

# 【無料特典】清掃業でもできる 売上が安定する集客の型テンプレート

LP構成図＋集客チェックリスト＋信頼構築ステップ付き

## ①【PDF】売れるLP構成図(穴埋め式)

このテンプレートは、単なる「サービス紹介」ではなく、お客様が「あなただから頼みたい」と思う信頼構築型の構成8ブロックになっています。

### 1. キャッチコピー(ベネフィット)

【ここを埋める】

「紹介頼みはもう終わり。現場に出ている間に、[エリア名]での予約が自動で埋まる『集客の仕組み』を公開」

- ポイント: 「掃除をします」ではなく「予約が自動で埋まる(=不安からの解放)」という結果を提示します。

---

### 2. 共感・悩み(問題の提示)

【ここを埋める】

「毎日、朝から晩まで現場でクタクタ。技術には自信がある。なのに  
.....

- 『来月の予約表が真っ白で、紹介が来るのを祈るしかない』

- 『相見積もりで安く叩かれ、結局は体力勝負の安売り合戦』
  - 『この先、体力が落ちたらどうなるんだろう？』 そんな不安を抱えたまま、ハンドルを握っていませんか？」
  - ポイント: 「紹介頼みの不安定さ」「将来への不安」を具体的に描写し、読み手に「自分のことだ」と思わせませす。
- 

### 3. 解決策(サービス提示:ストーリー形式)

【ここを埋める:自分の体験談】

「実は、私もかつては[以前の苦労:例:大手の下請けでボロボロだった]時代がありました。しかし、ある時気づいたのです。技術を磨くことと同じくらい、\*\*『24時間働く営業マン(仕組み)』\*\*を持つことが重要だと。

そこで私が構築したのが、労働時間を減らしながら客単価を1.5倍にする『清掃業特化の集客システム』です。」

- ポイント: 大手のような「組織力」ではなく、個人事業主ならではの「苦労と克服の物語」を入れることで親近感を生みます。
- 

### 4. 実績・証拠(社会的証明)

【ここを埋める:実績・お客様の声】

- 事例1: [地域名・業種]のA様。「導入後、客単価が〇〇円アップしました」
- 事例2: 「大手には断られた特殊な汚れも、[あなたの名前]さんならと快諾してくれた」という感謝の声。

- 証拠: [保有資格]、[施工件数]、[損害保険加入済みの証明]
  - ポイント: リサーチに基づき、「顔が見える安心感」と「損害保険加入」などの具体的信頼要素を並べます。
- 

## 5. 提案(オファー)

【ここを埋める:特典の内容】

「まずは、私が現場の地獄から抜け出した全手法をまとめた\*\*『1万文字の集客攻略バイブル』\*\*を無料で受け取ってください。

- なぜ、チラシよりも『ストーリーLP』が刺さるのか？
  - 40代からでも遅くない、LINEを活用したリピート術」
  - ポイント: 1万文字という圧倒的なボリューム感を強調し、登録のハードルを下げつつ期待値を高めます。
- 

## 6. 限定性(今やる理由)

【ここを埋める:限定の理由】

「大変申し訳ありませんが、このノウハウは\*\*[エリア名]につき先着1社のみ\*\*への公開とさせていただきます。地域内での競合を避けるための措置ですので、ご了承ください。」

- ポイント: 「地域1社限定」という強い限定性が、即時の行動を促します。

---

## 7. よくある質問(不安解消)

### 【ここを埋める:不安への回答】

- Q: ネットは苦手。スマホしか使えませんが？

A: 大丈夫です。一度作れば自動で動くので、日々の作業は不要です。

- Q: 現場が忙しくて取り組む時間がありません。

A: 忙しいからこそ必要です。あなたが寝ている間に営業するシステムですから。

- ポイント: 40代～60代が抱きやすい「ITへの苦手意識」を先回りして払拭します。
- 

## 8. 結び(一歩踏み出す勇氣)

### 【ここを埋める:未来の提示】

「現場のプロとして腕を磨く時間は、もう十分でしょう。次は、あなたの家族や自分自身の将来を守るために、\*\*『経営のプロ』\*\*としての一歩を踏み出しませんか？ 仕組み作りは、今からでも決して遅くありません。」

- ポイント: ターゲットの自尊心を尊重しつつ、現状維持のリスクと、仕組み化による明るい未来を対比させます。

---

## ②【チェックリスト】集客の12項目

これにチェックがつかない場所が「売上の漏れている穴」です。

- [ ] 1. ターゲット設定:  
「誰でもいい」ではなく「理想の客層」を決めているか？
- [ ] 2. 出口の明確化:  
最終的に「何を売るか(個別相談/高単価案件)」決まっているか？
- [ ] 3. 入り口の設置:  
LPやSNSなど、24時間動く「看板」があるか？
- [ ] 4. リスト取得:  
サイトに来た人の連絡先(メルマガ・LINE)を貰う工夫があるか？
- [ ] 5. 即時返信:  
登録直後に「価値ある情報」が自動で届くか？
- [ ] 6. 価値提供:  
売り込む前に「相手の役に立つ情報」を渡しているか？
- [ ] 7. 教育の自動化:  
1通ずつ手書きせず、ステップメールが稼働しているか？

- [ ] 8. 信頼の醸成:  
「なぜあなたに頼むべきか」というストーリーを伝えているか？
  - □ 9. 単価設定:  
相場より高くても選ばれる「付加価値」を提示しているか？
  - [ ] 10. 導線のシンプル化:  
顧客が次に何をすればいいか、迷わない設計か？
  - [ ] 11. 計測:  
反応率や成約率を数字で把握しているか？
  - [ ] 12. 改善:  
数字を見て、どこが悪いか特定できているか？
- 

### ③【メール雛形】信頼構築5ステップ

成約率を高めるための最短ルートです。

#### 【1日目】信頼構築メール:挨拶と宣言

件名:

【登録特典】私が「現場の地獄」を抜け出し、売上を安定させた本当の理由

本文: ○○さん

はじめまして。

清掃業集客・仕組み化アドバイザーの[あなたの名前]です。

まずは無料レポート

『清掃業・集客攻略バイブル(1万文字)』をお受け取りいただき、本当にありがとうございます。

すでにレポートの1ページ目は開かれましたか？

もし、まだであれば

「あとで読もう」と後回しにする前に、  
まずはパラパラと目を通してみてください。

なぜなら、そこには

「明日、体が動かなくなったら収入がゼロになる」  
という恐怖から解放されるための、  
唯一の脱出ルートが書かれているからです。

実は、偉そうにアドバイザーと名乗っている私も、  
かつては「現場の地獄」にいました。

- ・朝5時に起きて深夜まで現場を回る
- ・紹介が途切れると翌月の支払いに怯える
- ・相見積もりで安く叩かれ、時給換算するとバイト以下

「腕さえ磨けば、いつか楽になれるはず」  
そう信じて必死に汚れを落とし続けましたが、  
現実には、体がボロボロになるだけで  
銀行の残高は一向に増えませんでした。

正直に言えば、  
「自分には経営の才能がない。  
学歴もない。一生、現場で泥臭く生きていくしかないんだ」と諦めて  
いた時期もあります。

しかし、ある日気づいたのです。

清掃業で楽になれない原因は、  
技術不足でも努力不足でもありません。

単に、\*\*「蟻(あり)の視点」\*\*しかなかったことです。

・蟻の視点(労働):  
目の前の作業、紹介待ち、安売り

・鳥の視点(経営):  
集客の流れ、仕組み作り、高単価化

この「鳥の視点」を手に入れ、  
ネット上に24時間働く営業マンを配置した瞬間、  
私の人生は劇的に変わりました。

現場に出ている間も、寝ている間も、  
LINEやメルマガが私の代わりに営業し、  
「あなたにお願いしたい」というお客様を  
自動で集めてくれるようになったのです。

このメール講座(全5回)では、  
私が数千時間をかけて構築した  
\*\*「清掃業特化・自動集客の型」\*\*を  
包み隠さずお伝えしていきます。

明日お届けする2通目のメールでは、  
「『腕を磨けば客が来る』という職人の常識が、  
なぜあなたを貧乏にさせるのか？」  
という、少し耳の痛い、でも最も重要な話をします。

これを知るだけで、  
あなたの「働き方」の定義が180度変わるはずです。

それでは、明日の配信を楽しみにお待ちください！

[あなたの名前]

---

💡 執筆のポイント

- 「痛み」の描写: 40~60代の個人事業主が日々感じている「体力の限界」や「翌月の不安」を具体的に言語化し、深い共感を作っています。
  - ハードルを下げる: 「才能や学歴のせいではない」と伝えることで、ITやマーケティングに苦手意識がある層に「自分でもできるかも」と思わせます。
  - 次回の予告: 最後に「常識の否定」を予告することで、2通目の開封率を最大化させます。
- 

**【2日目】信頼構築メール: 常識の否定**

件名:

「腕を磨けば客が来る」という職人の大嘘

本文:

〇〇さん

昨日のメールでは、  
私が現場の地獄を抜け出したきっかけについて  
お話ししました。

今日は、多くの清掃業者が陥っている  
\*\*「最大かつ最悪の罠」\*\*についてお話します。

職人として、これを聞くのは  
少し不愉快かもしれません。  
ですが、あえてハッキリ言わせてください。

「腕さえ磨けば客は来る」というのは、大嘘です。

厳しいようですが、  
掃除の技術をいくら高めても、  
それだけで売上が安定することはありません。

むしろ、技術にこだわりすぎる「真面目な職人」ほど、  
いつまでも現場から抜け出せず、  
貧乏なまま体力を使い果たしてしまう傾向があります。

なぜ、そんな残酷なことが起こるのでしょうか？

理由はシンプルです。

お客様は、あなたが現場で流している  
「汗の量」や「こだわりの洗剤」には  
1円も払ってくれないからです。

お客様が求めているのは、  
「きれいになった」という結果と、  
「この人なら安心して任せられる」という安心感だけ。

しかし、多くの職人は、  
「これだけ綺麗にしたんだから、次は紹介が来るはずだ」と、お客様の善意に自分の人生を預けてしまいます。

これが「紹介頼み」の正体です。

紹介は、いわば「宝くじ」のようなもの。  
当たればラッキーですが、  
それを経営の柱にするのは、あまりに危険です。

- ・紹介が来なければ、来月の予定は真っ白。
- ・仕事欲しさに、相見積もりで安売り。
- ・「安くて丁寧な人」として扱われ、さらにこき使われる。

このループにはまっている限り、  
どんなに掃除の腕を上げて、  
あなたの自由な時間は一生手に入りません。

では、どうすればいいのか？

答えは、  
「技術(作業)」を売るのをやめて、  
「信頼(仕組み)」を売ることです。

掃除ができる人は、世の中に五万といます。  
でも、「集客の仕組み」を持っている清掃業者は 100人に1人もいません。

あなたが磨くべきは、  
「汚れを落とす技術」以上に  
\*\*「価値を伝える技術」\*\*なのです。

明日のメールでは、  
「現場に出なくても売上が上がる状態」は、  
具体的に何を換えれば作れるのか？

その「答え」についてお話しします。  
職人から経営者へとシフトするための、  
具体的な設計図が見えてくるはずです。

明日も、楽しみにしててください。

[あなたの名前]

- 感情を揺さぶる: 「不快かもしれないが」「残酷なこと」といった言葉を使い、読者の注意を強く引きつけます。40代~60代の職人はプライドが高いため、単に否定するのではなく「あなたの努力(技術)は素晴らしいが、報われる場所が違う」というニュアンスで伝えます。
  - 対比構造: 「紹介(宝くじ)」と「仕組み(経営)」を対比させ、今の状況がいかに危ういかを論理的に理解させます。
  - 専門用語の回避: マーケティングという言葉を使わずに「価値を伝える技術」と言い換えることで、拒絶反応を防いでいます。
- 

### 【3日目】信頼構築メール: 理想の提示

件名:

現場に出なくても売上が上がる、「たった一つ」の切り替え

本文:

〇〇さん

昨日のメールでは、  
「掃除の腕を磨くだけでは、売上は安定しない」  
という、少し厳しいお話をしました。

ショックを受けられたかもしれませんが、  
これはあなたに絶望してほしいからではなく、  
「本当の自由」を手に入れてほしいからです。

では、どうすれば現場に縛られず、  
売上を右肩上がりにしていけるのか？

実は、それは  
「視点」を変えるだけで作れます。

もっと具体的に言うなら、  
「自分の体を動かすプロ」から、  
「仕組みを動かすプロ」へと視点を切り替えるのです。

想像してみてください。

あなたが現場で作業をしている間、  
あるいは、週末に家族とゆっくり休んでいる間。

あなたの代わりにネット上の「営業マン」が  
24時間、休まずにお客様へ語りかけ、  
「ぜひ、あなたにお願いしたい」  
という予約を自動で受け付けてくれる。

そんな状態です。

「そんなの、大手企業の話でしょ？」  
「自分みたいな個人事業主には無理だ」

そう思うかもしれませんが。  
でも、実は個人だからこそ、この仕組みは強力です。

多くの清掃業者は、  
「お客様が来たら、自分が動く」  
という「蟻(あり)の視点」で働いています。

一方で、安定して稼ぎ続けている経営者は、  
「自分が動かなくても、お客様が集まる仕組み」を  
最初に作ってしまう「鳥の視点」を持っています。

この視点の切り替えさえできれば、  
・無理な値下げ交渉に頭を下げる必要も、  
・翌月の予定表を見てため息をつく必要も、  
・老後の体力を心配して不安になる必要も、  
一切なくなります。

「でも、具体的に何をどうすればいいんだ？」  
という声が聞こえてきそうですね。

安心してください。  
明日のメールでは、私が実際に使っている

\*\*「24時間自動営業システムの裏側」\*\*を、  
具体的に図解するようなイメージでお伝えします。

これを真似するだけで、  
あなたのビジネスに「自動の柱」が立ち始めます。

明日も、朝のコーヒーを飲みながら読んでみてください。

[あなたの名前]

---

#### 執筆のポイント

- 「視点」という言葉の力: 道具を買い替えたり、新しい技術を学んだりするのではなく、「考え方を変えるだけ(=コストがかからない)」というニュアンスを出し、心理的ハードルを下げています。
  - ベネフィットの具体化: 「家族との時間」「不安からの解放」など、40代~60代の経営者が切実に求めている「心の平和」にフォーカスしています。
  - 「個人だからこそ」という肯定: 大手との差別化を暗示し、自分でもできるという自信を植え付けます。
-

## 【4日目】信頼構築メール: 具体策の公開

件名:

【図解】寝ている間に予約が入る「自動集客マシン」の設計図

本文:

〇〇さん

昨日は「視点を切り替える」という  
お話をしました。

今日は、私が実際に構築し、  
多くの現場ビジネスを救ってきた  
『自動集客システム』の裏側を公開します。

「難しい設定が必要なんじゃないか？」  
「専門知識がないと無理だろう」

そう思われるかもしれませんが、  
構造は非常にシンプルです。

例えるなら、\*\*「3人のデジタル営業マン」\*\*を  
雇うようなイメージです。

---

第1の営業マン: 24時間眠らない「看板(LP)」

まず、ネット上にあなたの「身代わり」となる  
専用の1ページ(LP)を置きます。

これは単なる会社案内ではありません。

あなたのこだわり、他社との違い、  
そして「なぜあなたに頼むべきか」を  
24時間365日、休まずにお客様に語り続ける  
\*\*「最強の看板」\*\*です。

第2の営業マン:勝手にお客を育てる「案内役(LINE/メルマガ)」

看板を見て興味を持ったお客様に対し、  
自動でメッセージを送り届けます。

「プロが教える掃除の裏技」や  
「失敗しない業者の選び方」など、  
お客様が喜ぶ情報を小出しに伝えることで、  
あなたに会う前から「この人は信頼できる」という  
確信を持ってもらう役割です。

これが、私が呼んでいる「教育」のプロセスです。

第3の営業マン:最後の背中を押す「受付窓口(自動予約)」

信頼が十分に貯まったタイミングで、  
「今なら無料相談を受け付けています」  
と出口を案内します。

お客様はすでにあなたのファンになっていますから、  
相見積もりで比較されることもなく、  
「ぜひ〇〇さんをお願いしたい」と、  
あちらから頭を下げて申し込んでくるようになります。

---

この3人が裏で連携して動くことで、  
あなたが現場で汗を流している間も、  
夜にお酒を飲んでリラックスしている間も、  
「翌月の予約」が勝手に積み上がっていくのです。

これが、現場ビジネスにおける  
「仕組み化」の正体です。

「自分の地域でも通用するのか？」  
「具体的に何から手を付ければいいのか？」

そう思われたかもしれません。

明日は最終日。  
あなたが今日から具体的に何をすべきか、  
「最短ルートで経営者へ進化するための決断」  
についてお話しします。

非常に重要な回になりますので、  
絶対に見逃さないでくださいね。

[あなたの名前]

---

💡 執筆のポイント

- 擬人化で理解を助ける: LPやLINEを「営業マン」と呼ぶことで、ツールに対する抵抗感を減らし、その役割(機能)を直感的に理解させます。
  - メリットの再提示: 「相見積もりされない」「あちらからお願いされる」という、現場の人間が最も喉から手が出るほど欲しい結果を強調しています。
  - 期待感の醸成: 5日目(成約・個別相談への誘導)に向けて、しっかりと橋渡しを行っています。
- 

**【5日目】信頼構築メール: 決断と誘導**

件名:

今のままで「1年後」を迎えますか?それとも.....

本文:

〇〇さん

全5回にわたってお届けしてきたこのメール講座も、今日が最後となりました。

これまで、

- ・「現場の地獄」から抜け出す視点
- ・「技術だけでは救われない」という真実
- ・24時間働く「3人のデジタル営業マン」の正体についてお話ししてきました。

最後に、〇〇さんに

一つだけ大切な質問をさせてください。

「今のままの働き方で、1年後も、5年後も笑っていられますか？」

もし、今のまま「紹介頼み」と「体力勝負」の現場仕事を続けていたとしたら……。

1年後、体はさらに悲鳴を上げているかもしれません。

ライバルが安売りを仕掛けてきて、さらに単価を下げざるを得なくなっているかもしれません。

何より、

「いつまでこの生活が続くのか……」という

底知れない不安を抱えながらハンドルを握る毎日は、もう終わりにしませんか？

もちろん、いきなり「全てを自動化しろ」  
なんてことは言いません。

ですが、あなたが「現場のプロ」であると同時に、  
\*\*自分の人生を守る「経営のプロ」\*\*へと  
進化する時期が来ているのは確かです。

仕組みを作れば、  
売上は「運」ではなく「計算」で出せるようになります。

あなたは、もっと価値のある仕事に集中でき、  
家族との時間も、自分の体も大切にできるようになります。

「理屈はわかった。でも、自分の場合はどこから手をつければい  
い？」

そんな方のために、  
\*\*【30分間の個別オンライン相談会】\*\*を実施することにしました。

この相談会では、  
・〇〇さんの今の集客の「どこ」に穴があるのか  
・最短ルートで売上を安定させるには「何」をすべきか  
を、プロの視点で一緒に整理します。

無理な勧誘は一切しません。  
私も現場の苦しみを知る一人として、  
本気で現状を変えたい方とだけお話ししたいと思っています。

ただし、以前もお伝えした通り、  
私は一人ひとりと真剣に向き合いたいので、  
[エリア名]で先着1社様限定とさせていただきます。

「来年の今頃は、もっと楽に、もっと稼げていたい」  
そう思う方は、今すぐ以下のリンクから 都合の良い枠を確保してくだ  
さい。

▼【30分個別相談】予約はこちらから(1分で完了)  
[予約リンクURL]

現場のプロから、経営のプロへ。  
次は画面越しに、直接お話しできるのを楽しみにしています。

5日間、本当にありがとうございました！

[あなたの名前]

---

#### 執筆のポイント

- 「1年後」を想像させる：40代～60代にとって「1年」はあっという間であり、体力の衰えを実感しやすい期間です。そこを具体的にイメージさせることで、緊急性を生んでいます。

- 「整理」という言葉：相談会の目的を「セールス」ではなく「現状の整理」とすることで、ハードルを下げています。
- 限定性の念押し：6.で設定した「地域1社限定」というコンセプトを再度出すことで、希少性を強調しています。

これで5日間のステップメールが完成しました。これをLINEやメルマガにセットすれば、自動で教育から個別相談へと繋がる導線が動き出します！