

ビジネス実践会2

コンセプトの作成



頭づくりをする

【01】 売れる仕組みを理解する

【02】 コンセプト作成

【03】 プロフィール作成 ブランディング

【04】 商品企画

**ここまでが定まらないと
この先の制作が作り直しになることも**

売れる形を整える

【05】 セールスライティング

【06】 ステップメール基礎

【07】 SNS集客

【08】 画像加工

**思いやアイデアがあっても、
見える化されていないと受注できない**

自動化

【9】 リストLPをつくる

【10】 サンクスLPをつくる

【11】 音声・動画編集

【12】 ステップメール作成

**毎日コツコツ投稿作業を
自動化することで楽に行えるようになる**

特別講義

- **講座構築方法**
- **教材作成方法**
- **セールスとクロージング**

無料オファーという考え方

**プレゼントをあげるから、
メールマガジンに登録し、
フェイスブックグループにも入ってね！**

**なにか頼むときには、
まず特典を用意すること！**



売れる仕組みの基礎づくり

SNS
開始

最低限のリテラシーを身につける

環境やツールを整える

商品企画と商品化

SNS
強化

日刊メルマガ登録してね！
FBグループに入ってね！

ファン化



教育

欲しくさせる

¥
フロント
サービス

個別

成約

丁寧な説明

↓
売上

売れる仕組みの自動化

SNS
強化

日刊メルマガ登録してね！
FBグループに入ってね！



広告

教育
楽+短期間



リスト
LP

ステップ
メール



メルマガ
登録



動画
音声



サックス
LP

フロント
サービス

個別

成約

丁寧な説明



売上

ファン化



プレゼントくれるっていうからメルマガに登録したら、
読んでいるうちにお金を払ってでも
サービスを試してみたくなっちゃった！という気分にさせる

メルマガ登録

フロントサービス

リスト
LP



サックス
LP

¥

サンプルを3ヶ月見続けてください

リストLP メルマガ登録



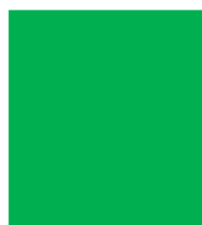
サックスLP フロントサービス





同様にライバルも見続けてください

**リストLP
メルマガ登録**



**サックスLP
フロントサービス**



【2】コンセプト作成

- **ターゲット**
- **ベネフィット**
- **手段**
- **権威性（自分の強み）**



ライバル分析
コンセプトシート（清書）

ライバル分析

うまくいっているモデルから下記を学ぶ

- **ターゲット**
- **ベネフィット**
- **手段**
- **権威性（自分の強み）**

コンセプトシート

自分の場合はどうするかを清書する

- | | |
|---------|-----------|
| ・ターゲット | 誰に |
| ・ベネフィット | 何をしてくれるの？ |
| ・手段 | 手段 |
| ・権威性 | 根拠や納得感 |

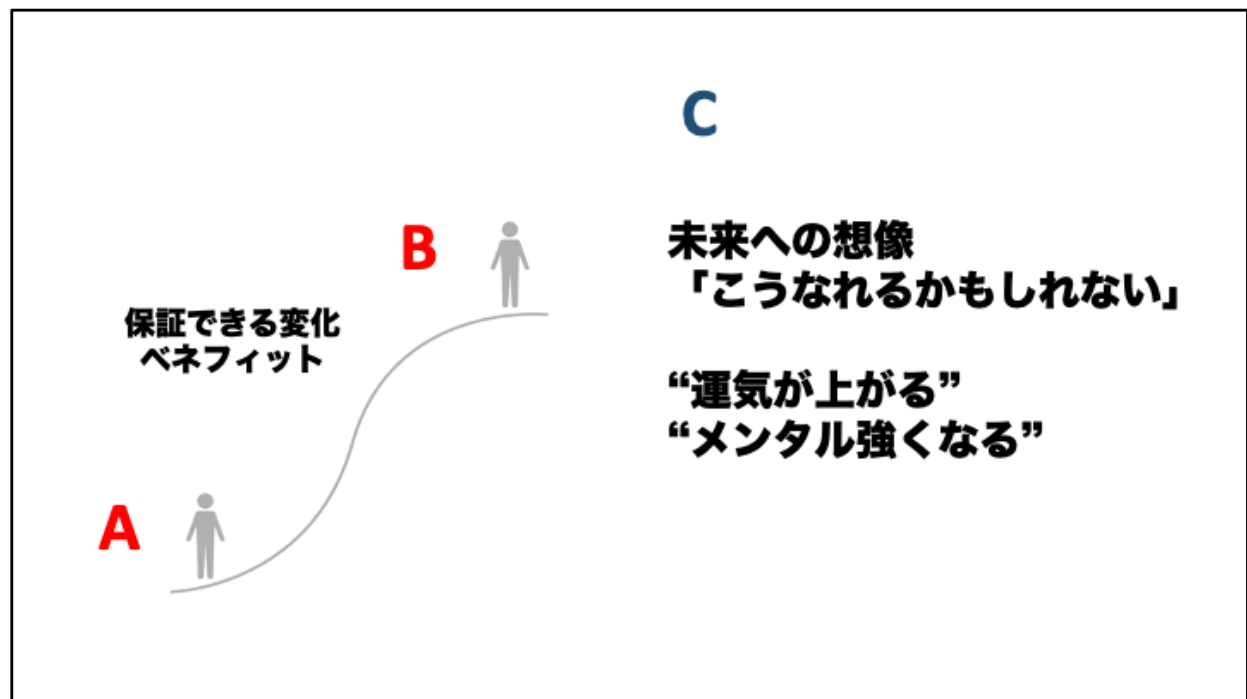
英会話

- | | |
|---------|--------------|
| ・ターゲット | ビジネスマン |
| ・ベネフィット | 1週間でビジネス会話OK |
| ・手段 | ●●メソッド |
| ・権威性 | ●●大学監修 |

フィットネス

- **ターゲット**
- **ベネフィット**
- **手段**
- **権威性**

夏にビキニを着てもてたい
1週間でくびれ出現
●●メソッド
芸能人も大成功



コンセプト

商品を売るために必要な考え方

- **どんな顧客に（ターゲット）**
- **A→Bの変化を（ベネフィット）**
- **自分の商品で保証（A→Bの手段や根拠）**
- **なぜほかよりすごいのか（権威性）**

お客様が欲しいのはベネフィット

ベネフィット（利益）

A→Bの変化を保証する

- 金銭不安が尽きない生活が、お金の心配がない生活に変わる
- マイナス感情が、プラスに変わる

ターゲットによってベネフィットは変わる

ターゲット（顧客像）

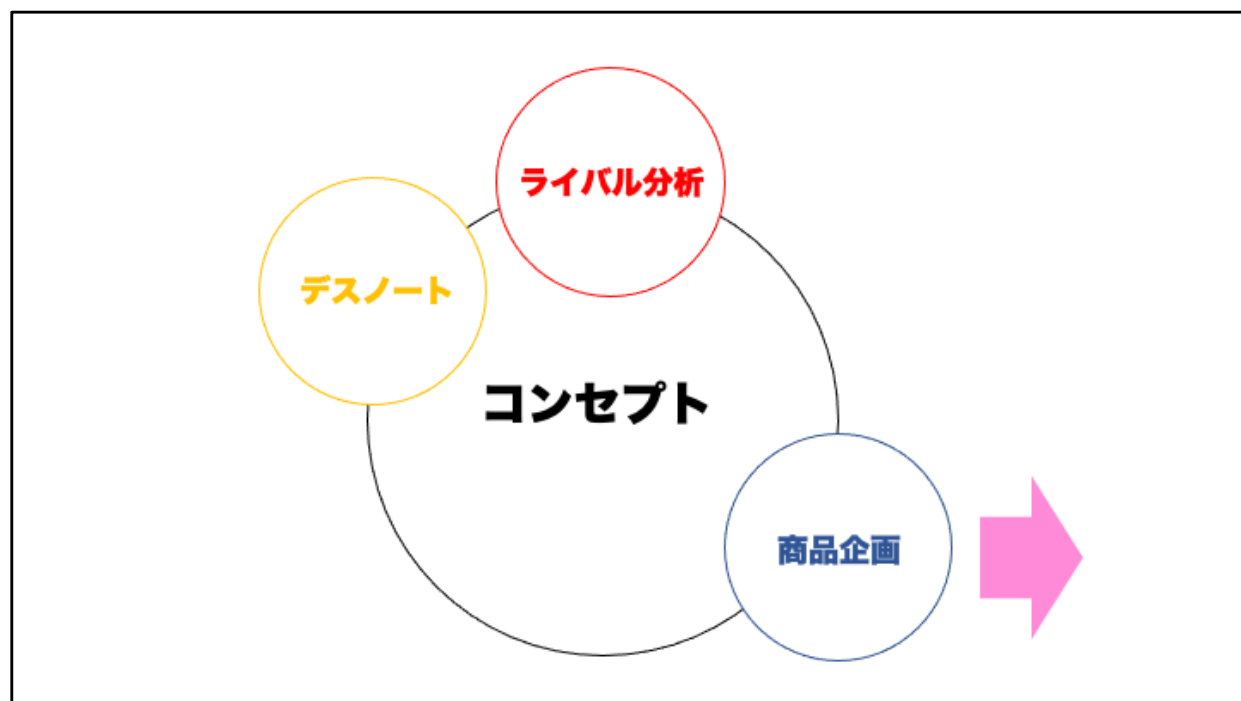
**占い
心のケア**

**既婚者と未婚者
アスリートとコミュ障**

根拠がないと説得力なし

**どうやって、
A→Bの変化を保証するのですか？**

- ・ 中国5000年の叡智で**
- ・ 医者が作ったセラピーで**



ライバル分析はこんな風に役立ちます

ライバル分析

- ・ 先行して成功しているビジネスモデルの発見
- ・ ポキャブラリーの強化
- ・ 比較して自分の強みを打ち出す 私なら・・・

デスノートはこんな風に役立ちます

- **自分について**
- **商品について**
- **顧客について**

基本的な考え方をあらかじめ書いておく

商品企画はこんな風に役立ちます

- ・ 自分自身のビジネスモデルそのもの
- ・ セールスレター、LPなどの基本情報
- ・ 段階に合わせた売り方を考える

お試し商品 → 本名商品

商品企画はコンセプトに基づく完成品

商品企画

商品企画書



セールスレター



ランディングページ

目的意識の確認

- ・ 売り上げ獲得に必要な要素を揃える

ターゲットに刺さるメッセージが無ければ、
注文が入ることはない。

- ・ 差別化に必要な要素を揃える

同業者が多い中、際立つものが無ければ選ばれない。
ただ目立つのではなく**必要とされる要素**で目立つ。

コンセプト作成の手段

(頭作り)

- 1) ライバル分析 **必須**
- 2) ブレスト **必須ではない**

(清書)

- ・コンセプトシート (清書)

ブレストについて

**880の設問に答えるワーク
行った人の成長は別格のものがある。**

ブランディング

ターゲティング

商品説明

セールスレターに必要な要素

ライバル分析を行う

ランディングページ URL選定 5~10

**自分と同じターゲットに対してサービスをしている人。
うまくいっている人。**

ライバル発見のヒント

広告ライブラリ (Facebook)

検索

- **同じターゲット**
- **同じ商品**

こよみすとの場合

ランディングページ URL選定 5～10

- 九星気学
- 占い

バッチフラワーレメディの場合

ランディングページ URL選定 5～10

- ・バッチフラワーレメディ
- ・フラワーエッセンス
- ・植物療法（アロマ・ハーブ）

※

ニールズヤードやカリス成城、生活の木など、
フラワーエッセンスを扱っているところもある。

- ・相談業務を行う場合には「カウンセリング」でもよい。

独自商品の場合

ランディングページ URL選定 5～10

- ・できるだけ自分と**“同じ”**分野

マーケットがない可能性

**同じ分野がない、そこで成功している人がいない場合
サービスの需要の有無から考え直す必要がある。**

1) ライバル分析を行う

他者について分析する項目

- T ターゲット
- B ベネフィット
- H 手段・方法
- A 権威性

■ T ターゲット

ターゲットを表す言葉

例)

**女性のための
占いを身につけたい方
このような方にお勧めします・・・**

■ B ベネフィット

ベネフィット（利益） = AからBへの変化

例)

**収入につながった
心が落ち着いた
生きるのが楽になった！**

※ メリット＝特徴とは異なります。例) 教材が充実している

■ H 方法

**ベネフィット（利益） を実現させる手段
= AからBへの変化**

例)

**体系だった教材がある
受験に絶対に出る単語集がある
動画講座で繰り返し学べる（便利さという特徴ではなく、
反復学習という“方法”）**

■ A 権威性 ブランディングの回で強化

信頼性を高めるための言葉

例)

指導暦●●年

これまで教えた人数●●人

●●大学名誉教授推薦

出版●冊

2) コンセプトシート

自分についての下記を考え定めてください。

- T ターゲット
- B ベネフィット
- H 方法
- A 権威性

コンセプトシート記入例

- **取り柄がなくて悩んでいる主婦**
- **きれいになって運気があがる 臨時収入アップ**
- **毎日の吉方位散歩**
- **毎日自分も吉方位散歩をしている鑑定士
鑑定暦1年で毎月30件の鑑定をこなす**

こよみすと アドバイスシートの特徴

- ・ 30ページ以上のボリュームがある
- ・ ひとりひとりに合わせ81種もある
- ・ インタビューを行い悩みや相談に合わせる
- ・ わかりやすい言葉
- ・ 見やすいレイアウト
- ・ アフターフォロー3回
- ・ 詳細な方位地図の作成
- ・ 一般的な鑑定書に比べ安価 **22,000円**

こよみすとに関連する権威性

- **九星気学 中国をルーツとする5000年の歴史と実績**
- **公的資格が取得できる**
- **一般社団法人運営**
- **テキストの執筆者 著作家 その他**

バッチフラワーレメディに関連する権威性

- **80年以上の歴史を持つ伝統と信頼の商品**
- **高名な医師が開発**
- **英国在日大使館の推薦**

