

売り上げの公式 を理解する

～お客様にものを販売する仕組み～



作成者：大野まさひろ（カムイランド代表）

もくじ

- 1 はじめに
- 2 マーケティングの目的
- 3 売上げの要素とは (1) ~ (2)
- 4 売上げの公式 (1) ~ (16)
 - ・ お弁当屋さん
 - ・ 1日あたりの購入人数
 - ・ 1日の売上げ
 - ・ 売上げを伸ばす方法
- 5 おわりに (まとめ)

1 はじめに

お客様に商品売るには、売するための理論を構築しなければ売れるようになりません。

ここでは、マーケティングで取り上げられる「売り上げの公式」を使って、物売る基本的な事柄を知っていただきます。

数字が苦手な方でも、お客さまに物売る理論を理解していただけるように解説していきます。

2 マーケティングの目的

マーケティングの目的は、プロダクトを作って、それを売り、顧客の満足度を最大化し、資源やリスクを管理しながら売り上げを上げることです。

＊ここでは、売り上げの3つの要素を使って、マーケティングの「売る」行動に焦点を当てて解説していきます。

また、ここでは「初心者のための解説」という意図で、基本的なことについてのみ言及していますので、その点をご承知おきください。

3 売り上げの要素とは（１）

売り上げはどのような要素から成り立っているのだろうか？



売り上げを構成する要素は次の３つです。

1 見込み客

(Prospective Customers)

2 成約率 (CVR = Conversion Rate)

3 顧客生涯価値

(LTV = Life Time Value)

3 売り上げの要素とは（2）

3つの要素について

1 見込み客：

将来購入してくれそうなお客さん

＊ どれくらい興味を持ったお客さんに
集まっていたかがポイント

2 成約率（CVR）：

契約を獲得した割合

＊ 見込み客がどれくらいの比率で商品
を購入してくれるかがポイント

3 顧客生涯価値（LTV）：

お客さん1人あたりが最終的に買って
くれる総額を表す指標

＊ 取引が1回で終わるよりも、2回目
以降も取引が継続するとLTVは高
くなる。

4 売り上げの公式（1）

売り上げの公式 =

見込み客数 × CVR × LTV

* 売り上げの公式は、3つの要素の掛け算で成り立ちます。

4 売り上げの公式（2）

＊ 駅前のお弁当屋さんを例に考えてみましょう。

次のストーリーで考えてみます。

駅前のお弁当屋さんの前を，一日で延べ25, 000人の人が通ります。

そのうち何人かの人がお弁当屋さんに立ち寄ってお弁当を買ってくれます。

「売り上げの公式」に数字を当てはめて，お弁当屋さんの売り上げを考えてみましょう。

4 売り上げの公式（3）

次の手順で考えてみましょう。

- 1 1日にお店で買ってくれるお客さんの人数を求める。
- 2 1日の売り上げを求める。

4 売り上げの公式（4）

段階を追って考えましょう。

- 1 1 日にお店で買ってくれるお客さんの人数を求める。



駅前の通りを通る人（見込み客）のうち 1%（100 人中一人）の人がお弁当屋さんに入ってお弁当を買ってくれると想定します。

・・・これを成約率（CVR）と言います。

4 売り上げの公式（5）

公式に当てはめてみましょう！

* $1\% = 0.01$ ですから,

$$25,000 \times 0.01 = 250 \text{ (人)}$$

よって,

一日あたり, **250人**のお客さんがお弁当を買ってくれると想定される結果となりました。

4 売り上げの公式（6）

LTV を求める。

お客さんは、平均して一個 5 6 0 円のお弁当と 2 8 0 円のお惣菜を買ってくれると予想します。

・・・お客さん 1 人あたりが買ってくれる
総額が LTV でしたね。

LTV は、

$$560 + 280 = 840 \text{ (円)}$$

になります。

4 売り上げの公式（7）

売り上げは・・・

1 で求めた

お弁当を買ってくれるお客さんの数（250人）

に

2 で求めた

一人のお客さんが買ってくれる総額（840円）

をかければ、



一日の売り上げ

が出てきます。

4 売り上げの公式（8）

2 1日の売り上げを求める。

公式に当てはめてみましょう！

$$250 \times 840 = 210,000$$

よって,

このお弁当屋さんの一日の売り上げは,



210,000円

になります。

*売り上げから、人件費や材料費を引いたものが、収益（利益）になります。

4 売上げの公式（9）

もし、・・・

このお弁当屋さんが、これまで以上の売上げを伸ばしたいと思ったときに、どのような方策を考えたら良いでしょうか。

あなたが、お弁当屋さんだったら、どのようにして売上げを伸ばしますか？

次は、売上げを伸ばす方法について考えてみましょう。

4 売り上げの公式（10）

売り上げを伸ばす方法

ここからは、売り上げを伸ばす方法について
学習していきましょう。

売り上げの公式を思い出してください。

$$\text{見込み客数} \times \text{CVR} \times \text{LTV}$$

でしたね。

4 売り上げの公式（11）

売り上げを伸ばす方法

もう一度、売り上げの3要素を元に考えてみましょう。

- 1 見込み客
- 2 成約率
- 3 顧客生涯価値

4 売り上げの公式（12）

「ヒント」が必要な方は、以下の各要素の特徴を参考にしてください。

売り上げを構成する要素は次の3つ

1 見込み客

駅前を通る人に、お店への興味を持っていたくには・・・

2 成約率

見込み客が高い比率で商品を購入してくれるようにするには・・・

3 顧客生涯価値

複数回、お店を訪れて、お弁当を購入してくれるようにするには・・・

4 売り上げの公式（13）

解答例

1 見込み客

駅前を通る人に、お店への興味を持っていただくために考えられる方策は・・・



駅前で目を引くチラシを配ってお弁当が好きそうなお客さんに興味関心を持っていただく。

弁当屋の店頭で幟を立てて駅前を通った人の目をひく。

など

4 売り上げの公式（14）

解答例

2 CVR（成約率）

見込み客が高い比率で商品を購入してくれるようにするには・・・



駅前でチラシと一緒に「クーポン券」を渡す。

弁当一個 500 円キャンペーンを打つ。

お惣菜 2 個購入激安キャンペーンを打つ。

など

4 売り上げの公式（15）

解答例

3 LTV（顧客生涯価値）

複数回，お店を訪れて，お弁当を購入してくれるようにするには・・・



夕方，弁当 2 個購入 激安タイムを設ける。

お弁当を定期購入してくれるお客さんに，弁当代のコストダウンを図り，定期購入を促す。

など

4 売り上げの公式（16）

3つの要素を分解して・・・

見込み客, CVR, LTV それぞれの要素を
分解して, 各要素の売れる流れを組み立
ててみてください。

実際にやってみることが大切です。

5 おわりに（まとめ）

3つの要素に基づいて、実際に数字を操作しながら、「ものを売る」とはどのようなことだろうかと考えることが、売り上げの公式を理解し、使うことにつながるのです。

ご視聴ありがとうございました。

Understanding the Sales Formula

~The Mechanism Behind Selling to Customers~

Author: Masahiro Ohno (Representative of Kamuy Land)

Table of Contents

1. Introduction
2. Purpose of Marketing
3. Elements of Sales (1)
4. Elements of Sales (2)
5. Sales Formula (1)–(16)
6. Conclusion (Summary)

1. Introduction

To sell products to customers, it is essential to build a theory behind selling. Without this, success in sales will be difficult.

In this document, we will introduce the "sales formula" often discussed in marketing to help you understand the basics of selling. Even if you're not good with numbers, this guide will help you grasp the logic behind selling to customers.

2. Purpose of Marketing

The goal of marketing is to create products, sell them, maximize customer satisfaction, and manage resources and risks while increasing sales.

In this guide, we will focus on the "selling" aspect of marketing using three key elements of the sales formula. Please note that this is an introductory guide for beginners, so we will only cover the basics.

3. What Makes Up Sales?

Sales are comprised of the following three elements:

- Prospective Customers: People who are likely to buy in the future. The key is how many people interested in the product you can gather.
- Conversion Rate (CVR): The percentage of prospective customers who make a purchase.

- Customer Lifetime Value (LTV): The total amount a customer spends over time. If purchases are repeated, the LTV increases.

4. The Sales Formula

$$\text{Sales} = \text{Prospective Customers} \times \text{CVR} \times \text{LTV}$$

Let's consider a practical example of a bento (lunch box) shop near a train station.

Each day, about 25,000 people walk past the shop. A portion of them may stop by and buy a bento.

Step 1: Estimating the Number of Daily Customers

Assume 1% of passersby (1 out of 100) enter the shop and purchase a bento.

This is the Conversion Rate (CVR).

$25,000 \times 0.01 = 250$ customers/day

Step 2: Estimating the Average Spend per Customer (LTV)

Each customer buys a bento for 560 yen and a side dish for 280 yen.

$560 + 280 = 840$ yen/customer (LTV)

Step 3: Calculating Daily Sales

$250 \times 840 = 210,000$ yen/day

So, the daily sales for the bento shop are approximately 210,000 yen.

Note: Revenue minus costs (labor, ingredients, etc.) equals profit.

5. How to Increase Sales

Recall the formula: $\text{Sales} = \text{Prospective Customers} \times \text{CVR} \times \text{LTV}$

Let's break this down and explore strategies for each element.

1. Increasing Prospective Customers:

- Distribute eye-catching flyers in front of the station.
- Set up banners at the storefront to grab attention.

2. Improving CVR (Conversion Rate):

- Hand out coupons along with flyers.
- Offer a "500 yen per bento" limited-time campaign.
- Run a "buy 2 side dishes for a discount" promotion.

3. Boosting LTV (Customer Lifetime Value):

- Offer an evening "Buy 2 bentos, get a discount" time slot.
- Encourage regular purchases through subscription plans with lower prices.

6. Summary and Final Thoughts

Sales are composed of:

- Prospective Customers
- Conversion Rate (CVR)
- Customer Lifetime Value (LTV)

By analyzing and adjusting each of these elements, you can better understand how to increase sales.

Try breaking down the sales process into these elements and develop your own strategy for selling. By experimenting with numbers and observing the results, you'll gain a practical understanding of how the sales formula works.

Thank you for reading.

理解销售公式

～向客户销售商品的机制～

作者：大野昌宏（Kamuy Land 代表）

目录

1. 引言
2. 营销的目的
3. 销售的构成要素（1）
4. 销售的构成要素（2）
5. 销售公式（1）～（16）
6. 结语（总结）

1. 引言

为了向客户销售商品，必须构建销售理论。否则，很难取得销售成果。

本文将介绍在营销中经常提到的“销售公式”，帮助您理解销售的基本原理。即使不擅长数字，也能理解销售背后的逻辑。

2. 营销的目的

营销的目的是创造产品、销售产品、最大化客户满意度，并在管理资源和风险的同时提高销售额。

本指南将聚焦于营销中的“销售”行为，使用销售公式的三个关键要素进行解释。请注意，本内容面向初学者，仅涵盖基础知识。

3. 销售的构成要素

销售由以下三大要素组成：

- 潜在客户：未来可能购买产品的人。关键在于吸引多少感兴趣的客户。
- 转化率（CVR）：潜在客户中实际购买的比例。

- 客户生命周期价值（LTV）：客户在整个关系期间的总购买金额。重复购买次数越多，LTV 就越高。

4. 销售公式

销售额 = 潜在客户数 × 转化率（CVR） × 客户生命周期价值（LTV）

让我们以车站前的便当店为例来说明。

每天大约有 25,000 人经过便当店。其中一部分人会进入店铺购买便当。

步骤 1：估算每日的客户人数

假设其中 1% 的人进入店铺并购买便当。这就是转化率（CVR）。

$$25,000 \times 0.01 = 250 \text{ 人/天}$$

步骤 2：估算每位顾客的平均购买金额（LTV）

每位顾客平均购买一个 560 日元的便当和一个 280 日元的小菜。

$$560 + 280 = 840 \text{ 日元/人 (LTV)}$$

步骤 3：计算每日销售额

$$250 \times 840 = 210,000 \text{ 日元/天}$$

因此，该便当店的每日销售额约为 210,000 日元。

注：销售额减去人工、材料等成本后即为利润。

5. 如何提升销售额

回顾销售公式：销售额 = 潜在客户数 × 转化率 × LTV

我们来分解这三个要素，并探讨如何提升销售额。

1. 增加潜在客户：

- 在车站前发放引人注目的宣传单。
- 在店门前设置旗帜吸引路人目光。

2. 提高转化率（CVR）：

- 与宣传单一起发放优惠券。
- 推出“便当 500 日元”活动。
- 实施购买两份小菜的折扣促销。

3. 提升客户生命周期价值（LTV）：

- 设置傍晚时段购买两份便当享受折扣。
- 推动定期订购服务，并给予价格优惠。

6. 结语（总结）

销售由以下三大要素构成：

- 潜在客户

- 转化率 (CVR)
- 客户生命周期价值 (LTV)

通过分析并优化这些要素，可以更好地提高销售额。

尝试将销售流程分解为这三个要素，并制定适合自己的销售策略。通过实际操作和数据分析，您将更深入理解销售公式的应用方法。

感谢阅读！