

『治療家のホンネ』という350ページ以上に渡るPDFファイルはもうお読みいただきましたか？業界で話題になり、どうやら3000人以上の人が目にしてくれているようですが、まだであればこちらをどうぞ。

『治療家のホンネ』

<http://www.golazo.co.jp/c/truth>

このレポートの中での最頻出ワードは「思考」です。

ホームページを変えていないのに、2割しか実践できていないのに・・・過去最高の売上を達成してしまったという声も多かったのですが、それも思考が変わり、行動が変わったからこそ。

結果を出してもらおうための成功回避不可能な環境。

それが「チーム『逆襲』」というコミュニティです。

在籍メンバーは400人以上。特徴としては業界の重鎮的な存在の先生が多数存在していることでしょうか。積極的に発言をしてくれていることです。キャリアが30年を超える先生も珍しくありません。

要は「稼いでいる」治療家がさらに上を目指すために活用してくれているということ。こんな組織はほかにはないそうです。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

業態を超えて議論できる稀有な場であり、あなたが逃げずに取り組んでもらえるならおよそ治療院経営で起こるすべての問題はここで解決することができるでしょうし、ほかの教材も必要なくなります。

2013年3月からはこの「チーム『逆襲』」で投稿された内容を毎日メールにてご案内する試みもスタートしました。

このレポートでは過去の投稿をピックアップしてお届けるするとともに、今まで投稿されたもののタイトルをご紹介します。

先生方が真の価値がここにあると口を揃える理由が分かるはずです。

今回も印刷して手元に置いて読んでみてくださいね。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

■ 集客をデザインする

開業して日が浅く「とにかく新患を増やしたい」
と願う先生にこそ知っておいてほしい話です。

あなたは「どんな人」に来院してほしいですか？

ざっくりと

=====

- 可処分所得が高い人
- 健康意識が高い人

=====

といったものからもっと具体的に

=====

- 継続して通院する人
- 口コミ紹介をしてくれる人
- ルールをきちんと守れる人

=====

などなど。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

それを「具体的にイメージしましょう」という
抽象的な話をしたいわけではありません。

そうではなくて

そんな人を集めるための販促活動になっていますか？

というお話です。

『猟奇的な彼女』という映画があります。

ツタヤで3回ほど借りながら、最終的に
DVDボックスまで購入してしまう…

そんな映画なのですが、侮れません。
ストーリー展開が実に見事なんです。

=====

結論があり、それに向けて逆算して
ストーリーを作り布石を打つ。

=====

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

映画なので「抱かせたい感情」があって
そのために冒頭でこのエピソードを用意して
このフレーズを連呼しておく、みたいな。

絶対に「後ろから作らなければ完成しない」映画です。

で、これを見るたびに僕は思います。

これってビジネスそのものだよなあ、と。

新規なら何でもいいんじゃないかとどんな人と
付き合いたいかを明確にして（これが【戦略】）、

そういう人を集めるためにはどんな販促方法を
選ぶ必要があるのか（これが【戦術】）。

シンプルな方程式です。

これを下敷きに考えれば、僕がこれまでに
配信したビデオの理解も深まるはずです。

煽る、過剰な割引、豪華すぎるホームページ…

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

そういった販促方法（戦術）が本当に
あなたが集めたい人（戦略）を集めるための
方法としてふさわしいものなのかどうか。

この意識はすごく大切です。

もちろん僕も「入り口」ですべての人を
選別できるなんて考えていないですし、
それはただの思い上がりだと感じますが
それも含めてのご縁だとも思っています。

ただ、あなたが固い収益構造を作りたいなら
「新患なら誰でもOK」というのではなくて、
グッとこらえる場面も出てくるでしょう。

きっと腑に落ちるタイミングがありますから
ぜひこの考え方は知っておいてください。

とは言いながら事例で話したほうが理解が
進むと思いますのでいくつか。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

=====

【事例その1】

=====

テレビの通販番組で「高枝切りバサミ」が紹介されているのを見たことがありますか？

掃除機や冷蔵庫ならまだしも、わざわざテレビという広告費がバカ高い媒体で販売する価値があるものなんだろうか…

そう思ったことはありませんか？

そんな疑問は上の方程式で解決します。

「高枝切りバサミ」を買う人はどんな人か？

マンションに住んでいる人なら買いません。

一軒家で庭を保有している可能性が高いんです。

なら「高枝切りバサミ」を安く売れば（赤字でも）

一軒家で庭を持つ人が集まりますよね？

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

すると…

車庫や倉庫の提案、さらには家のリフォーム
という商品まで売ることができるようになります。

ここでいう

戦略は『一軒家住まいの人を集める』

戦術は『「高枝切りバサミ」を安く売る』

一軒家に住む人を見込み客として集めれば
ビジネスとして効率的、そう裏打ちされた
データがあるからこうしているわけですよ。

もう一度上に戻ってあてはめてみてください。

こういうのはビジネス書にも載っている
かもしれないのもっと身近な例を。

僕の事例です（笑）。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

=====

【事例その2】

=====

いま僕はこうしてネット集客についての
DVDを販売しています。

でも「入り口」は院内便りにしています。

それは院内便りで結果が出るような
人間味溢れる先生と仕事をしたかったから。

心の底から共感できる先生とでなければ楽しく
ビジネスを続けることは難しいから、です。

お手軽なネット集客を匂わせておけば（笑）
もっと人は集まるのは分かっているのですが
僕もグッとこらえることにしました。

ネット集客の知識を悪用してほしくないし、
そもそも軟らかい土台ならホームページ経由での
来院を増やすのは自殺行為に等しいとも思ってます。

僕の場合はそういう考えの下に全ての

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

販促活動があるのですが、お陰さまで
楽しくビジネスに取り組んでいます（笑）。

今回の話は少し難しいかもしれません。

これまで何人かの先生にだけ
話してきた内容でもあります。

でも大事です。

ぜひ消化して集客をデザインしてください。

今回も長くなってしまいましたが
お気軽にコメントも書き込んでくださいねー。

■ 費用対効果がよすぎるのも問題である

「はあっ？」

現時点ではそう感じる人が多いと思いますが

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

リサーチも兼ねて思い切って書いてみます。

この投稿が理解のリトマス紙になることを願って。

あなたも「新患獲得コスト」という言葉を聞いたことはあるでしょう。

すなわちそれは一人の患者を獲得するために必要となるコストなわけですが…

「新患獲得コスト」は低いほどいい。

そう思っていないですか？

一人を来院させるためのコストが

- 1000円で済む
- 5000円も掛かる

この両者であれば前者のほうが効率的な

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

ビジネスになるのは間違いありません。

間違いありませんが、俯瞰して見てみれば
必ずしもそうはいえない場面も出てきます。

ある人の事例です。

いつか実践報告をしてくださると思いますが、
折り込みチラシに35万円を投じた人がいます。

その結果…

わずか数日で89人を集客したそうです。

この事例を見てあなたはどう思いますか？

とても大切な内容ですのでじっくりと
考えて自分なりの答えを出してから
先を読み進めるようにしてください。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

単純に「すげー！！」で終わらせるには
あまりに勿体ない事例なので解説しますね。

その先生が初回にいただくのは4000円。

となると「新患獲得コスト」を計算すれば
一人当たり3932円になります。

あなたはこの決断ができるでしょうか？

まあ一般的には費用対効果がいいとは
口が裂けてもいえない数値でしょう。

トントンといったところですからね。

でも僕は素晴らしいビジネス感覚だなあと
小一時間ほど唸っておりました（笑）。

理由はいま思い付く限りでいくつかあります。

パッと浮かんだレベルでの話になるので
まだ何かあればコメントしますね。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

まずは一つ目。

=====

折り込みチラシでなければ実現しない速度である

=====

その効果は数日程度で落ち着くわけですが、
そんな短期間で一気に集客できる方法は
考えてみてもそれほど多くはありません。

P P C 広告をアクセルペタ踏みで展開しても
3 5 万円消化するのも難しいでしょう。

「時間を買う」

その感性が素晴らしいです。

続いて二つ目。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

=====
ターゲット層が異なる
=====

これはまた書きますが、真正面からネット
集客に取り組む僕らからしてみると

PPC広告は「見込み患者の前借り」を
しているようなものだと思います。

いずれはあなたの治療院に来院する人を
なるべく早い段階で導いてあげる。

そんな位置付けのものなんですね。

それに対して折り込みチラシは根本的に
対象とする層が変わってきます。

変わってきますというよりはネットに
触れていない人も見るということです。

そういう意味で価値があるわけです。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

そして、三つ目。

ようやく冒頭のタイトルに戻ります（笑）。

=====
費用対効果が悪い、だがそれがいい
=====

この意味が分かるとビジネスが簡単に
思えてくるような気がしてなりません。

「新患獲得コスト」だけが一人歩きして
その販促活動の善し悪しがジャッジされる
ことがこの業界では多い気がしますが…

それはちょっと本質から外れた議論です。

これは余談ですが、費用対効果がよすぎるなら
単純な話、誰もがそれをやります（笑）。

PPC広告はオークションみたいなものなので、
ライバルが地域にたった一院増えてしまえば

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

もうそれだけで明日には状況は激変します。

まあそれは置いておいて。

逆に言えば費用対効果がよすぎるというのは
それだけ機会損失をしているということです。

別の言い方をしましょう。

治療院ビジネスは来院頻度をコントロール
することができる稀有なビジネスです。

そもそもトントンの基準を初回の金額で計算
するのはナンセンスなことなんですよ。

こーゆー仕組みさえ作っておけば…

=====

リピート率を「戻す」

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/permalink/469735523046729/>

=====

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

仮に折り込みチラシが赤字だったとしても
それで多くの機会を作れますよね？

僕たちが考えるべきなのは広告出稿後数日での
費用対効果だけではありません。

最終的にあなたに入ってくる金額なんです。

こちらのビデオでも話しましたが…

=====

『全国で20位に入る男』を俯瞰せよ

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/permalink/435363903150558/>

=====

広告費と売上にタイムラグが生じるだけで
多くの人は躊躇します。

トントンかどうかの判断基準を後ろにずらす。

それができるかどうかでビジネスでできることが
格段に増え、機会損失を防げるようになります。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

仕組みができていますのであれば…

よほどトリッキーな販促活動でない限り、
新患獲得コストはさほど問題になりません。

あっさりと衝撃の事実を書いてみますが（笑）
この先生も35万円の投資に対してリピートも
含めると10倍ほどのリターンがあります。

半年掛けて、というのがポイントですが。

似た話としてぜひこちらもどうぞ。

=====

「テスト」の光と影

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/permalink/431482656872016/>

=====

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

今回の話は半年後に読むと見える景色が
180度変わるようなお話です。

分からなくても焦らなくていいのですが…

定期的に戻り読み返すことでこの投稿との
距離感を測ってみるといいと思います。

費用対効果が悪ければニンマリしてください。

それだけの機会を作ることができるのは
恐怖を克服したあなただけです。

最終的に黒字に転換できるのであれば
あなたは間違いなく一人勝ちできますから。

幼稚園の女の子と一緒に日帰りで山梨へ
ぶどう狩りに行ったときの写真。

費用対効果があまり悪すぎる一日でしたが、
僕の息子なら回収してくれるでしょう（笑）。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

■ 完璧主義者のナマケモノ

自己紹介専用グループに書いた内容ですが
ちょっとリライトしてこちらにも。

あるメッセージをもらいました。

秘密のグループなので無許可で
転載させていただきます（笑）。

----- Original Message -----

情報量が多いので、頭の中を
まとめるのが大変ですが・・・

今は、これからやれることが
沢山あるという状態に、何よりも
希望を感じています。

----- Original Message -----

とても素敵な感想だなあ、と。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

同じ状況を前にしてそれをどう捉えるのか、
それこそがセミナーでも話した心構えの話です。

- 9割廃業
- すべての販促活動は患者さんのため
- モンキーマインドを捨てる
- 起業家意識を持つ（従業員意識を捨てる）
- 言い訳をしない

などなど。

チームの投稿でもその辺は何度もコラムを
書いていますしこれからも伝え続けますが…

「膨大な情報量=のびしろ」なわけで
ポジティブに受け取るべきことなんです。

哲学者ソクラテスの言葉に「無知の知」
という概念が存在するのをご存知ですか？

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

=====
自分自身が無知であることを知っている人間は、
自分自身が無知であることを知らない人間より賢い
=====

ここに参加しなければ無知のままだったわけで
その領域が多いことは喜ぶべきことです（笑）。

チームの投稿は『道しるべ』です。

正しい道はあるベクトルを向きながらも
微妙に絶えず変化していくものであり、
不変の「道」などこの世に存在しませんが…

その永遠に変わり続ける道をできる限り
「正確に」歩いていくためのものが
チームに蓄積されてきた投稿の数々です。

これだけハイレベルな治療家の先生方が
集まることが第一の奇跡だと思いますし、
それぞれの経験がそれこそ掛け算となって
過去の投稿も成り立っているのです。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

後発組のほうが有利なんじゃないかと
僕は密かに妬んでいるぐらいですから (笑)。

ともかくご縁をいただいたあなたには
自らが望む結果を出してほしいですし、
この場をうまく活用していきましょう。

中学校の部活、地獄の初日を思い出してください。

「もう絶対無理」
「こんなん続くわけねえじゃん」
「バケモンか、あいつら・・・」

そう考えてしまうほど練習がハードで
もうやめようと思ったこともあるでしょう。

スポーツの場面でなかったとしても…

これと似た経験は誰もが味わったことが
あるのではないかと思います。

でも、それを続けたらどうになりましたか？

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

部活のあとに遊びに行く余裕だって
生まれるようになったじゃないですか。

中学校で部活を辞める。
すると非国民的な扱いを受けます（笑）。

よって中学生にとってはその選択肢が
非現実的なわけですがだからいいんです。

大人になれば数多くの選択肢があります。
不快な状態を避けることも簡単でしょう。

大人になるにつれて成長が鈍化するの
は、そーゆーところにも原因を求められるし、
ぬるま湯に浸かっていたら何も変わりません。

過去の投稿を読んでもらえれば分かるように
ここには数々の実践報告が投稿されています。

うまく活用する唯一のコツは投稿を読み、

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

コメントまでしっかりと熟読し（ここが重要）
自分の考えをコメントでアウトプットすること。

「意志の力」で人生は簡単に変わります。

やると決めるかどうかの違いだけだし、
『完璧主義者のナマケモノ』になって
真摯に向き合ってみてくださいね。

正しい労働は反復しますから。

ちょっと照れながら熱いことを書きました。
コメントでフォローしてください（笑）。

なかでも〇〇さんのコメントが楽しみです。

■ リピート率を「戻す」

よくあるんです。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

今まで伝えてきたことを明確な言語として
時間が経ってから表現できるようになることが。

多くの先生と僕との接点は「院内便り」です。

無料ビデオセミナーもそこからはじまるし、
新患獲得コストは日増しに高まるわけで
「穴の開いたバケツ状態」ではどれほど
集客してもストック収入にならないから。

ちなみにストック収入とは継続的な収入、
単発のものをフロー収入と呼びます。

「全ての販促活動は患者さんのため」
「そっと背中を押す」

こーゆー表現で院内便りの重要性を僕は
ずっと伝えてきたわけですが…

すごくいい表現が舞い降りてきました。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

「リピート率を戻す」という言葉です。

以前こんな投稿がありました、あなたはもうお読みいただいているでしょうか？

=====

「考えすぎやっ！」

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/permalink/429337620419853/>

=====

投稿とコメントまでじっくりと読んでください。

あなたの価値観を揺さぶるコメントがこっそりと書かれていますので（笑）。

巷では「リピート率を高める」方法が何かと議論されているようです。

でも人によってはこの言葉の裏に必要ない人に

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

来院させ、売上を伸ばすという意味のように
感じ取ってしまう人も少なからずいます。

それは違う、ということです。

以前も書きましたが…

来院頻度をコントロールできるのが
治療院ビジネスの肝である。

戦略としては治療院にファン患者を
集めることが効率的である。

戦術としてはすべての販促活動が
逆算してファン患者を集めるための
ものとして機能している必要がある。

そしてすべての販促活動は
患者さんのためのものである。

なわけで、来院を要する人にしかるべき
方法でそれを伝えてリピート率をあるべき

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

数値に戻しているだけなんですね。

あなたがそれを自信を持って伝えるためには…

その患者さんには来院が必要なのかという
「見極め」ができる治療技術も必要です。

プロの世界ですから実力による淘汰は必然だし、
ここにいる先生方ならそれは問題ないでしょう。

であれば「戻すだけ」、なんですよ。

「必要とされるもの」を売るのは『社会貢献』。

「誰からも必要とされていない」ものを小手先の
テクニックで売りつけるならそれはある意味で
『詐欺行為』みたいなものだと思うんです。

僕の提供している冊子やビデオセミナーを元に
院内便りを休眠患者さんに送付したところ、
反応率が50%に近い先生もいらっしゃいます。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

院内便りは先生と患者さんとの信頼関係を映し出すプロジェクターであり、さらに患者教育の成果まで見えてくるものです。

以前こんな投稿もありました。

=====
患者さんは無限じゃない

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/374763945877221/>

=====
新規をいくら集めたとしてもこの意識が抜けていたら食い潰すだけです。

ネット集客に真剣に取り組むのと同時に、ぜひこれは見直しておきましょう。

=====
ビデオ0

『毎月1万円の広告費で一生食っていく治療院を作る方法』

<http://www.golazo.co.jp/c/whitepuzzle>
=====

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

無理にリピート率を引き上げるわけでもなく
あるべき数値に戻すだけなので、喜ばれます。

院内便りを実践して結果が芳しくなければ
結果が出る関係を構築していただけますし、
やらない理由はないと僕は真剣に思います。

なかには自らが望む結果が出ないということで
「御社は信頼できません」と僕にクレームを
してくるツワモノもいらっしゃいますが(笑)。

リピート率に戻すだけなのでストレスも
罪悪感も登場する余地がありません。

新規だけでは経営として片手落ちですから、
バランスよく進めるようにしていきましょう。

毎度のことですがコメントもお待ちしております。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

■ コピーライティングはやめなさい

自分軸がない治療家の先生が売上のために
コピーライティングを学ぶとどうなるか？

大抵は悲惨な結果になることが多いのですが
まだであればまずはこちらからどうぞ。

=====

煽りに煽る治療院の末路

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/permalink/538104772876470/>

=====

ちゃんとコメントまで読みましたか？

治療院ビジネスにおけるコピーライティングの
解釈を話しましょう。

コピーライティング、つまり文章が上手いってのは
新患者を最大化させる文章のことではありません。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

来院させようと思った人を来院される、
そんな文章を上手いと呼ぶべきなのです。

その理由は上記投稿でも触れていますし、
ホームページからの新患者だけを取り上げて
それを真似する人のなんと多いことか。

まあ勝手に自滅してくれているだけなんで（笑）
僕らには1ミリも関係のないことなんです
知っておいたほうがいいことがあります。

売人・売らない人を文章で選別していけば
正しいビジネスを展開できるわけですが、
そのメカニズムについても少しだけ。

これは文章の抽象度を高めることで
ある程度はコントロールできるのです。

少し考えてみてください。

■ とにかくレベルの高い治療を提供する

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

■ どんな症状でも一発で治す

■ 満足しなかったら返金保証

具体的な約束をすればするほど数字としては
上がるのは感覚的には分かるかと思います。

でも・・・

それでどんな人が来るんでしょうか？

問題が起こりそうな予感しかしないのです、僕は。

逆に抽象的な内容だとどうなるか？

理念や治療方針、開院までのストーリーなどを
じっくり読んでから来院する人です。

これこそあなたが本当に求めている
患者さんなのではないでしょうか？

僕が話した16のコンテンツというのは
こーゆー考えに立脚しているわけですが

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

ひとつ具体例を挙げてみることにします。

お見合いの場面をイメージしてください。
ここに二人の男性がいたとしましょう。

まずはAさん。

- 結婚したら毎月10万円のお小遣いあげる
- 結婚したら世田谷に大きな家を買う
- 浮気したら慰謝料1億円

みたいなことを言っているようです。

一方、Bさん。

そんな約束はせず

- どんな家庭を築きたいのか
- こういう意識で仕事に取り組んでいます
- これまでの人生でこんなことがあった

などと話しています。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

さて、あなたはどちらと結婚したいですか？

Aさんの発言が真実であるかどうかは
結婚してみないことには分かりませんが
「一般的には」Aさんのほうが集まる
人数は多くなるのは確かでしょう。

でも、これから先の長い人生を一緒に歩むなら？

多くの人は自分のことをありのまま
話すBさんを選ぶでしょう。

手を取って人生を歩んでいくなら。

チームには少なくなりましたが、いまだに
ネット集客は質が悪いという人がいます。

それは都市伝説だというのは過去にも書いたとおり。

=====
都市伝説：ホームページ経由は質が悪い

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/permalink/469>

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

791896374425/
=====

ただ内容に問題があるだけのことです。

新患数を伸ばすだけなら簡単です。

でもそれは同時に本来なら理想的な形で
出会えるはずだった未来の患者さんをも
食いつぶしていることにもなるんです。

この視点も重要ですのでぜひ。

=====

患者さんは無限じゃない（稲田靖人さん）

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/374763945877221/>
=====

抽象度を高めればホームページを見ても
興味が湧かない人もいるでしょう。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

でも、それでいいんです。

僕たちはホームページだけで集客するわけじゃないんですから。

ありのまま伝えて興味を示さないならむしろ来ないほうがお互いのためです。

繰り返しになりますが

コピーライティング、つまり文章が上手いってのは新患数を最大化させる文章のことではありません。

来院させようと思った人を来院されられる、そんな文章を上手いと呼ぶべきなのです。

あなたのありのままを伝えるために文章の書き方を学ぶのは素晴らしいことです。

でも巷のコピーライティング教材などは触れる必要すらないと僕は思ってます。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

(とりわけ治療家にとっては)

たまにやたら媚びた文章を書く人もいますが、
今回の話がお見合いに例えられたように
集客はある意味で「出会い」の場面です。

つまりはこーゆーこと。

=====
集客をデザインする

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/396442093709406/>
=====

これも熟読です。

抽象度を高めても僕がこれまでに提供している
内容を実践してもらえれば集客は余裕です。

当然のように「いい患者さん」も集まります。

経営は掛け算です。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

ホームページからの新患者だけを一気に
アップさせなくても売上は伸びます。

$1 \times 1 \times 1 \times 1 \times 1 \times 1 \times 1 \dots$

を

$1.1 \times 1.1 \times 1.1 \times 1.1 \times 1.1 \times 1.1 \times 1.1 \dots$

に変えるイメージで十分なんです。

どっかで無理をするからあとでどこかで
帳尻を合わせなければならなくなる。

このことを絶対に忘れないでくださいね。

コメントはいつでも歓迎します。

お気軽にどうぞ。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

■ 治療院業界を守るのは誰だ？

まだ肌寒さが少しだけ残っている3月の
軽井沢を車で走っていると・・・

あることに気付きました。

有名な話らしいのですがコンピニの色が
都内にあるものとは違うのです。

調べてみると

「軽井沢町景観育成基準ガイドライン」

という厳しい制限があって屋根や看板の色に
制限が設けられているとのこと。

その制度趣旨は言うまでもないのですが
軽井沢という街の景観を維持すること。

あなたはどう感じますか？

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

まずはこの投稿を読んでみてください。
同じ流れの話になっていますので。

=====
煽りに煽る治療院の末路

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/538104772876470/>

コピーライティングはやめなさい

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/542810165739264/>

困難な道ほど高い場所に通じている

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/545984588755155/>
=====

コンビニ各社が軽井沢に出店するとしたら
上記のルールを守らなければなりません。

例えばローソンは濃いブルーでしたし
ファミマも茶色っぽい色でした。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

簡単に言えば街の景観を損なう見せ方は
「NG」なわけですが・・・

もしガイドラインがなかったら？

あなたは自分の売上のことだけを考えて
従来のカラーで出店しますか？

それとも街の景観を損ねないことを
第一優先に考えるでしょうか？

治療院業界とよく似てるなあと感じました。

僕の住む〇〇〇〇にはとてもいい
雰囲気の商店街があります。

そこである整骨院さんが開業したのですが
団子三兄弟みたいに先生の顔がプリント
された「のぼり」が置いてあるんです。

まあ確かにインパクトはあるんですが
昔から住んでいる僕らからすると

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

「ああ、やっちゃったね・・・」

という感じでして（笑）

こんな事例ってたくさんありますよね？

ベタな煽り文句が並んだホームページとか。

なぜ「人の健康に携わる」治療家がお金の匂いをプンプンさせたがるのか。

僕にはまったく理解できないのですが
その人がそれでうまく行かないだけなら
まあ思慮が浅かったという自己責任で済む
お話ですから別に構わないんです。

でも業界全体としてはそーゆー院が増えるのは損失じゃないですか？

治療院業界の景観を損なうと思うんです、
そーゆー一人が増えていくことで。

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

「あそこはこんなに割引してるのよ」

「あの院は返金保証があるのに・・・」

みたいに囁かれる業界になっちゃったら
面倒なことにもなりかねないわけで。

この「なじませる」という感覚。

治療院だけではなくこれからのビジネスに
おいてとても重要なキーワードになります。

そして・・・

この話を勘違いする人がたまにいるので、
もうひとつだけ補足しておきます。

「なじませる」ことを選択すれば目先の
反応率は落ちることもあるでしょう。

でも

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

そのほうが儲かる

からこそ僕は伝えているわけです。

なんとなく偽善者ぶって自分の利益を
放棄して全体を重視すべきということを
伝えたいわけではないのです。

ビジネスって続いていくんですよ？

それが何かを犠牲にするようなものでは
継続させていくのは困難でしょうし。

って・・・

僕は以前から言ってるんですけどね（笑）

お陰さまで「チーム『逆襲』」に招待した
メンバーが400人を越えました。

このようなウェブ上のコミュニティは

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

半年続くことすら奇跡みたいなものですが
今年の7月で丸二年が経過します。

これも参加してくださっている
意識の高い先生方がいるからこそ。

いつも感謝しております。

すでに全体の30%ぐらいはご紹介で
チームに参加してくれていますので、
この状態が維持できているのは事実です。

僕はチームを1万人まで増やすことで
業界のスタンダードを一気に作り上げ
皆さんに還元したいなあと考えています。

一般向けにはかれこれ7ヶ月ぐらいは
販売していないDVDなのですが（笑）
ご紹介の場合はいつでもウェルカムです。

あなたの大事な治療家仲間の先生には
紹介してあげてくださいね。

詳細はこちらに書いておきましたので

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

まだであればご一読ください。

=====
あなたの力を貸してください

<http://www.facebook.com/groups/golazo1978/377098532310429/>

=====
例によってコメントもお気軽に。

追伸：写真を撮り忘れたので・・・

コンビニの写真を撮り忘れましたので
僕と息子のソリで我慢してください（笑）

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

■ 殿堂入り投稿を紹介します

いくつかを紹介させていただきましたが、このようなコラムが
500本以上チームには蓄積されてきています。

投稿者は僕だけではなくて先生方の場合もあります。

なぜすでに参加されている先生方がDVDだけではなく
「チーム『逆襲』」に価値を感じてくれているのか？

それはタイトルだけを読んでもらっても伝わりますので、
2013年4月現在の殿堂入り投稿のタイトルを紹介します。

- これまでに公開したビデオセミナー
- 「チーム『逆襲』」の隠れ特典
- Google プレイス、ポータルサイト攻略について
- ○○○○から聞き出してきました
- 「チーム『逆襲』」は秘密結社
- 次世代のマーケティング【MJS】
- 11の感情トリガー・語呂合わせ
- HPコンテンツ7つの鉄則・語呂合わせ

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- Facebook の友達リクエストは慎重に
- 「容疑者」とは
- ○○○○○○○○○リンク・事例
- ○○○○ブログ・事例
- 治癒率が上がるホームページ
- セミナー実践報告【Part 1】
- セミナー実践報告【Part 2】
- セミナー実践報告【Part 3】⇒PPC広告について
- ○○○○実績報告【Part 1】
- ○○○○実績報告【Part 2】
- ある女性治療家からの心温まるプレゼント
- メールマガジンについて
- 「○○○○」というコトバ
- Facebook ページが検索エンジンに強い【Part 1】
- Facebook ページが検索エンジンに強い【Part 2】
- Facebook お役立ち情報
- Facebook から予約が…
- Twitter から予約が…【Part 1】
- Twitter から予約が…【Part 2】
- 定期通院に導く方法
- リピート率を高める方法
- 0.05～0.1%の反応率を誇るチラシ

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- 次も紹介してくれるチラシ
- 診察券ってどうしてます？
- ○○○○に症状名を入れなくてもいい理由
- 看板で集客するには…
- 健康教室・実践報告
- 高齢者を対象とした介護予防機能訓練・実践報告
- 値上げについて
- ホームページに Twitter を表示させるべきか
- 妊婦さん（周産期）のケアについて
- 機能訓練指導員について
- 治療家が参考にすべき本
- 顧客管理ソフトについて
- 患者さんの来院ペース
- 産後の骨盤矯正について
- 患者さんへの施術時間
- 自費診療と保険診療
- Google プレイスに口コミを書き込んでもらう方法
- Google プレイス・口コミ依頼サンプル
- ○○○○ブログ【2011】
- 次世代のマーケティング2【M T S】
- 定期メンテナンスのおすすめ・実例
- 患者さんの声の「価値」を高める方法

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- Google プレイス・口コミ依頼サンプル
- 常識をぶっ壊す方法
- 口コミを「書いてもらった」方法
- アンケートにご協力ください
- iPad で治療の「価値」を高める方法
- Facebook におけるエッジランクを知る
- 画像編集・基礎講座
- 自分を説得する患者さん
- Netlog に要注意
- Twitter にも取り組むべき真の理由
- Facebook の「負の側面」
- 僕が治療家を Facebook に引き込む理由
- セミナー実践報告【Part 4】
- 実力ワードとはこういうことだ
- コンテツツカを磨く
- リンク集で集客する方法
- セミナー実践報告【Part 5】
- Facebook で正しく集客する
- 共通点が来院ハードルを下げる
- 逆襲セミナーを自分で生み出す方法
- ハガキで40人をリピートさせる方法
- 登録すべきポータルサイト【お店のミカタ】

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- お礼とプレゼントとご報告
- チームメンバーの Facebook ページ
- 省エネ S E O 対策を極める
- チーム『逆襲』冬の陣 in TOKYO
- 直帰率が低いポータルサイト登録のススメ
- 取材記事の価値を高める方法
- 未来は僕らの手の中に (省エネ S E O 対策続編)
- セミナー実践報告【P a r t 6】
- 治療院経営の「センターピン」とは？
- Yahoo! 口コミプレイスに登録しよう
- 最強のホームページは「○○○○」
- これぞ Facebook、集客に成功した瞬間
- Facebook での露出を高める簡単な方法
- Facebook で必然的に患者さんを集める方法
- セミナー実践報告【P a r t 7】
- 姿勢分析の機器について
- 心を鬼にしない
- ラジオという○○○○を活用する方法
- 院内便りで18人が来院、そしてさらに…
- 初日から45人施術 (思考・感情・行動を一致させる)
- セミナー実践報告【P a r t 8】
- 治療院業界の未来

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- ステルスマーケティングと治療院
- ○○○○の有料会員、元は取れるのか？
- 突然のラジオ出演をそのまま権威に転化させる方法
- 「チーム『逆襲』」新年会ダイジェスト
- 被リンクはすべて表示されるのか？
- Jword からの営業電話、あなたならどうする？
- おみせフォトに登録してみよう
- 口コミとギャップ
- ○○○○したことをどう集客に生かすべきか？
- 『逆襲セミナー』をA4・1枚にまとめると…
- セミナー実践報告【Part 10】
- 口コミと感情トリガー
- 一瞬であなたに権威を与える真のSEO対策
- マーケッターの血が騒ぐだけでなく…
- ビットストリートの広告はチャレンジすべきか？
- 次世代のマーケティング3【ATK】
- 来院前に紹介を獲得する方法
- そこら辺に落ちている現金を拾う方法
- あなたの自由な時間を増やすブライントOUCH
- 治療院の名前、あなたはもうやって決めましたか？
- ネット上でのクレーム対応を考える
- ブラックボードで集客する方法

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- Facebook でファン患者を作る方法
- 最新のマーケティング手法を「生み出す」方法
- 悪質な電話営業への対応方法
- モニターの向こうには人がいる
- 「いいね！」100以上でトップ3%に入れてしまう件
- マーケッターの血が騒ぐだけでなく…
- 「チーム『逆襲』」ダイジェスト【TGD】
- 「逆襲セミナー」フォローアップ【GFU】
- SEO業者はやめなさい
- セミナー実践報告【Part 11】
- いまさら聞けない…を質問するスレッド
- セミナー開催のお知らせ【FCM secrets】
- 半年経って感じること
- 「チーム『逆襲』」春の陣 in OSAKA
- 「チーム『逆襲』」春の陣 in FUKUOKA
- セミナー実践報告【Part 12】
- セミナー実践報告【Part 13】
- Facebook でアクセス10倍、その理由とは？
- 講演会を有効活用する方法
- 私のフェイスブック活用事例
- 患者さんの背中を押してあげましょう
- 懇親会に参加して感じること

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- 煽らずに反応を取る方法
- ブラックボード、はじめました
- 患者さんは無限じゃない
- 【必読】著作権について
- 「チーム『逆襲』」をさらに高みに到達させるために…
- 無料で使えるホームページ用の画像、集めました
- 感情を揺り動かす画像の作り方
- 自分のサイトの検索順位を確認する方法
- 福岡グループコンサルティング・まとめ
- こんな患者さん、あなたならどうする？
- あなたが考える健康とは？
- 「患者」に代わる呼び方を考えよう！
- メールフォームを最適化する方法【2012年版】
- セミナー実践報告【Part 14】
- セミナー実践報告【Part 15】
- セミナー実践報告【Part 16】
- セミナー実践報告【Part 17】
- 『意外性』は突然に…
- 集客をデザインする
- 僕が新規開業するとしたら…
- 経営=おしゃれ
- FBページからHPに橋を架ける方法

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- 有給休暇・助成金について
- F Bページのタイトルを変更する裏技
- あなたとは違うんです
- 長い電話にはこう対処する
- 治療院における返金保証の考え方
- まいた種で判断する
- 「いいね！」を確実に増やす7つのステップ
- 全国で20位に入る男
- 『権威性』の怖い罠
- 固定観念=レッドオーシャン
- 「今すぐ」患者だけにこだわらない
- ○○○○リンクを集客に直結させる方法
- セミナー実践報告【Part 18】
- 「いま何をするか」ではなく「これまで何をしてきたか」
- 紹介割引は「悪」なのか？
- デスノートに学ぶ治療院経営
- Facebook ページのタイトルを最適化せよ
- メディアを「引き寄せる」方法
- トランプの「大富豪」で負けない方法
- あなたの「キャンセル対策」を教えてください
- 最強の学習環境を満喫する3つの方法
- セミナー実践報告【Part 19】

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- 「最大公約数」を狙え！
- 見え隠れする「下心」
- 劇薬を追い求める人々
- 狙った容疑者を患者に変える方法
- 感情を揺さぶるチラシと後日談
- セミナー実践報告【Part 20】
- Yahoo!リスティングについて
- 「0円移籍」に学ぶ治療院経営
- 「考えすぎやっ！」
- 「チーム『逆襲』」夏の陣 in TOKYO
- ○○○○攻略 リアルタイム実践報告
- 「テスト」の光と影
- 院内環境もデザインする
- 来院しない既存患者から紹介を獲得する方法
- そっと手を差し伸べるチラシ
- 勝者のイメージ
- コミュニケーションを体現する男
- 人事を尽くして天命を待つ
- 2週間でこんな結果が出ました
- 言い訳をしない
- 『モニターの向こうには人がいる』、その先に…
- 情報はこれからも永遠に増え続ける

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- 『全国で20位に入る男』を俯瞰せよ
- ワンメッセージ・ワンアウトカム
- そんなの関係ねえ！
- 独りで生き抜く覚悟
- ロゴを無料で簡単に作る方法
- 生涯来院する患者を増やす「ある」戦術
- ○○○○を決められるのはあなただけ
- 患者さんの声を「誘導」する方法
- 「サンプル用紙」に隠された4つの秘密
- 「結果」に大小なんて存在しない件
- 患者さんの声をつい見させてしまう方法
- セミナー実践報告【Part 21】
- セミナー実践報告【Part 22】
- セミナー実践報告【Part 23】
- 逆襲プログラムとは？
- あなたの力を貸してください
- かなり邪道な実践報告
- 一瞬で売上を伸ばすアップセル
- ○○○○攻略の最短ルート
- ○○○○実践報告【Part 3】（実践報告まとめ）
- 予約を断りファン患者を作る方法
- グループコンサルティング Vol.1

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- 「チーム『逆襲』」・大阪夏の陣
- 「チーム『逆襲』」の未来
- 7度目の懇親会
- 「Y e s」or 「はい」
- もっとも成功確率が高いネット集客術
- テクニックの価値を高めるテクニク
- ○○○○攻略 リアルタイム実践報告
- セミナー実践報告【P a r t 2 4】
- 煽るとハードルが高くなる件
- マスコミを引き寄せる極意
- Yahoo からピンポイントで患者を集める方法
- 誰かの脳を合法的に利用する方法
- ネット集客の方程式
- 嬉しくないクチコミを「生かす」
- ○○○○実践報告【P a r t 4】
- S E O 業者を廃業に追い込むバンダアップデートとは？
- エキサイティングな治療家人生を送る方法
- 信頼できる治療家を紹介する本当の理由
- 直帰率の考え方
- ブラックボードを黒板に変える方法
- 容疑者の視線を集めるブラックボード活用術
- メールフォームを最適化して効率化する方法

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- 長文の記事をシェアする方法
- YouTube の動画で数十万円分の広告費が無料に
- ○○○○実践報告【Part 5】
- ○○○○実践報告【Part 6】
- 慢性症状＝ブルーオーシャン
- スタッフを雇う上で最も重要なポイント
- 真っ白のホームページで集客する方法
- レスポンスデバイスを最適化する
- 人生最大の投資とは？
- 「ホームページの追加・更新」で集客する方法
- キーワードなど無限に存在する件
- あしたのために（資金準備編）
- 診断（検査）力の重要性
- グループコンサルティング Vol.2
- メンバーサイト構築についてのご相談
- ロングテールは弱者の戦略ではありません
- 『権威性』を借りてくる方法
- 美しすぎる自動販売機
- ○○○○実践報告【Part 7】
- ○○○○実践報告【Part 8】
- ○○○○実践報告【Part 9】
- 患者教育を円滑に進める資料

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- お灸を扱うみなさまへ
- ○○流 逆襲セミナー攻略法
- PPC の基本の「き」
- 塾でも採用された学習方法
- セミナー実践報告【Part 25】
- セミナー実践報告【Part 26】
- ○○○○実践報告【Part 1】
- 治療家人生を力強くドライブする方法
- キーワードを強奪する方法
- 口コミ紹介のメカニズム
- 古い習慣を捨てる
- 成功回避不可能システム
- お金以外のもの取引をする
- 見込み患者には幅がある
- 完璧主義者のナマケモノ
- 半年で50件の○○○○口コミを集める方法
- セミナー実践報告【Part 27】
- 紹介は「質」である
- 肩の力を抜いてみる
- Yahoo! 口コミをさらに攻略できる（かもしれない）方法
- 予約が取れなかった人に対する対応策
- キーワードを強奪する方法2

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- 習慣が才能を凌駕する
- はじめての院内便り・実践報告
- お金以外のもの取引をする
- リピート率を「戻す」
- ○○○○の口コミを集め続ける思考と技術
- ○○○○正会員を3ヶ月分無料にする方法
- 初診8割の方が6ヶ月程度継続通院する方法
- セミナー実践報告【Part 28】
- 今すぐ○○○○を攻略しなければならない理由
- 検索者が知りたい情報とは？
- 都市伝説：ホームページ経由は質が悪い
- 言葉ひとつで売上を伸ばす方法
- Facebook ページに容疑者の視線を集める方法
- ○○○○実践報告【Part 10】
- ○○○○実践報告【Part 11】
- キーワードを強奪する方法3
- ネット集客のルール
- 正しいホームページ内ブログ活用法
- ○○○○ページへのアクセスを3倍にする方法
- セミナー実践報告【Part 29】
- セミナー実践報告【Part 30】
- セミナー実践報告【Part 31】

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- ○○○○実践報告【Part 2】
- キーワードを強奪する方法4
- キーワードを強奪する方法5
- ○○○○・ネガティブな口コミの顛末
- 参入障壁がビジネスを安定させる
- Facebookのフォントを変更する方法
- 費用対効果がよすぎるのも問題である
- 「チーム『逆襲』」チラシ・実践報告
- セミナー実践報告【Part 32】
- 従業員意識を捨てる
- 症状が成約率を支配する
- アイディアを洗練させる方法
- 信頼を勝ち取る簡単な方法
- 全体像を把握するための正しい復習方法
- 『意外性』が距離感を縮める
- 30人集客している人のアクセス解析
- チラシを見た人の行動をトレースしてみると…
- 「権威性」を手に入れる方法
- 人脈を一気に構築する方法
- 弱みを強みに変えるインターホン活用術
- やらない理由を減らす方法
- 焦る必要はありません

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- はじめての方へ
- 商圏を超えて売上を作り出す方法
- セミナー実践報告【Part 33】
- セミナー実践報告【Part 34】
- □下手・人見知りでもできたビデオを活用した人脈構築術
- ○○○○の□コミをデザインする方法
- ○○○○の□コミ依頼で外してはいけないあるポイント
- ○○○○ページのファーストビューを見直そう
- ○○○○運営者が考えていること
- ○○○○・□コミ依頼実践報告
- ○○○○のランキング決定要因を裏付けるある証言
- 院内便り実践報告【Part 2】
- Facebook 広告実践報告
- パソコン操作を録画する方法
- 無資格マッサージについての記事
- Facebook ページのファーストビューも見直そう
- 新旧ホームページの関係性を考える
- 「チーム『逆襲』」・東京（プチ）秋の陣
- 「チーム『逆襲』」・愛知県春日井市（超プチ）秋の陣
- 容疑者にも幅がある
- 能ある鷹なら爪を隠せ
- 治療院が動画を正しく活用する方法

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- ○○○○実践報告【Part 12】
- 休診日の電話対応を考える
- スーパーで集客する方法
- セミナー実践報告【Part 35】
- 字を練習しよう
- ホームページを権威性で強化する方法
- ターゲティングを考える
- 真のコンサルタントになるための3つの方法
- 「チーム『逆襲』」・大阪冬の陣
- 『凌駕セミナー』～PPC広告を完全に理解する～
- パープルオーシャンを作り出せ
- セミナー実践報告【Part 36】
- セミナー実践報告【Part 37】
- もう一つのグーグルマップ
- 安心と信頼感を引き寄せる自己紹介とは？
- 治療院全国統一模擬試験
- 容疑者を掻き集める（ことができそうな）方法
- ディレクトリ登録サービスのパートナーサイトへの勧誘
- そうだ、口コミ広場を攻略しよう
- 検索エンジンの歴史をもう一度
- 症状名ブログはスパムなのか？
- 共通点が来院ハードルを下げる2

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- 院内便り作りました
- 数字が落ちたときにどう考えるか
- LINEの可能性を考える
- 迫る！「チーム『逆襲』」・大阪冬の陣
- グループコンサルティング Vol.3
- 自分の脳を過信しない
- 「チーム『逆襲』」・東京冬の陣
- 過去・現在・未来 3つの痛み
- セミナー実践報告【Part 38】
- SEO対策とキーワード
- Jwordからの営業電話、あなたならどうする？2
- 「チーム『逆襲』」・東京（プチ）冬の陣
- 人生＝1円玉
- 優秀なスタッフと巡り合うために
- セミナー実践報告【Part 39】
- セミナー実践報告【Part 40】
- ispotで集客していますが何か？
- フェイスブックから信頼がシフトした
- ○○○○のアクセス解析を活用しよう
- 時給11万円を超える治療家になる方法
- セミナー実践報告【Part 41】
- セミナー実践報告【Part 42】

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- セミナー実践報告【Part 43】
- ○○○○実践報告【Part 13】
- 割引キャンペーン、あの人の場合…
- お客様は「神様」か
- 二人のあしあと
- お金に仕事をしてもらう
- 戦闘力を高める
- 費用対効果の考え方
- 社会的証明をオフラインで使い倒す方法
- Facebook ページにおすすめ欄を設置する方法
- 時間を増やす簡単な方法
- 施術料のフシギ
- 知りたいことに答えるサイト
- グループコンサルティング Vol.4
- FCM Secrets（健康教室編）DVD販売開始
- 未来を切り拓いた二人の男
- セミナー実践報告【Part 44】
- セミナー実践報告【Part 45】
- 既存患者からビジネスを構築せよ
- ○○○○クーポンをどうすべきか？
- 繁盛しているラーメン屋に学ぶ治療院経営
- プロとして「伝える力」をつける

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- 治療家の覚悟
- 「○○○○」の「やらせ投稿」について
- 勝者と敗者を分ける10の指針
- 『限界収入』と『通貨単位』
- キーワードを強奪する方法6
- あえて伝えなかった『感情トリガー』
- 現実を補強するものしか見えない
- ラベリング整理術
- 信頼はシフトする
- メールアドレスを集める方法
- wwwをつけるべきか？
- 望む結果を「絶対」に入れる方法
- 煽りに煽る治療院の末路
- 「自力で稼げる」治療家として振る舞えばいい
- 競合とバッティングしないキーワード選定術
- 知らないものは買えない
- 患者教育は現場にあり
- 三日坊主を卒業する方法
- 検索エンジンに嫌われない治療院HPのSEO対策
- セミナー実践報告【Part 46】
- セミナー実践報告【Part 47】
- セミナー実践報告【Part 48】

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- セミナー実践報告【Part 49】
- ○○○○実践報告【Part 14】
- ○○○○実践報告【Part 15】
- 実費診療の値上げについて
- 口コミサイトが求めていること
- 困難な道ほど高い場所に通じている
- 誰にも邪魔されないオフライン集客術
- コピーライティングはやめなさい
- 患者教育を円滑に進める「下ごしらえ」
- ライオンが「百獣の王」たりうる理由
- とても気になる「ある言葉」
- 自費完全移行までのストーリー
- シンプルにすべき「3つのもの」
- セミナー実践報告【Part 50】
- セミナー実践報告【Part 51】
- セミナー実践報告【Part 52】
- ○○○○実践報告【Part 16】
- 「○○○○」体験談
- 権威性をフル活用するための「下準備」
- 患者のホンネ
- 「チーム『逆襲』」名言集
- 懇親会で得られたもの

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- 鹿児島で開業されている先生へ
- 一を聞いて百を知る
- 毎月の休みを「丸一日」増やす方法
- 損を感じさせる「コントラストの原理」
- セミナー実践報告【Part 53】
- セミナー実践報告【Part 54】
- 子連れママを引き寄せる簡単な方法
- 美しい思考が結果を作り出す
- アウトプットすることの重要性
- 毎月50人の新患を集める方法
- 実践報告の正しい「読み方」
- 「値上げ」に真っ向から反論します
- 「年収3000万円」は可能なのか？
- 「症状別ページ」をひたすら作りなさい
- セミナー実践報告【Part 55】
- セミナー実践報告【Part 56】
- 緊急企画！「患者教育」セミナー
- 信頼を失うのは一瞬である
- 治療院業界を守るのは誰だ？
- ブログはもう書くな
- セミナー実践報告【Part 57】
- セミナー実践報告【Part 58】

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

- セミナー実践報告【Part 59】
- 僕の治療院を公開します
- 経理の甘い治療院は伸びない

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>

『逆襲プロジェクト』主宰

石井慎哉(いしいしんや)

株式会社ゴラツソ 代表取締役

1978年生まれ。千葉県出身。青山学院大学法学部在学中から弁護士を目指し、司法試験に挑戦。在宅でできる仕事としてネットショップ「サッカーマニア」をオープン。各種媒体に取り上げられるほど反響を呼び、株式会社ゴラツソを設立。

自身のショップを運営する傍ら、セミナー講師・コンサルティング業務を手掛けホームページのテンプレート提供サービスでは1万人を超えるユーザーからの支持を集める。

現在は全国の治療院に「どんな地域でも集客できる万能ツール」として院内便り活用レポートを提供し、患者本位の治療院を増やすことに全力を注いでいる。

『逆襲プロジェクト』参加者のホンネ

発行者 株式会社ゴラツソ

連絡先 03-5433-3252 HP <http://www.golazo.co.jp/>

『逆襲プロジェクト』最終募集ページ

>> <http://www.golazo.co.jp/c/project.last>