

1、クライアントとしての心構えと覚悟

これからコンサルを受けたりセミナーを受けたりする時に意識すること！

「時間に対して、本気になる！真剣になる！クライアントとして受講しない！」

【昨日あった実歩さんの事件について】

今行っているコンサルの受講生が30分間質問もなく、ただ受講しているだけという姿勢に怒りを感じた。

一方で、あるイベントで20代の人たちと会う機会があった時に、皆休憩時間に行列ができるくらい実歩さんに質問してきた。そこにいた人たちは、「意志」と「真剣度」が違った。

このビジネスコンサルも、ただ受講権利があるから受けるんじゃなくて、きちんと目的意識を持ち、クライアントとして受け身で受けないことが大切。

→怒りは、価値観に気が付くきっかけになる。

実歩さんは、「時間を大切にしない人、時間に対する真剣さがない人はイヤ！」という価値観を持っている。

【文章力アップのコツについて】

頭で考えたこと→書く よりも、 **頭で考えたこと→話す**
方が、より書きやすい。

情報は鮮度が一番！

インプットしたら、できるだけ早くアウトプット。聞くのが上手な人を作っておいて、その人に言うのが一番！その環境を作っておく。

本を読むときも、要点、学びたいことを先に考えてから読む。

もしくは本を読んで、それをアウトプットする人を決めておく。

2、情報発信に関するミニセミナーを聞き、モデリングしてみよう！

この内容は、実歩さんが行けなくて、専属のライターの方に頼んで行ってもらったセミナーの一部。

このように、行きたくても行けないものは誰かに頼んで行ってもらうという方法もあり。(ブレイクスルーのラインの中で、そんなやり取り合ってもいいですね、と実歩さんよりアドバイス頂きました。例えば、こんなセミナーがあるから一緒に行ってみよう！というお誘いとかも。誰かと行くと、すぐにアウトプットできるのでより理解しやすい。)

※このセミナーの内容とともに、そのセミナーの打ち出し方から、情報発信の方法を実歩さんに解説して頂きました。セミナーの内容の下に、そのセミナー内容を見ての、実歩さんの解説を書いています。

①【誰でもインターネットで情報発信が必要な時代。情報発信者には、2種類いる】

- 1、**ライトサイド発信者**→印象に残り、望んだリアクションをしてもらえる発信者。
- 2、**ダークサイド発信者**→忘れられた情報発信者(埋もれている)

実歩さん解説

そもそも、ライトサイド発信者とか、ダークサイド発信者という言葉はない。セミナー主催者が、自分で名前をつけて定義づけしているだけ。

印象に残るためには、言葉を作る。コツとしては、2種類に分けます！と言うと、自分はどっちだろう??と受講者は考える。

⇒じゃあ、これを自分のビジネスに置き換えてみたら？ = **これがモデリング!**

例) 福井さん アトピー専門のお片付け代行をされています。

福井さんのビジネスを、上のものにそのまま当てはめて考えてみる。

1、ライトハウス

お子さんのアトピーを治せるおうち。

2、ダークハウス

お子さんのアトピーを悪化させるおうち。

コツは、短い言葉でキャッチーなものを考えること。

説明の流れとしては、

この2つの家があるのに、ダークハウスを続けるお家があるんです。

3つの事をするだけで、ダークハウスが、ライトハウスになるんです！

と持っていく。

(この数字は、3つとか、7つとかが相手に刺さりやすい)

こんな感じで、誰かのセミナーや告知文を見る時は、自分だったらどうなるだろう？という視点で見ると、抽象度を上げて、なぜこうなるのかと考えてから、自分に落とし込む。それが本物のモデリング。そのままパクッたら意味がない。

②【ライトサイド発信者になるには？】

- 1、ペルソナが明確
- 2、世界観のビジュアル演出
- 3、価値観の発信(共感を生む)
- 4、インパクト (クリックさせるキャッチコピーを生む)
- 5、価値提供の情報発信

1、ペルソナなしに、文章は書けない。

- ・ペルソナが望む情報を手に入れるために、何が必要だと思っているか？
言語化する。

実歩さん解説

この言語化は、例えば、

「こんな未来を手に入れたいですね、じゃあこれをこうしたら、
こうなりますよ！」とすること。

これをこうしたら、の部分は、上のように5つのポイントとしたら
分かりやすい。

・相手が必要としているものに対して、自分のベネフィットを繋げて、キャッチコピー(タイトル)にする。

2、世界観のビジュアル演出

- ・イメージ(写真)で落選したら、文章すら読まれない。

自分の世界観を魅せるために、何を見せるより、**何を見せないかを決める**

実歩さんからの具体例) キッチンが汚い食アドバイザー

実歩さんが見たある方の投稿。食に関する仕事をしているのに、写真の背景に段ボールが積みあがったぐちゃぐちゃのキッチンが…この時点で、こんなキッチンの人に食の事教えて欲しくないと思う。

実歩さんも、投稿の内容、写真ともにすごくこだわっている。

自分がやっていることの一貫性を出すこと。

写真なら、何回も撮りなおして、明るく調整している。

セミナーの写真を撮る時も、実歩さんのペルソナは

「明るい未来に向けて頑張りたい女性」なので、

暗い感じの写真は掲載しない。

5、価値提供の情報発信

最強の情報発信とは!?

学び ⇒ 実践 ⇒ 結果 ⇒ 情報発信

「情報発信は自己成長と共にある」

学びをやめず、続けていくほど、教えられること、情報発信できることも増えていく。

女性がささりやすいのは、ポジティブテイスト。

「私が実践していて良かったので、あなたも試してみてね」

男性がささりやすいのは、挑発的テイスト。

「まだそのやり方やってるの？」

「いるまでそれやってるの？」

皆さんのFBの投稿を見てのアドバイス

1、最初に読者さんに言いたいことをキャッチコピーで作る。

ペルソナがどんな言葉ならささるだろうと考える。

2、ポイントを3つ、とか7つにする。

3、読んで何をしてもらいたいかわからない。コメント欄からクリックしてもらおうとか、

インスタフォローしてとか、何か入れる。

他の人の投稿を見て、良いキャッチコピーをモデリングしてみる！

※実歩さんの、インスタグラマーちひろさんに関する投稿、参考に見てみて下さい！



↑ 早速改善された福井さんと東さんの投稿

**情報発信で人を集めたいなら、
記事、写真一枚にめちゃくちゃ気を遣おう！**

実歩さんのご友人の、女性経営者の方は成功されている今も、何百万のコンサルをつけられて、日々学んでいる。常にアンテナを張っていて、情報の量もすごい。あなたの投稿は、そんな人たちと同じフィールドにあることを忘れない。一回目立つと後は楽。生半可な気持ちなら、絶対無理。

3、実歩さんの起業時のエピソード、公開コンサル

【実歩さん起業時のエピソード】

実歩さんが会社員をしながら、副業を始めた時、いつも週2回一緒に合コン行っていた友人たちに、もう行かないと伝え距離を置いた。友人たちから白い目で見られることもあったけど、自分のやることに専念した。

「3ヶ月集中してやったら、世界が変わる！」

絶対集中的にやったほうがいい。

【公開コンサル マツミホさん】

・今、二つ別のセミナーと勉強会の予定があって、どちらを優先すべきか？

⇒先にあるセミナーに集中しよう！

・マツミホさんのペルソナは？

今の状況がイヤだと思って悩んでいる人。

・他の人ではなく、マツミホさんのところに来る理由は？

自分がどん底から這い上がる経験したから。

⇒マイナスからプラスの経験は使いやすい。

変化する時必要なこと、その時私ができることをしっかり打ち出す。

【公開コンサル 武智】

・クロージングの時、「値段が高い」と言われて成約につながらないケースが多い。

⇒クライアントさんが、その未来を描けていない。

クライアントさんは、最高の状態か、最悪の状態しか考えない。

それは、快楽を求めることか、不快を避けることか。

そして、「不快を避けること」を先に選びやすい。

なので、今のままでいいの？というところをはっきりイメージさせる。

「25万払えないのは、私のサービスに対して払えないことが問題じゃなくて、

あなたのこれから変わる未来に25万円払えないことが問題。

あなたの未来はそんなに安いのか？あなたの未来の人生は25万円以下ですか？」

【公開コンサル 早織さん】

美味しいごはんの上映会の集客について。

10人～20人の席を枠を作る。その席を割引きにする。

1人ずつより、その方が早い。

既に、4回高松で上映会しているので、そこに来てくれた人を再度呼び込む。

その人たちには、

「今度はちこさんが来る」「2、3回見ることでより内容が分かる」

ことを伝え、人を連れて来てもらう。

その人たちにお客さんではなく、メッセージャーとして来てもらう。

【公開コンサル さやかさん】

これからやるべきことが決まった。でも、子供もいるし、主人もいるし…

やるべきことは、「言い訳しないこと」だけ。

子供が…と言っている時点で、もう負けてる。

何も邪魔が入らない状況なんてない。誰しも、何かを抱えている。

それでもできるかどうかは、「覚悟決めるだけ」

何かに取り組むときに、「楽しいかどうか、自分がワクワクするかどうか」

の感情を優先するんじゃなくて、自分がやりたいかどうかを優先させる。

感情は変わるもの。依存しない。

どう自分の未来を実現させていくかを決める。