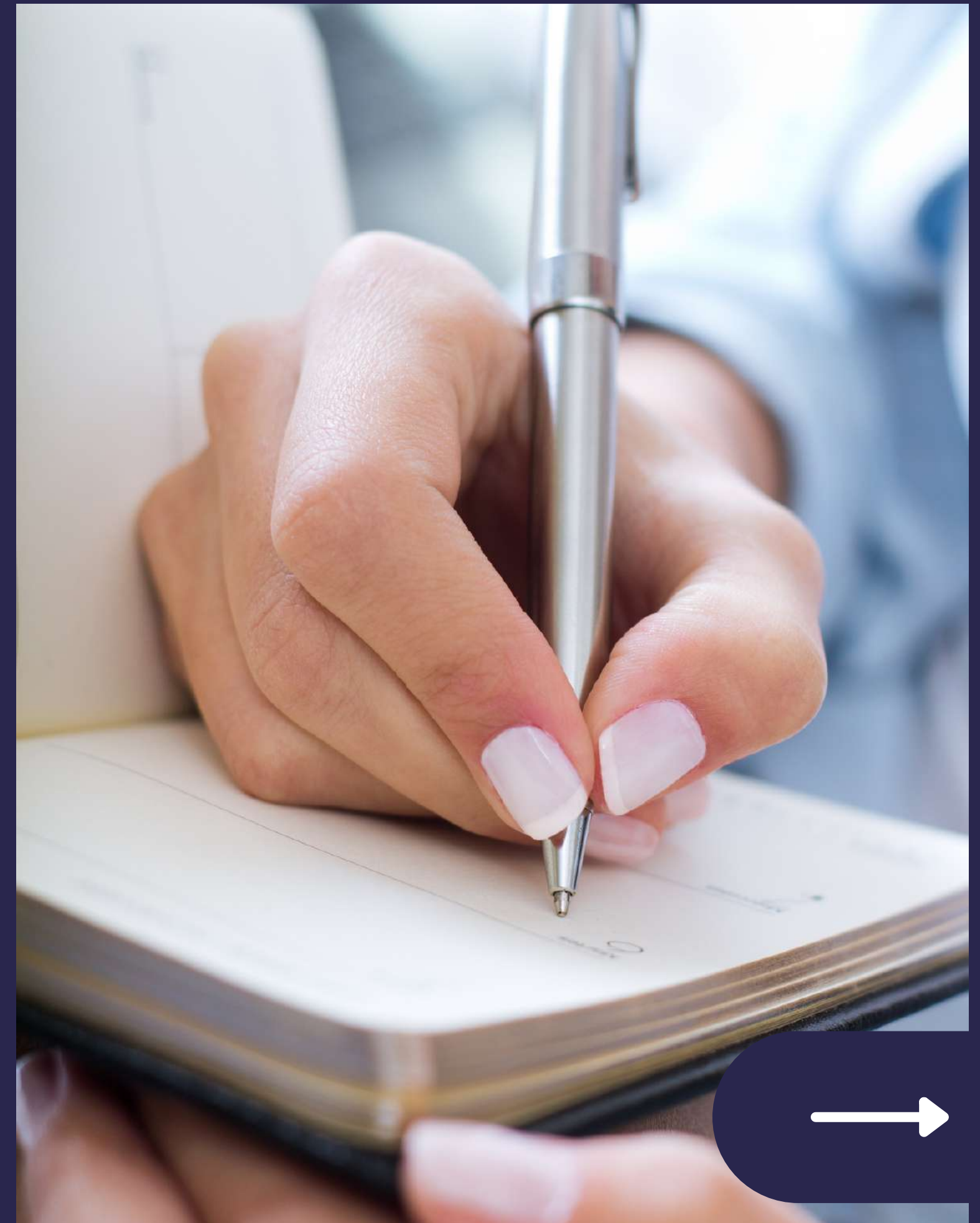


この特典を最後まで読むと

- 商品作成方法が理解できる
- オリジナルコンテンツが作成できる
- 利益率の高い商品が作成できる
- 現役経営者のノウハウを無料得れる
- コンテンツを自分1人でも作成することができる！





なぜ自分の商品（コンテンツ）
を作成した方がいいのか？



自分の商品(コンテンツ)を持つ3つのメリット



①利益率が高い

売上÷利益となるので、アフィリエイトなどと比較して、圧倒的に利益率が高い



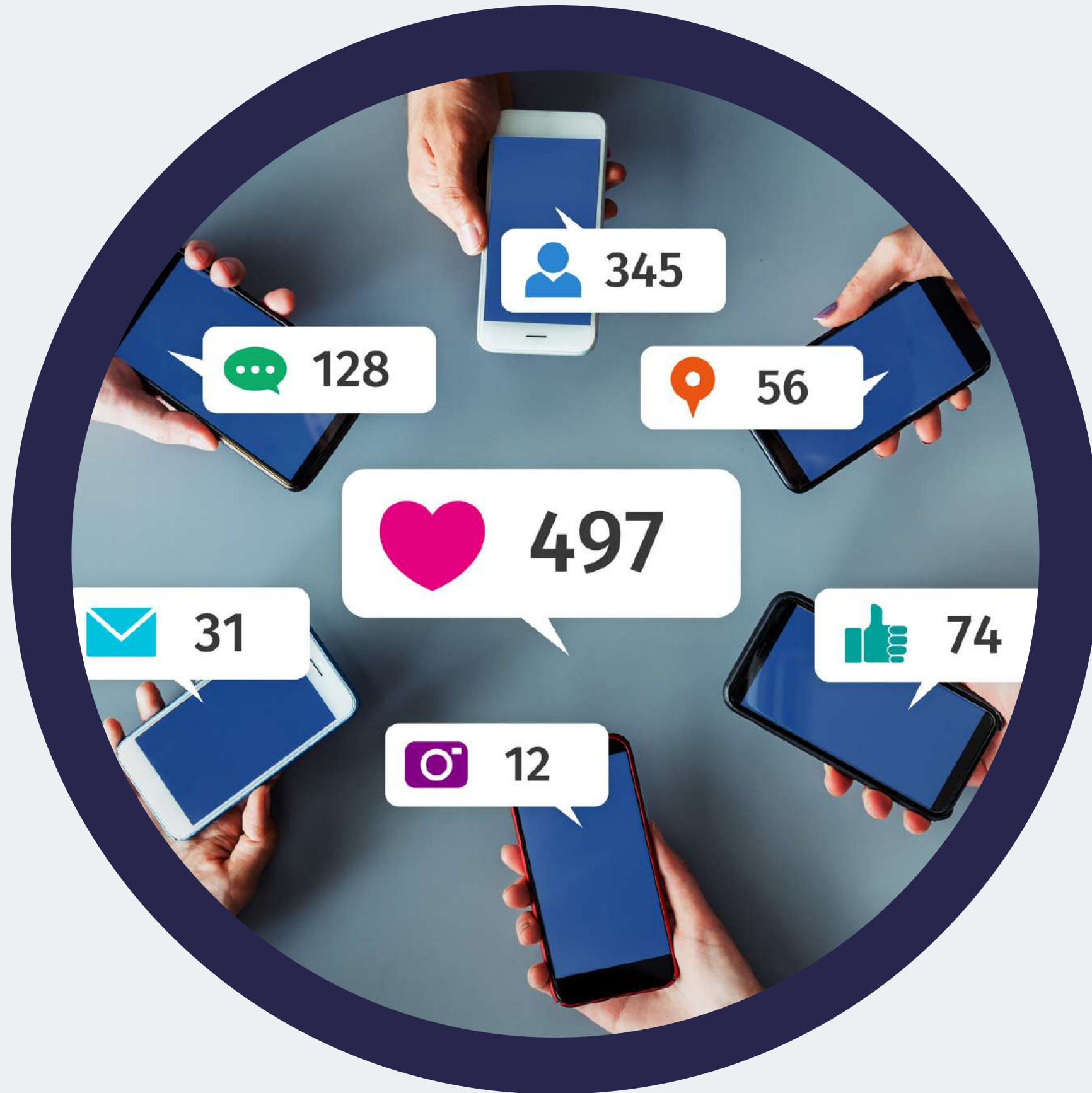
②仕組み化できる

コンテンツを作ることで、教育・販売を仕組み化出来るので、少ない労働時間で大きな売上を生める！



③コスト0で出来る！

そんな商品作成にかかる費用は0円出来るので、これはやらないのは損をしてる。



Twitterで有名な インフルエンサーを 想像してください！

彼らはフォロワーは多いので
認知は圧倒的にされています



ですが、収入は…

認知はされていて、集客力がありますが
その影響力を活用して稼げているのは
本当に一握りしかいません。

これは自分の商品を持っていないからです



フォロワーが少なくても稼いでいる!?

普段SNSでビジネス系インフルエンサーやネット起業家の人をよく目にしませんか？

彼らはインフルエンサーよりも影響力は少ないですが、収入は圧倒的に高いです

それには”とある共通点”があります



実は知られていない”とある共通”とは？…



自分の商品

オリジナルコンテンツ



実は稼いでいる人は皆、自分の商品を持っていて
それを販売することでザクザク稼いでいます

しかも原価がかからず、ネット上で何人にも届かれるので
売れば売れるほど稼げるんです。

**つまり、あなたも
自分の商品を持つ必要があります！**



でも…

自分の場合はどんな商品を作成すればいいの？

強みを活かして商品 (コンテンツ)を作成する

自分のスキルや強みを活かして、
その情報をパッケージ化して商品として
作成をしていきます



そもそも無形商品って何？

商品の2つの形式



有形商品

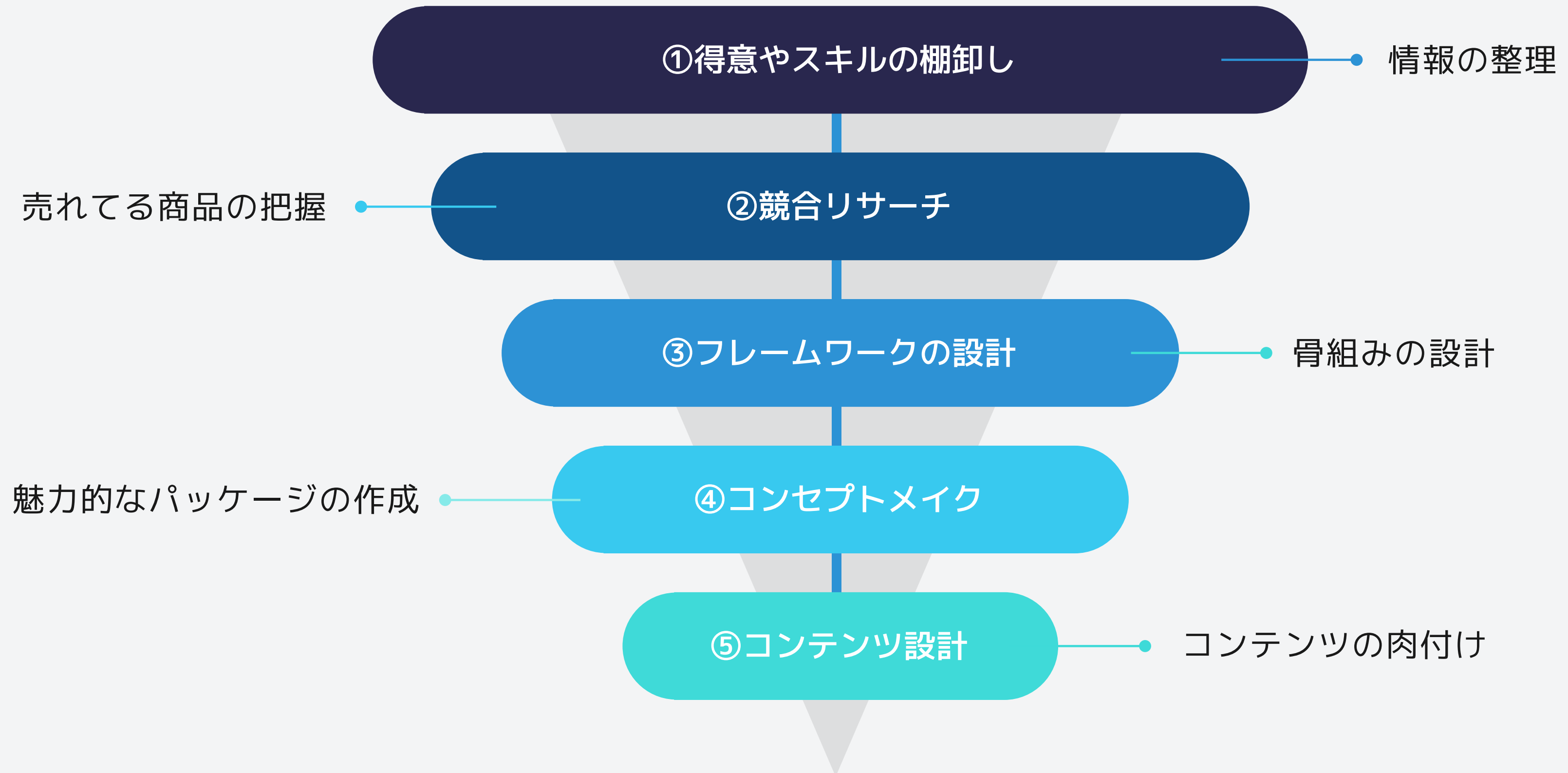
- 漢字の通り形のあるもの
- 化粧品、冷蔵庫、PCなど
- 一般に想像されるのはこちら
- 作るのにかなりの資金が必要になる



無形商品（今回はこっち！）

- 形のない商品
- 情報や知識・それに関連するスキルなど
- アドバイスやコンサルティングなど
- 作成に資金がほとんどかからない

売れる商品設計の5STEP



①得意やスキルの棚卸し



まずは、得意やスキルの棚卸し

人は不満や悩みの解決にお金を払う

タクシーや冷蔵庫など様々な商品が世の中にありますが、そのどれもが悩みや不満を解決するための物です

棚卸しを試してみる

まずは、自分にどんなスキルがあるのか？を把握するために棚卸しよう。

どんな悩みを解決できるか考える

棚卸したスキルでどんなことができるのか？を想像して類似商品を探してみよう

棚卸しの手順

具体的な3ステップ

①

経験・スキルの把握



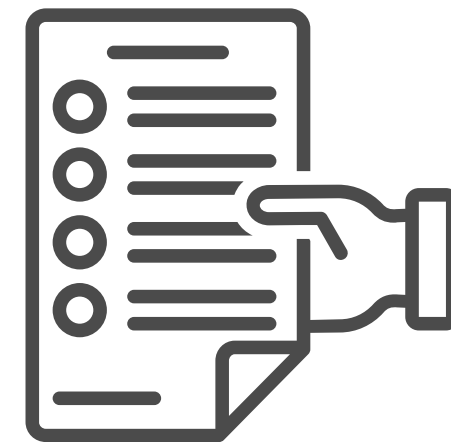
②

不の把握・深掘り



③

ジャンルの選定



棚卸し質問の例

・過去の成功体験は？

・やっていて楽しいことは？

・人からよく喜ばれることは？

・自分の長所は？

・1番の成功体験は？

・人からよく相談されることは？

・コンプレクスはどんなもの？

・ワクワクすることは？

・熱意を持ち取り組めるジャンルは？

・ビジネスになりそうなジャンルは？

②競合リサーチ

競合調査をする

必ず競合調査はしてください！

自分の商品を作ることばかりに集中する人が多いですが、必ず競合がどんな商品をいくらでどんな形式で販売しているのか？などを調査してください。

これを行うことで自分の商品作成にも参考になるので、売れる商品には必須です。



The image shows a magnifying glass held over a newspaper page. The word "Research" is prominently displayed in a large, bold, serif font within the lens of the magnifying glass. Above it, the text "TODAY ISSUE PRESENTS:" is visible. The background of the newspaper page is slightly blurred, showing other text and a large "DAILY" at the top.

Research

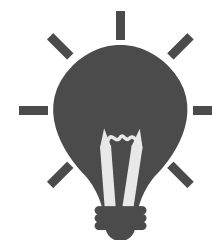
リサーチの3つポイント

リサーチの質で勝負が決まる



分析

販売価格、商品の特徴
強み、流入方法など



レビュー

購入者の声を必ず確認し
ニーズの把握をする



売上

一定以上の売上が無いと
そもそもニーズが無い

競合が少ないものはNG

市場として成立していない可能性が高い

空いている場所を見つけた！という人がいるが、
需要がないから空いているだけ

レッドオーシャンの
空いている場所を見つける！

リサーチでおすすめのプラットフォーム

ここでリサーチを実施しよう！

①Twitter



②Youtube



③公式LINE



④Brain



⑤note



⑥Amazon

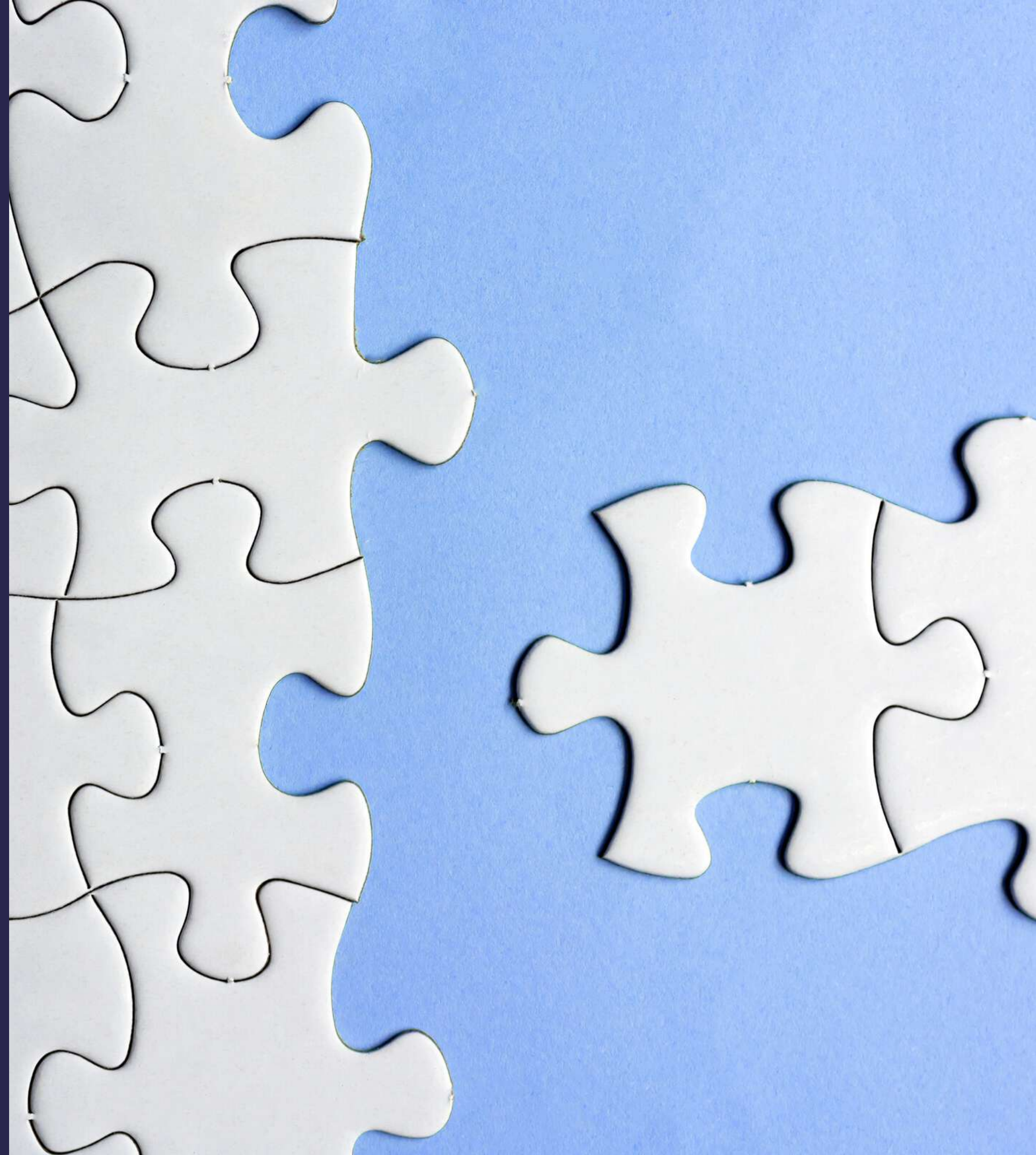


③フレームワークの設計

骨組みの設計

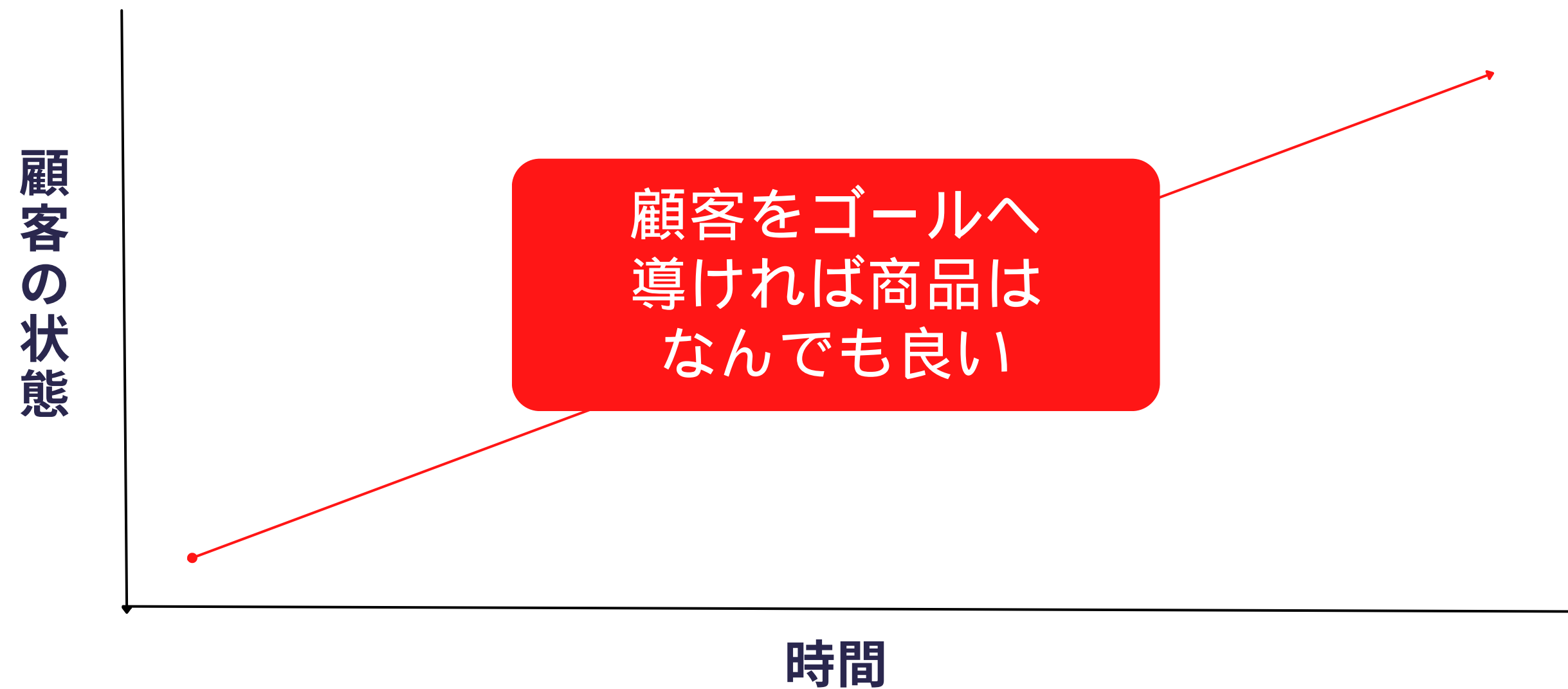
商品の骨組みを作り上げる

売る商品の方向性が決まった段階で
今後の実際に販売する商品の骨組みを
SKBGの法則を活用してサクッと作成する



商品を設計する上での前提

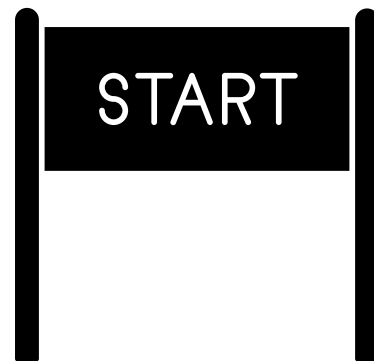
商品は顧客の悩みを解決し、ゴール導くための物



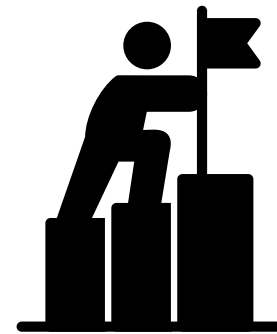
商品設計に必須なSGKBの設定

SGKBの設定とは？

①start
スタート



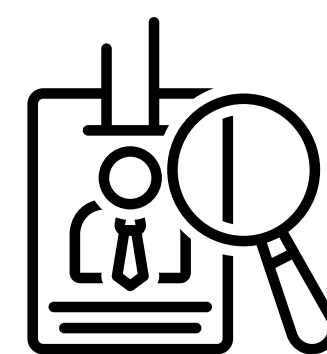
②Gole
ゴール



③knowledge
ノウハウ

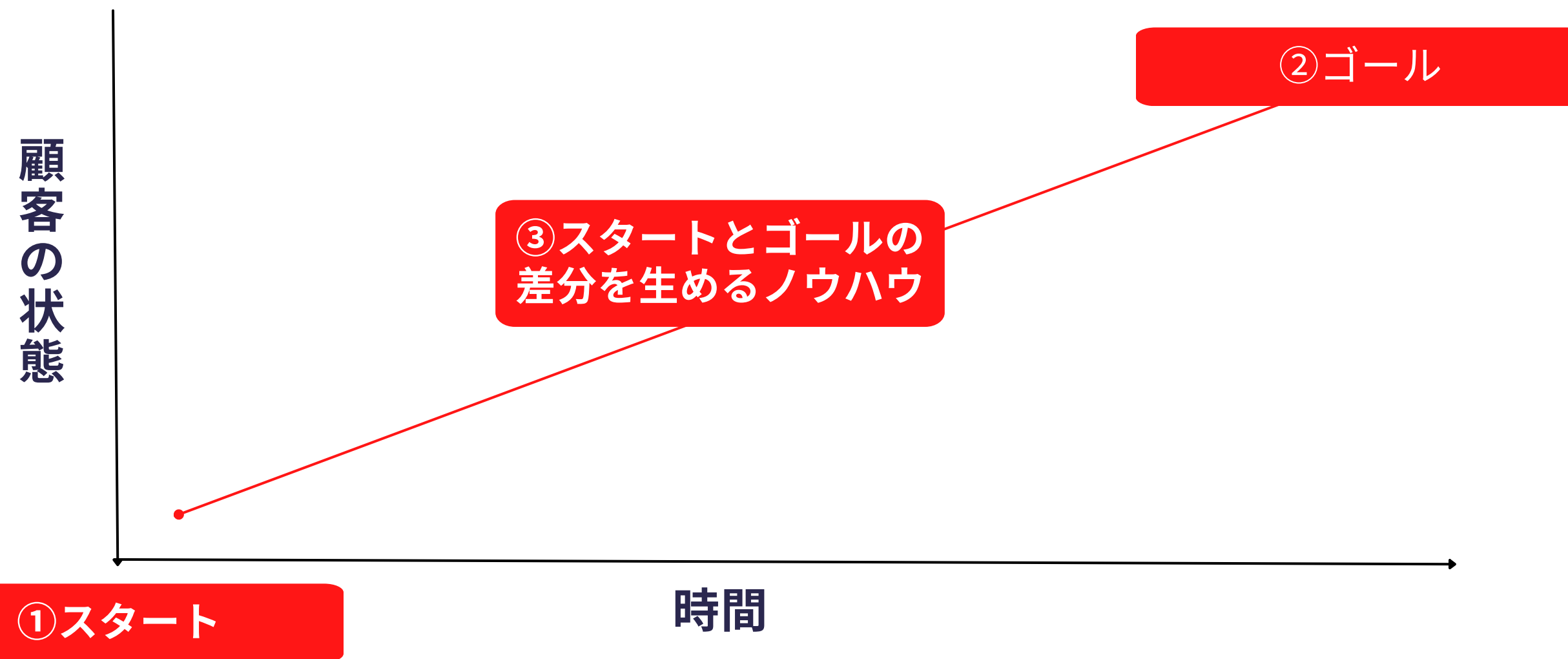


④basis
ノウハウの証明



商品設計で必要な要素

商品に必要な4つのポイント



④このノウハウは成果が出ると証明出来る要素は？

商品設計の要素の洗い出し手順

SGBKの設計4ステップ

1

Start：どんな状態の人がターゲット？



2

Gole：どんな状態が商品のゴール？



3

Knowledge：どんなノウハウでゴールへ導く？



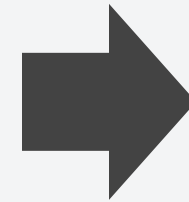
4

Basis：ノウハウの信憑性を証明出来る要素は？

①S（スタート）の設定

ターゲットを決める

どんな状態の人に商品を受け取って欲しいですか？



具体的な状況を想定してターゲットを設定する

**例）Twitterで情報発信はしているものの
商品の作り方が分からずに挫折している人**

②G（ゴール）の設定

ターゲットを導くゴールの設定

商品を購入することで
どんなゴールへ導きますか？

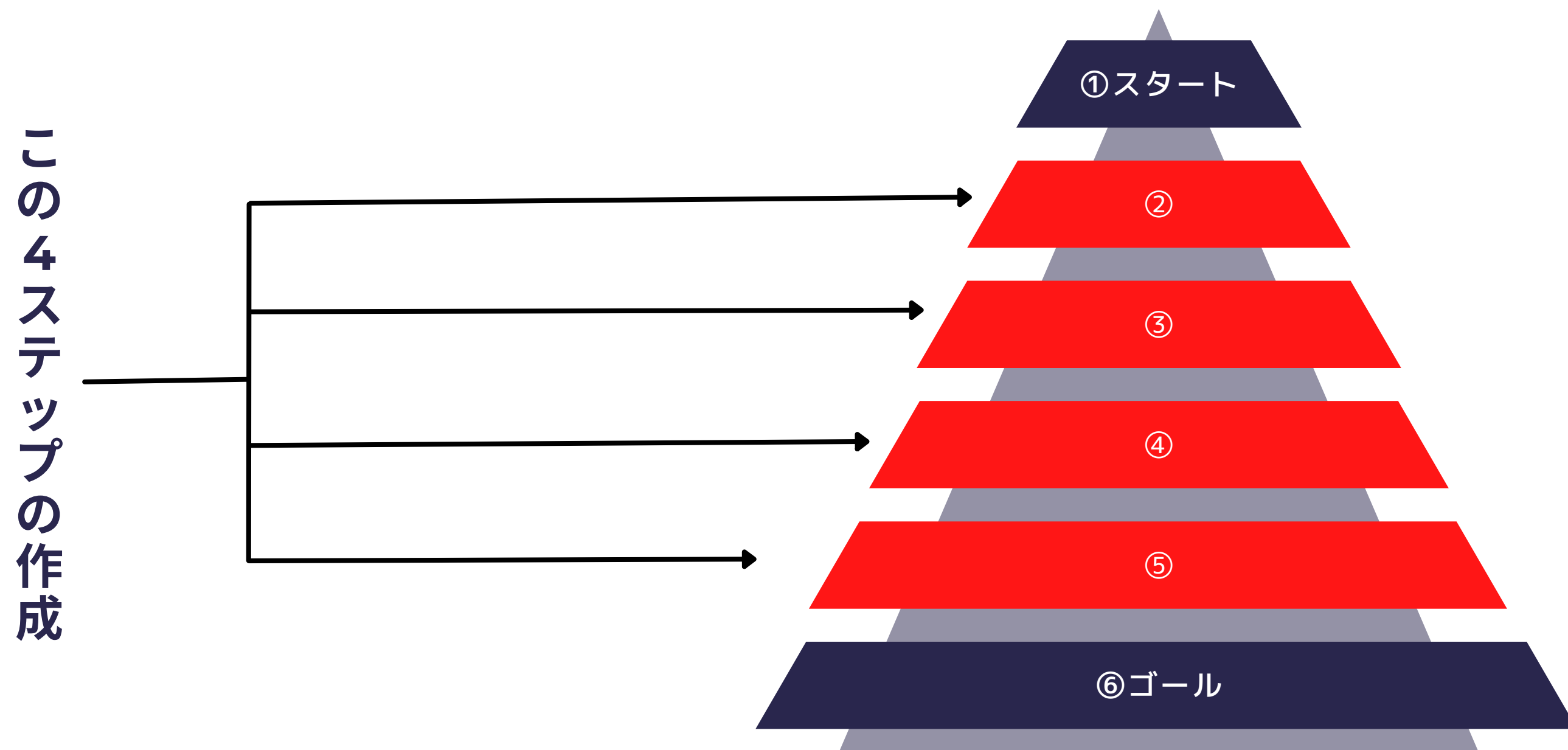


具体的なゴールを定義して
商品のゴールを明確にする

**例）このコンテンツで学習することで
自分で商品を作り上げることができる**

③K（ノウハウ）の設定

スタートからゴールまでを導く4ステップの作成



④証明の書き出し

人は権威性に弱い

01

実績

- ✓ 収入：月収〇万円
- ✓ 販売数値：〇部販売
- ✓ 期間：〇カ月で
- ✓ フォロワー数

02

地位

- ✓ 全国1位
- ✓ 年商〇円の起業家
- ✓ 元東大生
- ✓ 弁護士

03

メディア

- ✓ テレビ出演
- ✓ 本を〇冊出版
- ✓ 〇に掲載された

04

他人の活用

- ✓ 〇さんから仕事を受注
- ✓ 〇さんも推奨
- ✓ 〇さんが師匠
- ✓ 受講生の実績

上記の中で使えそうな要素を書き出す

④コンセプトメイク

コンセプトを作る

ここが決まるだけで商品は売れる

売れない商品はコンセプトが弱い。

コンセプトとは？

▶商品を魅力的に見せるための価値の言語化

なので、コンセプトの設計をミスってしまうと
全てがダメになるので、非常に重要



コンセプトとは？

商品を魅力的に見せるための価値の言語化

コンセプトとは？

ここがハマるだけで、集客が楽になる
ここがズバッとハマれば、セールスが不要になる
なぜなら、コンセプトだけで欲しくなるから

コンセプトはパーツを組み合わせるだけ

コンセプトを構成する5つの要素

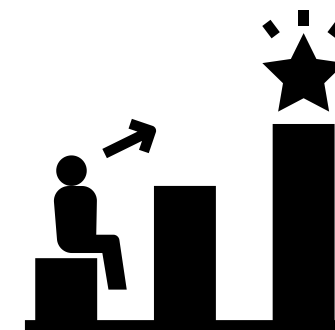
① 見込み客・悩み



② ノウハウ



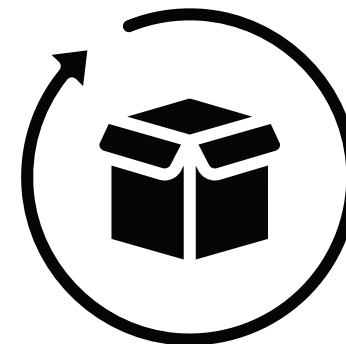
③ 提供する未来



④ 独自性



⑤ ネーミング



コンセプトの事例1

少ないフォロワー数・
顔出し無し・副業でも出来る
「Twitter×高単価商品販売」

⑤コンテンツ設計

最後にコンテンツの作成を行う

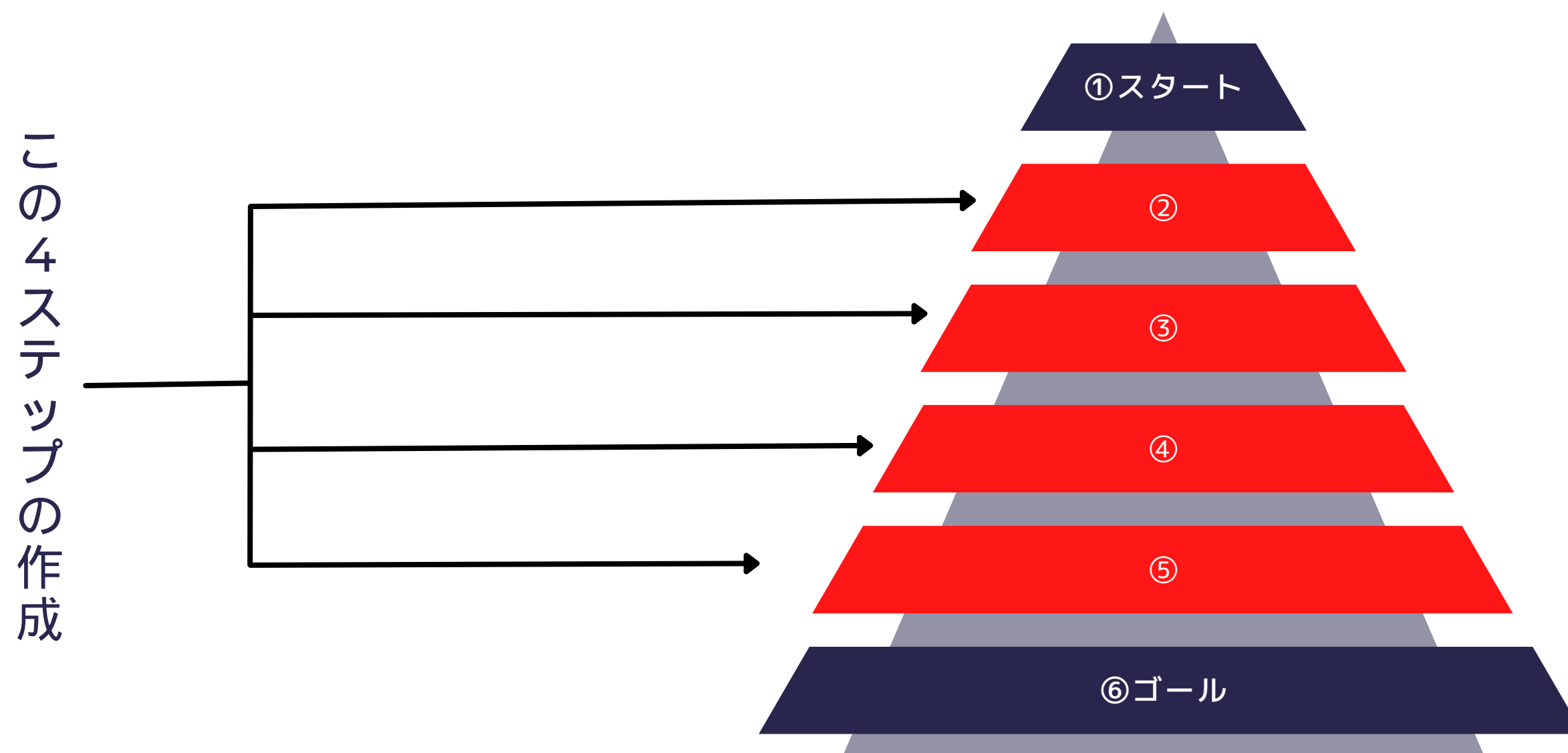
いよいよコンテンツの肉付け

最後の工程である、肉付けを行なってコンテンツの完成！



①SGBKで設定した6ステップの深掘り

設定した6ステップそれぞれの全体像を設計



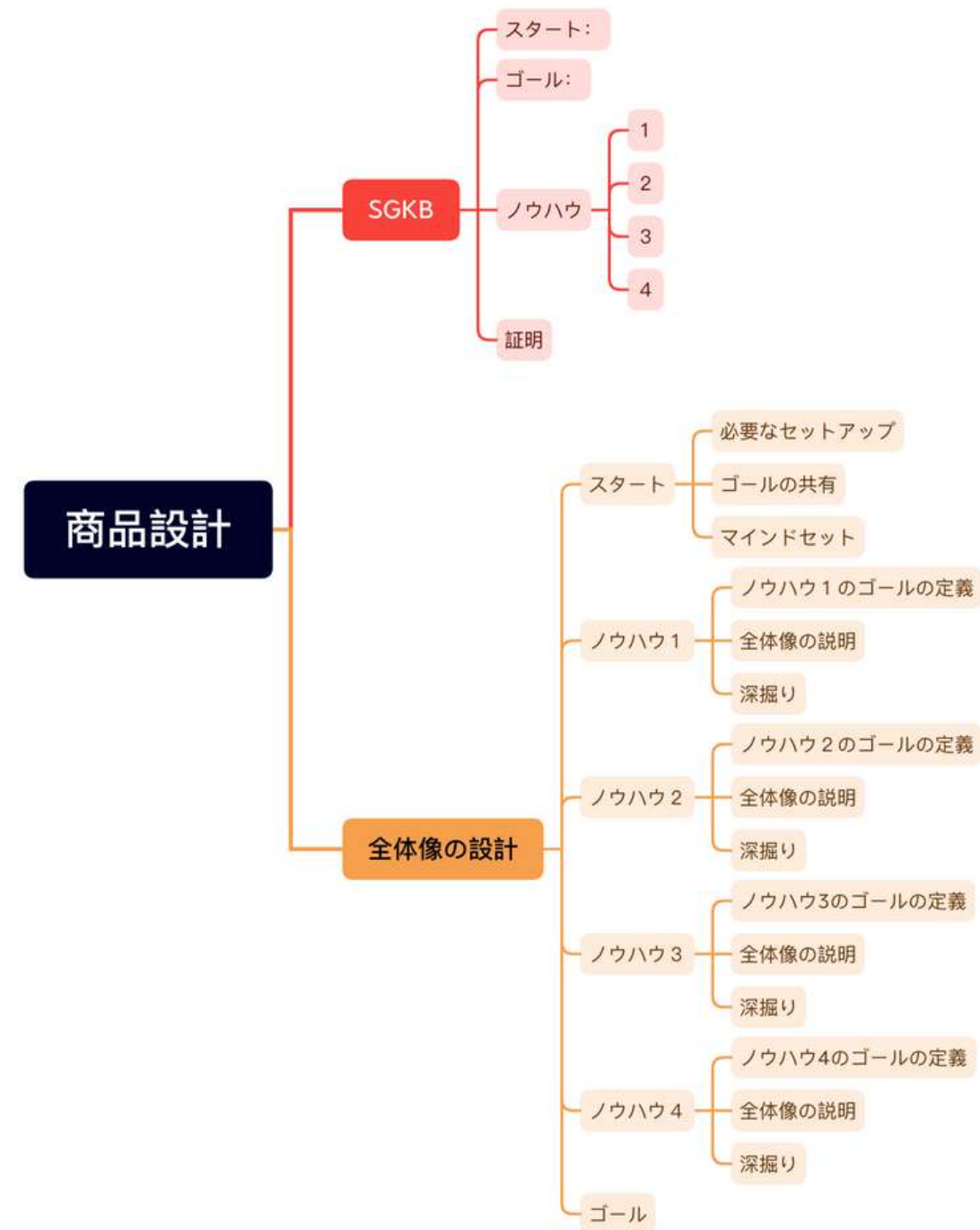
①□⑥の要素を再確認する

全体像の設計方法

マインドマップを活用して全体像を設計する



X-mind(エックスマインド)



高単価商品で最も重要なのは

個別サポート

最後まで、ありがとうございました！