 100 万円)】

1. 目標設定

- 売上目標:1,000 億円
- 商品単価:100 万円
- 年間必要契約数:

$1,000 \text{ 億} \div 100 \text{ 万} = 1,000,000 \text{ 件}$ $1,000 \text{ 億} \div 100 \text{ 万} = 1,000,000 \text{ 件}$ $1,000 \text{ 億} \div 100 \text{ 万} = 1,000,000 \text{ 件}$

👉 年間 100 万社に販売

2. 販売戦略

販売チャネル

- メール配信・動画・レポート自動化で 大量リード獲得
- 興味・関心が高いリードにのみ アドバイザー商談
- 大規模展開のため、全国・海外ターゲットも含めた拡張リストを活用

必要商談数

- 商談→成約率:40% (リスクなし提案・精度の高いターゲット)

$1,000,000 \div 0.4 = 2,500,000 \text{ 件}$ $1,000,000 \div 0.4 = 2,500,000 \text{ 件}$

$1,000,000 \div 0.4 = 2,500,000 \text{ 件}$

👉 年間 250 万件の商談 が必要

メール→商談化率

- 商談化率を 1~3%で仮定
 - 必要メール数:
 - 商談化率 1% → 2 億 5000 万通
 - 商談化率 3% → 8333 万通
-

3. 顧客フォロー戦略(低コスト・主体型)

- 契約後は 顧客主体で進める仕組み
 - 動画・レポート・チェックリストを自動送信
 - アドバイザーは 高スコア顧客のみ短時間対応
 - 成果確認も顧客主体で実施
-

4. オペレーションフロー

1. 大規模メール配信(ターゲット精度を維持)
 2. 動画+レポートで自動説明
 3. 興味リード抽出(動画視聴完了、レポート DL など)
 4. アドバイザー商談(高スコアリードのみ)
 5. 契約後:顧客主体で実施
 6. 成果確認 → 改善提案・アップセル → 成功事例共有
-

5. コスト概算(年間)

- メール配信:1 通あたり 10 円として、8333 万通 → 約 8.3 億円
- 動画・レポート制作:初期数億円(大量配信用に複数バージョン作成)
- アドバイザー人件費:高スコアリード対応のみ → 数十億円規模
- システム運用・リスト管理:数億円

年間コスト総額:数十億円規模(粗利率 70~90%目安)

6. スケール戦略

- ターゲット精度の向上でメール通数削減、商談化率向上
- 自動化インフラの強化(動画・レポート・CRM・進捗管理)
- アドバイザーの効率化(高スコアリードのみ対応)
- 海外展開や提携企業拡大で潜在リードを最大化

7. 成功条件

1. 大量リード獲得のためのマーケティングインフラ
2. 顧客主体型フォローの標準化で人件費抑制
3. 商談化率・成約率の最大化
4. スケーラブルなシステム構築(動画・レポート・CRM・自動リマインド)

まとめ

- 3年後 1,000 億円を目指すには、100 万件契約を見据えた大規模メール配信と自動化インフラの構築が必須
- 販売単価 100 万円でも、効率的な顧客主体型フォロー＋高反応率マーケティングで実現可能
- 人件費は **高スコア顧客のみ対応** に集中 → スケール可能