

WONDERFUL STEP

最短成果資料①

即日回収できる クライアント提案書テンプレート 10パターン

高単価案件を獲得するための実践的ドキュメント

30万～150万円クラス対応

業種別カスタマイズ例付き

契約書チェックリスト付き

対象者：

- 入会后すぐにクライアントに提案したい方
 - 入会前に高単価提案の練習をしたい方
 - 既存クライアントへ単価アップの提案をしたい方
-

目次

1. はじめに：この資料の使い方
2. 高単価提案書の基本構成と単価別戦略
3. 業種別テンプレート10パターン（詳細解説）
4. そのまま使える見積書テンプレート
5. トラブルを防ぐ契約書チェックリスト
6. 提案時の話法・トークスクリプト例
7. よくある断り文句への最強切り返し集
8. 即日契約を取るための提案フロー
9. 入会前練習用ロールプレイシナリオ

1. はじめに：この資料の使い方

本資料は、ワンダフルステップのカリキュラムで学ぶスキルを、最短最速で収益化するための実践的なツール集です。「スキルはあるが提案資料を作る時間がない」「高単価の提案を通す自信がない」という課題を解決するために作成されました。

成果を出すための3つの活用ポイント

1. **テンプレートは8割そのまま使う**：基本構造は完成されています。クライアント固有の数字や課題部分だけを修正し、提案作成時間を短縮してください。
2. **「期待される成果」を数字で語る**：クライアントが買っているのは作業ではなく「未来の売上」です。テンプレート内の数値例を参考に、必ずROI（投資対効果）を提示してください。
3. **入会前から練習する**：実際の案件がなくても、身近な店舗や企業を想定してテンプレートを埋めてみることで、提案力が飛躍的に向上します。

2. 高単価提案書の基本構成

提案書の黄金構造（7ステップ）

30万円～150万円クラスの提案を通すためには、以下の論理構成が不可欠です。

ステップ	内容と目的
1. 現状分析 (課題の特定)	「御社の現状はこうで、ここがボトルネックになっていますね」と共通認識を作る。
2. 市場・競合分析	競合他社の動きや市場トレンドを示し、対策の必要性を客観的に裏付ける。
3. ソリューション	課題を解決するための全体像を提示する。(例：LINE×広告の連携など)
4. 具体的な施策	「何を」「いつまでに」「どうやるか」の実行プラン詳細。
5. 期待される成果	施策実行後の定量的ゴール（売上増、集客数増など）。
6. 投資対効果 (ROI)	投資額をいつまでに回収できるかのシミュレーション。
7. スケジュール・見積	工程表と費用提示。松竹梅のプラン提示も有効。

単価別の使い分け戦略

- **30万円プラン（単一施策集中型）**
例：Lステップ構築のみ、SNS運用代行（3ヶ月）、MEO対策など。
ポイント：特定課題の即時解決を訴求する。
- **50万円プラン（複合施策型）**
例：Web広告運用 + LP制作、SNS運用 + キャンペーン企画。
ポイント：「集客」と「受け皿」をセットにして確度を高める。
- **100万円プラン（統合マーケティング型）**
例：ブランディング + 全体集客設計 + 構築。
ポイント：事業の売上構造そのものを改善するパートナーとして提案。
- **150万円プラン（包括支援型）**
例：デジタルマーケティング全体設計 + 半年間のコンサルティング。
ポイント：社内マーケターを一人雇うより安く、プロチームが動くことを強調。

3. 業種別テンプレート10パターン

ここからは、実際にそのまま使えるレベルの具体的な提案内容です。

01. 美容サロン向け

提案額：50万円

SNS集客・MEO対策パック（3ヶ月）

内容：Instagram運用代行 + Googleビジネスプロフィール(MEO)最適化

訴求ポイント

- 近隣エリア（駅名×美容室）で検索1位を獲得し、月間30件の新規予約増加を実現
- Instagramの世界観統一で、投稿からの指名予約率を15%アップ
- MEO対策でマップ検索での表示回数を300%増加させ、通りがかり客を取りこぼさない

期待される成果（ROI）

月間新規顧客30名増 → 客単価15,000円 × 30名 = **月45万円の売上増**
→ 2ヶ月目でほぼ投資回収が可能。

【そのまま使える】提案書記載文言

「現在、〇〇エリアでの『髪質改善』検索において、競合A店が上位を独占しており、月間約50名の見込み客が流出していると推測されます。本提案では、Instagramでの視覚的訴求とGoogleマップでの露出最大化を同時に行うことで、この流出層を貴店へ誘導します。半径2km圏内のユーザーに絞った認知拡大により、最短1ヶ月での新規予約増加をお約束します。」

入会獲得最大化パック

内容：高CVRランディングページ制作 + Google/Meta広告運用（初期制作50万+運用3ヶ月30万）

訴求ポイント

- 保護者の不安を払拭する「体験談重視」のLP構成で、問い合わせ率を現状の0.5%から1.5%へ改善
- エリア×子供の年齢でターゲティングした広告配信で、無駄なクリックを削減
- LINE公式アカウントへの誘導で、検討期間の長い保護者への教育配信を自動化

提案書記載文言

「多くの学習塾では『機能（カリキュラム）』を押し出していますが、保護者が真に求めているのは『子供が変わる未来』です。今回のLPでは生徒のビフォーアフターと保護者の声を前面に出し、感情に訴求する構成にします。また、一度離脱したユーザーへのリターゲティング広告を組み合わせることで、春期講習までの体験入会数を昨年対比150%まで引き上げます。」

動画マーケティング・SEO集客支援（6ヶ月）

内容：物件紹介ルームツアー動画制作 + YouTube運用代行 + 地域SEO記事制作

訴求ポイント

- 写真だけでは伝わらない物件の魅力を動画で伝え、内見成約率を2倍に引き上げ
- 「〇〇市 賃貸 おすすめ」などの地域キーワードでSEO上位表示を狙い、広告費を削減
- YouTubeショート動画を活用し、若年層への認知を拡大

提案書記載文言

「ポータルサイト頼みの集客から脱却し、自社メディアでの指名検索を増やすことが、仲介手数料の値下げ競争から抜け出す唯一の道です。ルームツアー動画は資産として残り続け、24時間365日営業マンの代わりに物件を案内し続けます。半年後には広告費を現在の50%に削減しつつ、問い合わせ数を維持・向上させる体制を構築します。」

LTV最大化・CRM構築プラン

内容：広告運用最適化 + LINE CRM構築 + リピーター育成施策（初期80万+運用3ヶ月40万）

訴求ポイント

- LINEを活用した「診断コンテンツ」で購入前の離脱を防止
- 購入者への自動ステップ配信で、2回目購入率（F2転換率）を20%改善
- カゴ落ち配信の実装で、取りこぼしていた売上の月間10%を回収

「新規獲得コスト（CPA）が高騰する中、利益を出す鍵はLTV（顧客生涯価値）の向上にあります。今回は、初回購入後のフォローをLINEで完全自動化し、お客様に『忘れさせない』仕組みを構築します。特に化粧品・健康食品においてF2転換率の5%改善は、年間利益で数百万円のインパクトを生み出します。」

SNS運用・口コミ対策パック（3ヶ月）

内容：Instagram/TikTok運用 + Googleレビュー獲得施策

シズル感のある動画投稿と、来店客への口コミ誘導POP作成・オペレーション指導。

専門家ブランディング・コンテンツSEO（6ヶ月）

内容：専門家としてのHP刷新 + 検索に強い解説記事作成 + ホワイトペーパー配布システム

「地域名 + 業種」だけでなく「悩みワード」での検索流入を独占し、高単価な顧問契約を獲得する。

LINEマーケティング・会員獲得パック（4ヶ月）

内容：LINE公式アカウント構築 + 入会促進ステップ配信 + キャンペーンLP

体験予約後の入会率向上と、幽霊会員への来店促進配信で退会率を低下させる。

Web集客・患者獲得トータル支援（6ヶ月）

内容：医療SEO対策 + リスティング広告 + Web予約システム最適化

自費診療（インプラント、矯正、美容皮膚科など）の集客に特化し、高単価患者を増やす。

リード獲得・MAツール導入支援

内容：MA導入設定 + ホワイトペーパー制作 + ウェビナー企画運営

展示会頼みの営業から脱却。Webから質の高いリード（見込み顧客）を自動的に獲得・育成する仕組み作り。

10. スタートアップ向け

提案額：80万円

グロースハック・SNS戦略（3ヶ月）

内容：サービス認知拡大のためのSNS戦略 + バイラル（口コミ拡散）施策

広告費をかけずにSNSでの話題化を狙う企画立案とインフルエンサー活用。

4. 見積書テンプレート（記入例）

以下は、Web広告運用代行（月額費用）とLP制作（初期費用）を組み合わせた場合の標準的な見積フォーマットです。

御見積書

株式会社〇〇〇〇 御中

御見積金額：¥880,000 - (税込)

発行日：202X年X月X日

見積No：2023-001

提出者：

ワンダフルステップ太郎
〒000-0000 東京都渋谷区...
TEL: 090-0000-0000

項目	数量	単価	金額
ランディングページ制作費（初期） 構成案作成、デザイン、コーディング、スマホ対応含む	1式	500,000	500,000
Web広告運用代行費（3ヶ月分） Google/Meta広告設定、運用調整、レポート作成	3ヶ月	100,000	300,000
		小計	800,000
		消費税(10%)	80,000
備考・条件 <ul style="list-style-type: none">有効期限：発行から2週間支払条件：着手金50%、納品翌月末50%広告実費は別途貴社クレジットカードより引き落とし		合計	¥880,000

5. 契約書チェックリスト（30項目）

契約トラブルを未然に防ぐため、締結前に必ず以下の項目を確認してください。

基本情報・業務範囲

契約当事者の名称・住所は正確か

法人名、代表者名が登記簿通りか確認。

契約期間（開始日と終了日）は明確か

「~3ヶ月」ではなく「202X年X月X日~X月X日」と記載。

業務内容は具体的に列挙されているか

「Web集客支援」といった曖昧な表現を避け、「月4回の記事投稿」「月1回のレポート提出」など具体化。

成果物の定義と検収基準

何を以て「納品完了」とするか（サーバーアップロード完了時など）。

金銭・支払条件

報酬金額と消費税の取り扱い

税別・税込の表記ミスがないか。

支払時期と支払方法

「月末締め翌月末払い」「銀行振込（手数料はどちら負担か）」など。

着手金の有無と返金規定

途中解約時の着手金返還ルールを定めているか。

権利・責任

著作権の帰属

制作物の著作権は譲渡するか、制作者に残るか。二次利用の可否。

損害賠償の上限設定

万が一損害を与えた場合、賠償額の上限を「契約金額まで」に制限しているか。（重要）

秘密保持義務（NDA）

6. 提案時の話法・トークスクリプト例

シーン：ヒアリング（課題抽出）

NG：「何かお困りのことはありますか？」（広すぎて答えにくい）

OK：「御社のWebサイトを拝見したのですが、非常に魅力的な商品なのに、スマホで見ると予約ボタンが押しにくい位置にあるように感じました。実際、サイトからの予約率は目標通り推移していますか？」

👉 仮説を持って質問することで、「よく見ているな」という信頼と、「確かにそうだ」という課題認識を引き出す。

シーン：見積もり提示（価格への納得感）

トーク例：「今回の総額は100万円ですが、これにより毎月30万円の広告費削減と、月50万円の売上増が見込めます。つまり、約3ヶ月で投資回収ができ、4ヶ月目以降はすべて利益になります。単なるコストではなく、利益を生むための『投資』としてご検討ください。」

シーン：クロージング（背中を押す）

トーク例：「競合他社もWeb集客に力を入れ始めています。今月からスタートすれば、春の商戦期には検索順位の上位化が間に合います。もし来月に先送りすると、機会損失は約〇〇万円になると試算されますが、いかがなさいますか？」

7. よくある断り文句への切り返し集

断り文句	切り返しトーク例
「予算が足りない」	「承知いたしました。では、まずは成果に直結しやすい『Web広告運用』のみに絞り、50万円のプランで小さく始めて、利益が出てから残りの施策を行うのはいかがでしょうか？」（松竹梅の「梅」提案へ移行）
「今は忙しい」	「お忙しいからこそ、社長の手を煩わせている集客業務を私に丸投げしていただきたいのです。私が動くことで、社長は本来のコア業務に集中できる時間を作れます。」

「社内で検討します」	「ありがとうございます。ちなみに、社内で検討される際に一番の懸念点になりそうなのはどの部分でしょうか？（価格？効果？）その点について、補足資料をご用意させていただきませんか？」
「自分でできそう」	「確かにツールを使えばご自身でも可能です。ただ、プロがやる価値は『最短ルートで成果を出すこと』と『運用リスクの回避』にあります。試行錯誤に使う半年間という時間を、この金額で買っていただけるとお考えください。」

8. 即日契約を取るための提案フロー

事前準備（30分）：相手を知り尽くす

- 1 HP、SNS、口コミを全てチェック。競合他社と比較し、「勝てるポイント」と「負けているポイント」を3つずつ書き出す。

商談冒頭（10分）：ゴール設定

- 2 「本日は御社の集客課題を解決するプランをお持ちしました。もし内容にご納得いただければ、一緒に進めさせていただければと思います」と、契約の意思決定を求める場であることを最初に握る。

ヒアリング（20分）：課題の深掘り

- 3 SPIN話法を活用。「現状の課題」→「それが放置された場合のリスク」→「解決した時の理想の未来」を語ってもらう。

提案&クロージング（30分）：未来を見せる

- 4 テンプレートを用いた提案書でソリューション提示。「やるかやらないか」ではなく「いつやるか」の議論に持ち込む。

9. 入会前練習用ロールプレキシナリオ

以下の設定を使って、友人やパートナー、あるいは一人で録音しながら練習してください。

シナリオ1（初級）：美容サロンオーナーへの提案

クライアント設定：

開業3年目の美容室オーナー（40代男性）。

技術には自信があるが、集客はホットペッパービューティー頼みで掲載費の負担が重い。Instagramはやっているがフォロワーが増えないのが悩み。

目標：50万円の「SNS集客パック」を提案し、ホットペッパーのプランを下げた自社集客へ切り替える提案をする。

練習のポイント：「ホットペッパー掲載費の削減分で、この施策が賄えます」という資金捻出の提案ができるか。

シナリオ2（中級）：地方工務店社長への提案

クライアント設定：

創業30年の工務店社長（60代男性）。

Webには疎いが、最近大手のハウスメーカーに若年層顧客を取られていることに危機感を持っている。「YouTubeとかやったほうがいいのか？」と漠然と考えている。

目標：100万円の「動画マーケティング支援」を提案する。

練習のポイント：専門用語を使わず、「動画なら社長の家づくりへの情熱が伝わります」と感情に訴求できるか。