

【資料タイトル】

信頼関係を前提にしない「売れないようで売れていく」戦略設計

ムダな営業コストを省き、売上と利益を最大化するシステム構築

■ はじめに

「売るのが苦手」「営業が苦痛」「信頼関係を築くのに時間がかかる」そんな悩みを抱えるビジネスは少なくありません。

しかし、実は「人は信頼関係ではなく、“欲しい”という感情で商品を選びます」。必要なのは、**「売ろうとしなくても売れてしまう仕組み」**を設計すること。

本資料では、自然に売れていく戦略設計と利益最大化の仕組みについて解説します。

■ 核心の考え方

「売る努力」より「欲しがらせる設計」

人が商品・サービスを買う理由はシンプルです。

「これ、欲しい」
それ以外にありません。

つまり、必要なのは

- 売り込むことでも

- 好かれることでもなく
- 「その人にとって必要だ」と自然に思わせること

そのためには、「売る」ではなく「欲しがらせる戦略設計」が必要です。

■ 売れないように見えて売れていく仕組み = 逆説型マーケティング

✓ 特徴

通常の営業	売れないようで売れる戦略
商品のメリットを強調	課題を見せ、解決は後回し
今すぐ購入を促す	判断は相手に委ねる
クロージングに集中	無関心層に自然に届ける
「買ってください」と言う	「選ばない人はスルーでOK」と伝える

■ 売っていく仕組みの4ステップ

Step1: 必要性に気づかせる情報提供

- セールスせずに「悩みの正体」「失敗例」「選ばないリスク」を示す
- 例:「〇〇を選ばなかった人の末路」「知らずに損している〇〇の仕組み」

Step2: 商品ではなく“設計思想”を見せる

- 価格や性能ではなく、「なぜこう設計したのか」という思考過程を伝える
- 信頼を超えて“納得”に変える

Step3: 購入判断を“相手に委ねる”

- 「売りません」「選びたい人だけに」など、逆張りの表現を使う
- 「売り込みがない安心感」が購買を後押し

Step4:問い合わせから購入まで一貫して“ムダなし”

- 資料請求 → 自動返信メール → 診断 → 設計提案 → 申込誘導まで一連のシナリオ設計
 - セールス不要で売れていく
-

■ 利益拡大の鍵は「売上」より「ムダの削減」

よくあるムダなコスト例

- 信頼関係構築のための訪問・電話・営業トーク
- 見込み客を説得するための時間・人件費
- 反応が低い広告やチラシの大量出稿
- 「買わない人」への過剰対応

利益拡大の設計

項目	従来型	ムダゼロ型
集客	広告で集めて営業	情報提供で自然流入
セールス	営業マンが売る	自動化された設計プロセス
見込み管理	手動で追客	ステップ配信で自動育成
利益構造	高価格で利益確保	原価構造と販管費を最適化

■ 戦略実行モデル(例)

【業種】注文住宅サポート・設計相談

【売らない戦略】

1. 無料相談ページを用意(CTA は“契約不要の図面作成”)
2. 図面を提供 → メール自動配信 → 質問・感想をもらう
3. 相手の要望が具体化したタイミングで初めて「サポート費の案内」

4. 希望者のみ申し込み。無理な営業は一切不要。

結果、信頼関係なしで“選ばれる”

→ 顧客満足も高く、リピート・紹介も増える。

■ まとめ：欲しいと思わせる設計で、売上も利益も自然に増やす

- 「信頼関係が必要」は思い込み
- 人は“欲しい”から買う
- 売らずに売れる仕組み＝ムダの削減と利益最大化

あなたのビジネスにも「売らない仕組み」を設計してみませんか？

