

商品コンセプト講座

こんにちは、ゆうべるです。

今回は「仕組み計画書」の中の一部の「商品コンセプト」について解説していきます。

このレポートに沿って考え、書き出していくことで、あなたが作成した商品が読者の感情に刺さり、飛ぶように売れることは間違いありません。

ぜひ活用して、より良い「仕組み計画書」を作成してみてください。

商品のコンセプトを 書き出す

まずあなたの商品（これから作るでもOK）が、どのようなコンセプトを持つ商品なのかを具体的に理解しなければいけません。

コンセプトは、その商品の特徴を一言でまとめたものです。

例えばパチスロ下剋上なら、「スロットの正しい勝ち方を学び、一度きりの人生を思いっきり楽しむための講座」という感じです。

商品のコンセプトは、いわばゴールです。

このコンセプトに最大の魅力を感じてもらえるよう、読者の価値観を誘導していくことがステップメール（メルマガ）の最大の目的です。

ゴールをはっきりしていないと、ステップメールはもちろん、ブログでもどんな情報を伝えていけば良いかわからなくなります。

ターゲットとなる 読者と彼らの**欲求** **不安**を書き出す

連れて行きたいゴールが同じでも、相手によって伝えるべき情報、言葉は変わります。

例えばあなたがダイエットの商品を売りたいとして、恋愛やオシャレを楽しみたい20代の女性と、健康上の理由で痩せたい50代の既婚サラリーマンとはでは、説得の仕方がまったく変わりますよね。

相手の立場に立って適切なメッセージを届けないと、相手の心を動かすことはできません。

あなたのブログやステップメールを読んで集まった人たちは、どんな人たちなのか？
彼らは今どんな欲求や不安を抱えているのか？
初めに具体的にしておきましょう。

読者が不安・欲求の 解決策として想像す る手段を書き出す (ライバル)

これからビジネスをやる以上、必ず競合（ライバル）が存在します。

競合のいない市場を狙っていくことは、僕でも難しいことです。

必ずしも競合が存在するわけなので、あなたが成功するためには、無数の競合の中から、「あなただけ」を選んでもらう必要があります。

「敵を知り、己を知れば百戦危うからず」（孫子）という言葉もあるように、あなたの敵となりうるライバルをピックアップしましょう。

そしてそれらよりも、あなたのほうが魅力的であるということを読者に納得させなければなりません。

ライバルには、いくつかのレベルがあるということも覚えておきましょう。

例えばあなたが英語の個別レッスンのお客を募集する場合を考えてみましょう。

あなたのライバルとなるのは、どんな商品でしょうか？

当然他の人がやっていない個別レッスンですが、これはいうなれば狭義のライバルです。（同分野のライバル）

英語を上達したい人向けのサービスというのは、個別レッスン以外にも色々ありますよね。

本屋に売っている参考書、ネットで売っている音声教材、アプリ、英会話スクール、オンラインレッスンなど…

英語を上達したい人は必ずしも個別レッスンでないと身につかないということはありません。

上記のような、広義のライバルも存在します（異分野のライバル）

「ターゲットとなる読者増と、彼らの欲求・不安を書き出す」で想定した読者が不安や欲求を解決する手段として思い浮かべる方法は何か？

同分野のライバル、異分野のライバルともに、思いつく限り羅列してみましょう。

ライバルと**比べた**時 提示する解決策 (商品) の強み、 弱みを書き出す

ライバルよりあなたのほうが魅力的であると読者に納得させるために、まずライバルと比べた時の自分の商品の強み・弱みを分析しましょう。

例えば参考書、音声教材、英会話学習、留学などの異分野のライバルと比較した時、1対1の個別レッスンには以下のような強み・弱みがあると思います。

【強み】

- ・マンツーマンなので、自分のレベルに合わせた学習ができる（置いてけぼりにならない）
- ・対話することで書籍よりも細かなニュアンスが伝わる
- ・リスニング、スピーキングが上達しやすい
- ・書籍などと比べて、サボりにくくモチベーションが継続しやすい
- ・細かい質問や相談がしやすい

【弱み】

- ・一人一人個別に対応するため、数を得ることができず、書籍よりも高くなる
- ・一人で好きな時間に学習できない
- ・書籍、CDのように繰り返し何度も学習できない
- ・対面なので、コミュニケーションが発生する（苦手な人はデメリット）

他にもあると思いますが、とりあえずパッと上記の内容が浮かびました。

ただ、これらはあくまで異分野のライバルと比べた時の場合の強み・弱みです。

英語の個人レッスンというのは、世の中に死ぬほどあります。

仮にお客が個人レッスンを受けたいと思ったところで、「あなたの」個人レッスンを選ぶべき理由にはなりません。

なぜ他の人の個人レッスンではなく、あなたの個人レッスンを受けるべきなのか？

これを伝えるためにも、同分野のライバルと比べた時の強み・弱みも出しましょう。

例えば以下のようなもの。

【強み】

- ・ 講師がアメリカに10年以上滞在した経験があり、通訳の仕事をしたこともある（実績）
- ・ 教え子に有名大学合格者が多数いる
- ・ イギリス英語、アメリカ英語のニュアンスの違いもわかる
- ・ 対面、スカイプ、電話など様々な手段でレッスンを受けられる

- ・他の個別レッスンと比べて価格が安い
- ・毎回メールで復習のための資料が送られてくる（手厚いサポート）
- ・メールでの質問も何回でもすることが可能
- ・忙しい人のために、深夜も対応している

などなど。

これらは十分あなたの個人レッスンを選ぶべき理由になります。

逆に、こんな弱みがあるかもしれません。

【弱み】

- ・丁寧なサービスをするため、どうしても時間がかかるので割高になる
- ・本業があるので週末しかレッスンできない
- ・猛烈にアピールできるような目だった実績がない

ちなみにここでいう強み・弱みとは、「お客から見た場合の強み・弱み」です。

例えば「広告費がかけられない」というのは、お客にとっては関係がないことなので、書く必要はありません。

もし英語を上達したい人をブログやメルマガで集めたのなら、これらの情報を元に以下の順番で教育していくことになります。

①異分野のライバルと比べた場合の個人レッスンの強みを教えて、「英語を学ぶなら個人レッスンが一番だ」と感じてもらう。

②同分野のライバル、つまり他人の個人レッスンと比べた場合のあなたの個人レッスンの強みを伝えて、「個人レッスンを受けるならあなたの個人レッスンが一番だ！」と感じてもらう。

これが重要です。

ライバルと比べた場合の自分の商品の強み・弱みが理解できていないと、これらの説得をうまく行うことができません。

まずは、強み・弱みを把握するところから考える必要があるということです。

理想の読者の価値観 を書き出す

最初のステップで、自分の商品の強み・弱みを書き出しました。

英語の個別レッスンでいえば、異分野のライバルと比べた時の強み・弱みはこれでしたね。

【強み】

- ・マンツーマンなので、自分のレベルに合わせた学習ができる（置いてけぼりにならない）
- ・対話することで書籍よりも細かなニュアンスが伝わる
- ・リスニング、スピーキングが上達しやすい
- ・書籍などと比べて、サボりにくくモチベーションが継続しやすい
- ・細かい質問や相談がしやすい

【弱み】

- ・一人一人個別に対応するため、数を得ることができず、書籍よりも高くなる
- ・一人で好きな時間に学習できない
- ・書籍、CDのように繰り返し何度も学習できない
- ・対面なので、コミュニケーションが発生する（苦手な人はデメリット）

同分野のライバルと比べた場合の強み・弱みはこちら。

【強み】

- ・講師がアメリカに10年以上滞在した経験があり、通訳の仕事をしたこともある（実績）
- ・教え子に有名大学合格者が多数いる
- ・イギリス英語、アメリカ英語のニュアンスの違いもわかる
- ・対面、スカイプ、電話など様々な手段でレッスンを受けられる
- ・他の個別レッスンと比べて価格が安い
- ・毎回メールで復習のための資料が送られてくる（手厚いサポート）
- ・メールでの質問も何回でもすることが可能
- ・忙しい人のために、深夜も対応している

などなど。

これらは十分あなたの個人レッスンを選ぶべき理由になります。

逆に、こんな弱みがあるかもしれません。

【弱み】

- ・丁寧なサービスをするため、どうしても時間がかかるので割高になる
- ・本業があるので週末しかレッスンできない
- ・猛烈にアピールできるような目だった実績がない

さて、この英語の個人レッスンを喜んで申し込むお客とは、どのようなお客でしょうか？

少し考えてみてください。

当然、あなたの強みに価値を感じてくれるお客であり、あなたの弱みを弱みと感じない、あるいは妥協すべきコストとして受け入れてくれるお客です。

- ・ 英語が上達したいという強い意志を持っている
- ・ 個人レッスンがもっとも英語上達の近道だと信じている
- ・ 海外経験の長い講師から学びたい
- ・ イギリス英語こそ学ぶべき英語だと信じている
- ・ レッスン方法の多様性、手厚いサポートは良い個人レッスンの条件だと信じている
- ・ 効率的な英語学習にある程度の投資は必要だと信じている
- ・ 実践的な英語は週1,2回程度のレッスンでも十分身につけられると信じている
- ・ あなたのことが大好き。コミュニケーションを取りたいと思っている

もしあなたの読者が、このような価値観を持つ人たちばかりだったらどうでしょうか？

あなたが個人レッスンを募集した時、怒涛の勢いで申し込まれると思いませんか？

ランディングページから登録した読者を、上記のような状態までもっていくこと、それがステップメールによる教育の目標です。

現在の読者の価値観 を書き出す

ここまでのステップによって、目標とすべきゴールが見つかりました。

しかし、そこまで読者を連れていくためには、まず現在読者がどんな状態にあるか、を知らないといけません。

つまり、ブログを見た、ステップメールを読んだ当初の読者の状態です。

当然、先ほどのような理想な状態である可能性は低いですよね。

1つ2つくらいは当てはまるものがあるかもしれませんが、それだけではなかなかあなたの個人レッスンに申し込んでくれません。

読者の現在の状態は、なるべくネガティブに捉えるのが良いですね。

理想な状態とは、程遠いということです。

もちろんブログを読んだ時点である程度の読者の傾向を絞っておくことは可能です。

すでに個人レッスンに興味津々の人だけが、興味を抱くようなLPやメルマガにしておけば、登録した読者はすでに個人レッスンに興味がある可能性が高いので、教育の手間は省けるでしょう。

ただ、ブログの属性の絞り込みは、【少しゆるめ】にしておくのが鉄則です。

個人レッスンに興味津々の人だけを集めようとする
と、見込み客の数が少なくなってしまう、集客に苦勞することになります。

それよりは、「英語が上手になりたい人」をブログで集めた方が、はるかに見込み客の数が増えるので、最終的に大きな売り上げを狙えます。

ステップメールの登録の入り口を広くすれば、当然いろんな価値観を持った読者が集まります。

彼らをできるだけ理想の状態に近づけた状態であなたの商品をオファーしなければなりません。

ネガティブな想定をした場合、ステップメールに登録した直後の読者というのは、以下のような可能性が高いです。

- ・ 個人レッスンには興味ない。そもそも選択肢を知らない。
- ・ 英語上達したいけど、お金を払うのはもったいない
- ・ 挫折しやすい性格なので、自分には英語上達は無理だと思っている
- ・ 英語の勉強は書籍やネットで十分だと思っている
- ・ 最も効率の良い英語勉強法は英会話スクールだと思っている

- ・国によって英語のニュアンスに差があることを知らない
- ・個人レッスンなど、どれも同じだと思っている
- ・英語にかけるお金は安いほどいいと思っている
- ・英語を話せるようになるためには、膨大な時間をかけないと上達しないと思っている
- ・英語を学ぶのに他人とコミュニケーションを取るの
は面倒だと思っている
- ・あなたに興味がない
- ・信用をしていない

このような読者に、あなたの個人レッスンをオファーした時、果たして売れるでしょうか？売れないでしょうか？

まあ売れるわけがありませんよね。笑

なので、読者に考え方を覚えてもらう必要があるということです。

理想と現実の ギャップを埋める

理想の読者の価値観と、現在の読者の価値観は以下の
ようなものでした。

現在の読者の価値観

- 個人レッスンには興味ない。そもそも選択肢を知らない。
- 英語上達したいけど、お金を払うのはもったいない
- 挫折しやすい性格なので、自分には英語上達は無理だと思っている
- 英語の勉強は書籍やネットで十分だと思っている
- 最も効率の良い英語勉強法は英会話スクールだと思っている
- 国によって英語のニュアンスに差があることを知らない
- 個人レッスンなど、どれも同じだと思っている
- 英語にかけられるお金は安いほどいいと思っている
- 英語を話せるようになるためには、膨大な時間をかけないと上達しないと思っている
- 英語を学ぶのに他人とコミュニケーションを取るのは面倒だと思っている
- あなたに興味がない
- 信用していない



理想の価値観

- 英語が上達したいという強い意志を持っている
- 個人レッスンがもっとも英語上達の近道だと信じている
- 海外経験の長い講師から学びたい
- イギリス英語こそ学ぶべき英語だと信じている
- レッスン方法の多様性、手厚いサポートは良い個人レッスンの条件だと信じている
- 効率的な英語学習にある程度の投資は必要だと信じている
- 実践的な英語は週1,2回程度のレッスンでも十分身につけられると信じている
- あなたのことが大好き。コミュニケーションを取りたいと思っている

現在のネガティブな状態の読者を、理想の状態まで持っていくには、どのような情報を、どのような順番で伝えていけばいいのでしょうか？

これを考えることがすなわち、「ステップメールの内容」を考えることになります。

まず、現在の「真剣に英語を学ぶモチベーションがない」という状態。

そのような状態で、個人レッスンにお金を払う人がいるのでしょうか？

まあいいですよ。

なので、「とにかく英語を学びたい！」という状態になってもらう必要があります。

そのためにはどうすればいいか？

例えば英語が話せるようになった後の、素敵な未来を見せてあげてはどうでしょうか？

自分の体験などを交えながら、英語を話せるようになると、どれくらい世界が広がるか、外国人との交流がどれほど楽しいか、どれくらい就職やビジネスで有利か、というようなことをリアリティたっぷりに伝えてあげるのです。

するとそれに魅力を感じる読者は、「ああ英語を勉強したいな」という思いを強く持ってくれます。

また、「個別レッスンに興味がない状態」。

これもどうにかしなければなりません。

そのままだと、いくら英語上達に対するモチベーションを上げて、書籍や英会話スクールに使ってしまうからです。

だからステップメールでは、個人レッスンがいかに優れているか、個人レッスンが他の方法と比べていかに魅力的かということを伝えないといけません。

「そうか！英語を学ぶには個人レッスンが一番近道なんだ！」と読者に信じてもらえたら、また一歩個人レッスンの成約に近づきます。

ただ、個人レッスンに魅力を感じてもらったところで、個人レッスンというのはあなた以外にもたくさんの人がやっています。

そのなかで、なぜあなたの個人レッスンを選ぶべきか、読者にはまだわかりません。

そこで、あなたの個人レッスンの強みを再度思い起こします。

強みの一つに「10年以上海外滞在の経験がある」というのがありましたね。

ここに読者が魅力を感じてくれるようにするには、どうしたらいいのでしょうか？

おそらく、このように伝えるといいです。

「英語はちゃんと本場の英語を知っている人から学ばないと意味がありません。最低でも数年以上の海外滞在経験がある人でないと、現地では通用しない、机上の空論の英語を覚えさせられてしまう恐れがあります」

すると読者は、10年以上海外滞在経験のあるあなたから、英語を学びたいと思います。

また、あなたの強みはイギリス英語を教えることができましたね。

ならそこに読者が魅力を感じてくれるように、例えば以下のような情報を伝えます。

「イギリス英語はアメリカ英語より日本語に発音に近いので発音しやすく、初心者が覚えやすいのが特徴です」

「イギリス英語の方が発音がよく、おしゃれな雰囲気があるので海外でも人気者になれます」

こういうと、読者は興味を持ちますよね。

同様に、あなたの強みであるレッスンを受ける方法の多様性や、手厚いサポートに魅力を感じてもらうため、「そういうものこそがよい個人レッスンの条件だ」「そういうものが一番継続しやすく、上達に結びつく」というような情報を発信します。

そして、週末にしかレッスンを提供できない弱みをカバーするには、「英語学習に膨大な時間は必要ない」「週末の1~2回でも十分」ということを伝えれば、週末しかレッスンを受けられないというあなたの弱みはお客にとっては弱みではなくなります。

英語学習にお金を使うべきでない価値観の読者からはお金をもらえないので、「英語学習には一定以上の投資をしたほうが圧倒的に近道」「個人レッスンはお金を払ってでも丁寧なサポートを受けられるところに申し込むべき。安いのは怪しんだ方がいい」ということを伝えます。

すると、読者はあなたの個人レッスンにお金を使うことに対して抵抗が薄れます。

そして、よくわからない人の個人レッスンなんか誰も受けたくはないので、ステップメールの中でどんどん自己開示したり、有益な情報を発信したりして、自分を信用してもらいます。

読者があなたのことを信用し、好きになってくれれば、当然あなたの個人レッスンを申し込む動機になります。

これらの情報をうまくステップメールで伝えて共感・納得してもらうことができれば、読者は当初のネガティブな状態から、限りなく理想の読者へと近づきます。

そうなった状態で、あなたが個人レッスンを募集していることを伝えたら、購入してくれるでしょうか？

当然、購入してくれますよね。

ここをしっかりと考えておくことで、驚くほど簡単に商品が売れるようになるので、仕組みを作る上でしっかりとマスターしておいてくださいね！