



## マーケティングを知って集客する



### マーケティングとは？

ビジネスをしていく上で欠かせない要素です。

企業などの組織が行うあらゆる活動のうち、「顧客が真に求める商品やサービスを作り、その情報を届け、顧客がその価値を効果的に得られるようにする」ための概念である。また顧客のニーズを解明し、顧客価値を生み出すための経営哲学、戦略、仕組み、プロセスを指す。(Wikipedia)

### 売れる仕組みを作ること

### その商品を求めてお客様が来ること

ペルソナマーケティング・ブランディング・ニーズ・ポジショニングなどがある。



### ターゲットを決める

たった一人の理想のお客様像を決めましょう。

ターゲットを絞る、という言葉聞いたことがありますか？  
お客様を絞ってしまうと、入り口が狭くなり、「お申し込みが少なくなってしまうのは？」と心配する人がいます。

しかし、実際は、しっかりと絞ることで、「私のことだ！」をお申し込みをいただくことにつながります。

美味しいお蕎麦を食べに行きたい！と思ったとき

- ・ファミレスのお蕎麦
- ・その道30年の職人が厳選材料で作るこだわりの手打ち蕎麦

どちらが食べたいですか？

ペルソナともいいます。

ワーク！書き出してみましよう！

年齢

性別

職業

年収

既婚・未婚

家族構成

仕事内容

性格

趣味

好きな雑誌

好きなテレビ番組

**ポイントは、ある程度支払い能力のある方を設定するとよい**



## ニーズを探る

お客様の問題を解決することで商品に価値ができます。  
自分が、こうしたい、これを伝えたいではなく、相手の立場になって考えることが、ニーズを探る大切なポイントです。

①ターゲットの抱える悩み・望みを書き出す（少なくとも50個書き出してみましょう）  
不安・不満・悩んでいること・痛み・解決したいこと・欲求など

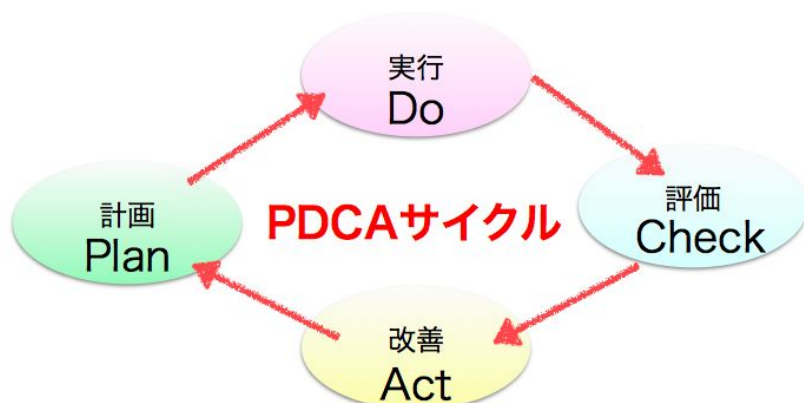
②お客様（ターゲット）の悩みを調べる。

- ・ヤフー知恵袋・教えてgoo!などで調べる。
- ・同業のブログなどをリサーチ（売れている人）少なくとも20人（社）
- ・自分の周りの人に聞く・お客様に聞く「私にして欲しいことはなにか？」

\*主語は「自分」ではなく「お客様」。どれだけ自分がお客様の役に立てるか？を考えること。

お客様は、「自分がどうなれるか？」しか興味がない

ニーズを探ったら、リサーチをする！  
計画を立てる→検証（実行）する→チェックする→修正→再度計画



### ポジショニング

位置付けをし差別化をする！

同業他社の商品やサービスを比較検証して、その市場での位置付けをすることにより差別化することができる。

### 「●●さんなら●●だよね」

明確な位置付け

今すでにあるサービスで、誰もまだやっていない空白の市場を見つけると良い（自分で奇抜な商品を生み出すということではない）

「ああ、こんなの欲しかったんだよね！」を見つける

自分の強みを活かす

例：安くてベーシックな服：ユニクロ  
高級でエレガント：シャネル



## モデリングする

モデルを見つけて真似をする。

モデリングするとお手本があるのでスムーズに進みやすいです。

- ・結果が出ている人の真似をする
- ・憧れている人の真似をする

細部まで真似るのがコツ



## ブランディングをする

ブランディングをすることであなただと覚えてもらえます。

一定のイメージを付けることで覚えていただけるようになり、  
「●●さんなら●●だよね」  
となる

### ①外見を整える

どんな風に見られたいか。どんな風に覚えられたいか。  
カラーやテイスト、髪型、服装、女性ならメイクなど。  
一貫性を持たせる。（あのときは、このイメージだったけど今回は違うとならないよう）

### ②キャッチコピー

パッと見て覚えてもらえるような印象的な言葉（ベネフィットが分かる言葉）によって覚えてもらえる

肩書きやブログタイトルなどからイメージされる言葉



何回も話したり投稿することであなた自身のイメージにつながる

## 価格を決める



価格設定を間違えると収益につながりません。

## 売り上げ=客単価×顧客数×リピート

- ・「安くないと売れない」は幻想である。
- ・高いから買ってくれないのではなく、「価値があるんだ」と感じてもらうことが大切！  
価値を感じてもらえたら買ってもらえる。

月に20万円の売り上げが欲しいとしたとき、単価を3000円にすると、67人以上に買ってもらわなくてははいけない。

単価を2万円にすると10人の集客で良いことになる。

どっちが大変か？

多くの方は、「価格（お金）に対するブロック」が働く。

- ・この金額で出して満足してもらえるだろうか？→クレームが来ないか？など
- ・この金額で自分がこの商品が売れるのだろうか？→経験がまだ少ないのに大丈夫かな？という不安や、先輩や同業他社との金額比較

「覚悟」をして「価値を高めていく」

初期においてこの不安が邪魔するようなら、一定の期間や人数のみ、「お試し」「無料」「スタートキャンペーン」「モニター」などで経験を積んでから正規価格にして売るのも良い。



## 商品構成

「フロントエンド」「バックエンド」の構成。

「フロントエンド」＝比較的安価で入り口、体験、無料

「バックエンド」＝本命商品、比較的高額←ここをしっかりと設定する！

**逆算して考える！**

この構成を作ること

