



# Success! Weekly Letter

## 56歳女性会員、夢の富士山登頂を達成！



先週、コンサルティングで訪問したスポーツジムで、56歳の女性会員の興味深い体験談を伺いました。ジムと優秀なパーソナルトレーナーの価値がよくわかる話なので、シェアします。

女性は今年5月にジムに入会し、すぐにパーソナルトレーニング3か月コース(50万円)に申し込みました。そして、トレーナーに「**3か月後に富士山に登ることになりまして…**」と告げたそうです。

それまで運動経験は少なく、「体力に自信がない、特に足の筋力に不安がある」と話していましたが、富士登山に必要な持久力と筋力をつけるために決心したとのこと。ネットで見つけたジムの「VIPパーソナルトレーニング」の説明が決め手だったそうです。

ところで、なぜ彼女は富士登山に挑戦しようと思ったのでしょうか？ トレーナーによると、「ご主人に誘われたのがきっかけですが、富士山は日本の象徴で、一度自分の目で頂上からの景色を見たいと思っていた」とのことです。

『ドリルを売るには穴を売れ』という話を聞いたことがあるかもしれません。これは、ドリルを買う人はドリル自体を求めているのではなく、穴を開けるために必要だから購入する、という意味です。

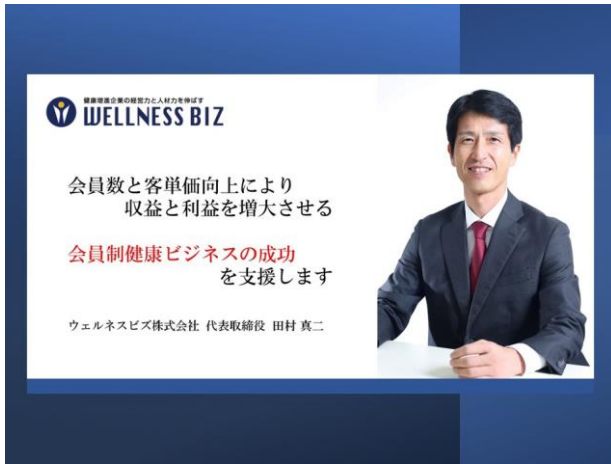
この考え方は、商品やサービスを売る際に重要なポイントです。顧客は、商品やサービスそのものではなく、それを購入することで得られる結果や解決策に価値を見出しています。

例えば、ジムの入会を検討する人は、ただ運動する場所を探しているのではなく、健康や体力向上はもちろん、その先にある夢の実現という結果を求めています。したがって、**ジム側も提供するサービスの成果に焦点を当てた訴求が必要です。**

今回紹介したジムのようにパーソナルトレーニングを販売する場合、顧客が夢を実現できると感じられるサイト作りが重要です。サイトには具体的な成果や体験談を載せ、ターゲット顧客のモチベーションを高めるメッセージを盛り込みます。顧客が自分の明るい未来を想像できることで、単なるトレーニングではなく、目標に向かって確実に進んでいけると感じられるようにすることが重要です。

富士登山に成功した女性は、トレーナーにこう語りました。「**言葉にできないほど感動しました。頂上からの景色はもちろん、自分がこの挑戦を成し遂げたという達成感で胸がいっぱいです。トレーニングを頑張っただけで本当に良かったです！**」。

本日も最後までお読み頂きありがとうございます。それでは次号をお楽しみに！



会員制健康ビジネスコンサルタント。ウェルネスビズ株式会社代表取締役。東京都出身。イオンで22年間、フィットネスと小売事業の現場および本社で様々な職種に従事した後、2007年に同社を退社。同年、会員制健康ビジネス領域で事業展開する中小・ベンチャー企業の経営不安を丸ごとサポートするコンサルティング会社を設立。会員数拡大、客単価向上、継続月数増を掛け合わせた「儲かる事業構築の仕組み」導入により、全国各地に高収益企業を多数生み出している。現在は、コンサルティング、講演、セミナー、執筆活動等を行っている。

### お問い合わせ先

#### ウェルネスビズ株式会社

お問い合わせ先: <https://www.wellness-biz.jp/contact>

会社URL : <https://www.wellness-biz.jp>

TEL: 03-4530-6263

FAX: 03-3562-7822

〒104-0061

東京都中央区銀座1-3-3

G1ビル7階 1180号

### 免責事項

このニュースレターで提供された情報およびアドバイスによって起きた問題に関しては一切、当方やライターに責任や義務は発生しません。ここでの情報や助言を参考にした判断は、当然ですが、すべて読者の責任において行ってください。