クリスマスウェビナー特典プレゼント

- この特典について
  - リサーチのステップをやっていった先にどうすればいいのか？
    これを解説します
  - ウェビナーを実践してもらえれば
    - あなたの取り組むジャンル・ポジションにいる"3人の競合"が見つかっているはずです
    - そして3人の競合の
      - 発信コンセプト
        - スタート
        - ゴール
        - 手段
      - 商品コンセプト
        - スタート
        - ゴール
        - 手段
      - 強み
      - 弱み
      - 販売導線
    - を書き出していると思います
    - 今回使うのは上記の赤い枠の部分
    - 販売導線は効果的なマーケティング動線としてトレース（真似）する参考にしましょう
  - 「売れる商品の絶対創造の種」と「需要を見つけるニーズ発見術」 を話していきますがこの違いは
    - 初者 — 商品に関して
    - 後者
      - 商品含む情報発信全体に対して
      - あなたのビジネス全体
    - です。
    - ぜひ読み進めていってください。
- ●売れる商品の絶対創造の種
  - この"種"とはどういう意味か？ — 商品需要の根本
  - そのためには競合リサーチの必要があるためやってもらった
  - 1.調べた競合の「商品コンセプト」を書き出す
    - ①もしあなたがTwitterを使って収益をあげたい例
      - 競合1
        - スタート（誰の悩み？） — 毎日Twitterを運用していても稼げなくて不安
        - ゴール（どんな輝く未来？） — Twitterで収益をあげてストレスなく月10万稼げている
        - 手段（スタートからゴールに行く方法は？） — Twitterの低価格自動化コンテンツビジネス
        - 価格 — 980円
        - 口コミ
          - 良い評価ばかりだった
          - 悪い評価は1つ
        - 商品の強み — 動画コンテンツと文章コンテンツでできている
        - 商品の弱み
          - ロコミの悪い評価のところに具体的ではないと書いてあった
          - 具体的じゃない可能性あり — 少し抽象度高い？
      - 競合2
        - スタート（誰の悩み？） — 時間がない中、収益を上げていきたいけどTwitter運用が大変
        - ゴール（どんな輝く未来？） — 時間をかけずとも利益が月5万あがり、家族との時間もある
        - 手段（スタートからゴールに行く方法は？） — リプなし、朝内容いらないのTwitterでお金を生み出す方法
        - 価格 — 1万円
        - 口コミ
          - Twitter上に口コミがあった
          - 良いものばかりで不満が分からなかった
        - 商品の強み
          - Brainで販売していない
          - 実践者の口コミが多数ある
        - 商品の弱み — 内容にしては高いかも
      - 競合3
        - スタート（誰の悩み？） — できるだけ労力をかけたくない...でも稼ぎたい、ラクしたいけどできないのかな
        - ゴール（どんな輝く未来？） — 楽にこさげって稼げている
        - 手段（スタートからゴールに行く方法は？） — 好きな時にサボってビジネスで稼ぐ方法
        - 価格 — 4980円
        - 口コミ — 見出たらなかった
        - 商品の強み — ロードマップ形式で実践できる
        - 商品の弱み — 実践型だが質問できる環境がない
    - ②僕が君リサーチした例
      - 競合1
        - スタート（誰の悩み？） — 1ヶ月2ヶ月をかけてローンチしたけど全く商品が売れずこの先何をしたらいいのか分からない
        - ゴール（どんな輝く未来？） — 無駄な準備の時間を使わずに商品を販売したら売れている状態を作る
        - 手段（スタートからゴールに行く方法は？） — Twitterとプロダクトローンチ
        - 価格 — 1万ぐらい
        - 口コミ — あったけど当たり障りのない形
        - 商品の強み — 経営者であり実績がもうすでにある
          - 月数千万
          - WEBマーク会社経営
        - 商品の弱み — 文章のみ
      - 競合2
        - スタート（誰の悩み？） — 面倒な無料プレゼントとかを作らずに稼ぎたい
        - ゴール（どんな輝く未来？） — 無料プレゼントを作らなくてもローンチして収益を上げられる
        - 手段（スタートからゴールに行く方法は？） — Twitterで無料プレゼントを作らないローンチ
        - 価格 — 4800円
        - 口コミ — あり
        - 商品の強み — 実績者のモニターあり
        - 商品の弱み — DMMは使っていない
      - 競合1
        - スタート（誰の悩み？） — 実績もないままアフィリエイトで小銭を稼いでいる
        - ゴール（どんな輝く未来？） — アフィリで大きくローンチしてゼロイチ突破する方法
        - 手段（スタートからゴールに行く方法は？） — ローンチとアフィリエイトを組み合わせた方法
        - 価格 — 100円
        - 口コミ
          - ロコミ数多め
          - 悪いポイント特になし
        - 商品の強み
          - 有名発信者とのコラボ商品
          - 低価格
          - チャットサポートあり
        - 商品の弱み — ボリュームが多すぎて離脱する可能性あり
  - 2.1で書き出した商品コンセプトや強み弱みから不安・不満を書き出す
    - ①
      - 抽象的で具体的なのが欠けている
      - 自動化できない人もいる（めんどくさくて）
      - 質問できる環境がない
    - ②
      - DMMを使っていない
      - ボリューム多すぎ
      - Twitterとローンチしか情っていない
  - 3.2であげた不安・不満の真逆を考えてみると"種"が見つかる
    - ①
      - 具体性あるステップ形式が良い？
      - 自動化しない労働型
      - 質問サポートつける
    - ②
      - DMMを使った形
        - 公式LINE
        - メルマガ
      - ボリュームを少なくしてコンパクトに
      - Twitterとローンチ以外にも言えることは？
        - 公式LINE
        - Instagram
        - YouTube
      - ちなみに僕がここで出した商品は『Twitterと公式LINEを組み合わせたローンチ戦略』
- ●需要を見つけるニーズ発見術
  - 競合優位性を見つける
    - 上記（●）で商品をリサーチしたと思うので「発信コンセプト」でも競合を比較しよう — 比較要素
      - コンセプト
        - スタート
        - ゴール
        - 手段
      - 情報発信媒体
        - 数
        - 質
      - フォロワー数やリスト数と濃さ — 濃さ推測
        - リスト内でやり取りがされている様子があれば濃い可能性高い
        - リスト内で回遊できるようにコンテンツが置かれてあると濃い可能性高い
      - 商品は？
        - 調べた商品コンセプト
        - 調べた強弱や内容
      - 総合した強み・弱みは？
    - 比較要素は当たり外れはないのでまず書き出してみることです
    - そして競合の強みと弱みと自分の強みを総合して考える
  - 競合優位性（＝勝てるポイント。あなたしか言えない強み）を見つける方法
    - 1.手段で差別化できるか？
    - 2.ゴール（ベネフィット）で差別化できるか？
    - 3.ニーズ（悩み・欲求）で差別化できるか？
      - ●顧客が持つライバルの商品・サービスの不満で差別化できるか？
      - ●ライバルの商品やサービスは本当のニーズを満たせているか？
      - ●新しい価値提供でニーズを満たせるか？
    - 4.業界や販売場所の価格設定は適正か？（フロント・ミドル・バック）
      - 業界 — 例えばビジネス系、恋愛系で都場が違う
      - 販売場所
        - Brain
        - note
        - インフォトップ
        - Udemy
        - などで相場が違う
  - あなたの競合優位性は何？
    - 競合の商品・サービスを並べながら自分の言葉であなたの商品・サービスの魅力を
      他人に話した時に、その人に自分の商品を買いたいと言わせられるか？
    - 自の前にお客さんがいると思って強り言でも良いので自分自身・自分の商品サービスが選ばれる理由を自分で語れたら最高
- 最後に
  - ここまでみたあなたはやる気が関連いなくあります
  - 地道、学んで行動した人が勝ちます — 学びへの投資や具体的に実践していくことを今後も忘れないでください
  - また特別企画開催します！