



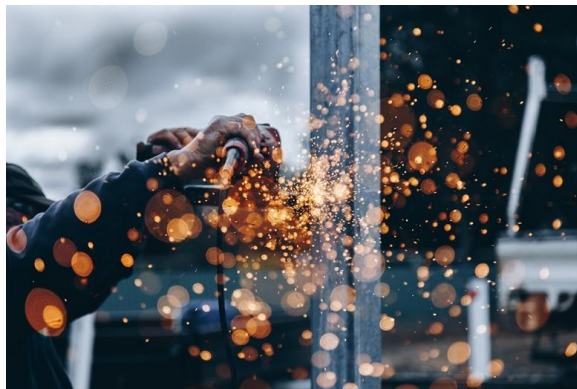
【STEP3】

自分の才能や武器を活かして稼ぐための極意

生き方マネタイズセミナー

時代遅れのビジネス(稼ぎ方)

- ノウハウやモノだけが売れる時代は終焉を迎えている
- 恋愛ノウハウを教えます、英語を教えます、デザインをやります、稼ぎ方を教えます
- モノ余りの時代、情報化社会において、同じようなものは溢れかえっている
- 機能性、ノウハウ、スペック、価格で勝負するとライバルたちに埋もれてしまう
- **誰でも出来ること、誰かの真似をすること**
=参入者が多い、差別化できない、価格競争、市場の飽和、あなたの才能を活かせない

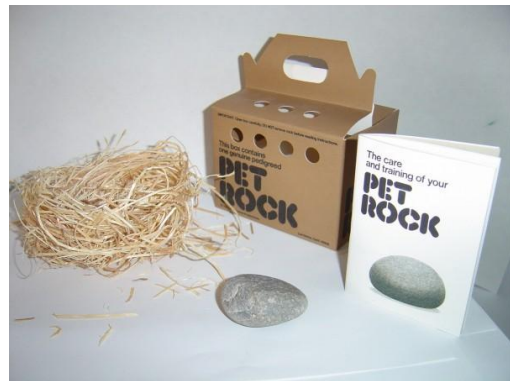


普通の石ころを「6億円」にした方法

- 1975年にアメリカで発売された『ペットロック』という商品が大ヒット(売上6億円)
- しかし、中身は「ただの石ころ」
- 誰に→現代社会で疲れていてペットで癒やされたい大人たち
- 悩み→出費がかかる、世話もしないといけない
- 石をペットとして飼うという提案をして、
ペット・ロック用台座、血統書、しつけの説明書を入れて丁寧に梱包
- **売れた理由は「石」というモノではなく、ペットロックを所有することで得られる体験やストーリー**

※情報発信ビジネスなら、アイデアをいくらでもお金に変えられる

文字を書いても、動画を作ってもお金は一切掛からないから、いくらでもテストができる
実践しながらビジネスのスキルが磨ける



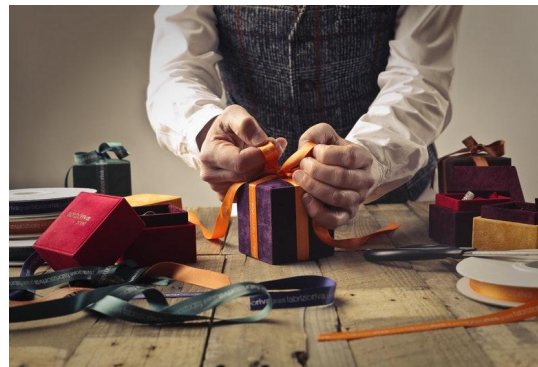
嘘で塗り固めるビジネスは崩壊する

- 「コンセプトを作りましょう」「USPを作りましょう」「セルフブランディングをしましょう」の落とし穴
- 多くの人は成功者たちのモノマネをしてしまう＝コモディティ化
- 稼いでる実績だけがブランディングじゃない、海外旅行に行ってるだけが憧れじゃない、カフェで仕事してるだけが理想じゃない、セールス心理学で煽って売るのがビジネスじゃない
- ブランディングと言いながら、誰かの真似をすることはブランディングではない(二番煎じ)
→「別にあなたから買わなくてもいいよね？」となってしまう
- 本当に自分はそれがやりたいのか？本当にそれを伝えたいのか？自分に嘘をついていないか？
- まず向き合うべきは、自分自身であり、「この人のために」と思えるたった一人のお客さん



ワーク1: 自分の武器やリソースを知る

- 好きなこと・嫌いなこと
 - 得意なこと・不得意なこと
 - 出来ること・出来ないこと
 - やりたいこと・やりたくないこと
 - 困難を乗り越えた経験
 - 今抱えているコンプレックスや悩み
 - 世の中、人、既存のサービスに対する不満や怒り
-
- 他人、世間体はどうでもいい。自分の意見、考えをそのまま出すこと(最低でも0個以上は書き出すこと)
 - **この中から「これがやりたい！」と思えるテーマを選び+理由を掘り下げていく**



ワーク2: 誰のために力になりたいかを考える

- 「こんな悩みを持つてる人の力になりたい」というたった1人を考える(過去の自分でもいい)
- その悩みによって日常生活や仕事にどんな障害や問題が起きているか?
- その人の行く手を阻む敵はだれか? 問題の原因はどこにあるのか?
- その人が理想とする未来はなにか? どうなりたいと思ってるか?
- 人は赤の他人の気持ちは理解できない(したいと思えない)
- でも、同じような境遇の人(あるいは過去の自分)に対しては気持ちを理解できる
- **ビジネスはお客さんがいて成立するものなので、必ずお客さんのことを理解しないとイケない**



ワーク3:コンセプト(ストーリー)を作る

- **誰のため:**あなたが力になりたい人は誰?どんな悩みを持った人の役に立ちたい?
- **なんのため:**どんな手段を使って悩みを解決したいか?その人たちにどうなってほしいか?
- **なぜ自分が:**自分がやらないといけない(やりたい)理由や動機は?

-
- 【悪い例】恋愛で悩んでる人に、女性を落とすためのテクニックを教えます
埋もれてしまう人はみんなに売ろうとする=ありきたりなことしか言えない
 - **誰のため:**顔はそこそこ一見モテそうだけど全く彼女が作れなくて悩んでる20代男性
 - **なんのため:**正しいコミュニケーション力を身につけて女性からだけでなく同性からも尊敬されるようになる
 - **なぜ自分が:**昔、自分勝手な言動でいろんな人を傷つけたり、空気が読めないことで人間関係のトラブルが多かった
そこからコミュニケーション力を磨くことで女性からモテるよになり、仕事でも評価されるようになった
顔が良い・スタイルがいい・喋りがうまいやつがモテるわけではなく、相手の気持ちを思いやれる人間が本当にモテる男だ
 - 同じ価値観や共通点があるから、「この人はわかってくれる」「こういうのが欲しかった」「こうなりたい」と共感や信頼に繋がる



モノではなく「体験」「ストーリー」を売る

- スタバ→サードプレイス:家庭でも職場でもない第三の場所(コーヒーを売っていない)
- ディズニー→夢と魔法の王国(遊園地、アトラクションを売ってない)
- A「〇〇産の甘いリンゴが今ならお値段〇〇円ですよ」

B「土や水にこだわる無農薬栽培の農家である私が、家族の健康を考えて安全で美味しいリンゴを作りました。アレルギー持ちのお子さんやそのご家族の方にも、ぜひこのリンゴを食べてもらい笑顔になってほしい。」

- それぞれのお店・人・ブランドにストーリー・理念・世界観があり、それが人の心を動かす
- 同じモノ、同じサービスは他にもあるのに「誰から買うか」「どこで買うか」をあなたは選んでいる



ビジネスの仕組み×自分の生き方

- 『ビジネスの仕組み』: 商売の基本、集客力を上げたり・売上を作るための技術

ここばかり意識すると、売ろう売ろうと胡散臭いコピーライティングを使ってしまったり、売上を上げるためのだけの無機質で機械的な発信になってしまい誰がやっても結局は同じだね、とコモディティ化されてしまう自分がやりたいことと繋がってないから精神的にも辛くなっていく

- 『自分の生き方』: 自分を選んでもらう理由、同じ価値観の仲間を集めるための旗印

いくら素晴らしい理念やコンセプトがあっても、それを届けるべき人に届けられないなら存在してないのと同じ。ビジネスの仕組みを作れないと、一生あなたのメッセージは届かない。あなたの生き方をお金に変えることが出来ない。



個別具体的な方法は教材では学べない

- 基本的なノウハウは僕のプログにもプレゼント教材(オレメディア構築バイブル)に全部書いている
- 他にもGoogleで検索すればいくらでも情報は調べることができる
- あるいは、お金を払えば他の教材でもノウハウを学ぶこともできる
- どんなコンセプトにすべきか？どんな記事にすべきか？どんな商品を作ればいいのか？
- ブログがいいのか？YouTubeがいいのか？SNSがいいのか？も人によって違ったりする
- みんな独学で、断片的なノウハウだけで何とかしようとするから成果が出ていない
- **自分に合ったやり方を最低でも半年〜1年間はじっくり腰を据えて教われる環境が必要**



まとめ

- モノやノウハウではなく、「体験」「ストーリー」を売る
- 「誰のため、なんのため、なぜ自分が」→コンセプトを自分の言葉で作る
- 個別具体的なやり方はノウハウや教科書では学べないので必ず教わる人を見つけて半年～1年しっかり学び実践すること

