

復業実践会プログラム

～ 自分ビジネス設計ドリル ～

ビジネスプロデューサー 宇部和真 著

復業実践会

『教材使用規約 - 著作権について』

本書は著作権法で保護されている著作物です。

本書の取り扱いには以下の点にご注意ください。

本書の著作権は、惹句工房（以下、乙と称す）にあります。本書の開封（ダウンロード）を以て、下記の事項に同意したものとみなします。

乙に許可無く、本書の一部または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、テープレコーダー等）により、複製、流用及び転載、転売(オークション含む)する事を禁じます。

著作権等の違反行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行うなど、民事・刑事を問わず 法的手段による解決を行う場合があります。

本書に書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。

著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。

このテキスト作成には万全を期しておりますが、万が一誤り、不正確な情報がありましたも、乙が一切の責任を負わないことをご了承願います。

本書を利用することにより生じたいかなる結果につきましても乙は一切の責任を負わないことをご了承願います。

本商品に示された表現や再現性には個人差があります。必ずしも利益や効果を保証したものではありません。

『自分ビジネス設計ドリル』の使い方

『自分ビジネス設計ドリル』の使い方

はじめに

『自分ビジネス設計ドリル』の使い方

この自分ビジネス設計ドリルは7つのパートに分けられています。

- 1.なぜこのビジネスをしたいのか？
- 2.理想の顧客は誰？
- 3.その人どうなる？
- 4.あなたが提供できる商品やサービスは何？
- 5.ライバルではなくあなたを選ぶメリット
- 6.顧客があなたにお金を払う理由
- 7.あなたのUSP

各パートごとの「解説」と「ワーク」を行っていきます。
説明をしっかりと読んで、ワークに入ってみてくださいね！

1.なぜこのビジネスをしたいのか？

1.なぜこのビジネスをしたいのか？

ステップ1

あなたが今のビジネスをやろうと思った理由は何でしょう？

あなたがこれから行おうと思っているビジネスをやり始める理由はなんでしょう？

自分ビジネスは、すべてがあなたの『想い』から始まります。

あなたの『想い』がどのように育ち、
どのように「起業したい」という形になって行ったのかを
ホップステップジャンプ形式で書き出します。

<記入方法>

ダラダラと長い文を書く必要はありません。

自分がわかるように、キーになるコトバを記入して下さい。

Why 1:気づき

あなたがビジネスを始める前の状態。

今のシゴトを始める前の
困ったことはなんでしたか？

他のみんなは気がついていないのに、
自分だけが不便に思っていることなどは何ですか？

1.なぜこのビジネスをしたいのか？

例)

アトピーがひどく、肌荒れがひどかった。

子供がいくら言っても勉強しない。

Why2：解決策発見

Why1の「問題」を解決するために、起こした行動は何ですか？

さまざまな解決策を探したりしませんでしたか？

それらの問題を解決するための試行錯誤から、
最終的な解決策にたどり着くまでの軌跡を書いてください。

例)

アトピーを治そうと、さまざまな治療法を試みるも、ことごとく失敗。

でも、〇〇先生の△△法を試した途端、アトピーがみるみるうちに改善！

子供に勉強させようと、教育関係のセミナーや書籍を読みあさる。

それらから学び、実践して行くうちに、まず自分が自分のしたいことをするべきだと気づき、子供そっこのけで自分磨きに励むようになる。

すると！子供が自分から勉強するようになり、今ではクラスで一番に！！

Why3：問題解決

あなたが他の方に解決策を提供しようと思っている理由を書きます。

Why 1、Why 2の話だけでは、

「(あなたの問題)が解消されてめでたしめでたし」という話になってしまうので、

なぜわざわざリスクをおかしてまで起業をしようと考えているのか？

なぜわざわざ苦労して、その人達を助けたいと思っているのか？

それらの理由を書いてみましょう！

1.なぜこのビジネスをしたいのか？

【ワーク】 1.なぜこのビジネスをしたいのか？

2.理想の顧客は誰？

2.理想の顧客は誰？

ステップ1

あなたがビジネスを行う上で、
助けたいと思っている「たった1人の理想のお客さま」は誰ですか。

「たった一人の理想のお客様」なので、
「20代~40代の女性」等と言う表現はありえません。

また、「理想のお客様」なので、
「毎日毎日、その人がお客様として現れて嬉しい!!」と思える人で
なければなりません。

※ 「お客様は25歳の鬱の方で・・・」という相談者に、
「毎日毎日、その鬱の方が現れても大丈夫?」と聞いたら「イヤだ!」
と言ったケースがあります・・・(^^;;

箇条書きで構いませんので、【ワーク】ページに記入して行きましょう！

可能なら、個人名レベルまで落とし込みましょう。

- たった一人のお客様はどんな人ですか？
- 女性ですか?男性ですか？
- 結婚していますか？
- お子さんはいますか？

2.理想の顧客は誰？

- 年収はどれくらい？
- その人の読む本、雑誌、漫画、小説はなんですか？
- その人の見る映画、テレビは何ですか？
- その人の抱えている問題は何ですか？

ステップ2

1と2が終わりましたね？

ここで、もう一度、1で書いた「なぜこのビジネスをしたいのか？」に戻ります。

さて質問です。1で書いた理由は、
あなたの理想のお客様へのラブレターに仕上がっていますか？

なっていれば、OKですし、なっていなければ、再度、
ビジネスをやっている理由を書き直す必要があります。

お客様に「この人は絶対に信頼できる！」 そう思ってもらうことが目標です。

2.理想の顧客は誰？

【ワーク】 2.理想の顧客は誰？

3.その人どうなる？

3.その人どうなる？

唐突ですが、
風邪の患者を病院に連れて行ったらどうなりますか？

当然ですが、
治りますね。

では、2に書き出したあなたの「たった一人の理想のお客様」が
あなたの製品、サービスを活用したなら
その人はどうなりますか？

元気になる？

癒される？

カラダがラクになる？

いろいろ出てきましたね。

それではもう1レベル掘り下げましょう。

元気になったらどうなる？

癒されたらどうなる？

カラダがラクになったらどうなる？

3.その人どうなる？

あなたがビジネスを始めたとき、
きっとこんな思いがあったはず。

元気になったら、シゴトがもっと出来るのに。

癒されて、もっと人間関係のストレスから解放されたい。

カラダがラクになったら、もっと集中できるのに・・・。

そうです！

掘り下げるのは、そのレベルまで。

この3の「その人どうなる？」に書き出してほしいのは

「シゴトの能率、みるみるアップ！」

「人間関係のストレスから解放される」

「集中力がアップする」

といったお客様が望む「未来の結果」を書き出すことなのです。

ぜひ、しっかりと掘り下げてみてください。

3.その人どうなる？

【ワーク】 3.その人どうなる？

4.あなたが提供する商品やサービスは何？

4.あなたが提供する商品やサービスは何？

さて、3の「その人どうなる？」で
風邪の患者の例を使いましたが、再度、その例を活用しましょう。

風邪の患者が病院(内科)に行ったら、お医者様は何をしてくれますか？

問診？

聴診？

触診？

投薬？

注射？

点滴？

状況に併せて、いろいろしてくれますよね。

それでは、あなたの2で書き出した「たった一人の理想のお客様」を
3の状態に持って行くには何が必要ですか？

もしくはどんなサービスが必要ですか？

その商品やサービスを書き出してみましょう。

ポイントは

たった1人の理想のお客様(2)の問題を
解決された状態(3)に導くために

「何が必要か？」

そこを忘れないでくださいね。

4.あなたが提供する商品やサービスは何？

【ワーク】 4.あなたが提供する商品やサービスは何？

5.ライバルではなくあなたを選ぶメリット

5.ライバルではなくあなたを選ぶメリット

ライバルではなくあなたを選ぶメリット3つを書きだします。

「まだサービスを提供したことがない」

「実績が出ていないから書くことがない」という場合でも、
あなたが自分をお客様にオススメする理由は持っていなければなりません。

例えば、

あなたの年齢がかなり上なら、実績の数を書きましょう。

あなたの年齢が若いなら、フットワークの良さをあげましょう。

もし実績としてあげられるモノがないなら、あなたのビジョンを書きましょう。

例) 20××年までに、〇〇を実現する▲▲です！

「お客様があなたを選ぶメリットがない？」

それなら、メリットを創らなければなりません。

もし実績がないなら、いつまでにどんな実績を創りますか？

どんなメリットがあれば、お客様があなたの商品サービスを買ってくれるのか？

あなたを選ぶメリットがないなら、創ればいいのです。

5.ライバルではなくあなたを選ぶメリット

【ワーク】 5.ライバルではなくあなたを選ぶメリット

6.顧客があなたにお金を払う理由

6.顧客があなたにお金を払う理由

お客様はなぜあなたにお金を払わなければならないのでしょうか？
お客様は、できればお金を払いたくありません。

できれば、今日ではなく、明日、明日でなく、あさってに支払いたいのです。
(もっと正直に言えば、「無料なら買っていい」と思っています。)

「あなたにお金を払った方がおトク」とお客様が思う理由を
3つ事前に用意しておく必要があります。

Why1 なぜ「今」お金を払わなくてはいけないのか？

例えば、保険の外交員。

「若いうちに保険をもたれた方が、掛け金が安くておトクですよ」
「病気になったら入れませんよ」

そうささやいてきますね。

例えば、デパートのバーゲン。

「バーゲン最終日!」

例えば、映画の前売り券。

「今、買うと限定ポスタープレゼント!」

これらはすべて、

6.顧客があなたにお金を払う理由

「明日、支払うより、今日、お金を払った方がおトク!」と

思わせる戦略なんです。

さあ、あなたの商品/サービスを

「今、買いたい!」

そう思わせる理由を考えてみましょう!!

Why2 なぜあなたを選ぶのか?

ここの答えは5の「ライバルではなくあなたを選ぶメリット」と被るかもしれません。お客様はライバルではなくあなたを選んだ方がいい理由を知りたい。

特にあなたが扱うものが高額商品であるなら、尚更ですね?!

商品やサービスもよくて、あなたも申し分ないのなら、言うことなしです!!

Why3 なぜその方法が良いのか?

お客様はなぜあなたの方法がいいと信じなければならないのでしょうか?

例えば、シャンプー1つを選ぶにしても、

「○○成分配合」

そう書かれていませんか?

そうなんです。

私たちは納得したいんです。

6.顧客があなたにお金を払う理由

その商品が一番いいってことを!!

だから、「なんとなく売ってます・・・。」ではなく、

自信を持って

「私が開発した商品は、他社のどの商品よりも簡単に、そして確実に結果が出ます。
理由は私自身が解決したいと思っていた、室内干しでも臭くならない方法に
2年間、創意工夫を重ねて来たからです！」など。

お客様を安心させる理由。

それも、私たちの重要なシゴトなのです。

6.顧客があなたにお金を払う理由

【ワーク】 6.顧客があなたにお金を払う理由

7.あなたのUSP

7.あなたのUSP

さて、いよいよ最後となりました!

1-6を見返してみてください。

これらを見渡してみると

きっと「あなたならではの」の特徴があると思います。

その上で、以下の () の中に言葉をあてはめてください!

USPとは、ユニークセリングプロポジションの頭文字を取った用語です。
つまり、「他との違いを明確に表現する売り」のことです。

+++++

<USP作成の公式>

(理想のお客様)の(理想のお客様の問題)を

(問題が解決された状態)にする

(あなたのシゴト)の専門家

例) OLのモテない悩みをモテる悩みにする出逢いのない女性の救世主

例) 社会人3年目の女性の適職がわからない悩みを12週間で天職に変える専門家

+++++

この公式の段階では、まだ英語の直訳の様なものです。

一度創ってから、どんどん見直しして意識して行きましょう!

理想は「A」という問題が「B」になる!

といった、誰からみてもビフォー&アフターが分かりやすい表現にしておくことです。

7.あなたのUSP

【ワーク】 7.あなたのUSP

最後に

最後に

さて、ワークを実施してみていかがでしたか？

このワークの内容は

私に関わるクライアントさんが、ゼロから起業するまでに実施していました。

この内容に真剣に取り組み、明確なビジネスプランを創り上げた方は
会社員から女性社長になった方もいます。

なぜ、このシゴト・ビジネスなのですか？

誰のどんな問題やお悩みを解決したいのですか？

あなたと仲良くなる・付き合うことでどんな未来の結果が得られますか？

あなたの商品・サービスはなんですか？

あなたを選ぶメリットは？

なぜ今、あなたから買うのか？

あなたは何屋さんですか？

そうなんです。

昨今、モノやサービスが毎日洪水のように溢れている時代に、

個人が自分ビジネスを創るには、人に選ばれるための理由を持つ必要があります。

これらの項目をきちんと一貫性を持って答えられなければならないのです。

そしてそれらを「コレ1冊」でまとめることができるワーク。

それが「自分ビジネス設計ドリル」です。

最後に

重要なのは、この内容を改善し続けること。
一度考えて、書いて終わりではありません。

自分が

誰で

誰に

何を

どのように提供していて、

何がお客様にとってのメリットなのか？

なぜ今、あなたから買うのか？

自分で理解し、お客様に伝えることができなければ
シゴトで選ばれることはありませんし、

あなたのビジネスが大きく成長することもあります。
(自分で自分のシゴトを伝えることができないじゃ、売れませんよね。)

まずはあなたのビジネスが何をやるビジネスなのか。
一目で分かるよう、しっかりと創り上げる。

そして何度も何度も書き直す。

その作業を忘れないでください。

みなさんの最高の「自分ビジネス設計」、期待しています!!

著者 宇部和真

〒107-0062 東京都港区南青山2丁目2番15号 ウィン青山942
support@jacksupport.biz (販売・編集についてのお問合せ)
制作編集 複業実践会主宰「自分ビジネス設計ドリル」
