

DEATH NOTE

～炎のブレスト 880～

Hiroo88Academy

■ ようこそ広尾 88 アカデミーへ

本プログラムの初めにあたり、
ここであなたには、この **DEATH NOTE** に、二つの約束をして頂きます。
この二つの約束は、誰に教えるものでも、喧伝するものでもありません。
あなたの良心（と、**DEATH NOTE**）だけが知っている神聖な約束です。

心を鎮めて、以下の約束に記入・署名をお願いします。

DEATH NOTE との約束

~~~~~

#### <約束 1> DEATH NOTE との約束

- ・わたしは、**炎のブレスト 880** を最後までやり遂げます。
- ・わたしは、自分が目指す「売上」「利益」を生み出します。

#### <約束 2> 自分との約束

<開始年月日>

<署名>

~~~~~

それでは、これより、**DEATH NOTE の旅**をお楽しみください。

【DEATH NOTE 旅の始まり】

あなたにはこれから、**ブレンストーンミング**という作業をしていただきます。
「**ブレスト**」については、耳にしたことのあるという方も多いでしょうし、実際にされた方も多いとおもいます。

本プログラムでは、もう一つ上の**ブランディングに特化した、ブランディングのための「炎のブレスト 880」**を、ご提案させていただきます。
このブレストに真摯に向き合えば、あなたのブランディングを強力に進めるために必要な材料を、あなたの頭をフル回転させることによって、もれなく収集していくことができます。

【炎のブレスト 880 の取り組み方】

炎のブレストには規則はありません。
炎のブレストには模範解答はありません。
どんな細かい答えでも構いません。
また、書き出した答えに偏りがあってもかまいません。

ブレストは、答えが重なる場合が出てくるのです。

「この答えって、さっき書いたかもしれない・・・」
と思われることもあるかもしれません。

しかし、ひねり出した結果がかぶってくるのは、一向に問題ありませんので、気にせずに行ってください。

ブレストの真髄は、「規制を設けない」ところにあります。

先に書いたかもしれないなくても、表現方法が違っていると思います。
同じ内容でも、内容がかぶっていても、気にせず書いてください。

また、このワークでは、
各項目についてブレストで出した**回答をグループピング**していきます。

グループピングとは、**ブレストで出した回答を属性によって分ける**という作業ですが、この作業が大きなポイントになります。

情報は出しっぱなしではダメです。
膨大な量の情報を、出しっぱなしにしないで、
それを共通属性で分類することによって、

あなたは**あなたの頭から無操作に出てきた情報を、
きっちりと把握し、理解し、お腹に落とす**ことができるのです。

そうすることで、このブレストで出した情報が、
今後、あなたのビジネスのすべての面で実際に使える生きた「素材」となるのです。

それでは、早速、始めましょう！

お気に入りのノートを用意して、
あなたの未来を書き出してください・・・

DEATH NOTE ～炎のブレスト 880～

ブランディング編

ブレスト 1. 理想の未来 20 個

質問：未来のあなたはどんな生活を送っていたいですか？

仕事、プライベート、合わせて想像してください。

最大・最高の姿をイメージします。時間・場所・数字・人など、可能な限り具体的に書いてください。

ブレスト 2. 現在のあなた 20 個

質問：質問 1 「理想の未来」と比べて、現在のあなたはどんな現状ですか？

仕事、プライベート、合わせて想像してください。

客観的にリアルな姿をイメージします。時間・場所・数字・人など、可能な限り具体的に書いてください。

ブレスト 3. 理想の未来を邪魔するもの 20 個

質問：現在のあなたが、理想の未来のようになれていない障害となっているものはなんですか？何を取り除けば、理想の未来を手に入れることができますか？

ブレスト 4. あなたが大切にしたいモノ 20 個

質問：あなたが大切にしたいモノ・事、絶対に手に入れたいモノ・事、絶対に手放したくないモノ・事は何ですか？

仕事、プライベート、合わせて想像してください。

リアルな生活をイメージします。時間・場所・数字・人など、可能な限り具体的に書いてください。

ブレスト 5. 理想の未来を獲得するために 30 個

質問：理想の未来を手に入れるために、あなたは何をすべきですか？

可能・不可能は考慮する必要はありません。これをすれば理想の未来が手に入ると思うアクションを考えてください。

マーケティング編

ブレスト 1. ターゲット設定

質問：あなたが今から販売する商品を買う顧客、あるいは買うであろう顧客は、どんな人ですか？その人の特徴を思い浮かべてください。

ブレスト 2. ターゲット外設定

質問：あなたが今から販売する商品を買わない顧客、あるいは買わないであろう顧客は、どんな人ですか？その人の特徴を思い浮かべてください。

ブレスト 3. ターゲットになりきる

質問：2 で設定したあなたの顧客は、どんなことで夜も眠れないほど悩み、苦しんでいますか？あるいは、どんなことで天にも昇るほど喜びを感じますか？

ブレスト 4. 商品特徴

質問：あなたが販売する商品の特徴は？

ブレスト 5. なぜそれを売するのか？

質問：あなたはなぜそれを売のですか？
何のためにそれを売りたいのですか？

ブレスト 6. 商品に対する思い、蘊蓄

質問：あなたが販売する商品に対する熱い思いは？蘊蓄を挙げてください。
また、それを販売するに至った経歴は何ですか？

ブレスト 7. 商品の長所

質問：同業他社、ライバル会社とあなたの販売商品の違いは何ですか？
あなたの提供するサービスが決定的にそれらより優れている点はどこ？

ブレスト 8. 商材の短所

質問：ライバルに負けている部分はないか？
(これは、圧倒的オンリーワンになるための武器となり得ますので、悲観的にならずに積極的に出してみましょう)

ブレスト 9. ベネフィット

質問：あなたの販売する商品を買うことで、顧客はどんな得をしますか？

顧客はどんな良いことがあり、その結果、
どんな感情を手に入れられますか？

ブレスト 10. 顧客が買わないとどんな損をするか？

質問：あなたの販売する商品を買わないことで、顧客はどんな損をしますか？

顧客はどんな悪いことがあり、その結果、
どんな感情を味わうことになりますか？

ブレスト 11. 顧客が買わない理由

質問：あなたの販売する商品を顧客が買わないとしたら、
それはどんな理由ですか？

ブレスト 12. 保証等、約束できること

質問：あなたが販売する商品について、顧客に保証できること、
約束できることはなんですか？

ブレスト 13. 証明：圧倒的証拠

質問：12 の項目について、なぜそれが約束できるのか、
実際に販売した顧客の写真や声などの証拠はありますか？

ブレスト 14. 価格とその正当性

質問：なぜその価格にしたのか、明らかな理由がありますか？
同業他社より安ければその理由を、高ければなぜ高いのか？

ブレスト 15. 限定性

質問：あなたの商品は、季節に左右されるものですか？
販売期間が決まっていますか？
地域による限定性がありますか？

ブレスト 16. ボーナステ典

質問：期間限定や〇名さま限定の特典、その他のサービスはありますか？

ブレスト 17. 自己 PR

質問：商品を販売しているのはどこの誰で、どんな人間ですか？

どんなことをしてきて、そのモノを販売することにしたのですか？

ブレスト 18. その他アイデア

質問：その他、上記項目に書けなかった、販売に関するアイデアは？

これら 23 項目の質問にしたがって、ブランディングとマーケティングの素材を集めていただきます。

この流れで素材を集めていけば、ビジネスに必要な内容は充分に出しつくすことができます。

素材を集めてしまえば、あとはそれらを、あなたの情報発信に組み込んで、流れと体裁を整えればよいのです。

■マーケティング編ブレスト

<ターゲットを決めるためのブレスト作業>

あなたが、あなたの顧客を真に理解するためには、
まず**ターゲットを明確にする必要があります。**

ターゲットを決めなければ、いったい誰のことについて理解していいのかわからず、
したがって、説得力のある文章が書けないからです。
万人向きの文章は、決してよい文章ではありません。

**あなたがこれから書こうとする一枚のレターは、
たった一人に対して書かれるべきなのです。**

なぜなら、読み手が「このメッセージは私に宛てて書かれているんだ！」と思えば、
顧客を行動させることは、よりいっそう簡単になるからです。

というわけで、ターゲットを明確に設定するために、設定する今から以下の2つの
項目について、各質問の答えを、ブレインストーミングで出してください。

【ブレスト 1. ターゲット設定】

質問：

あなたが今から販売しようとしている商品を買う顧客、あるいは買うであろう顧客は、どんな人ですか？

その人の特徴を思い浮かべてください。

できるだけ細かく思い浮かべます。

そして、その特徴を、最低 70 個挙げてください。

年齢は？

性別は？

どんな職業ですか？

どんな地域に住んでいますか？

どんな服装をしていますか？

髪の色は？

趣味は何ですか？

こんなふうに、こと細かに挙げていきます。

規則はありません。

どんな細かいことでも構いません。

最低 70 個挙げてください。

2 の「ターゲット外設定」と同時に行うと、効率が良いでしょう。

【ブレスト 2. ターゲット外設定】

質問：

あなたが今から販売する商品を買わない顧客、あるいは買わないであろう顧客は、
どんな人ですか？その人の特徴を思い浮かべてください。

その人の特徴を思い浮かべてください。

できるだけ細かく思い浮かべます。

そして、その特徴を、**最低 70 個**挙げてください。

年齢は？

性別は？

どんな職業ですか？

どんな地域に住んでいますか？

どんな服装をしていますか？

髪の色は？

趣味は何ですか？

こんなふうに、こと細かに挙げていきます。

規則はありません。

どんな細かいことでも構いません。

最低 70 個挙げてください。

1 の「ターゲット設定」と同時に行うと、効率が良いでしょう。

■ターゲットを理解する その1

先ほどのブレインストーミングで、あなたはあなたの商品売るターゲットとターゲット外の特徴をたくさん出すことができたと思います。

今度は、ブレストで前回出てきた答えを**グルーピング**していただきます。

＜ターゲットを理解するためのグルーピング作業＞

ブレスト1と2で出てきた回答を、その属性によってグループ分けしてください。

たとえば、

- ・ 外見についての特徴
- ・ 性格についての特徴
- ・ 日ごろの習慣についての特徴

など、いろんな属性で分けられると思います。

上に挙げたのは一例ですので、これが絶対というわけではありません。

あくまでもあなたが出した回答についての属性を考えて、**グルーピング**してください。

さて、グルーピングが終わった頃・・・あなたの中には、あなたの商品売るターゲット像が明確になっていると思います。

その像をさらに明確にして、一人の人物にしてください。

その人物は、あなたの周りの誰に似ていますか？

具体的に、どんな人物ですか？

テレビタレントや、俳優、女優、アニメに出てくる登場人物でも構いません。

具体的に一人、挙げてください。

明石屋さんみたいな面白い男性ですか？

ぶらタモリみたいなオジサンですか？

ちびまる子ちゃんみたいな小学生ですか？

具体的に一人に絞ってください。

イメージできましたか？

では記載しましょう。

あなたの商品を購入する顧客とは、ズバリ誰か？

■あなたの顧客を理解する

<顧客を理解するためのブレインストーミング作業>

あなたが、**あなたの顧客を真に理解するために**、今から以下の項目について、質問の答えを、ブレインストーミングで出してください。

【ブレスト 3. ターゲットになりきる】

質問：

今あなたの中にある一人の顧客は、

いったいどんなことで夜も眠れないほど悩み、苦しんでいますか？

どんなことで夜も眠れないほど憤り、あるいは不安を感じていますか？

どんなことで、わなわなとこぶしを握り締め、震え、

大声で叫び出したくなるほどの怒りを感じていますか？

あるいは、どんなことで天にも昇るほど喜びを感じますか？

どんなことで、今すぐ消えてしまいたくなるほどの悲しみを感じていますか？

どんなことで、いてもたってもいられなくなるくらいの欲求を感じるのでしょうか？

全部で最低 70 個挙げてください。

規則はありません。

どんな細かいことでも構いません。

また、偏りがあってもかまいません。

怒りや不安ばかりの人もあるかもしれませんし、

いてもたってもいられないような欲求ばかりの人もあるかもしれません。

想像してください。

ありったけの想像力を巡らして、その人の立場になってみてください。

どんな悩みが思い浮かびますか？

どんな感情が湧いてきましたか？

想像してください。

そして、書いてください。

前回のブレストが 70 個×2=140 個クリアできたあなたならできると思います。

どんな些細なことでも構いません。

最低 70 個、書いてください。

どうしても 70 個出てこない！という方は、
以下の 7 つの質問に答えるかたちで出してみてください。

1. 彼（または彼女）が現在、夜も眠れないくらい苦しんでいる問題は何ですか？
2. 彼（または彼女）が不安に思っていることは何ですか？
3. 彼（または彼女）が夕食も喉を通らないほどの怒りを持っているとしたら、それは何に対してですか？
4. 彼（または彼女）は毎日毎日、慢性的に抱えているちょっとした不満は何ですか？
5. 彼（または彼女）のこれからの生活において起こりうる変化は何ですか？
6. 彼（または彼女）が心の中でひそかに熱望していることがあるとすれば、何ですか？
7. 彼（または彼女）の使う専門用語、特殊な用語は何ですか？

■あなたの顧客を深く理解する

前回までの作業で、あなたはあなたの商品を書きたいターゲットを設定しました。
そして、その人物が抱えている悩みや望みを、前回のブレストで挙げていただきました。

次に、前回のブレストをグルーピングしていただきます。

あなたは前回、あなたの顧客が何に悩み、苦しんでいるのか？

いったいどんなことで夜も眠れないほど憤り、不安を感じているのか？

どんなことで、わなわなとこぶしを握り締め、震え、大声で叫び出したくなるほどの怒りを感じているのか？

あるいは、どんなことで天にも昇るほど喜びを感じているのか？

どんなことで、今すぐ消えてしまいたくなるほどの悲しみを感じているのか？

どんなことで、いてもたってもいられなくなるくらいの欲求を感じるのか？

これらのことについて、思いを巡らせました。

この回答をグルーピングしてください。

＜顧客を深く理解するためのグルーピング作業＞

ブレスト3で出てきた回答を、その属性によってグループ分けしてください。

たとえば、

- ・ 悩みの質について
- ・ 怒りについて
- ・ 怒り方の特徴
- ・ 家庭での悩み
- ・ 職場での悩み

など、いろんな属性で分けられると思います。

上に挙げたのは一例ですので、これが絶対というわけではありません。

あくまでもあなたが出した回答について、
属性を考えてグルーピングしてください。

グルーピングが終わる頃、あなたは・・・

あなたの商品を売るターゲットが、どんなことで悩み苦しんでいるのか、
どんなことに喜びを感じるのか、

その悩みはいつから起こっていて、いつ、どんなときに、どんな場面で、いてもたってもいられない気持ちになるのか？

これらのことが、深く理解できるようになっていると思います。

■あなたの販売する商品を理解する

前回の作業で・・・

あなたはあなたの顧客に対する理解がとても深まったとおもいます。

あなたの顧客が、どんなことで悩み苦しんでいるのか？

どんなことに喜びを感じるのか？

その悩みはいつから起こっていて、いつ、どんなときに、どんな場面で、
いてもたってもいられない気持ちになるのか？

これらのことが、深く理解できるようになっていると思います。

では次に、あなたの商品を理解する作業にとりかかっていきます。

<あなたの商品を理解するためのブレインストーミング作業>

あなたが、あなたの販売する商品をより深く理解するために、

今から以下の項目について、質問の答えを、

ブレインストーミングで出してください。

最初に注意ですが、今回は合計 180 個のブレスト作業をしていただきます。

その際、答えが重なる場合が出てくると思います。

たとえば、

「この答えって、さっき書いたかもしれんな・・・」

と思われることもあるかもしれません。

しかし、ひねり出した結果がかぶってくるのは、一向に問題ありませんので、気にせずに行ってください。

ブレストの真髄は、「規制を設けない」ところにあります。

先に書いたかもしれなくても、表現方法が違っていると思います。

同じ内容でも、内容がかぶっていても、気にせず書いてください。

では始めてください。

【ブレスト 4. 商品特徴】

質問：

あなたの売りたい商品の特徴は、ズバリ、何ですか？

それをたった一言で、端的に述べてください。

たった一言で述べられなくなったら、

5秒で述べてください。

5秒で述べられなくなったら、

10秒で説明してください。

これらを合計して、**最低 80 個**挙げてください。

規制はありません。

自由な発想で、述べてください。

自由な発想で、**最低 80 個**挙げてください。

このブレストは、商材のタイトルになったり、キャッチコピーに使えたりする場合がありますから、必ず違うフォルダに保存してください！

とにかく、後で他の回答と見分けわかるようにしておきましょう。

【ブレスト 5. なぜそれを売するのか？】

質問：

あなたはなぜそれを売るのですか？

いったい何のためにそれを売りたいのですか？

その理由を、何でもよいので、**最低 50 個**挙げてください。

規制はありません。

どんな些細な理由でもかまいません。

あるいは、販売するに至ったきっかけは？

経緯は？

何でもよいので、**最低 50 個**挙げてください

まだまだ続きます！

【ブレスト 6. 商品に対する思い、蘊蓄】

質問：

あなたが販売する商品に対する熱い思いは、どんな思いですか？

その思い、こだわり、蘊蓄を、何でもよいです。

最低 50 個挙げてください。

．．．

いかがでしたか？

計 180 個のブレスト作業は、きつかったですか？

※何度も書きますが、

ブレスト 4～6 は、答えが重なる場合が出てくると思います。

「この答えって、さっき書いたかもしれないな・・・」

と思われることもあるかもしれません。

しかし、ひねり出した結果がかぶってくるのは、一向に問題ありませんので、気にせずに行ってください。

ブレストの真髄は、「規制を設けない」ところにあります。

先に書いたかもしれないなくても、表現方法が違っていると思います。

同じ内容でも、内容がかぶっていても、気にせず書いてください。

■あなたの商品を深く理解する

前回の作業では、あなたの商品の特徴をブレストで挙げていただきました。

次に、前回の**ブレストをグルーピング**していただきます。

あなたは前回、あなたの販売する商品が、どんな商品で、どんな特徴を持っているのか？

あなたがどんなこだわりをもって、それを販売しようとしているのか？

そういう気持ちになるに至った経緯は何か？

これらのことについて、思いを巡らせました。

この回答をグルーピングしてください。

<あなたの商品を深く理解するためのグルーピング作業>

ブレスト 4～6 で出てきた回答を、その属性によってグループ分けしてください。
たとえば、

- ・ 商品のイメージについて
- ・ 商品の性質について
- ・ 商品の外観について
- ・ 商品が販売されている場所、地域について
- ・ 商品に含まれている成分について

など、いろんな属性で分けられると思います。

上に挙げたのは一例ですので、これが絶対というわけではありません。

あくまでもあなたが出した回答についての属性を考えて、
グルーピングしてください。

グルーピングが終わった頃には、あなたの中には・・・

- ・ あなたの商品がどんな商品で、
- ・ どんな外観をしていて、
- ・ どんな成分が含まれていて、
- ・ どんな場所で売られていて、
- ・ どんな人がそれを買っていて、
- ・ 実際にそれがどんなことに役に立つのか？

また、

- ・ どんなイメージを持たれているのか？
- ・ どんなイメージでもって迎えられるのか？

あるいは、

- ・ どんなイメージでもって迎えられるのがよいのか？

これらのことが、より深く理解できるようになっていると思います。

■あなたの商品の魅力を探る

次に、**あなたがあなたの商品の魅力を深く理解するための作業**をします。
具体的には、次の3つのブレストにとりかかってください。

<あなたの商品の魅力を探るためのブレインストーミング作業>

【ブレスト 7. 商品の長所】

質問：

**あなたの販売する商品と、似たような商品やサービスを売っている会社が、
ほかにもあると思います。**

あなたの販売する商品が、それら同業他社やライバル会社の販売する商品より圧倒的に優れている点はどこですか？

あるいは、ほんのちょっとだけ優れているのは、どんなところですか？

**それら同業他社やライバル会社と、あなたの会社の提供するサービスが、
決定的に違う点はどこですか？**

違う点を、何でもよいので、最低 20 個挙げてください。

規制はありません。

どんな小さなことでも、ささいなつまらないことでもかまいません。

何でもよいので、とにかく、最低 20 個挙げてください。

【ブレスト 8. 商材の短所】

質問：

**あなたの販売する商品と、似たような商品やサービスを売っている会社が、
ほかにもあると思います。**

あなたの販売する商品が、それらの同業他社やライバル会社の販売する商品よりも圧倒的に劣っている点はどこですか？

あるいは、ほんのちょっとだけ劣っているのは、どんなところですか？

それら同業他社やライバル会社よりも、あなたの会社の提供するサービスが、決定的に負けている点はどこですか？

負けている点、劣っている点を、最低 20 個挙げてください。

この、「ライバルに負けている部分」を探すことは、非常に重要な作業です。
なぜなら、この作業は裏返して言えば・・・

圧倒的オンリーワンになるための武器を見つける作業

でもあるからです。

たとえば、デラックスマツコさんを考えてみてください。

彼（女）は背が大きくて、顔はどちらかといえば不細工です。

しかし、そこを見事に**武器に変えて**います。

モテたい女の子や女性にとって、

- ・背がデカイ
- ・ブサイク

というこの2つの条件は、かなりキツイものです。

ましてや、舞台人にとっては厳しいものがあるでしょう。

しかし、彼（女）はそれを逆手にとって、自分の武器にしています。

だからこそ、オンリーワンになれるのです。

なぜなら・・・

「圧倒的に背が高く、圧倒的にブサイク」なタレントは、
今までいなかったからです。

和田アキ子にしても、昔はそうでした。

圧倒的に背が高く、圧倒的に口がデカイ（つまり、ブサイク。）

だからこそ、あそこまで存在感のある歌手になれたのです。

短所は、それをひっくり返すことで圧倒的な長所に変えられる！

というわけで、あなたの商品の短所は、悲観的になることなく、
むしろ積極的に出してみましょう。

何でもよいので、最低 20 個出してください。

規制はありません。どんな些細な短所でもかまいません。

何でもよいので、**最低 20 個**挙げてください。

【ブレスト 9. ベネフィット】

質問：

あなたの販売する商品を買うことで、顧客はどんな得をしますか？

それをほかでもないあなたから購入することで、

顧客にはどんな良いことがあるのですか？

その結果、顧客はどんな感情を手に入れられますか？

どんな良い気分になりますか？

どんなうれしいことがありますか？

これらの顧客が受けるベネフィット（恩恵）を、

何でもよいので、**最低 80 個**挙げてください。

え〜〜〜！！！（° o °）

と思われましたか？

今までのブレストの中でも多い方ですものね。

でも、このベネフィットの部分が、レター本文の中では一番重要なのです。

なぜなら、人が何かモノを買うときに、このベネフィット（恩恵）を考えずに買う
ということは、ぜったいにないからです！

どんな人でもみな、モノを購入するときには、それを買うことで自分が手に入れら
れるモノや気分、気持ちの良い感情のことを考えて買うのです。

それがイメージできなければ、

顧客はあなたの商品を決して購入しません！

言い換えれば、それをイメージさせられないなら、

顧客にあなたの商品を買わせることは絶対にできません！

ですので、**気合を入れて**出してください。

規制はありません。

どんな些細なベネフィットでもかまいません。

何でもよいので、**最低 80 個**挙げてください。

さて、ここで

「毎回ブレストばかり、もう嫌！！」

「もういいかげん、うんざり！」

「80個も絶対無〜理〜〜〜〜〜！」

と、投げやりになったり、嫌になられている方に、
ちょっとしたコツをお教えしましょう。

それは、「形容詞を使わない」ということです。

ここから書くことは、セールスレターの**ブレット**（後に述べます）と呼ばれる部分を書く際にも非常に役に立ちますので、良くお読みください。

☆☆☆ベネフィットを80個書くためのコツ☆☆☆

ベネフィットの奥にひそむ真髄は、「顧客が手に入れられる素敵な感情」です。
感情を表すためには、ふつう「形容詞」と呼ばれる品詞を使います。
形容詞とは、口語文法で言うと、「い」で終わるコトバです。

たとえば、

- ・嬉しい ・悲しい ・怖い ・不安だ
- ・気分が悪い ・じれったい ・うざったい

などで、これらのコトバを使えば、感情を一言で表現することができます。
しかし、敢えてこれらの形容詞を使わないで表現してみるのです。

たとえば、「不安だ」という感情を表現したかったら・・・

万を持して買った株が、たった2日で20%も値下がりにしてしまった。損益は20万円くらい出ている。損切りしようかどうか迷うが、為替が円安に振れているのでうちちょっとがまんしようと思っているうちに、円高が一気に進み、一週間でとうとう30%も下がってしまった。持ち続けるべきか、損切りすべきか・・・
こんなシチュエーションが想像できるかもしれません。
そうしたら、**このシチュエーションをそのまま書く**のです。

- ・ 上がると期待して買った株が一気に下がった
- ・ たった2日で20%も下がった
- ・ 子どもの教育ローンに手をつけていたので、このままでは非常にまずい
- ・ 春からは子どもが私学に入学する予定なのに、
入学金が支払えないかもしれない
- ・ 世間ではこのファンダメンタルは円安だと騒いでいるのに、
実際は円高になっていて、どういうことかわけがわからない
- ・ 金策のことを考えると、夜も眠れない
- ・ 奥さんにカミングアウトしたときのことを考えただけで、胃がキリキリする

これらの文は、読み手に「不安」という感情を引き起こすことができます。
実際に、この手の不安を体験したことがある読み手なら

必ず「そうそう！」と、同意を引き出し、相手を共感させることができます。

少なくとも、これらの文から、「楽しい」という感情を引き出すことはないでしょう？

こういう試行錯誤をいろいろとやるわけです。

これは、「作家」と呼ばれる人たちが実際に行っている「文章修行」でもあります。

ベネフィットですから、「気持ちよい」を表現したければ、

「真冬の深夜に冷え切って帰宅したとき、あったかいお風呂が用意されていて、そこに一番に入ったときの気分」

だとか、

「大きな商談がまとまり、上司のポケットマネーで連れて行ってもらった高級クラブに、自分好みの女性がたくさんいて、彼女たちにちやほやしてもらったときの気分(*^_^*) (ー_ー;)」

だとか。

**感情を表現するたったひとつのコトバを、あっちからもこっちから眺め、
光を当て、いろんな角度から見て表現する。**

これをやっていけば、あなたのボキャブラリーは必然的に増えますし、

ボキャブラリーが増えれば、あなたのセールスレターは、読み手の感情

をどうしようもなく動かさずにはいられなくなります！

というわけで、気合を入れて、ベネフィットを**最低 80 個**出してください。

あの手この手で、最低 80 個出してください。

さて、あなたはここまで、がんばりすぎるくらいがんばってきました。
なので、今から少しの間、頭をしっかり休めて、リフレッシュしてください。
そしてまた気分を新たにして取り組んでいきましょう！
コーヒーブレイクです♪

■あなたの商品の魅力をあなた自身が深く理解する

前回の作業では、あなたの商品の魅力を探るためのブレストをしていただきました。
それでは、**前回のブレストをグルーピング**していただきます。

<あなたの商品の魅力を深く理解するためのグルーピング作業>

今から、ブレスト 7～9 で出てきた回答を、その属性によってグループ分けしてください。

属性はさまざまとおもいます。たとえば、

- ・ 商品のイメージについて
- ・ 商品の性質について
- ・ 商品の外観について
- ・ 商品が販売されている場所について
- ・ 商品に含まれている成分について
- ・ 商品に付随するサービスについて

など、いろんな属性で分けられると思います。

上に挙げたのは一例ですので、これが絶対というわけではありません。

あくまでも

あなたが出した回答についての属性を考えて、グルーピングしてくださいね。

さて、グルーピングが終わった頃には、あなたの中には・・・

- ・あなたの商品がどういった点でライバル社より優れていて、
- ・どんな素敵な外観をしていて、
- ・どんな効果的な成分が含まれていて、
- ・どんな素晴らしい人がそれを買っていて、
- ・実際にそれを買うことでどんなことに役に立つのか？

また、

- ・みんなにどんなイメージを持たれているのか？
- ・大勢の人にどんな良いイメージでもって迎ええられるのか？

あるいは、

- ・どんなイメージでもって迎ええられるべきなのか？

これらのことが、より深く理解できるようになっていると思います。

■顧客を行動させる言葉を集める 1

前回の作業であなたは、

「自分の提供する商品は、こんなに素晴らしい商品なんだ！」
ということを、改めて深く認識されたとおもいます。
今回は、あなたの商品のこれら圧倒的な魅力を基にして、

こんどは、

「それを買わないなんて、どうかしてるよ！」

というメッセージに変えていく作業を行います。

具体的には次の3つのブレストにとりかかってください。

＜顧客を行動させるためのブレインストーミング作業＞

【ブレスト 10. 顧客が買わないとどんな損をするか？】

質問：

あなたの販売する商品を買わないことで、顧客はどんな損をしますか？
それを買わないことで、顧客はどんな悪いことがありますか？
その悪いことがさらに引き起こす悪いことはありますか？
あればどんなことですか？
そのような悪循環に陥ったとき、最悪どんな状況になりますか？
そしてその結果、顧客はどんな悪い感情、負の感情を味わうことになりますか？
そんな辛酸をなめることになりますか？
それはいったい、どんな感情ですか？

これらについての情報を、最低 30 個挙げてください。

規制はありません。

何でもよいので、とにかく、最低 30 個挙げてください。

【ブレスト 11. 顧客が買わない理由】

質問：

あなたの販売する商品を顧客が買わないとしたら、
それはいったいどんな理由ですか？

これについての情報を、最低 30 個挙げてください。

規制はありません。

何でもよいので、とにかく、最低 30 個挙げてください。

【ブレスト 12. 保証等、約束できること】

質問：

あなたが販売する商品について、顧客に保証できること、
約束できることは何ですか？

ポイントは2つ♪。

ひとつ目は、

「条件はより細かく！数字はより明確に！とにかくより具体的に！」

たとえば、

あなたが F X 商材を売るとして、それに返金保証をつけるとしますよね？

この場合、

・ 90 日以内に、こちらの指定した為替の組み合わせで 20% の利益が確定できなければ、商材代金を全額返金します

とか、

ダイエット商材であれば、

・ 30 日以内にあなたの体重が 5% 落ちなければ、商材代金を全額返金します

とか。

ここで、

「ええ？？！！こんな保証してしまったら、返金がとても増えて困るじゃないか！」
と思われた方。

じつは、これこそがポイントなんです！

「ここまでやったら大赤字になるんじゃないの？」と、
お客さんが心配するぐらいの強力な保証をする。

これが重要です。

ここまですると・・・

お客さんはあなたの商品に対する絶対的な自信を感じとってくれる。
単に満足を保証しますという表現だけでは、保証にはならないんです！

というわけで、2つめのポイントは・・・

「これを保証してしまっても大丈夫かな？」
とあなたが不安になるぐらいの保証を考えること！です。

返金保証に関してもっと言えば、

こんな凄い保証をつけてしまったら、
10%の人が返金を申し出てくるだろう！

というぐらいの保証をつけてしまうのが良いのです。

なぜなら・・・

それだけの保証をつければ、たとえ 10%の人から返金を言われて返金したとしても、それを補ってあまりある売上げがあることは間違いないからです。

言ってみれば、この返金分は費用対効果抜群の広告費となるのです！

ちなみにこのことは、いろんな実力のあるマーケッターが、既に実証済みです。

「20%の人から返金請求が来るぐらいの気持ち」で保証を考えると、
売上げはダントツに伸びます。

ですので、**返金保証は可能な限りつけましょう(^_^)v**

そして、どんな条件でつけるのかを、具体的に描写しましょう。

これら保証についての情報を、**最低 20 個**挙げてください。

自由な発想で、**最低 20 個**挙げてください。

お客に「なにもそこまでしなくても・・・」

と思わせるくらいの保証を考えてみてください！

以上、合計 80 個のブレスト作業をしてください。

今回のブレストの注意事項ですが、ブレスト 10 と 11 に関しては、以前のブレストで出した答えがかぶってくることもあると思います。

そういった時に、

「あ、これ以前書いたなあ・・・」と、以前の付箋を探し出して、それを見て書くということをしたくなるかもしれませんが、それは絶対にしないでください！

**何度も書きますが、ブレストの真髄は、
あくまでも脳みそを絞ることにあります。
脳みそに汗を書かせることにあるのです。
脳みそに汗をかかせることを怠ってしまったら、
あなたの脳みそは鍛えられません！
脳みそが鍛えられなければ、ボキャブラリは増えません！
ボキャブラリが増えなければ・・・
人の琴線に触れるような「言葉使い」にはなれません！
人の琴線に触れるような言葉が使えなければ、読み手は行動しません！
つまり、圧倒的に売れるセールスレターは書けません！**

というわけで、「以前の答えとかぶっている」と思っても、それを思い出しながら、その時あなたの頭に浮かんできたコトバで書いてください。

そうすると、ボキャブラリが増えます。

この、「ひとつの感情や事象を、いろんなコトバを使ってあの手この手で描写する」ということが、後にセールスレターを実際書いていく作業をする際に、非常に生きてきますから、ここで決して手抜きをしないでくださいね。

■顧客を行動させる言葉を集める 2

前回作業していただいた分は、後にそのままレターに反映していただきますので、グルーピング作業は不要です。

さて次は、以下の4つのブレスト作業をしていただきます。

<顧客を行動させるためのブレインストーミング作業>

【ブレスト 13. 証明：圧倒的証拠】

質問：

ブレスト 12 で出した項目について、
なぜそれが約束できるのか？

実際に販売した顧客の写真や声などの証拠をすべて挙げてください。

あなたがなぜそれほど強く保証ができるのか？

あなたはなぜそこまで強く言い切れるのか？

それを裏付ける圧倒的な証拠を、写真、顧客の声（テキスト、音声、映像など）、
あなたの通帳写真、実際に稼いだ現金の写真など、

何でもよいので、最低 30 個挙げ、書き出してください。

【ブレスト 14. 価格とその正当性】

質問：

なぜその価格にしたのか、明らかな理由がありますか？

同業他社より安いのであればその理由を、

高いのであればなぜ高いのか、それぞれ明確な理由を挙げてください。

安い場合は、初期の無印良品のやり方です。

- ・ 製造でのこういう過程を省きました
- ・ 商品製造過程で出てきた半端を詰め合わせました。
- ・ 形が不ぞろいなものをピックアップしました

など、安い理由が明確に述べられていましたよね？

参考にしてください。

逆に、高いのであれば、その理由も具体的に挙げてください。

- ・ 同業他社よりこんなに良いサービスを提供できる
- ・ ××から取り寄せた高級素材を使っている
- ・ 非常に希少価値の高い原料を使用している

など、アピールポイントになるはずです。

以上はあくまで参考です。

あなたの自由な発想で、最低 30 個書き出してください。

【ブレスト 15. 限定性】

質問：

あなたの商品は、季節に左右されるものですか？

販売期間が決まっていますか？

地域による限定性がありますか？

または、特定の顧客に対する限定サービスですか？

一定の販売個数に達したら、販売終了しますか？

これらの限定性があれば、すべて書き出してください。

(個数制限はありません。)

さてさて、たたみかけますよ~~~~~♪

【ブレスト 16. ボーナステ典】

質問項目：

あなたの商品を買ったお客さんに、何か特典やおまけとして無料で提供できるものはありますか？

あなたの商品を買ってくれたお客さんが

「これをつけてあげたら、お客さんは絶対に小躍りして喜ぶだろう！」

というサービス特典を、それを実際の特典にするしないは別として、

最低 20 個考えてください。

実際に特典としてつけるかどうかは、別の話です。

つけるつけないは別として、とにかく最低 20 個考えて、

そして書き出してください。

■顧客を信頼させる

ブレスト最終回は、以下の2つです。

＜あなたの商品の魅力を探るためのブレーストーンミング作業＞

【ブレスト 17. 自己PR】

質問：

この商品を販売しているのはいったいどこの誰で、どんな人間ですか？

その人は、今までどんなことをしてきたのですか？

会社勤めのサラリーマンですか？

サラリーマンであれば、職種は？業種は？

経営者であれば、脱サラしたのですか？

そうであれば、何が嫌で脱サラしたのですか？

どんなことを考えて脱サラしたのですか？

現在はどんな生活をしていますか？

家族構成は？

何が趣味ですか？

どんなことに楽しみを感じますか？

将来、どんな夢を持っていますか？

今、この商品を販売していて、どんな気持ちですか？

どんな気持ちでこの商品をお客様に提供していますか？

上記に挙げたのは、ほんの一例です。

あなた自身について、何でもよいので**最低 80 個**、
ブレストしてください。

最低 80 個です。

この作業で、いままで気づかなかったあなた自身を発見することは間違いありません。

そして、この作業があればこそ、

あなたの魅力を表現できる言葉がつむぎ出せるのです。

大変かとは思いますが、**最低 80 個**、がんばって出してください。

【ブレスト 18. その他アイデア】

質問：

これまでのブレストで出し切れていない言葉はありませんか？

これまでのブレストで表現できなかった、

販売に関するアイデアはありませんか？

これまでのブレストの質問で、

あなたはあなたの商品販売に関して考えていたことを、

「すっかりさっぱり、すべてきれいに出し尽くした！！」

という爽快感がありますか？

もし、この爽快感を感じていない人がいれば、これまであなたが書いてきた数百枚の付箋が貼られているグルーピング用ワークシートを、ここで全部読み返してください。

そして、書ききれないと思うことを、なんでもよいのでさらに 20 個、書いてみましょう。

ここで爽快感がないあなたは、ブレストが足りません。

あなたはまだ、あなた自身の限界を超えていないのです。

なのでもうひとがんばりしてみてください。

<マーケティング編ブレスト まとめ>

【ブレスト 1. ターゲット設定】

質問項目：あなたが今から販売する商品を買う顧客、あるいは買うであろう顧客は、どんな人ですか？その人の特徴を思い浮かべてください。

【ブレスト 2. ターゲット外設定】

質問項目：あなたが今から販売する商品を買わない顧客、あるいは買わないであろう顧客は、どんな人ですか？その人の特徴を思い浮かべてください。

【ブレスト 3. ターゲットになりきる】

質問項目：4 で設定したあなたの顧客は、どんなことで夜も眠れないほど悩み、苦しんでいますか？

あるいは、どんなことで天にも昇るほど喜びを感じますか？

【ブレスト 4. 商品特徴】

質問項目：あなたが販売する商品の特徴は？

【ブレスト 5. なぜそれを売するのか？】

質問項目：あなたはなぜそれを売のですか？何のためにそれを売りたいのですか？

【ブレスト 6. 商品に対する思い、蘊蓄】

質問項目：あなたが販売する商品に対する熱い思いは？蘊蓄を挙げてください。
また、それを販売するに至った経歴は何ですか？

【ブレスト 7. 商品の長所】

質問項目：同業他社、ライバル会社とあなたの販売商品の違いは何ですか？
あなたの提供するサービスが決定的にそれらより優れている点はどこですか？

【ブレスト 8. 商材の短所】

質問項目：ライバルに負けている部分はないか？

（これは、圧倒的オンリーワンになるための武器となり得ますので、
悲観的にならずに積極的に出してみましょう）

【ブレスト 9. ベネフィット】

質問項目：あなたの販売する商品を買うことで、顧客はどんな得をしますか？
顧客はどんな良いことがあり、その結果、どんな感情を手に入れられますか？

【ブレスト 10. 顧客が買わないとどんな損をするか？】

質問項目：あなたの販売する商品を買わないことで、顧客はどんな損をしますか？
顧客はどんな悪いことがあり、その結果、どんな感情を味わうことになりますか？

【ブレスト 11. 顧客が買わない理由】

質問項目：あなたの販売する商品を顧客が買わないとしたら、それはどんな理由ですか？

【ブレスト 12. 保証等、約束できること】

質問項目：あなたが販売する商品について、顧客に保証できること、約束できることはなんですか？

【ブレスト 13. 証明：圧倒的証拠】

質問項目：13 の項目について、なぜそれが約束できるのか、実際に販売した顧客の写真や声などの証拠はありますか？

【ブレスト 14. 価格とその正当性】

質問項目：なぜその価格にしたのか、明らかな理由がありますか？

同業他社より安ければその理由を、高ければなぜ高いのか、理由を挙げてください。

【ブレスト 15. 限定性】

あなたの商品は、季節に左右されるものですか？

販売期間が決まっていますか？ 地域による限定性がありますか？

または、特定の顧客に対する限定サービスですか？

【ブレスト 16. ボーナステ典】

質問項目：期間限定や〇名さま限定の特典、その他のサービスはありますか？

【ブレスト 17. 自己 PR】

質問項目：商品を販売しているのはどこの誰で、どんな人間ですか？

どんなことをしてきて、そのモノを販売することにしたのですか？

【ブレスト 18. その他アイデア】

質問事項：その他、上記項目に書けなかった、販売に関するアイデアはありませんか？

DEATH NOTE～炎のブレスト 880～の旅は、いかがでしたでしょうか？

おそらく、
これほどまでに、自分の事、自分の商品やサービスの事について、
深く考えた事はなかったのではないのでしょうか？

今、あなたは、あなた自身の中から、全ての答えを見つけ出しました。

最初にしていただいた二つのお約束を実現するために、どうか、
この **DEATH NOTE** を存分にお役立てください。

DEATHNOTE が威力を発揮するのは、これから！です。

あなたのご成功を、心から祈っています。