

最短最速で高利益率商品を作り 最短最速でキャッシュを得る 7ステップ

株式会社グラン 代表取締役
佃 隆志

とても忙しいあなたには、時間が無いと思いますので、単刀直入に言います。

もし、あなたが、利益率の高い商品をお持ちで無い場合、僕のおすすめは、インターネットを利用してあなたのノウハウを販売すること。

インターネット教室を作ることです。

人様に売れるノウハウなんか持ってない…

そう思われたかもしれませんが、それは、本当でしょうか？

自分は普通にできるのに、他の人は出来ないんだなあ・・・と感じたり。

何気なくやってるだけなのに、他人から褒められること、ありませんか？

あなたは、普通に出来ることなので、特別な事とは思っていないかもしれませんが、

他の人から見たたら優れていること、たくさんお持ちのはずなのです。

このレポートをご覧のあなたは、経営者のはずですから尚更ですよ。

僕が、特にびっくりした教室の例をあげますと…

- ＊主婦による野菜の切り方
- ＊主婦によるおそうじの仕方
- ＊包丁の研ぎ方
- ＊整体師さんによる肩こりの解消法
- ＊元気のつくり方
- ＊笑うだけの教室
- ＊おしゃべりの方法などなど・・・

しかもこれらは、インターネットを使った教室。

本当かな？　って思ったら検索してみてください。

出来る人に見てみたら、すごく普通のことだったりしませんか？

でも、世の中には、あなたが普通に出来ることが出来なくて困っている人が、沢山いらっしゃるという事なんです。

つまり、ちゃんと仕組みを作って販売すれば、何でも売れるのが、インターネット教室なんです。

僕自身も、インターネットを使った教室や講座をいくつか持っています。

経営者のあなたには、ウソを言ってもバレるでしょうし、回りくどい話は不要だと思いますので、本音で正直に言います。

僕の、インターネットを使った教室や講座の、最高の月間売上は295万円、利益は293万円、利益率は99%です。

しかも、他の講座や仕事をしながら、空いた時間を使ってやりました。

そして、この方法を教えた女性のうち3人をご紹介しますと、

★Nさんは2ヶ月目で、36万円

★Hさんは3ヶ月間で、75万円

★Kさんは2ヶ月目で、6万円を、売り上げました。

このうちHさんは、今まで商売をされた事が無い、普通の主婦の方です。NさんとKさんは美容系のサロン経営者です。

つまり、再現性が有る方法なのです。

その教えた方法を濃縮し、はじめてから1ヶ月以内に売上を作る事を目標に、まとめたのがこのレポートです。

もし、**空いた時間を使って、収入を得ることが出来たら**どうでしょう？

少しは、楽になりませんか？

「インターネット教室を始めたいんだけど、どうしたらいいですか？」って質問をよく受けるので、『失敗しない教室のはじめ方』としてまとめました。

本レポートでは、インターネット教室をはじめる手順を7つに分解しています。

ところどころに、集客ポイント入れましたので、ブログやSNSから集客したい人にも最適なレポートです。

情報発信のハードルが下がった世の中では、間違った情報も数多く見かけますが、僕自身は、30年ほど飲食業に携わっていますし、13年会社を経営しています。

ブランディングやマーケティングにも多額の投資をして、多く学び、料理教室やサービスを沢山作って来ましたので、知識量は問題ないと思っています。

経験に基づいたノウハウをまとめましたので、ぜひご覧ください。

このレポートがあなたのお役に立てて、お客様や、お店のスタッフの皆さん、そしてあなた自身が愉しく過ごして頂けたら嬉しいです。

最短最速で高利益率商品を作り 最短最速でキャッシュを得る7ステップ

まずは、大きな流れを覚えてください。

- ✓手順①：リサーチする
- ✓手順②：潜在顧客を集める
- ✓手順③：商品を作る
- ✓手順④：商品をパッケージ化する
- ✓手順⑤：集客する
- ✓手順⑥：販売する
- ✓手順⑦：教室を運営する

順番に解説します。

このレポートを読み終わったら、すぐにはじめて欲しいのが、手順①と手順②です。

これは、早ければ早いほど、効果が早く出ます。

手順 ①：リサーチする



このリサーチですが、商品やサービスを作る前に、とても、とても重要な部分なのですが、ほとんどの人がやっていません。

なんとなくはじめたり、自分が売りたいサービスをしたり、自分の思い込みで作るってしまう人がとても多いのです。

自分が売りたいサービスと、世の中で求められているサービスが同じなら、超ラッキーですが、必ずしも同じとは限りません。

むしろ、違うことの方が多いです。

でも、自分が売りたいサービスを、頑固に売る！ でも良いと思います。

世の中に求められているサービスをひとまず販売し、基盤を作ってから、余裕が有る状態で自分が売りたいサービスを販売するのも良いと思います。

これは、ご自身で判断してください。

僕の個人的なオススメは、世の中に求められているサービスをひとまず販売すること。

世の中に求められているものは、比較的販売が楽だからです。

楽に販売できる商品を使いながら、ノウハウを積み、本当に自分が売りたいサービスを、余裕が有る状態で販売する方法です。

世の中に求められていない商品を頑なに売り続け、余裕が無い状態になってしまつては、顧客満足度も低くなりがちですので、喜んで頂けるお客様の数が少なくなるからです。

どちらにしても、まずはじめに、必ずリサーチは必要です。

効果的に行うための、3つのステップに分解しました。

I. 仮説を立てる

II. 検索する

III. 人に聞く

I. 仮説を立てる

いくら市場に求められている事だとしても、苦手なことや、知らないこと、出来ない事を教えるのは、現実、無理ですよ。

強引にやれば、出来ない事は無いと思います。

しかし、信用を無くしたり、遠回りになる事も多いので、現実的には、自分の得意なことや、過去に克服してきたことを教室にすることをオススメします。

特に、今、ご来店頂いているお客様に販売するのが、一番早いですし、来て頂ける可能性も高いですし、お客様の満足度も高まります。

例えば、飲食店なら料理教室、整体なら自分で出来る肩こりの治し方教室、美容系サロンなら腸活教室など。

もっと簡単な教室、例えば、飲食店だったら、包丁の使い方教室だって良いですよ。

包丁の使い方なんか知りたい人いる？

なんて思われたかも知れませんが、じつは、お客様への提案の仕方によって「知りたい」と感じてもらうことは可能なのです。

例えば、次の、AとBだったら、どっちが「知りたい」と思って貰えそうですか？

A. 【 包丁の使い方教室 】

B. 【 野菜を美味しくする一番の方法は、実は包丁の動かし方だった！！ 今日から実践できる、プロが教える包丁の使い方教室 】

いかがでしょうか？

Aは、教室に行く必要性を感じにくいですが、Bなら、行った後のメリット（ベネフィット）が明確なので、「行きたい！」と、思っ貰えそうですね？

でも、やる内容は、どちらも同じ、包丁の使い方なんです。

ちょっと話が逸れましたが、自分が出来る事、得意な事で、自分が売りやすいお客様に対して、何が売れそうか？ 仮説を立てましょう。少なくとも3つ。

仮説の立て方は3ステップです。

(1) 誰に？（仮想のお客様 = ペルソナ）

- 実際のお客様や知り合いを仮想のお客様に設定します。間違えやすいのが、お客様全体で考えてしまいがちですが、必ず1人にしぼります。仮想のお客様に、〇〇さんと、名前をつけるのも効果的です。
- できるだけ具体的に設定する。（年齢、職業、家族構成、収入、好きな本、趣味など）
- 悩んでいる事は、なんでしょうか？
- 困っている事は、なんでしょうか？
- いま感じていいる感情は、どのような感情でしょうか？

(2) どうなる？（メリット・ベネフィット）

- その教室を受けた、お客様が得られる、具体的なメリットを考えます。
- 仮想のお客様が悩んでいる事、困っていることを解決するでしょうか？
- 解決できた時、どのような感情を得られるでしょうか？

(3) 具体的な商品

- 仮想のお客様が、悩みや困っている事を、解決するための商品は何でしょうか？
- できるだけ早く解決する方法は何でしょうか？

(1)～(3) をまとめて短い文章にしましょう。

私は、（仮想のお客様）の（困りごと）を（仮想の商品）で解決する人です。

II. 検索する

インターネットを使って、仮想のお客様が存在するのか？ 仮想の商品は需要があるのか？ 予め、リサーチします。

リサーチする場所は、Googleキーワードプランナーを使うのが無料で使えて便利です。

https://ads.google.com/intl/ja_jp/home/tools/keyword-planner/

キーワードプランナーの使い方は、検索してみてください。

個人的に分かりやすいと思う、使い方を解説しているサイトを貼っておきます。

<https://junichi-manga.com/how-to-use-keyword-planner/>

他にも解説サイトは沢山あるので、自分の好みにあったサイトを見つけてみてください。

キーワードプランナーでは、あるキーワードに対して、検索数を調べる事ができたり、それに関連する人気キーワードが出てきます。

検索数が多いということは、需要が多い可能性が有るという事になります。

ここは、ブログ記事等の記事を書く時や、情報発信する時に、とても参考になりますので、使い方を勉強しておいて、損はありません。

このキーワードプランナーに、Iで立てた仮説に関するキーワードを徹底的に調べましょう。

調べれば、調べるほど良いです。

調べている中で、ヒットするキーワードや、新しい商品のアイデアなどが出てくる場合もあります。

ぜひ、時間をかけて調べてみてください。

Ⅲ.人に聞く

この項目は、絶対に飛ばしてはいけません。

Iで仮定した、仮想のお客様に近い人、2～3人に直接お話を聞きましょう。

「こんな商品を考えているんですが、どう思いますか？」

最初は、本音を言ってくれないかも知れませんが、帰り支度をしている時の雑談で、ポロっとヒントになる事や本音を言ってくれる場合が多いので、最後まで気を抜かずに傾聴しましょう。

もしその時、「そんなの、やめた方が良いよ～」のような、否定的な意見を言われたとしても、ひとまずスルーしましょう。

特に、家族や親しい友人から言われる事が多いはずです。

勿論、相手はあなたの事を心配して言ってくれています。それは充分わかっています。

しかし、ここではスルーです。

なぜならば、ここで止まってしまうのは時間の無駄だからです。そして、いま作業を止めてしまうのは、将来大きな差になるのは明らかだからです。

あくまでも、ここでの意図は、

1. 悩みを聞き出すこと。
2. 解決したい事を聞き出すこと。
3. 解決してどうなりたいかを聞き出すこと。

この3つです。

時間的に、どうしても難しかったら、アンケートでも良いかもしれませんが。

しかし、100人分のアンケートより、仮想のお客様に近い人1人のリアルな声の方が価値は高いです。

そして、Iで仮定した、

私は、（仮想のお客様）の（困りごと）を（商品）で解決する人です。を、確定させましょう。

手順②：潜在顧客を集める



「潜在顧客」は、商品・サービスの必要性を気づかせることができれば「見込み客」になり得る人たちのことです。

今すぐではない顧客です。

「見込み客」の一步前の段階の人々が潜在顧客です。

潜在顧客を集める場所は、お店、Instagram、You Tube、ブログ、Twitterなどなど。

もし、お客様のメールアドレスをお持ちならば、それも整理しておくことをお勧めします。

最短最速で利益を出すために、潜在顧客を、できるだけ多く集めましょう。

Q、潜在顧客は、どうやって集めたら良いですか？

A、とにかく 『ギブ』に徹する ことです。

ギブとは、与えること。

潜在顧客には、絶対に販売をしないことです。

では、何をギブするかの？

あなたが持っている、情報、ノウハウ、労力、時間など、提供できるものは無償で提供しましょう。

ここで忘れて欲しく無いのですが、あなた自身の事も、潜在顧客は知りたいことの1つです。

貴重な情報やノウハウなどの《コンテンツ》だけではなく《あなた自身のこと》も知りたいのです。

この段階では、コンテンツ < あなた自身のこと でも良いくらい。

SNSや、LINE@（LINE Business）で、どんどん発信しましょう！

もし、もうLINE@（LINE Business）やってるけど、今まで、告知や売り込みばかりして来たなあ・・・

そんな時は、1日も早く『ギブ』していきましょう。

とにかく『ギブ』しまくる。

1日1回は投稿して欲しいです。

最短最速でキャッシュを作るって言ってるのに、投稿は週1回位で・・・なんて言ったら、まあ無理ですね。

ただ、間違えないで欲しいのは『ギブ』に徹するです。

『ギブ』の記事に、商品のリンク等は絶対につけてはいけません。

リンクをつけた時点で、その記事は『テイク・売り込み』の記事になってしまいます。

“この人、私に何か売りつけようとしてる”

そう感じてしまうからです。

ただ、ギブするものは、①で仮説を立てた、仮想のお客様が欲しいもの、役に立てるものです。

お肌がきれいになりたいと思ってる人に、釣りの情報を提供しても、全く役には立ちませんよね。

そんなの分かってるよ！ って、ツッコミ来そうですが、意外と、多くの人が、これをやってしまいます。

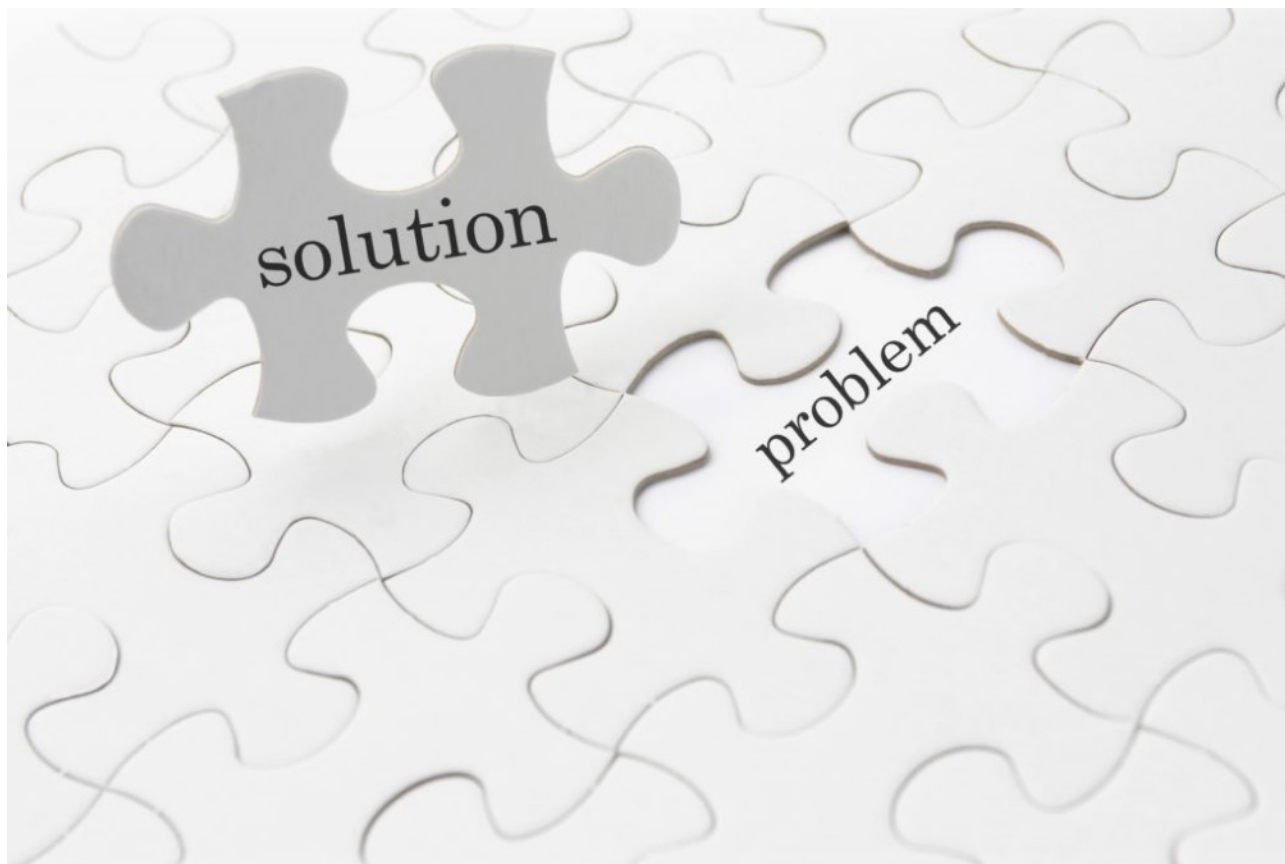
情報を発信する前に、仮想のお客様が、欲しい情報かどうか、一旦冷静になり、自分が、仮想のお客様になったつもりで再確認してみましょう。

ちなみにですが、僕は、再確認のため、記事を書いたら、一晩寝かせて翌朝読み直してから投稿してます。

そして、親や大切な友人に『お手紙』を書くつもりで書いています。

※ 潜在顧客に商品、サービスの必要性を気づかせるのには、テクニックが必要ですが、これから根気強く学んでいきましょう。

手順③：商品を作る



I で決めた、
私は、（仮説のお客様）の（困りごと）を（商品）で解決する人です。に基づいて、商品の内容を決めます。

つまり『受講生が、どうやって困りごとを解決できるようにするか』です。

例えば、料理教室の場合だったら、レシピや料理方法を伝えるだけではダメということですね。

困りごとを解決するステップは、次の通りです。

1. 困っていることを認識してもらう。
2. どうしたら、解決できるのかを知る。
3. 解決方法を教える。
4. できるようにする。

例えば、I の例で出てきた、

【野菜を美味しくする一番の方法は、実は包丁の動かし方だった！！ 今日から実践できる、プロが教える包丁の使い方教室】を分析すると、こうなります。

1. 美味しい料理を作るには、野菜の切り方が大切なんだ！
2. 上手に切るには、包丁の動かし方が大切なんだ！
3. なるほど、こうやったら、上手に切れるんだ！
4. プロに教えてもらう！

仮想のお客様をしっかりと分析して、商品を作りましょう。

インターネット教室は、主に3と4が商品です。パターンとしては3通りあります。

ア. 3のみ

イ. 3 + 4をあわせる

ウ. 3の後に4

手順④：商品をパッケージ化する



次は、商品をパッケージ化します。

商品と、商品パッケージの違いとは、

- ☑ 商品は、受講生が解決方法を知るためのもの。
- ☑ 商品パッケージは、受講生が解決方法と実践方法を知り、できるだけ早く、確実に目標を達成してもらうためのサービス。

上の写真の様に、困りごとを解決するためのステップを作ってあげるイメージです。

前項の『解決方法 + できるようにする』とも言えますね。

例えば、宝の地図が商品だとします。

宝の地図を掘り当てることができれば、大きなメリットを享受できます。

しかし、商品だけでは、地図を片手に、自力でいくことになり
ます。

その場合、宝の場所までたどり着けない場合もありますし、た
どり着けても、宝を掘り起こす道具を持ってない、あるいは道
具の使い方を知らないなど、いくつもの障害が出てきます。

商品パッケージとは、地図だけでなく、乗り物や、掘り起こす
遠具、道具の使い方、掘り起こしてから盗まれない方法などま
で、パッケージで伝えるのです。

例えば、

- ★特典を付ける
- ★保証を付ける
- ★サポートを付ける など。

受講生は、早く、確実に大きなメリットを享受できる可能性が
高くなるのです。仮に、パッケージ化によってコストが上が
り、販売価格が上がったとしても、最短でメリットを享受でき
ますので、顧客満足度は高くなります。

実際に商品パッケージを作ってみましょう！

仮想のお客様（ペルソナ）について	
お名前	
年齢	
性別	
住んでいる場所	
家族構成	
お仕事	
趣味	
好きな本・雑誌	
好きな場所	
困っていること	
悩み	
解決したいこと	
目標や夢	

商品・商品パッケージについて	
お客様の何を 解決しますか？	
どうやって 解決しますか？	
解決する時に 障害となるもの①	
解決する時に 障害となるもの②	
解決する時に 障害となるもの③	
解決する時に 障害となるもの④	
解決する時に 障害となるもの⑤	
価格	
特典	

手順⑤：集客する



一番確実で、コストを抑えることができる集客は、潜在顧客から見込み客になってもらうこと。

今の段階では、費用対効果が低くなる可能性が高いので、広告を使わない方が懸命です。

もちろん、広告で集客することも可能ですが、ノウハウが少ない場合は、お客様がクリックしてくれる確率が低くなります。

また、仮に広告で見込み客を集めることが出来たとしても、実際に商品を買って貰える可能性は低めです。

潜在顧客から見込み客になって頂く事が、遠回りのように見えますが、実は、近道です。

潜在顧客から見込み客になってもらう方法



潜在顧客がいる場所と、見込み客がいる場所は違います。

これを、ほとんどの人が理解していませんし、活用出来ていません。

潜在顧客と見込み客を、つなげてあげる必要が有ります。

つなげる役目をするのが、「無料レポート」などの無料特典です。

PDF、動画、音声、写真、なんでも特典になります。

難しいもので無くても大丈夫です。

潜在顧客にとって有益な、PDF 1～2枚とか、スマホで撮った動画とか、今まで撮りためた写真をピックアップしてなど・・・

本当に、何でも特典になります。

とは言っても、潜在顧客が『欲しい』と感じるものがベターですね。やっぱり。

そして更に、インターネット教室につながる特典が、より効果的です。

でも、あまり難しく考えすぎると、動きが止まってしまいますので、気軽に、色々試してみましょう。

そのうち、自分にあった効果的なスタイルが分かってくるようになります。

そして、集めた見込み客に対してもギブを続けていき、ある程度信用を得たら、商品を販売していきましょう。

手順⑥：販売する



『販売が苦手』『セールスがイヤ』という人が多いのですが、僕は、基本的には「セールスしていません」

もちろん、スタッフが売ってくれるのでもありません。

ちゃんと信頼関係を構築できれば、『売らなくても売れる』のです。

お客様の方から、「売ってください」とお願いされるのが理想です。

信頼関係の構築のためには、先程からお伝えしてきている通り、とにかく『ギブ』です。

いつも、「ちょうだい」って言ってる人には、あげたく無いけど、いつも「あげる」って言ってる人には、なんだか、お返ししたくなりませんか？

それを、返報性の法則と言います。

何かをしてもらったら、お返ししたくなるが、人間の本能なのです。

『欲しかったら、あげましょう』です。

そして、僕の手の内を明かすようで、あまり大きな声では言えないのですが、じつは『つい購入してしまう魔法の法則』もあります。

有料講座の生徒さんだけに教えている法則なので、どうしてもここではお伝え出来ないのですが・・・

少しだけ明かしますと、魔法の法則とは、上手くいくセールス法を、誰でもできるように、10のステップに分けたマニュアルです。

そのマニュアルに従って、しゃべるだけで、お客様が欲しいと感じるようになる、とても威力が有る法則です。

言い方は悪いですが、悪用しようと思ったら、いくらでも悪用できる、人間心理を応用した法則と言っても過言ではありません。

冒頭でもお伝えしましたが、この法則を教えた女性のうち、

★Nさんは **2ヶ月目**で、**36万円**

★Hさんは **3ヶ月間**で、**75万円**

★Kさんは **2ヶ月目**で、**6万円**を、売り上げました。

Hさんは、今まで商売をされた事が無い、普通の主婦の方です。

僕が教えたことを、素直にそのままやった結果なのです。

手順⑦：教室を運営する



販売が出来たら、いよいよ講座のはじまりです。

インターネット教室は、Zoomというテレビ会議システムを使って行います。

2020年は5Gがスタートしますが、2時間の映画が3秒でダウンロードできるほど通信速度が早くなります。

近い将来、バーチャルの世界が、現実と区別がつかない程になり、リアルで合う必要性が次第に薄れてきます。

Zoomを使ったインターネット教室の、メリットとデメリットをまとめました。

[運営側のメリット]

- 会場費が不要
- 利益率がとても高い
- 時間の節約が可能
- 世界中どこでも開催可能
- 天気に左右されない
- 遅い時間や深夜でも開催可能
- 遠隔地でも開催可能
- ニッチ商品でも開催可能
- 1対1でも、1対多でも開催可能
- パソコンだけで開催可能
- やろうと思えば、タブレットやスマホでも開催可能
- 感染症などの影響を受けにくい

[受講生側のメリット]

- スマホと通信環境があれば受講可能
- 世界中どこでも受講可能
- 時間の節約が可能
- 天気を気にしなくて良い

- 子どもと一緒に受講可能
- 会場までの交通費がかからない
- 遠隔地でも受講可能
- 他の受講生とのトラブルが少ない
- 他の受講生に気を使わなくて済む
- 他の受講生から病気を貰わない

〔デメリット〕

- 触れない
- 香りが分からない
- 食べられない
- 会えない

僕は今まで、料理教室、講座、セミナーをリアルで開催してきました。そして、8ヶ月ほど前から、Zoomを使った教室や講座も、同時並行して行ってきました。

正直、もう、リアル講座には戻れません。

リアル教室も、インターネット教室も受講して頂いた、Oさんからは、「前（リアル講座）より、パーソナルに伝えてくれる感じがして、信頼感が増しました」と感想を頂戴しました。

インターネット教室の方が、顧客満足度が高くなったのです。

料理教室の場合、食べたり、匂いをかいだり、料理したり、リアルでの体験が出来ないと、顧客満足度が低くなるような気がしていました。

しかし、実際にやってみると、デメリットよりも、メリットが多すぎて、逆に顧客満足度は高まり、WIN-WINの状態を作ることができた訳なのです。

これだけ、お互いにメリットが有るので、今後、インターネット教室の需要が更に高まるのは、避けられないと実感しています。

でも、実は、インターネット教室を運営する時に、ちょっとだけ工夫をしました。

それは何かと言いますと、受講生に『体験』してもらうこと。

例えば、料理教室での体験の場合、食べたり、飲んだり、調理をしてもらう事になります。

しかし、インターネット教室では、それが出来ません。

ですので、別の『体験』を用意しました。

例えば、『困っている事を解決する体験』

一緒に、受講生の困っている事を解決するのです。困っていることを解決して、一緒に喜びを分かちあえば、リアルもネットも関係ありません。強い絆を作ることだって可能になります。

だから、「信頼感が増しました」と答えてくださったのです。

教室運営の手順

実際にインターネット教室の運営するにあたって必要な手順をまとめておきました。

1. 商品設計
2. 教材や特典を作る
3. 教材配布・連絡用のサイトを作る
4. オファー文を書く（セールスライティング）
5. 見込み客にオファー
6. 支払い方法の決定
7. 支払いサイトの作成
8. セールス
9. 入金確認、連絡
10. 教室の案内
11. 事前課題
12. 教室
13. 教室修了後も関係を続けるために

要点を順番に説明していきます。

1. 商品設計

- FE商品、BE商品を作る。
- BEを売りやすい設計にする。
- 売上計画を作る。

2. 教材や特典を作る

- 配布物を作ります。
- 魅力的な特典は、受講生の悩みを解決しやすくするものです。
- スライドを作る。

3. 教材配布・連絡用のサイトを作る

- 一番のオススメはFacebookグループを使う方法。
- ユニット機能が便利です。

4. オファー文を書く（ライティング）

- 見込み客にオファーする文章を書く。
- 一番大切な部分は、ヘッドコピーです。

5. 見込み客にオファー

- 魚がいる場所に釣り糸をたらしましょう。
- オファーするタイミングも大切です。

6. 支払い方法の決定

- スムーズに決済できるようにしましょう。
- 支払い期日を決めましょう。

7. 支払いサイトの作成

- カード決済の場合は、決済用のサイトを作成。
- 銀行振込の場合は、自動返信メールで案内。

8. セールス

- 魔法の法則（セールスの10ステップ）に従ってセールス。
- 売らないセールスをする。

9. 入金確認、連絡

- 入金チェックをして、漏れや二重請求が無いように。
- 入金後の連絡ミスで、信頼を失わないこと。

10. 教室の案内

- 教室がいつからはじまるのか、講座の内容と共に連絡。
- この案内によって、キャンセル率が下がります。

11. 事前課題

- 教室の前に読んでおいて欲しい本を連絡。
- 動画は更に効果的です。

12. 教室

- 大切なのは、信頼関係。信頼を得る話し方で。
- 受講生に対して、あなたは何を提供する人ですか？
- Zoomの使い方を熟知しておく。

13. 教室修了後も関係を続けるために

- ギブを続ける。お手本を示す。
- BEやサブスクリプションの販売は？

以上で、このレポートは終わりになります。

最後までお読み頂き、本当にありがとうございます。

この手順に沿っていけば、あなたも、インターネット教室を開催することができますので、ぜひ、開催してみてください。

お客様にも、とても喜んで頂けます。

これからの厳しい世の中で、利益率の高い商品を持つことは、あなたは勿論、ご家族やスタッフの方にも喜んで頂けることになるはずです。

作り上げる時は、少し労力がかかりますが、ほとんどリスクは無いのではないのでしょうか？

僕自身は、もっと早く知っていたらという気持ちがあります。

ここでは、詳しく言えませんが、もっと早く知っていたら、沢山のものを失わなくて済んだのかもしれない。

だから、あなたのお店や、スタッフさん、ご家族、関係者、そしてあなた自身を守るためにも、1日でも早くはじめて欲しくて、このレポートを書かせて頂きました。

ぜひ、チャレンジしてみてください。
応援しています！

最後までご覧いただき、ありがとうございました。
感謝しています。

株式会社グラン
代表取締役 佃 隆志

追伸

このレポートに沿って作れば、出来る内容になっていますが、1日でも早くはじめたい、できるだけリスクを避けたい、1人で作るのは不安、という方のために、『**1日で全て学び、できるだけ早く販売をはじめることを目指す 1DAYワークショップ**』を開催しています。

実際に作業をするワークショップ形式のため**人数を限定**しています。

詳しくはこちらをご覧ください。

