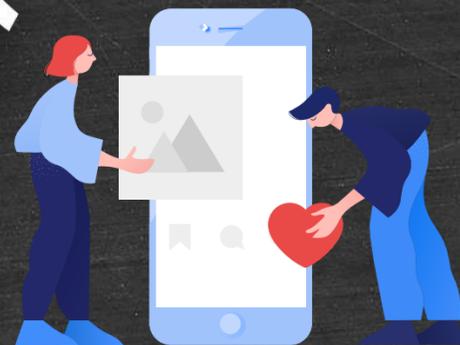




②コンテンツネタがない

- いいね ↑
- 拡散

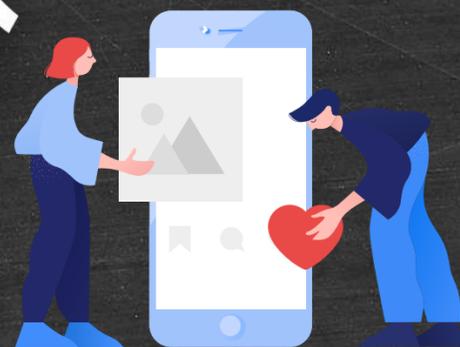


Xでたくさんさんのいいねや
拡散されている投稿



②コンテンツツネタがない

- いいね ↑
- 拡散
- 伸びてる企画

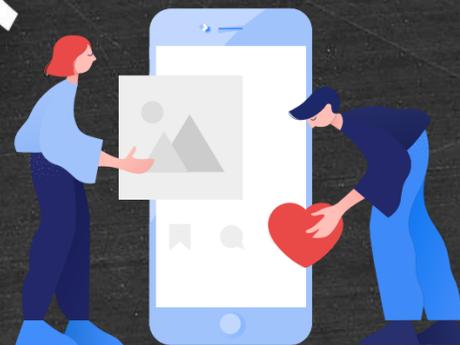


伸びている企画や



②コンテンツツネタがない

- いいね ↑
- 拡散
- 伸びてる企画
- 売れている商品

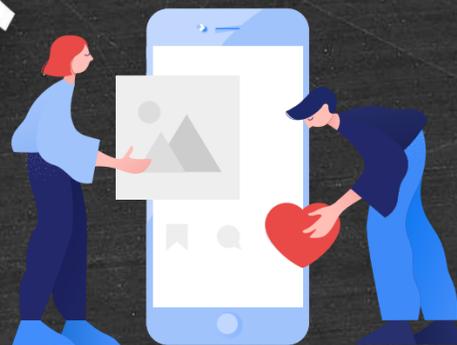


伸びている企画や
売れている商品を参考にします



②コンテンツネタがない

- いいね ↑
- 拡散
- 伸びてる企画
- 売れている商品

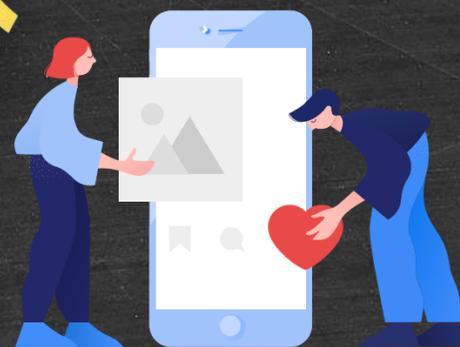


というのは



②コンテンツネットがない

- **いいね ↑**
- **拡散**
- **伸びてる企画**
- **売れている商品**

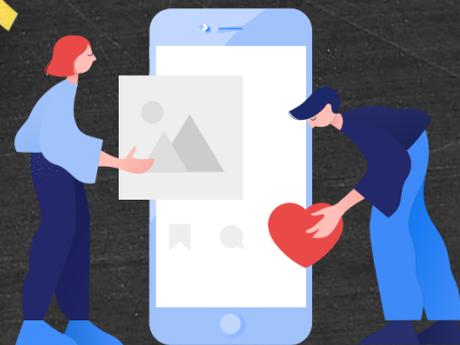


たくさんさんの反応がある



②コンテンツツネタがない

- **いいね ↑**
- **拡散**
- **伸びてる企画**
- **売れている商品**

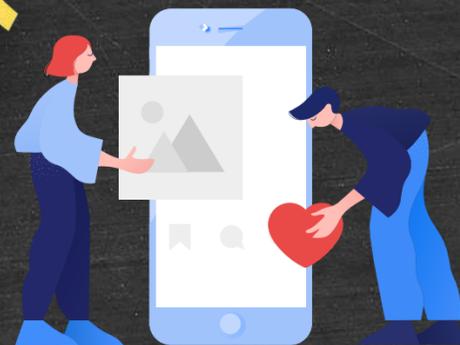


たくさんの方の反応がある
伸びている



②コンテンツネタがない

- いいね ↑
- 拡散
- 伸びてる企画
- 売れている商品

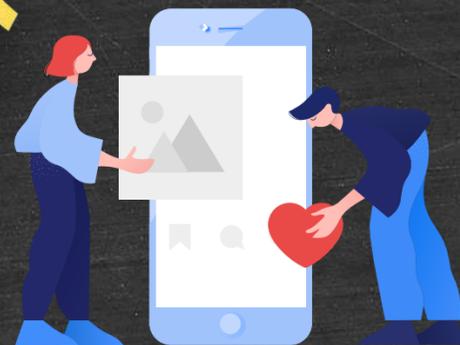


売れていると聞いたものは



②コンテンツツネタがない

- いいね ↑
- 拡散
- 伸びてる企画
- 売れている商品



X

売れているとといったものは
みなに興味関心を持つと判断できるからです



②コンテンツネタがない

- いいね ↑
- 拡散
- 伸びてる企画 >>>
- 売れている商品



なので、その内容をトレースして



②コンテンツツネタがない

- いいね ↑
- 拡散
- 伸びてる企画
- 売れている商品



なので、その内容をトレースして
自分の投稿を作ってくださいね



②コンテンツネタがない



具体的なXでのリサーチ方法は



②コンテンツネタがない



1. 競合の発信者を探す



②コンテンツネタがない



1.競合の発信者を探す

2.いいねやりポストが多い投稿・企画を見つける



②コンテンツネタがない



1.競合の発信者を探す

2.いいねやりポストが多い投稿・企画を見つける

3.売れている商品・サービスを発見する



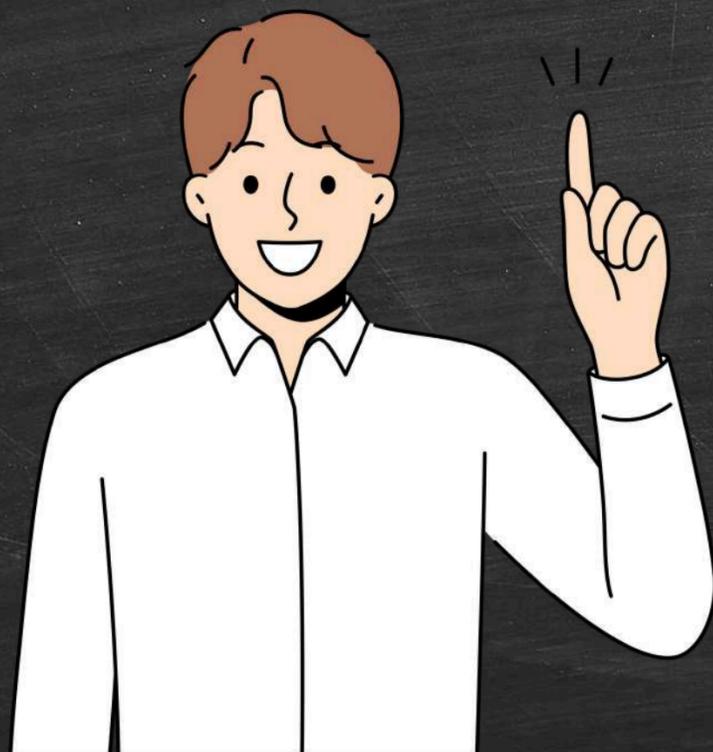
②コンテンツネタがない



1. 競合の発信者を探す
2. いいねやりポストが多い投稿・企画を見つける
3. 売れている商品・サービスを発見する
4. その中から自分だったら使えるネタを探す



②コンテンツネタがない



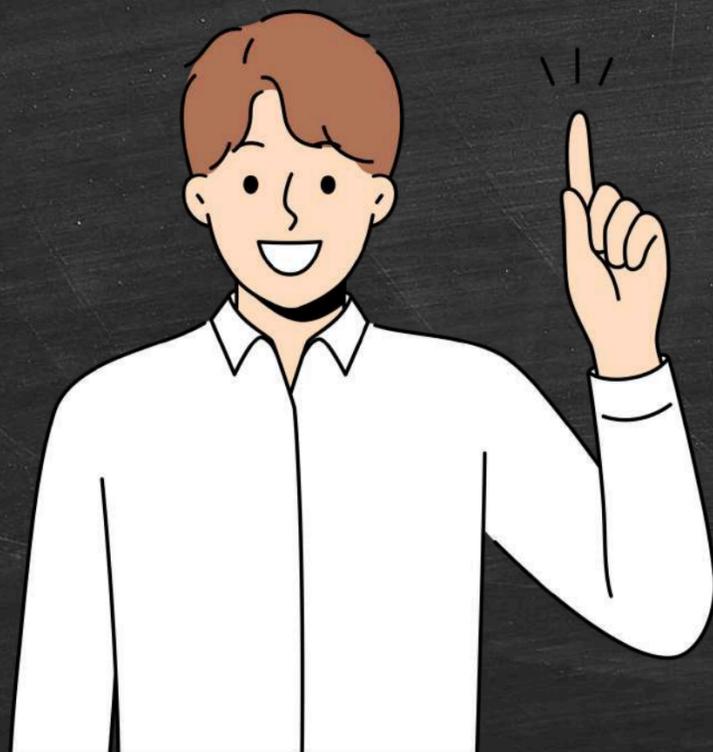
ネタ探し時のポイントとしては



②コンテンツネタがない



✓抽象的すぎる内容は避ける



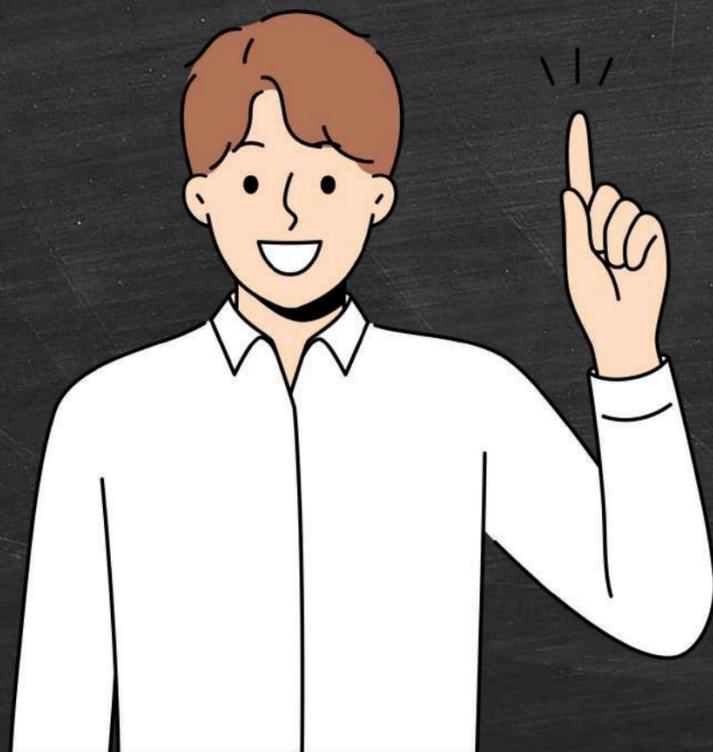
ネタ探し時のポイントとしては
余りにも抽象的すぎる内容は避けること



②コンテンツネタがない



✓抽象的すぎる内容は避ける



例えば



②コンテンツネタがない

抽象と具体の思考法

「抽象と具体の思考方法」
みたいな商品があったとしても



②コンテンツネタがない

抽象と具体の**思考法**

思考系の商品であるため



②コンテンツネタがない

抽象と具体の**思考法**

~~具体的~~

具体的な内容ではなく



②コンテンツネタがない

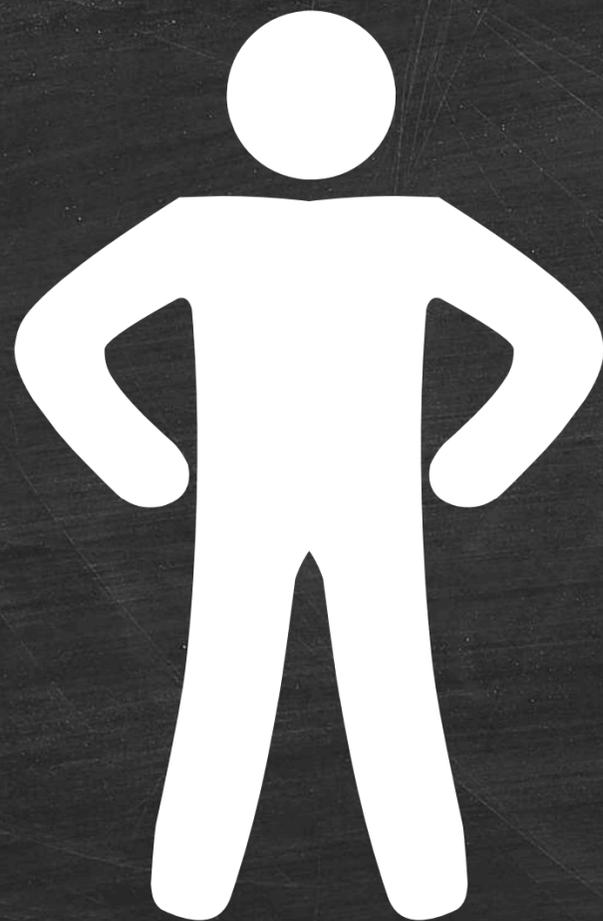
抽象と具体の**思考**法

~~具体的~~ 抽象度高め

具体的な内容ではなく
抽象度の高い内容と考えられます



②コンテンツネタがない



抽象度高め

**抽象度の高い内容は
「誰が」言うかが大事になってくるので**



②コンテンツネタがない

**認知度↓
何者でもない**

抽象度高め

**認知度が少ない
何者かになっていない状態で**



②コンテンツネタがない

認知度↓
何者でもない

抽象度高め

抽象度の高い内容を



②コンテンツネタがない

認知度↓
何者でもない

抽象度高め

抽象度の高い内容を
コンテンツ化したとしても





②コンテンツネタがない

認知

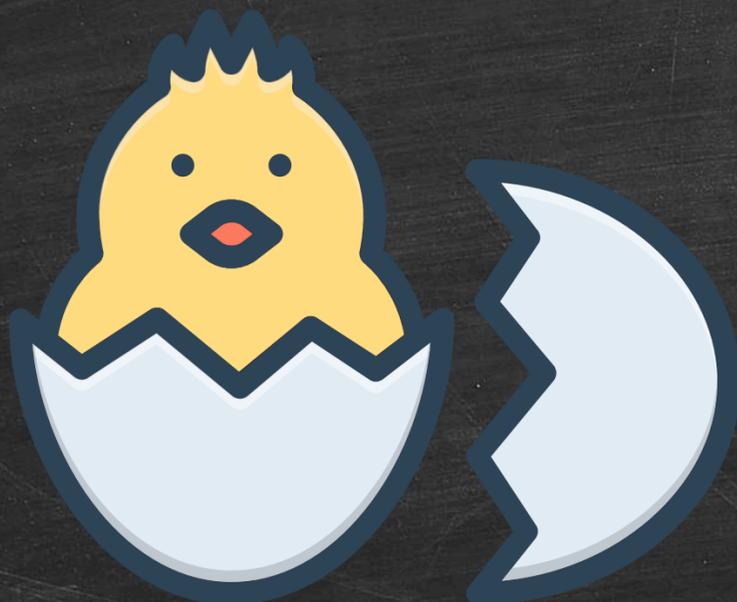
何者



反応が薄くなる傾向があります



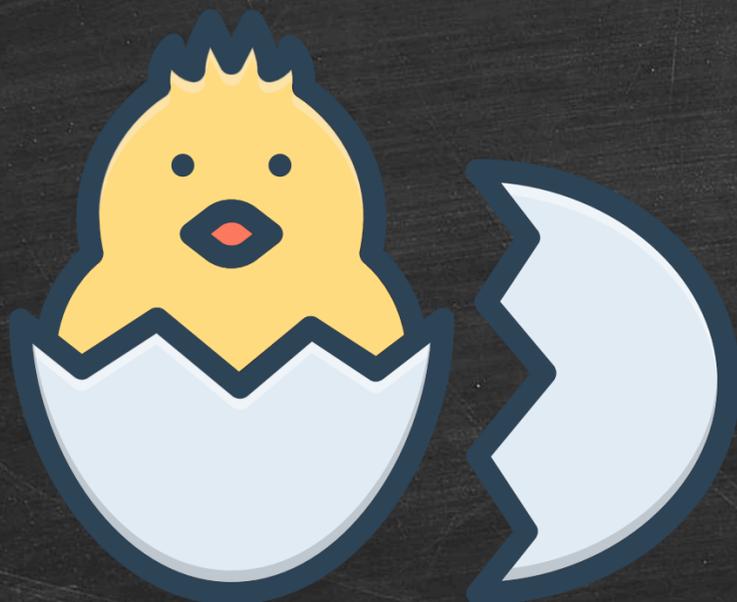
②コンテンツネタがない



そのため、初期の頃に
コンテンツ化するのなら



②コンテンツツネタがない

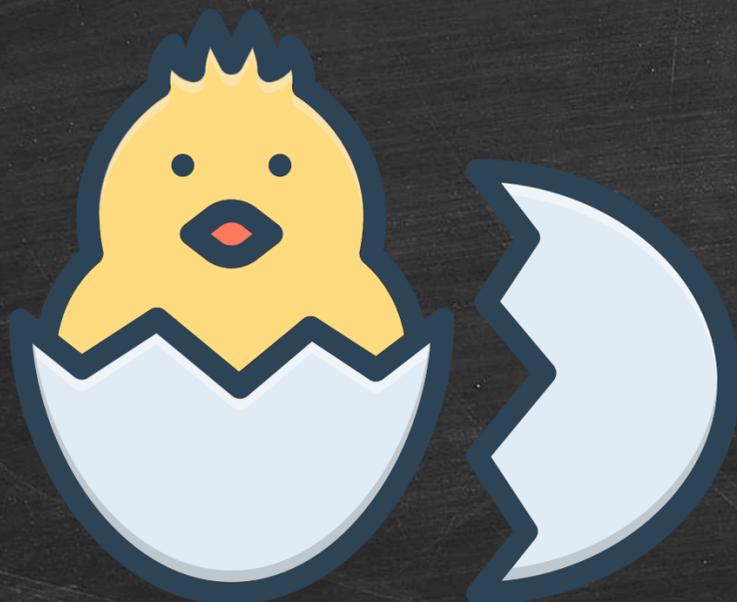


~~抽象的~~

リサーチしたとしても
抽象的すぎる内容を避けて



②コンテンツネタがない



抽象的



具体的

具体的な内容をトレースしていくのが理想的



②コンテンツネタがない



2つ目が「Instagramでリサーチ」する



②コンテンツネタがない



リサーチ先は1つにこだわらず



②コンテンツネタがない



リサーチ先は1つにこだわらず
他のSNS媒体でも



②コンテンツネタがない



お客さんが悩んでいる本質は変わらないので



②コンテンツネタがない



お客さんが悩んでいる本質は変わらないので
リサーチ可能となります



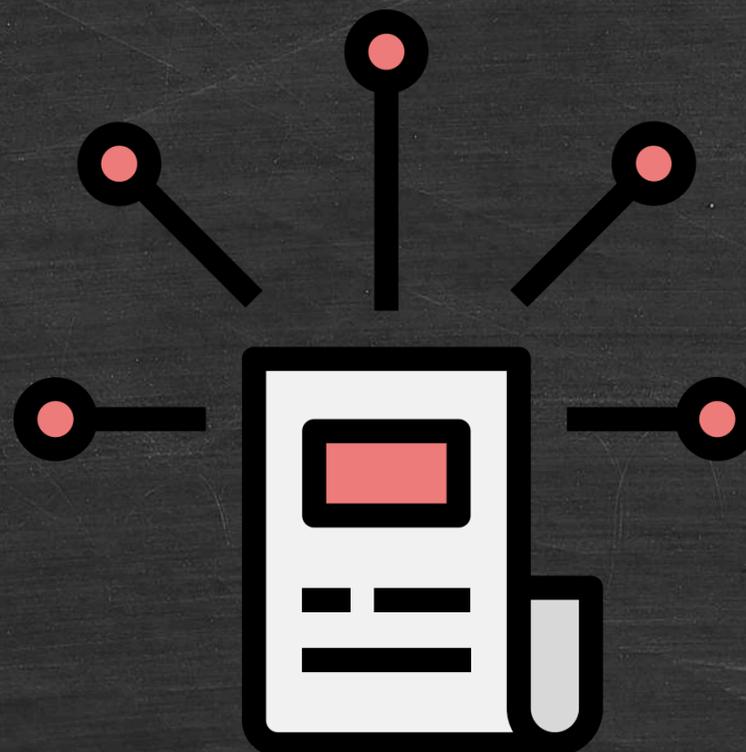
②コンテンツネタがない



いまInstagramでも
発信者が増えていきますからね



②コンテンツネタがない



昔よりもコンテンツ化するネタが
たくさん落ちていきます



②コンテンツツネタがない



リサーチ方法としては



②コンテンツネタがない



1. 検索欄に取り組みむジャンルのキーワードを入力



②コンテンツネタがない



1. 検索欄に取り組むジャンルのキーワードを入力
2. 投稿やアカウントが出てくる



②コンテンツネタがない



1. 検索欄に取り組むジャンルのキーワードを入力
2. 投稿やアカウントが出てくる
3. その中からネタ探しをする



②コンテンツツネ々がない



1. 検索欄に

2. 投稿やア

3. その中か



ドを入力

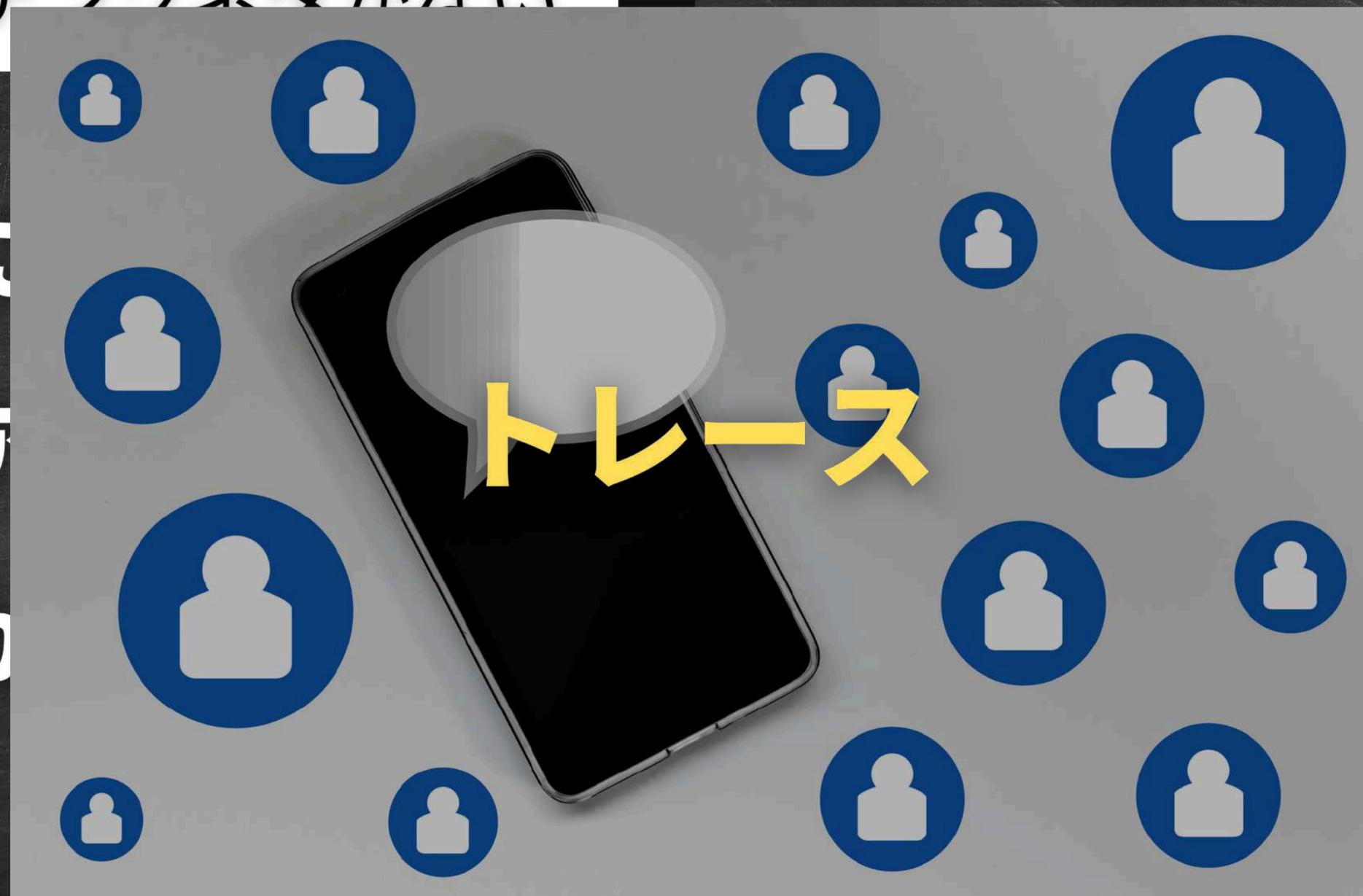
Xと同様でいいねが多い投稿を



②コンテンツツネタがない



1. 検索欄に
2. 投稿やア
3. その中か



ドを入力

Xと同様でいいねが多い投稿を
トレース先としましょう



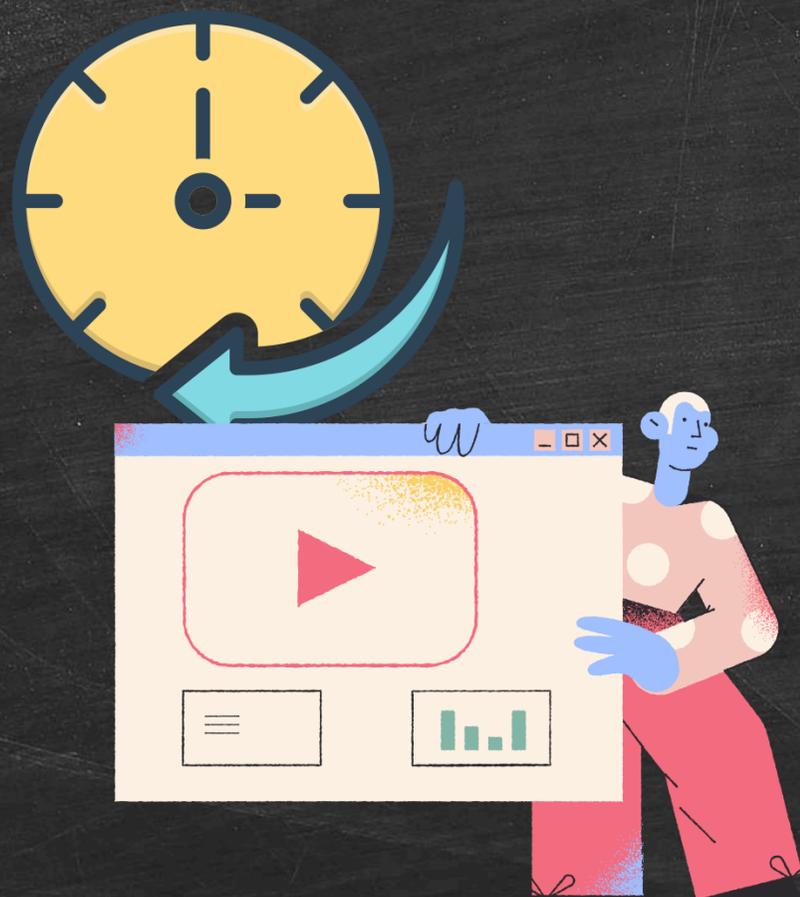
②コンテンツネタがない



3つ目が「YouTubeでリサーチ」する



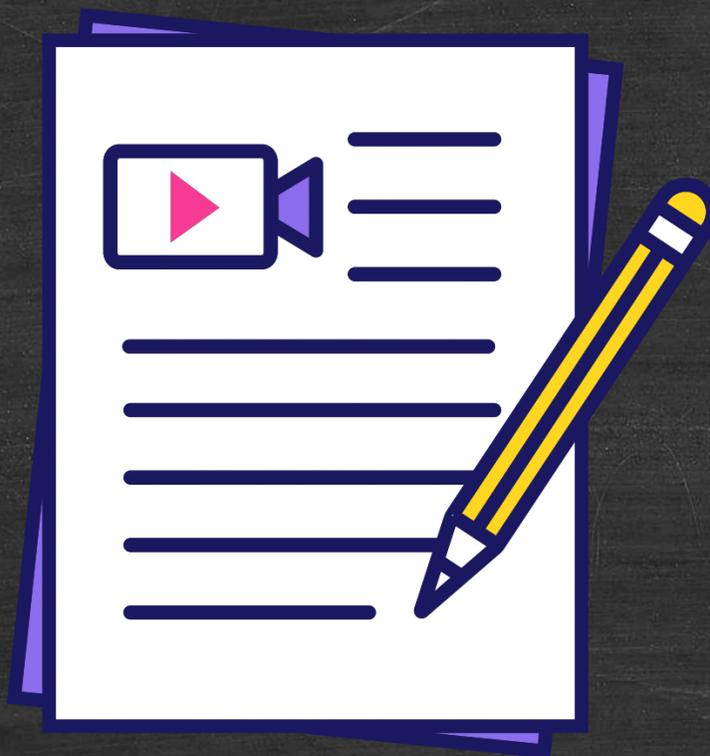
②コンテンツネタがない



昔と比べていまYouTubeにあるコンテンツは



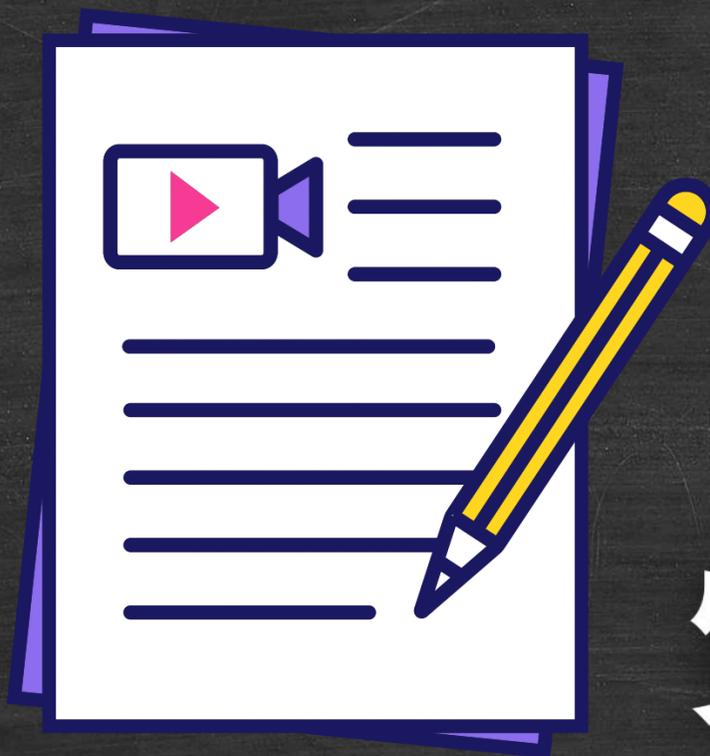
②コンテンツネタがない



台本を書いているケースが多く



②コンテンツネタがない

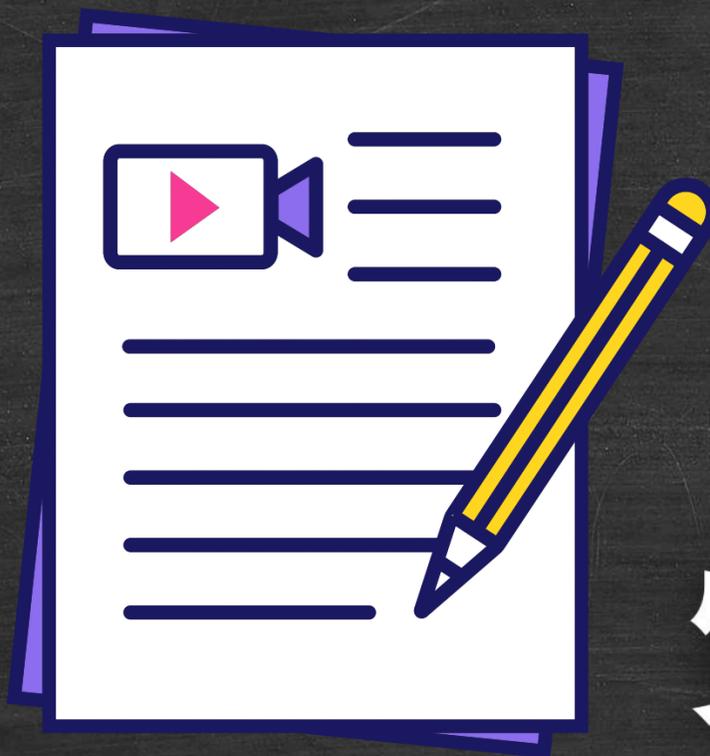


質が良い

台本を書いているケースが多く
質の良いことが多いですね



②コンテンツネタがない



質が良い



なので、めちゃめちゃ参考になります



②コンテンツネタがない



一方で、ただ流して話している動画は



②コンテンツネタがない



YouTubeコンテンツとして
力をいれていないケースが多いので



②コンテンツネタがない



トレース先には微妙ですね



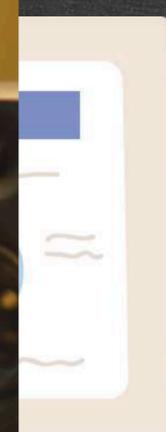
②コンテンツネタがない



ですから、力のかけ方として
きちんと図やスライドが出てたりで



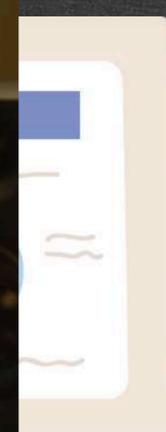
②コンテンツネタがない



編集されている動画こそ
参考になる内容なので



②コンテンツネタがない



トレース

そういったYouTube動画コンテンツが
トレースに良いとなりますね



②コンテンツネタがない



リサーチ方法は



②コンテンツネタがない



1. YouTube検索画面からキーワードで検索



②コンテンツネタがない



1. YouTube検索画面からキーワードで検索

2. 動画コンテンツが出てくる



②コンテンツネタがない



1. YouTube検索画面からキーワードで検索

2. 動画コンテンツが出てくる

3. その中からネタ探しをする



②コンテンツネタがない



4つ目が「本をリサーチ」する



②コンテンツネタがない



「え、意外なの来ました！」



②コンテンツネタがない



「え、意外なの来ました！」

と思ったかもしれませんが



② コンテンツが足りない

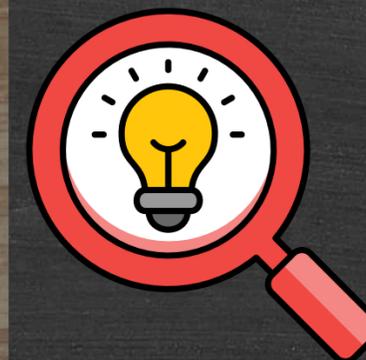


本はコンテンツ化するための
リサーチに役立ちます



② コンテンツが足りない

情報が詰め込まれた コンテンツ

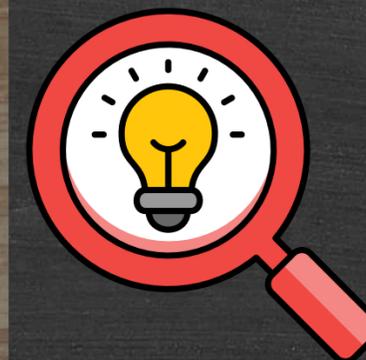


というのも、本も情報が詰め込まれた
コンテンツの1つだからです



② コンテンツが足りない

情報が詰め込まれた
コンテンツ



本の内容から
コンテンツ化することも余裕で可能です



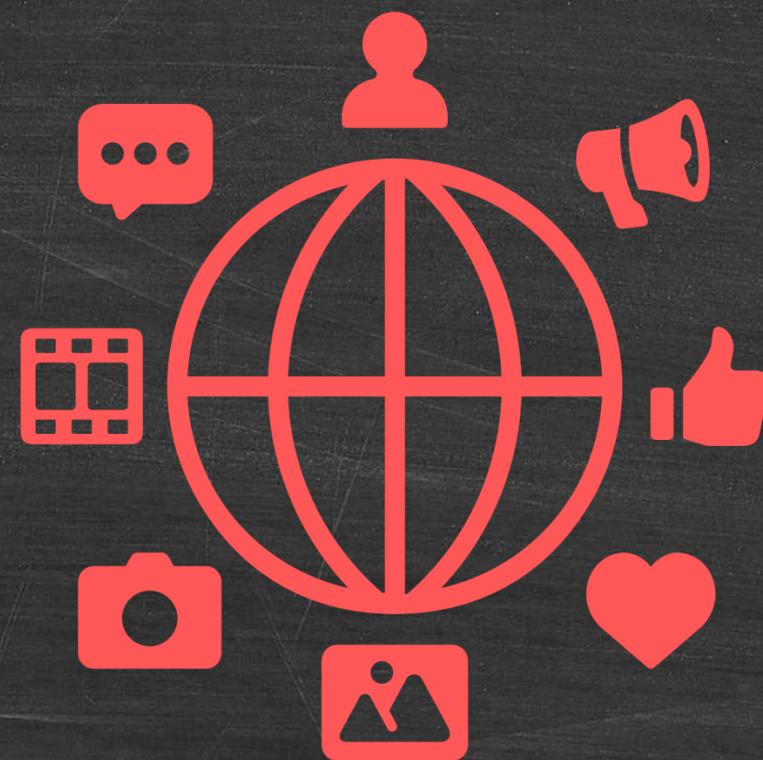
②コンテンツネタがない



今の時代
オフラインコンテンツから



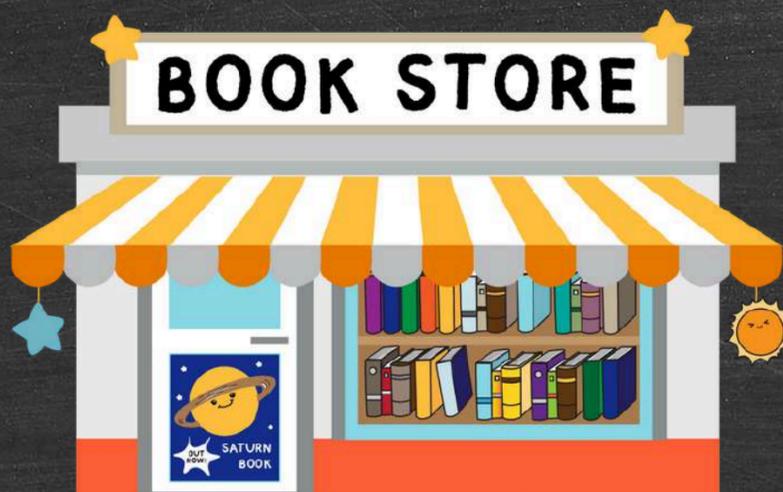
②コンテンツネタがない



目新しい情報を
持ってくるのもとても良いと考えますね



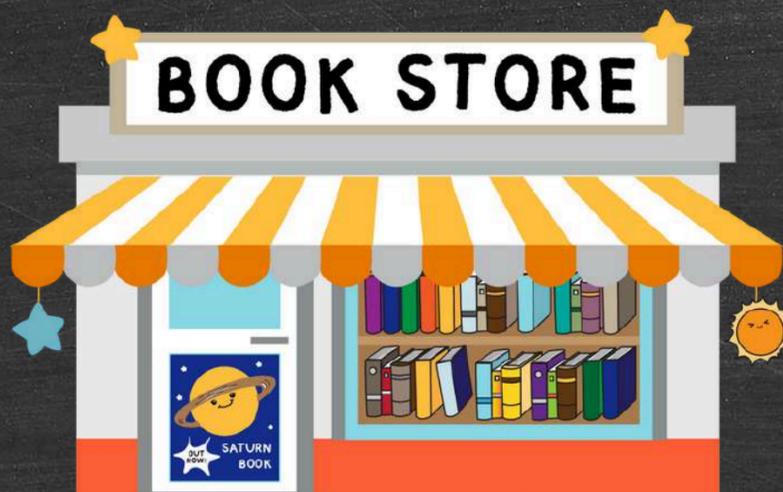
②コンテンツネタがない



本屋に立ち寄ったり



②コンテンツネタがない



本屋に立ち寄ったり
Amazonで購入してリサーチするの推奨です



②コンテンツネタがない

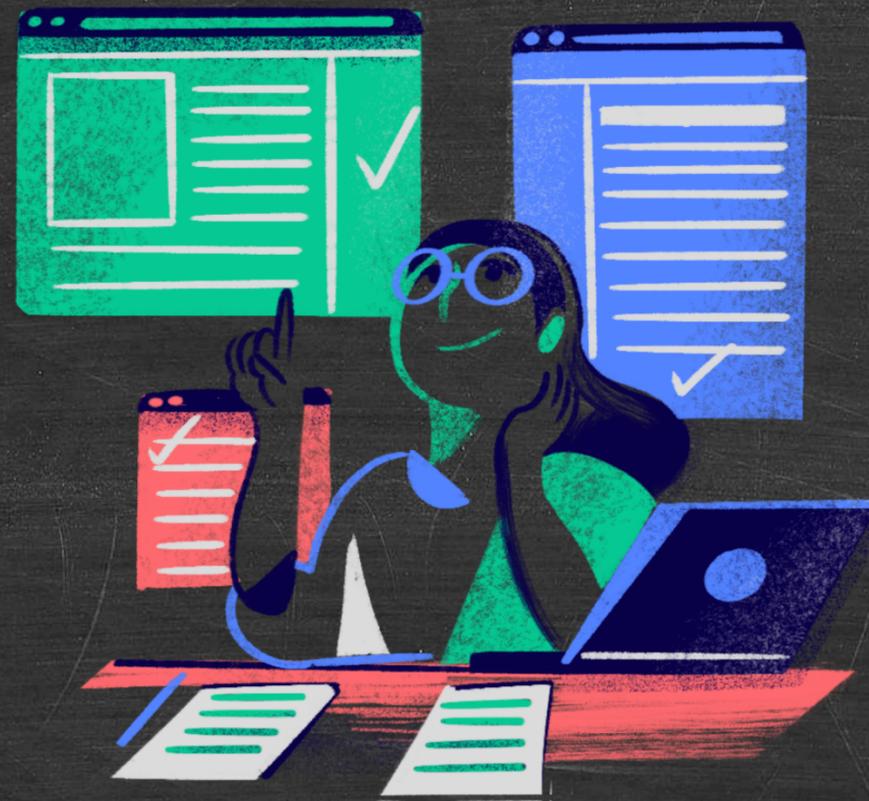
- **X**
- **Instagram**
- **YouTub**e
- **本**

ここまで紹介したパターンで
リサーチしていれば



②コンテンツネタがない

- **X**
- **Instagram**
- **YouTube**
- **本**



**コンテンツネタに困ることはない
と断言します**



②コンテンツネタがない

- X
- Instagram
- YouTube
- 本

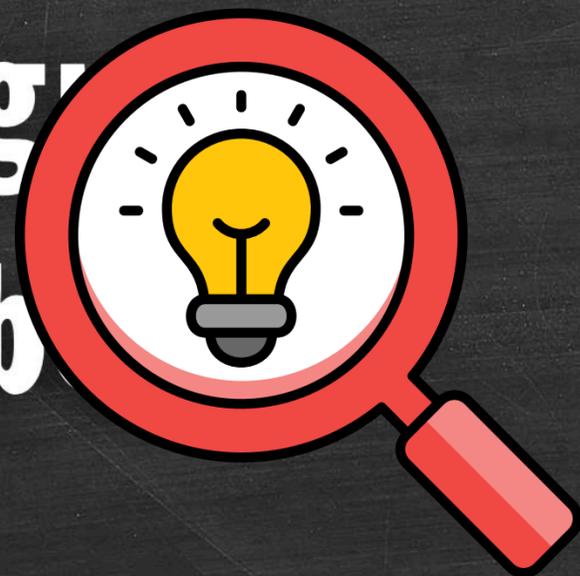


ただ、取り組むジャンルによっては
SNSの偏りが見られますので



②コンテンツネタがない

- X
- Instagram
- YouTube
- 本



偏りをSNS全体をリサーチして把握すれば
無限コンテンツ化しやすい



例えば

美容系であればInstagramにコンテンツが多い



X

ナンパ系であればXに多いなど



②コンテンツネタがない



取り組むジャンルにより偏りがありますね



②コンテンツネタがない

コンテンツネタがない 対策

ここまでが挫折する理由2つ目
『**コンテンツネタがない**』の対策でした



②コンテンツネタがない

今一度まとめると
コンテンツネタが枯れないためにも



②コンテンツネタがない



リサーチしましょうと





②コンテンツネタがない



複数パターンでリサーチ

その時にリサーチのパターンを
複数押さえておくのが重要です



②コンテンツネタがない

- X

1つ目が「Xでのリサーチ」



②コンテンツネタがない

- **X**
- **Instagram**

2つ目が「Instagramでのリサーチ」



②コンテンツネタがない

- **X**
- **Instagram**
- **YouTub**e

3つ目が「YouTubeでのリサーチ」



②コンテンツネタがない

- **X**
- **Instagram**
- **YouTUBE**
- **本**

4つ目が「本でのリサーチ」です



②コンテンツネタがない

- **X**
- **Instagram**
- **YouTUBE**
- **本**



是非コンテンツネタに困っている方は
やってみてください

挫折する原因③

コンテンツを出すのに
時間がかかりすぎる



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

③

挫折する理由3つ目は



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

**③コンテンツを出すのに
時間がかかりすぎる**

**『コンテンツを出すのに
時間がかかりすぎる』** です



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



ここで1つご質問があります



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

**「あなたは感覚で
コンテンツを作っていますか？」**





③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

**「あなたは感覚で
コンテンツを作っていますか？」**



もし質問の答えが



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

「はい」



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

「はい」

「もしかしたらそうかも」



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

「はい」

「もしかしたらそうかも」

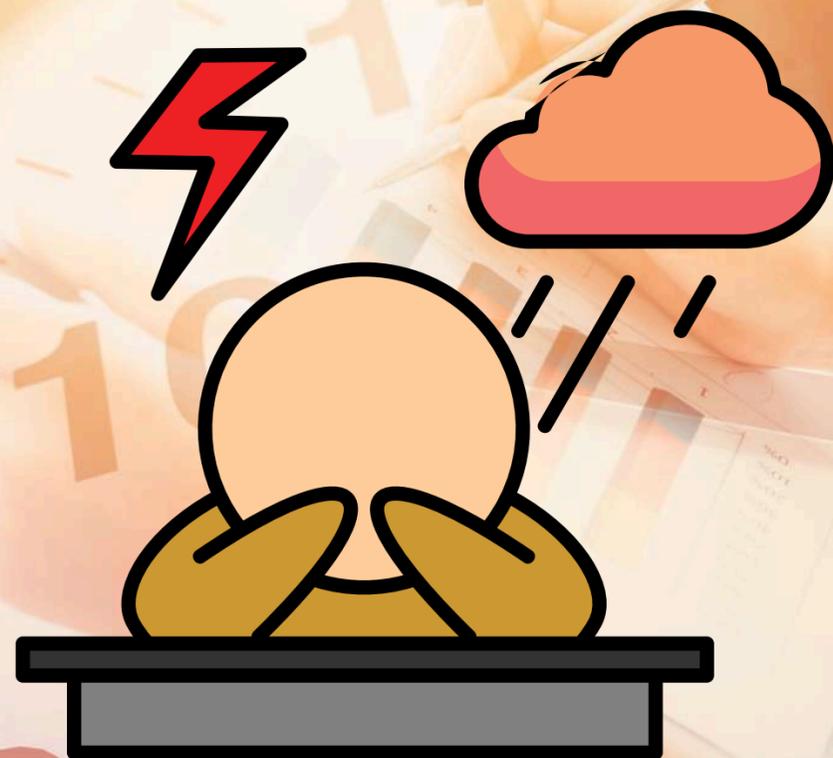
と出てきた方は



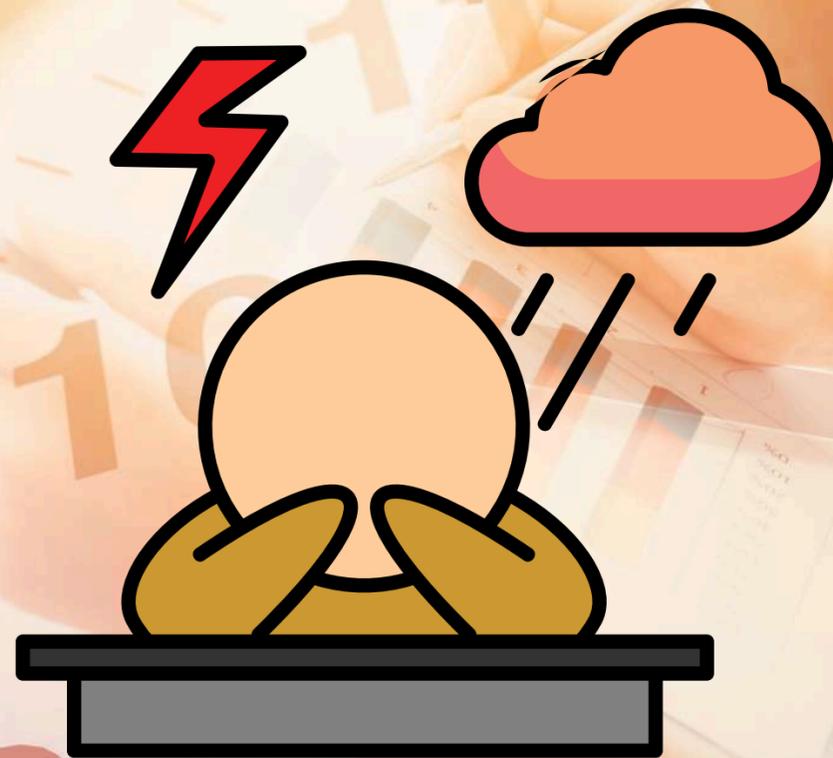
もしかしたらコンテンツ作成の時間が



もしかしたらコンテンツ作成の時間が
余計にかかっている可能性があります



最終的に挫折する場合があります



なぜかというと



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

**「かけた時間に対して
成果が思ったよりも少ない」**





③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

**「かけた時間に対して
成果が思ったよりも少ない」**



とって思ってしまうからです



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



**「かけた時間に対して
成果が思ったよりも少ない」**



そんな方に朗報があります

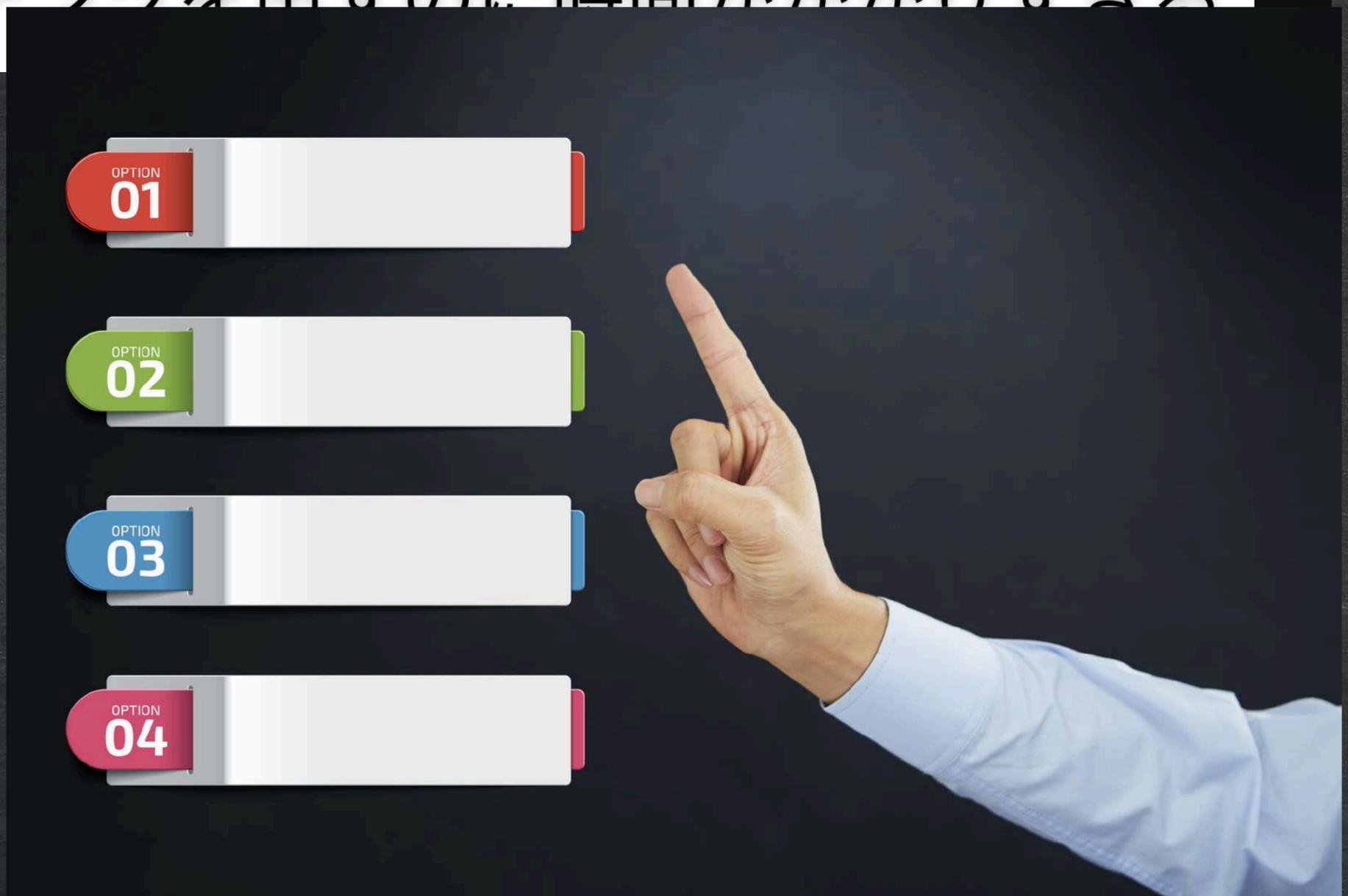


③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

実はですね



③ コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



コンテンツ作成には
コンテンツ作成の型があります



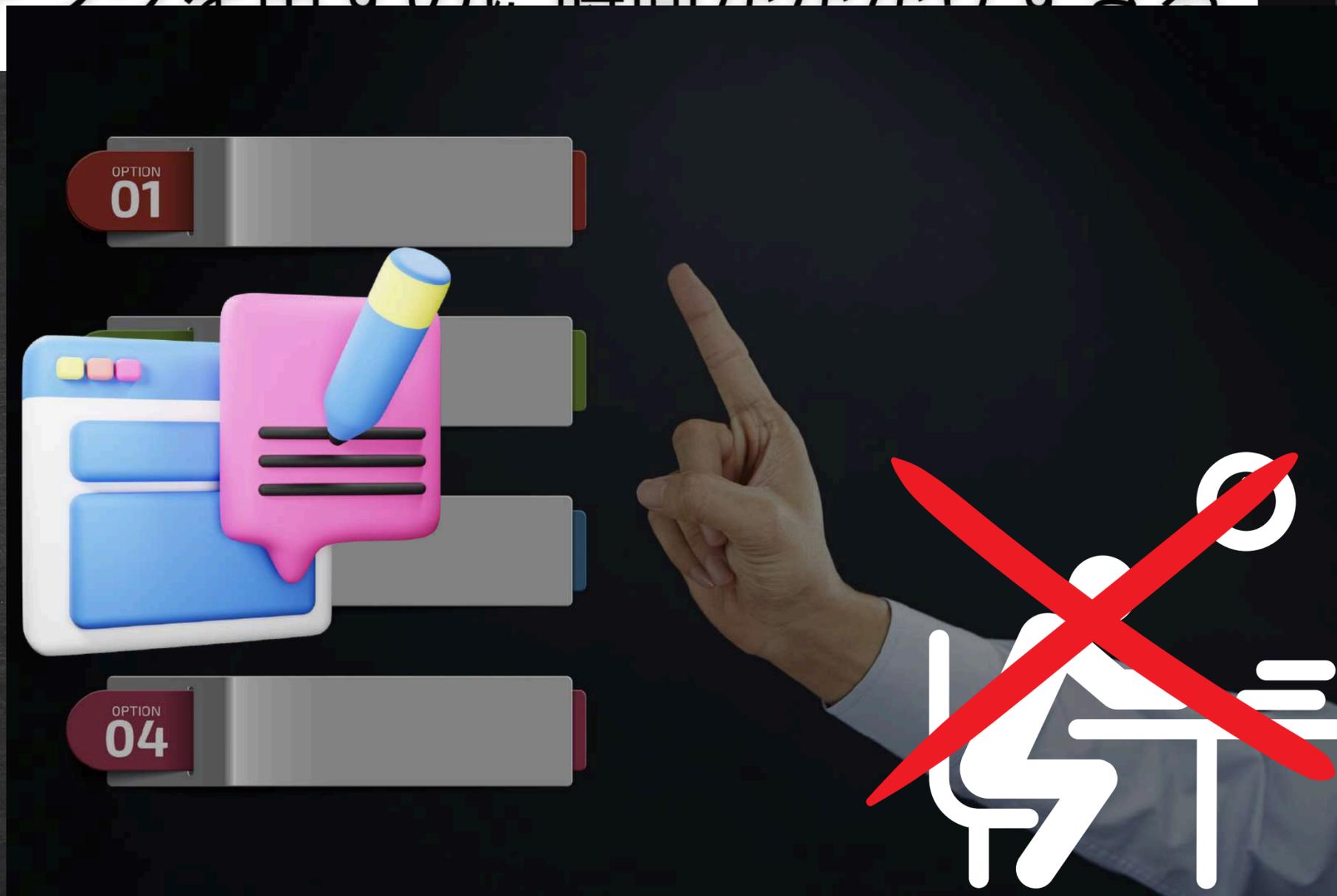
③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



コンテンツ作成の型を勉強せずに



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



コンテンツ作成の型を勉強せずに
独学でコンテンツ作りをはじめてしまうと



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

- **伝えたいことズレる**

伝えたいこともズレたり



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

- 伝えたいことズレる
- 修正に時間がかかる

伝えたいこともズレたり
修正に時間がかかったりします



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

- 伝えたいことズレる
- 修正に時間がかかる



その影響で



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



「コンテンツ作成なんて
やってられない…」



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



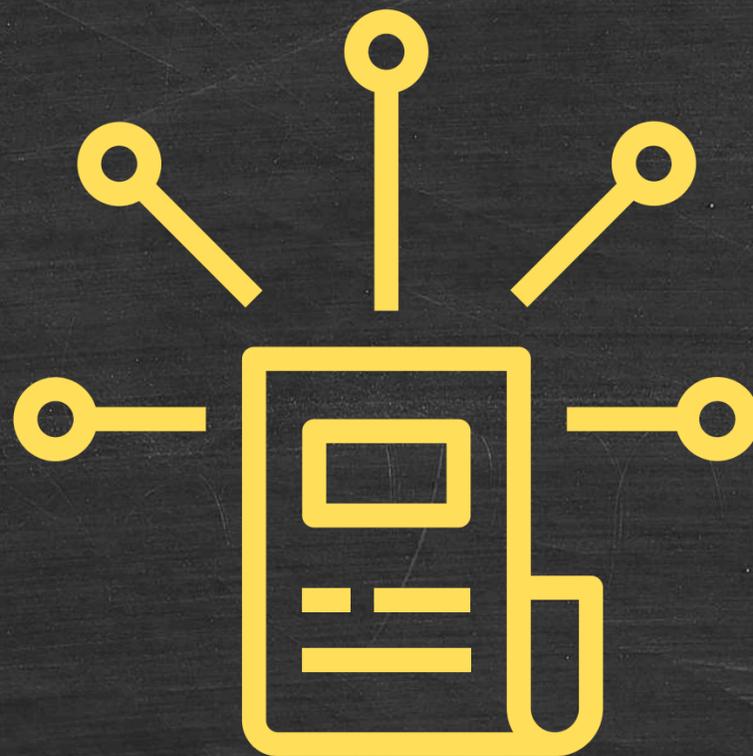
「コンテンツ作成なんて
やってられない…」



となり挫折します



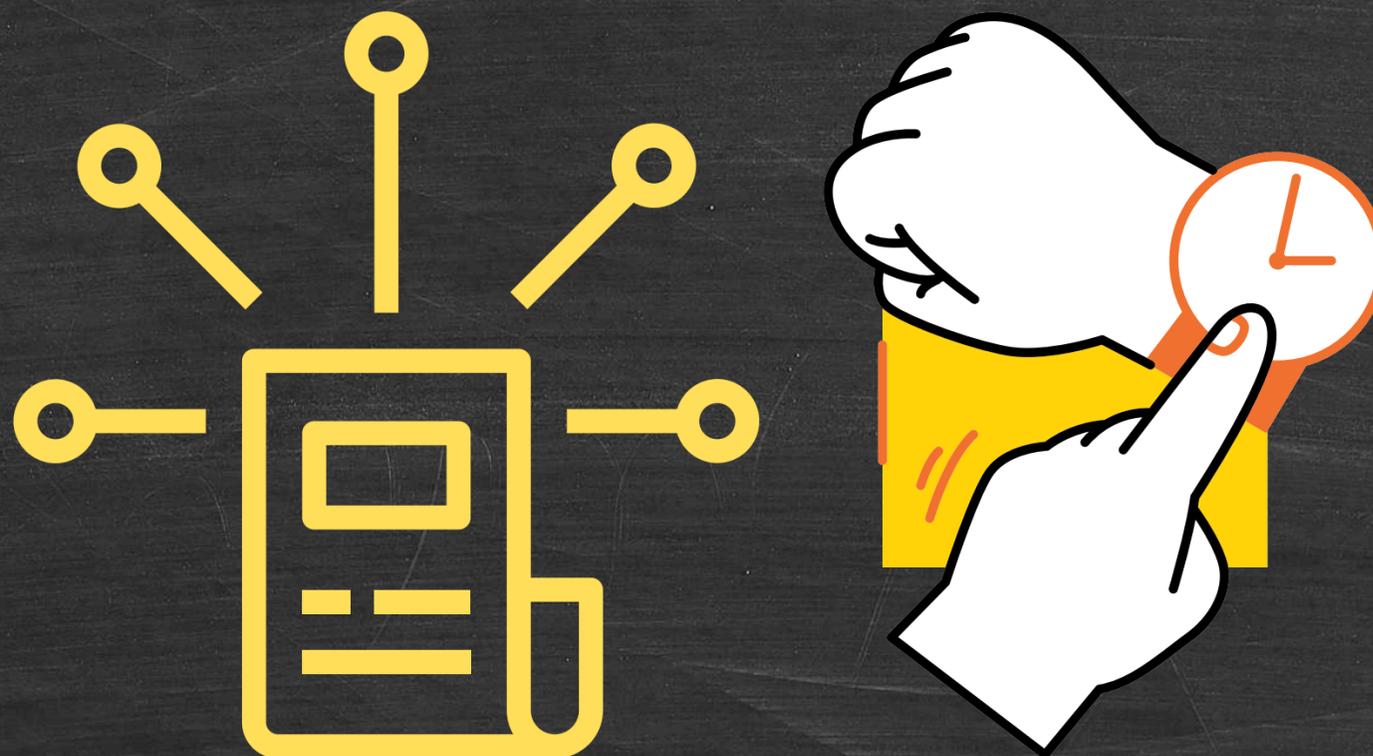
③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



コンテンツネタがたくさんあったとしても



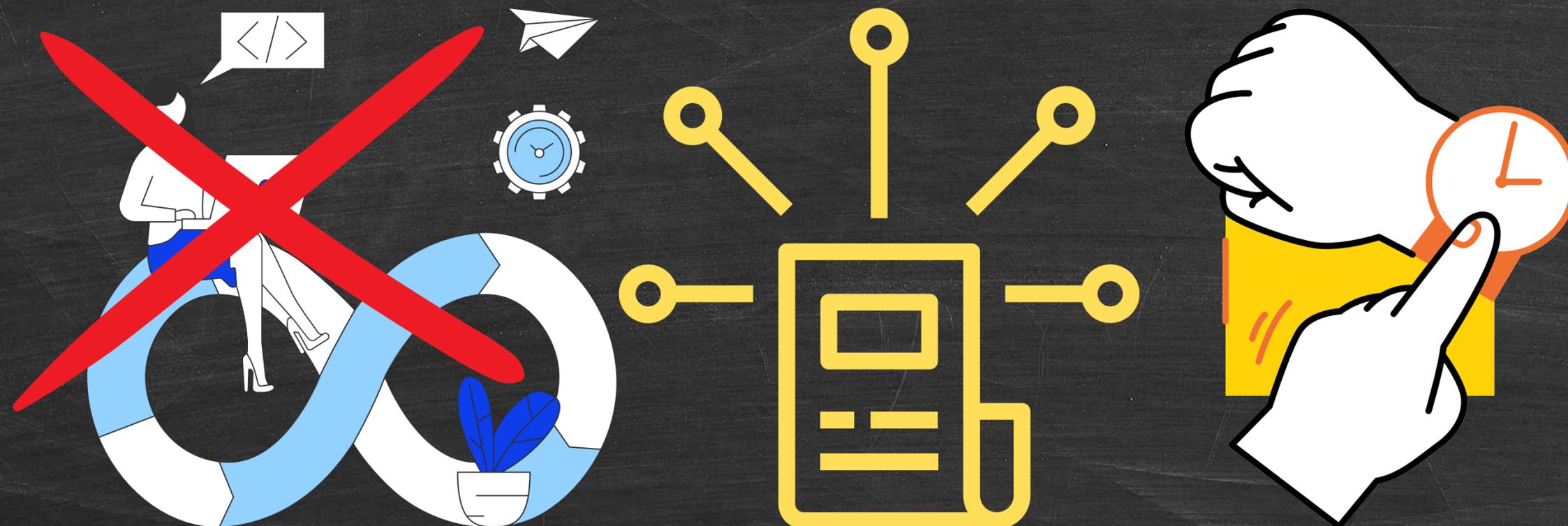
③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



コンテンツ作成に時間がかかりすぎると



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



コンテンツ作成に時間がかかりすぎると不安になり継続できない可能性が高くなる



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



こんな形で挫折なんてしたくないですね



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

「じゃあ、どうすればいいんですか？



しゅうさん」



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

「じゃあ、どうすればいいんですか？



しゅうさん」

と思ったかもしれませんが
その対策を話していきます



CONTENT

まずコンテンツ作成をする時に

「いきなり文章を書いてませんか？」



「いきなり文章を書いてませんか？」

「図解作ってませんか？」



「いきなり文章を書いてませんか？」

「図解作ってませんか？」

「スライド作ってませんか？」

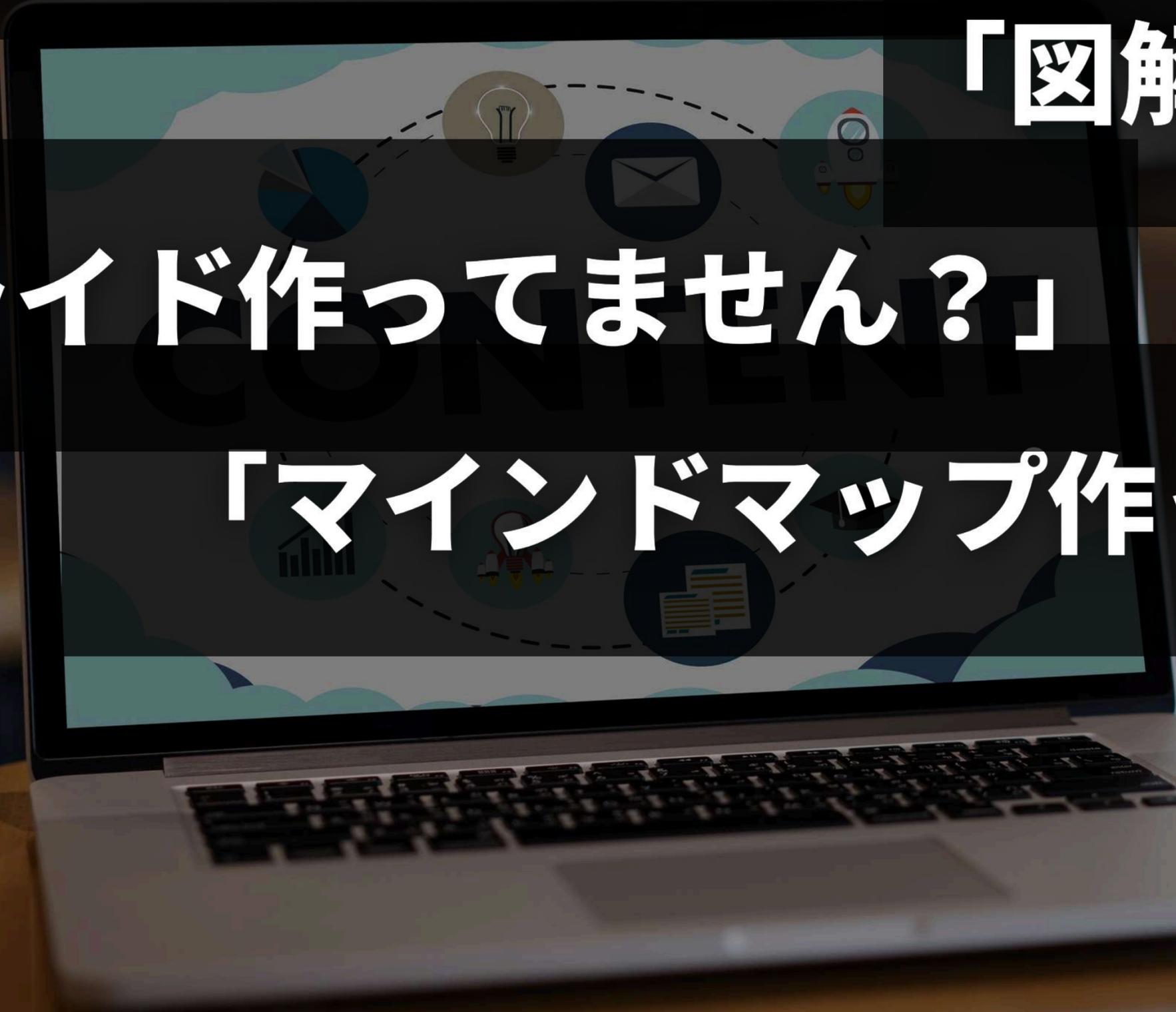


「いきなり文章を書いてませんか？」

「図解作ってませんか？」

「スライド作ってませんか？」

「マインドマップ作ってませんか？」



「いきなり文章を書いてませんか？」

「図解作ってませんか？」

「スライド作ってませんか？」

「マインドマップ作ってませんか？」

「動画作成してませんか？」

「いきなり文章を書いてませんか？」

「図解作ってませんか？」

「スライド作ってませんか？」

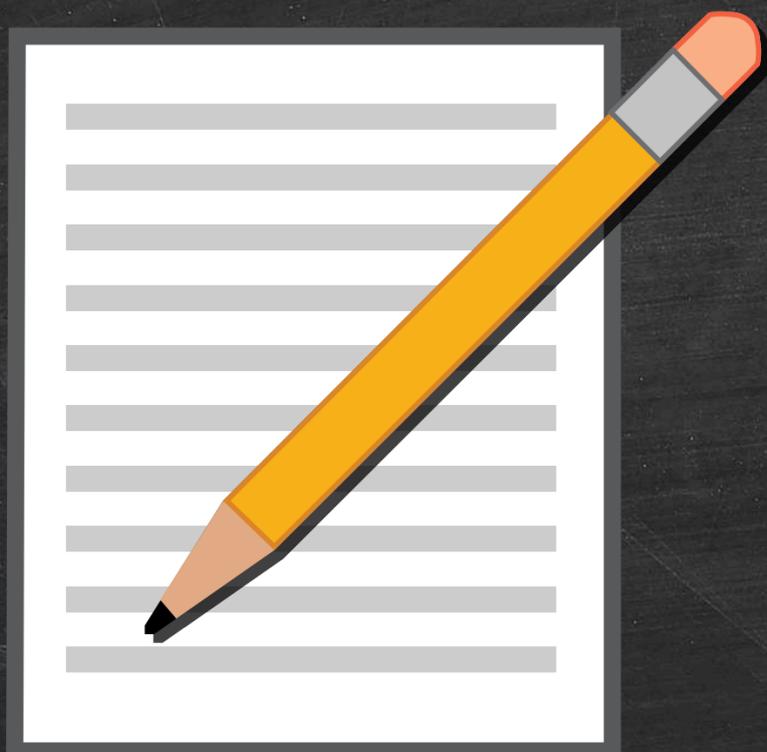
「マインドマップ作ってませんか？」

「動画作成してませんか？」

はい、全部アウトです



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

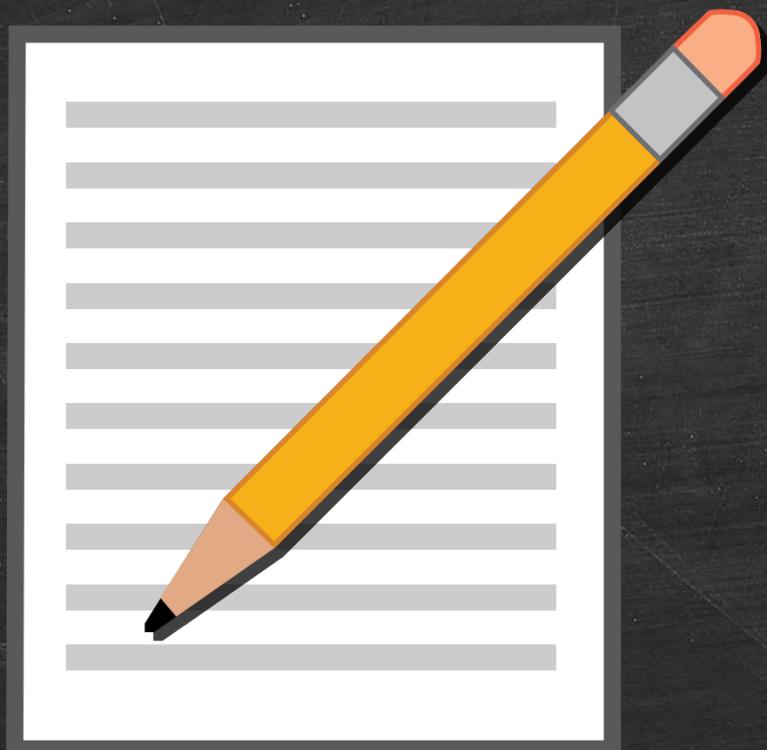


いきなりではなく
構成を練ってからコンテンツ作成しましょう



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

構成



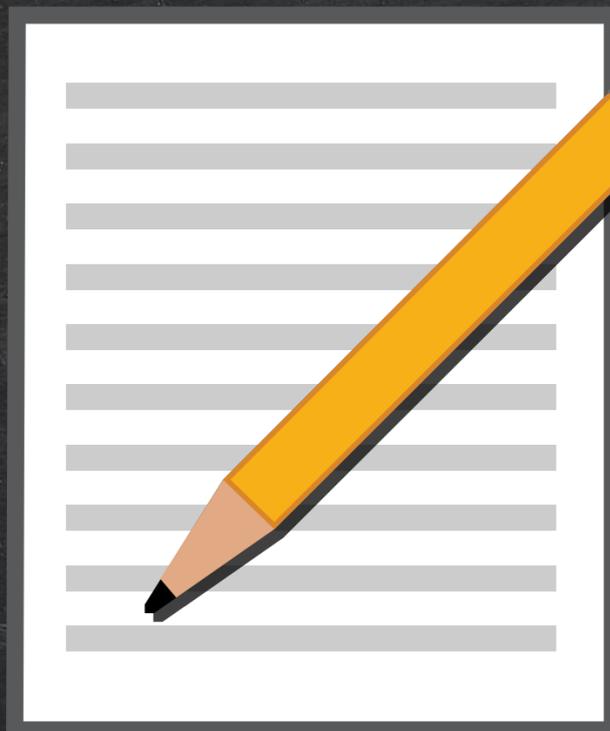
「構成」とは言うなれば



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

構成

▶ **コンテンツ全体像**



**「構成」とは言うなれば
コンテンツ全体像であり**

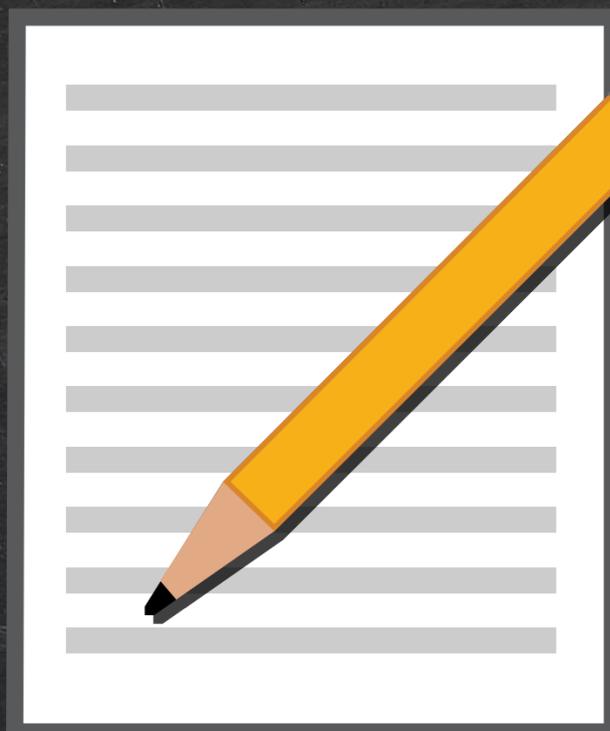


③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

構成

▷ **コンテンツ全体像**

▷ **型**



型なんですよ



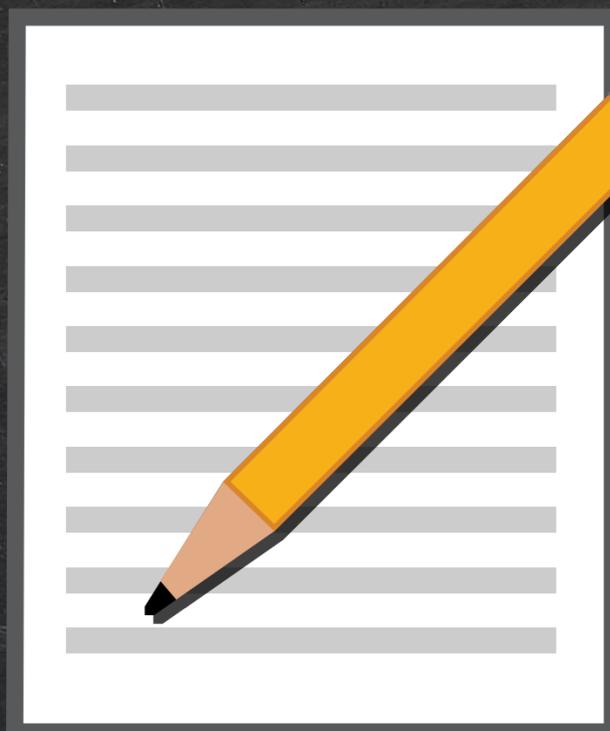
③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

構成

▷コンテンツ全体像

▷型

▷設計図



建物を立てる時の設計図みたいなものです



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

構成

▷コンテンツ全体像

▷型

▷設計図



例えば



マンションを建てる時



何階立てにするの？



何階立てにするの？
材料は何を使うの？



1フロア何部屋にするの？



1フロア何部屋にするの？
エレベーターは作るの？



マンション建設の目的は？



などマンションを建てる前に



などマンションを建てる前に
決めなくちゃいけないことがあると思います



他には家具を組み立てる時



設計書があるからこそ



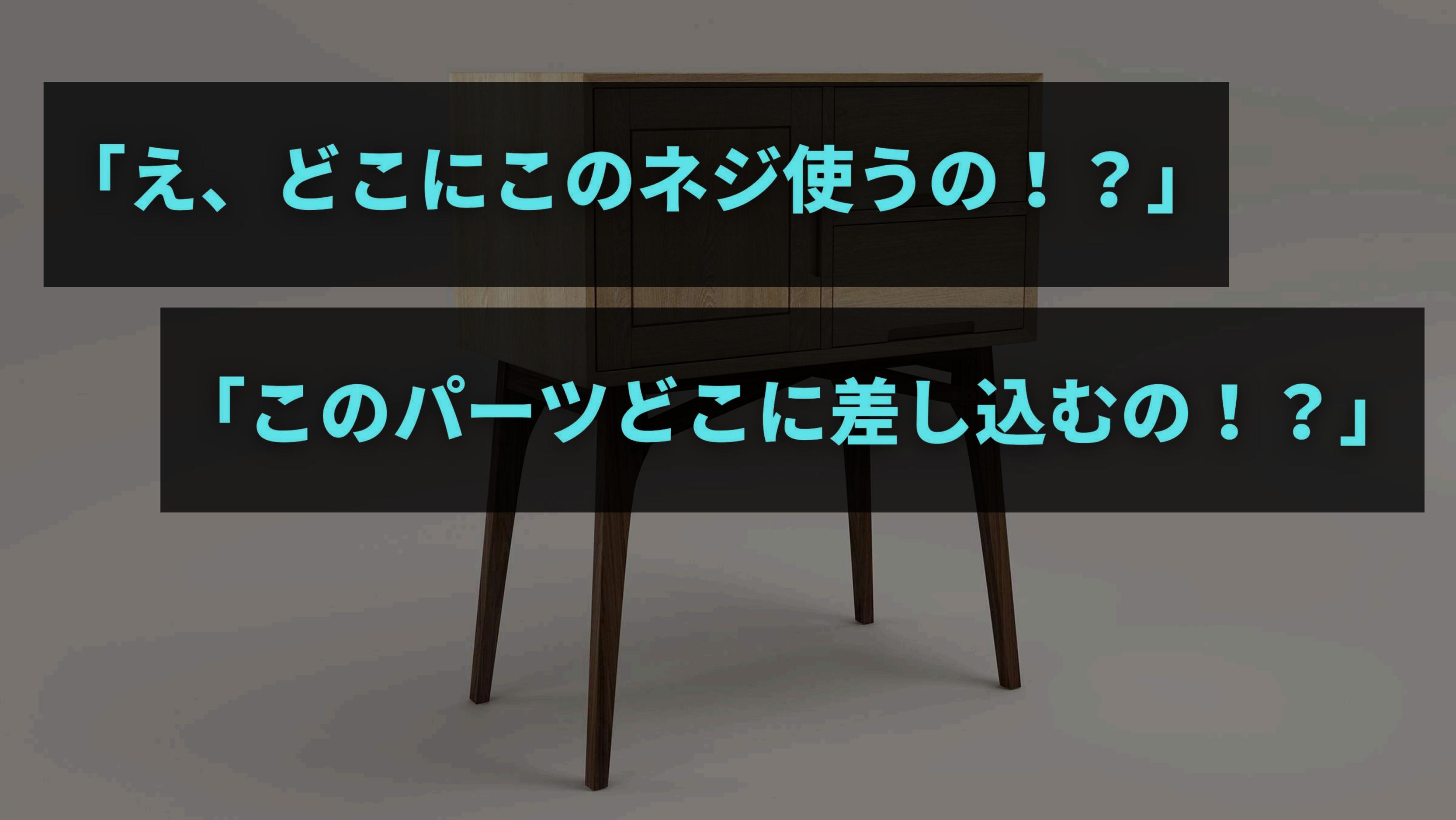
設計書があるからこそ
簡単に組み立てることができる



**逆に家具の組み立ての時
設計書がなかったら...**

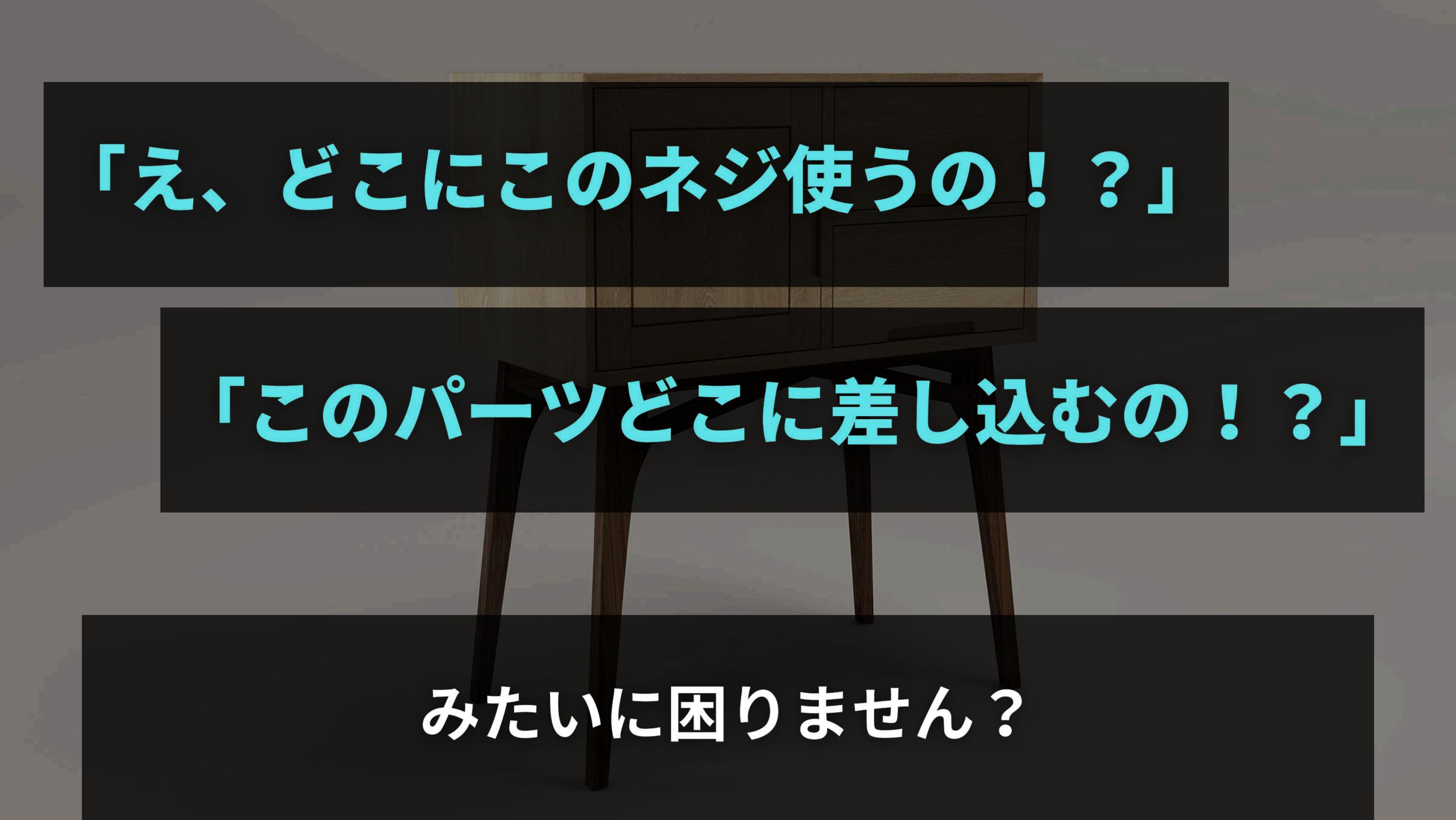
「え、どこにこのネジ使うの!？」





「え、どこにこのネジ使うの！？」

「このパーツどこに差し込むの！？」



「え、どこにこのネジ使うの！？」

「このパーツどこに差し込むの！？」

みたいに困りませんか？



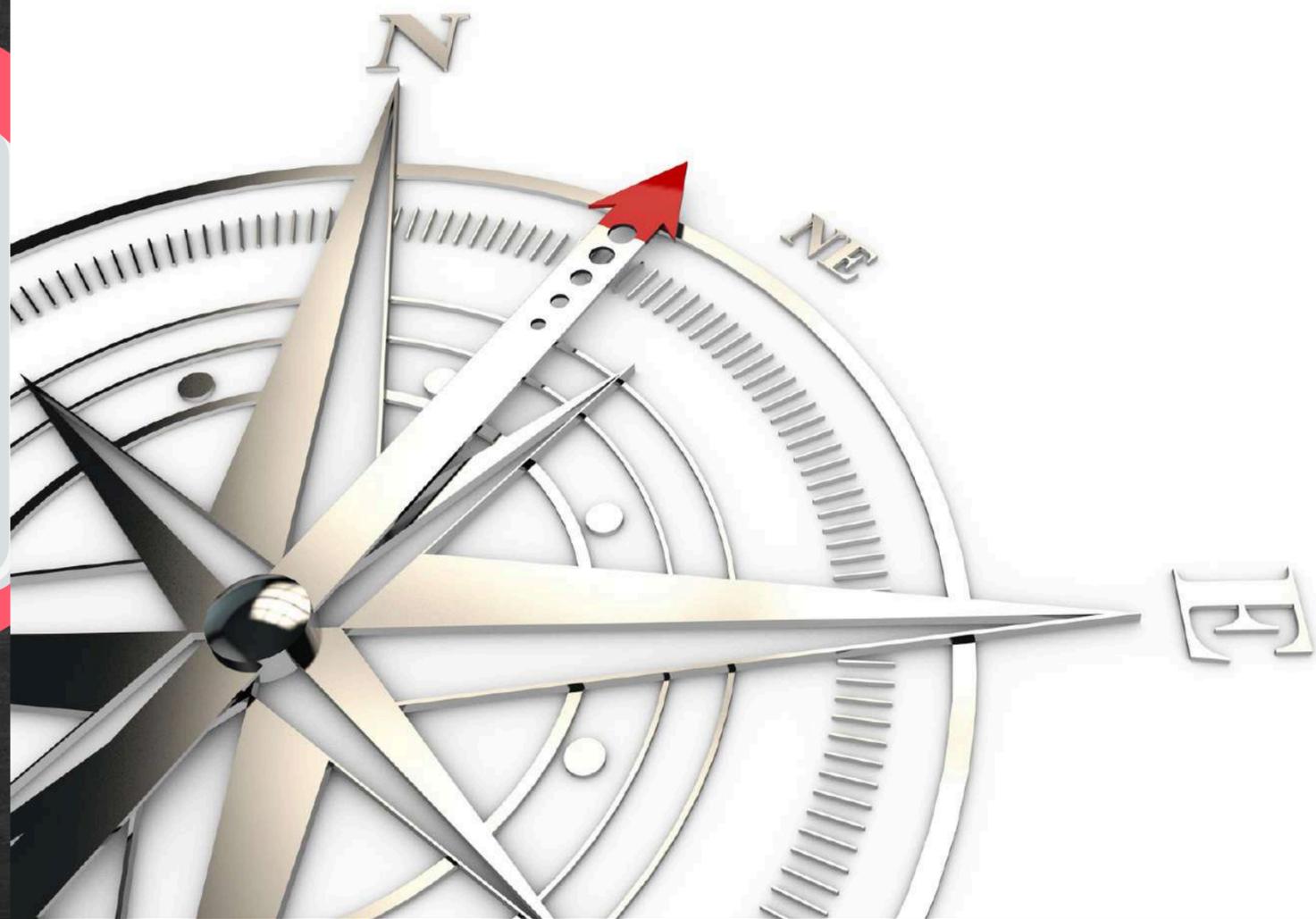
③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



コンテンツ作成の時も一緒に
設計図があるということは



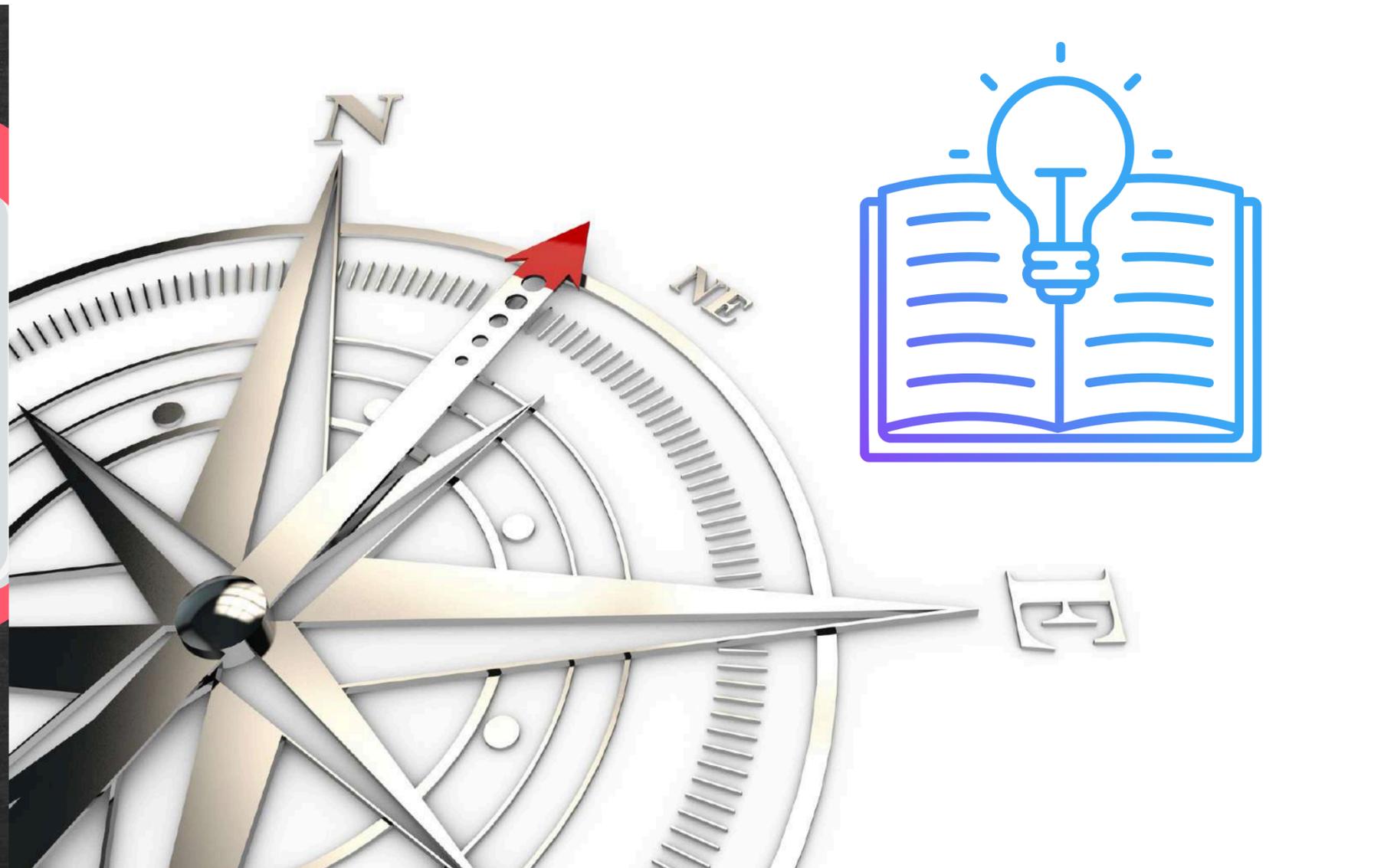
③ コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



コンテンツ全体の方向性が決まります



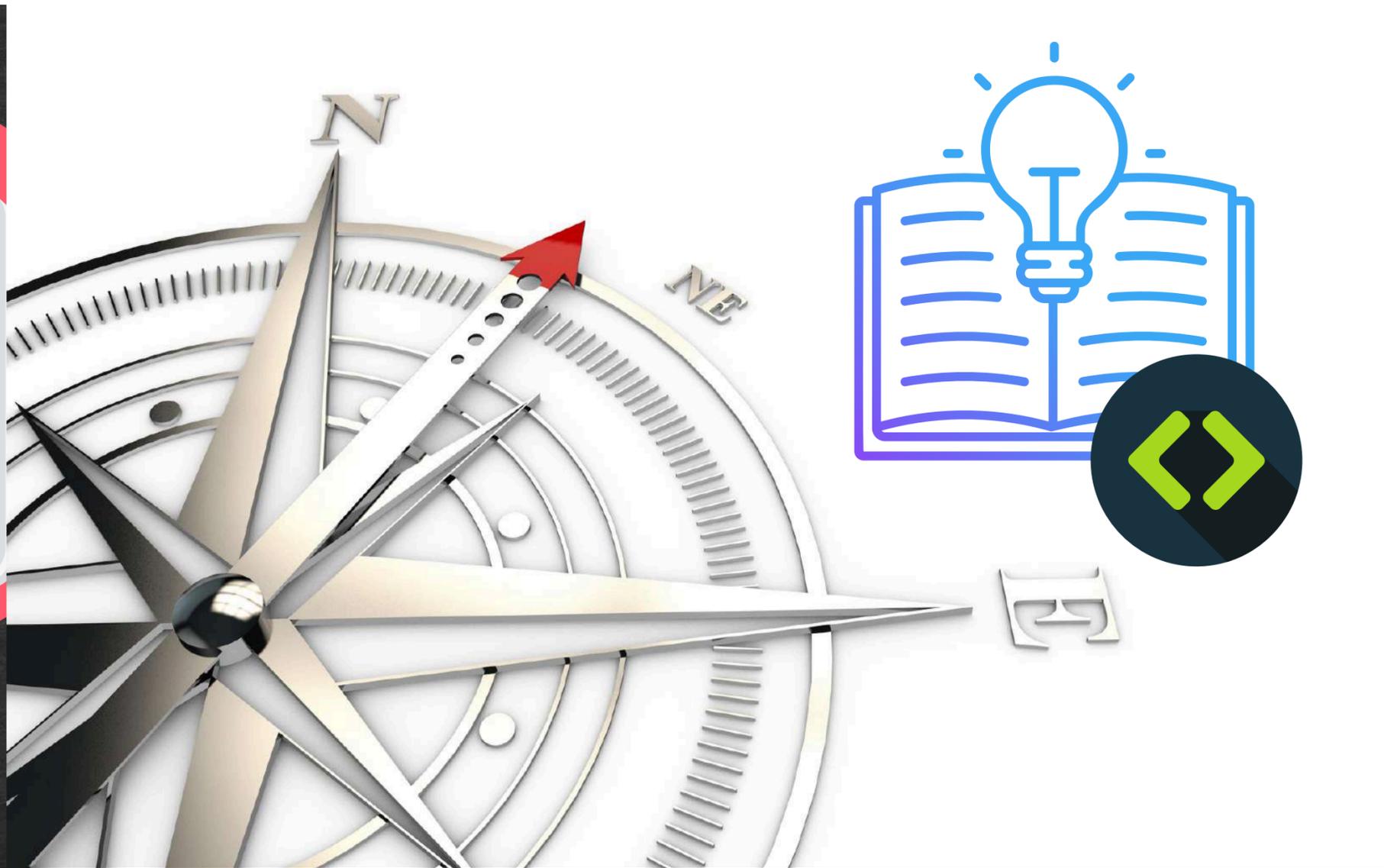
③ コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



その影響で、どこにどう知識や情報を



③ コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



その影響で、どこにどう知識や情報を埋め込めば良いか分かりますし



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



「流れがおかしい」



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



ところも一発で分かるんですよね



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



だから、構成を練って



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



**だから、構成を練って
コンテンツ作成するのが重要**



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



だけど



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

「コンテンツの構成って
どうすればいいんですか...」





③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

**「コンテンツの構成って
どうすればいいんですか...」**



**と頭にハテナが浮かんだ方が
いるかもしれません**



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

**誰でも簡単に落とし込みやすい
コンテンツ構成**

**そのため、誰でも簡単に落とし込みやすい
コンテンツ構成を伝えると**



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

誰でも簡単に落とし込みやすい
コンテンツ構成

4つの学習タイプ

4つの学習タイプのコンテンツ構成ですね



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

誰でも簡単に落とし込みやすい
コンテンツ構成



4つの学習タイプ

僕の発信のどこかで1回以上は
間違いなく伝えている内容なのですが



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

誰でも簡単に落とし込みやすい
コンテンツ構成



4つの学習タイプ



具体的には

1. なぜパート

1.なぜパート

2.なにパート

1.なぜパート

2.なにパート

3.どうやってパート

1.なぜパート

2.なにパート

3.どうやってパート

4.いますぐパート

1.なぜパート

2.なにパート

3.どうやってパート

4.いましてすぐパート

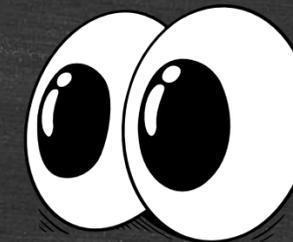
の4つに分けてコンテンツを作ります

1.なぜパート

なぜパートは

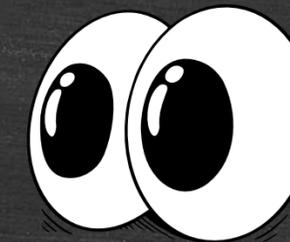
1.なぜパート

「なぜそのコンテンツを見る必要があるのか？」



1.なぜパート

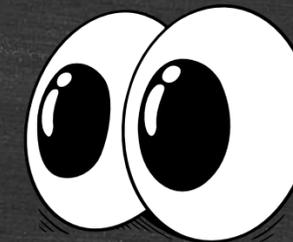
「なぜそのコンテンツを見る必要があるのか？」



を書きますね

1. なぜパート

「なぜそのコンテンツを見る必要があるのか？」



例えば



1.なぜパート

「なぜそのコンテンツを見る必要があるのか？」



コンテンツを見ると手に入るもの



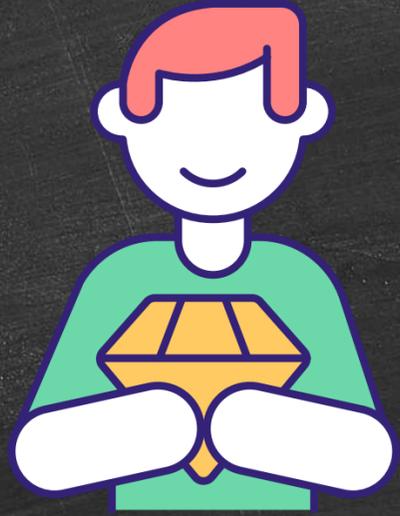
1.なぜパート



「なぜそのコンテンツを見る必要があるのか？」



コンテンツを見ると手に入るもの
コンテンツを見ないと失うもの

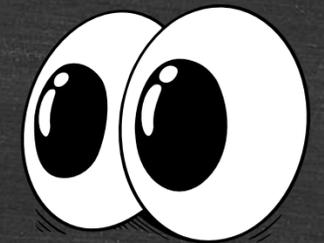


1.なぜパート

見る理由ができる



「なぜそのコンテンツを
見る必要があるのか？」



を伝えると、見る理由ができます

1.なぜパート

見る理由ができる

「なぜそのコンテンツを
見る必要があるのか？」

そのため

1.なぜパート

見る理由ができる

「なぜそのコンテンツを見る必要があるのか？」

1.なぜパート

見る理由ができる

「なぜそのコンテンツを見る必要があるのか？」

に繋がります

2. なにパート

次、なにパートは

2. なにパート

**「コンテンツの中身が
信用あるものなのか？」**

2. なにパート

「コンテンツの中身が
信用あるものなのか？」



を伝える

2. なにパート

「コンテンツの中身が
信用あるものなのか？」



例えば

実績

2. なにパート

**「コンテンツの中身が
信用あるものなのか？」**

実績
根拠

2. なにパート

「コンテンツの中身が
信用あるものなのか？」

2. なにパート

実績
根拠
経験談

「コンテンツの中身が
信用あるものなのか？」

2. なにパート

実績

根拠

経験談

データ

「コンテンツの中身が
信用あるものなのか？」

2. なにパート

実績

根拠

経験談

データ

研究結果

「コンテンツの中身が
信用あるものなのか？」

2. なにパート

実績

根拠

経験談

データ

研究結果

他者の実績借り

「コンテンツの中身が
信用あるものなのか？」

2. なにパート

実績

根拠

経験談

データ

研究結果

他者の実績借り

「コンテンツの中身が
信用あるものなのか？」

2. なにパート

実績

根拠

経験談

データ

研究結果

他者の実績借り

「コンテンツの中身が
信用あるものなのか？」

伝えることが可能ですね

3. どうやってパート

その次は、どうやってパートですが

3. どうやってパート

方法論をステップバイ
ステップで伝える

方法論をステップバイステップで
伝えるパートです

3. どうやってパート

体系化した内容を伝えれば親切

方法論をステップバイ
ステップで伝える

丁寧に体系化した内容を伝えると親切ですね

4. いますぐパート

最後のいますぐパートは

4. いますぐパート

今すぐできる行動を
1つ伝えてあげる

今すぐできる行動を
1つ伝えてあげるパートです

4. いますぐパート

今すぐできる行動を
1つ伝えてあげる

ACTION



というのは相手が
行動しやすくなるからです

4. いますぐパート

今すぐできる行動を
1つ伝えてあげる

ACTION



なので、このパートは
具体的行動を伝えてあげます



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

一度まとめると



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

**③コンテンツを出すのに
時間がかかりすぎる**

『コンテンツを出すのに
時間がかかりすぎる』のは



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

③コンテンツを出すのに
時間がかかりすぎる



挫折する原因となりますので



③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる

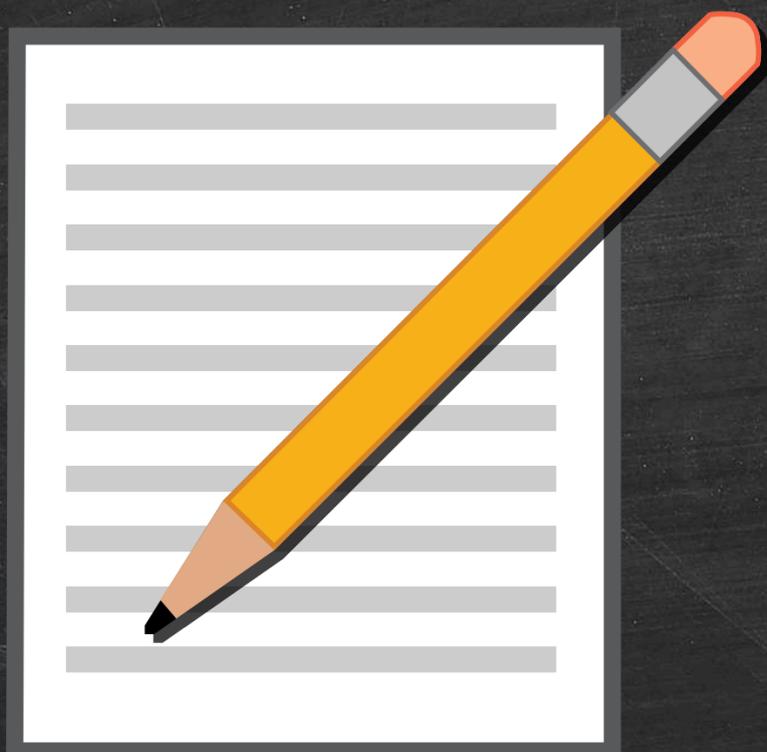
③コンテンツを出すのに
時間がかかりすぎる



挫折する原因となりますので
注意しなくてはならないのですが



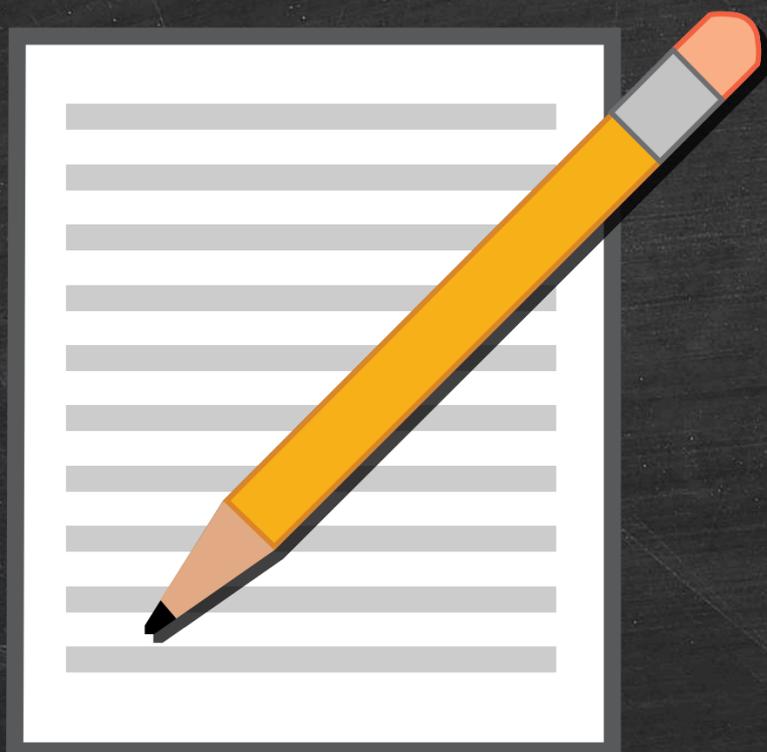
③コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



その対策としてまずコンテンツの構成を作る



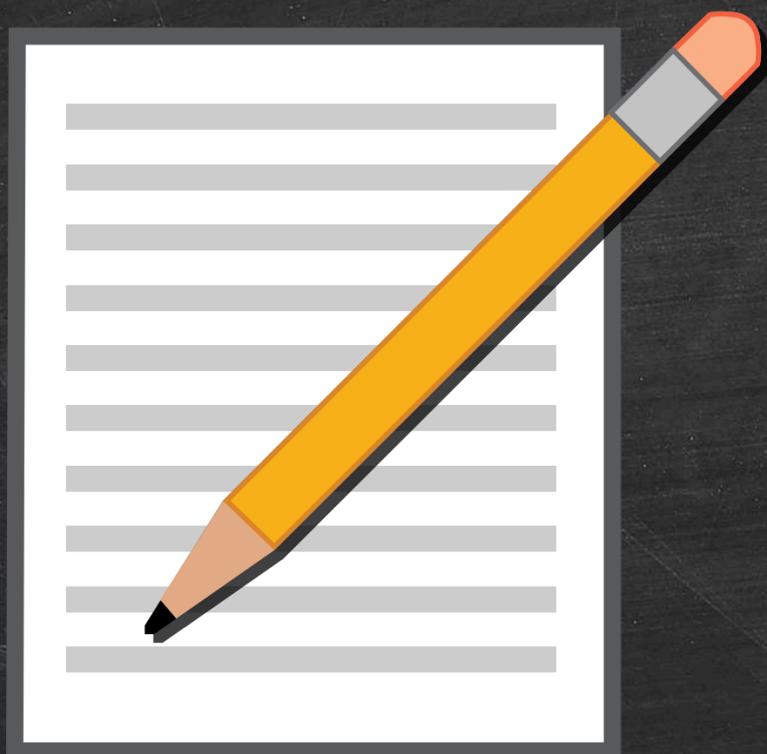
③ コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



その対策としてまずコンテンツの構成を作る
言い方を変えるとコンテンツの設計図を知る



③ コンテンツを出すのに時間がかかりすぎる



というのも
時間を短縮することができるからです

4つの学習タイプ

今回の動画では
4つの学習タイプのコンテンツ構成

1. なぜパート

1.なぜパート

2.なにパート

1.なぜパート

2.なにパート

3.どうやってパート

1.なぜパート

2.なにパート

3.どうやってパート

4.いますぐパート

1.なぜパート

2.なにパート

3.どうやってパート

4.いますぐパート

の4つに分ける構成をお伝えしました

挫折する原因④

稼ぐイメージが湧かない



④稼ぐイメージが湧かない

④稼ぐイメージが湧かない

次、挫折する理由4つ目は
『稼ぐイメージが湧かない』です



④稼ぐイメージが湧かない



実際に僕が初期の頃そうだったんですけど



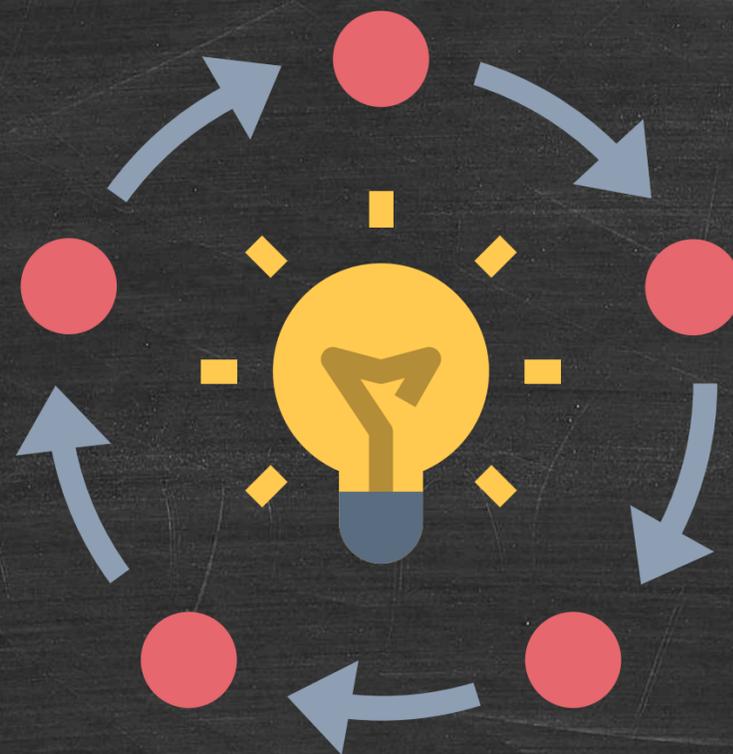
④稼ぐイメージが湧かない



どんな感じで稼げて



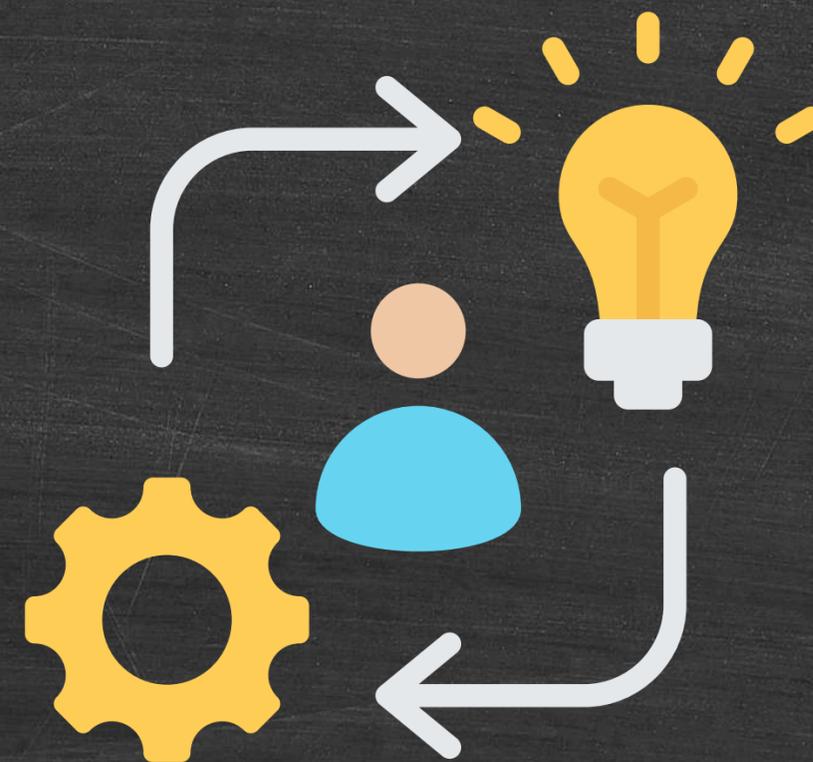
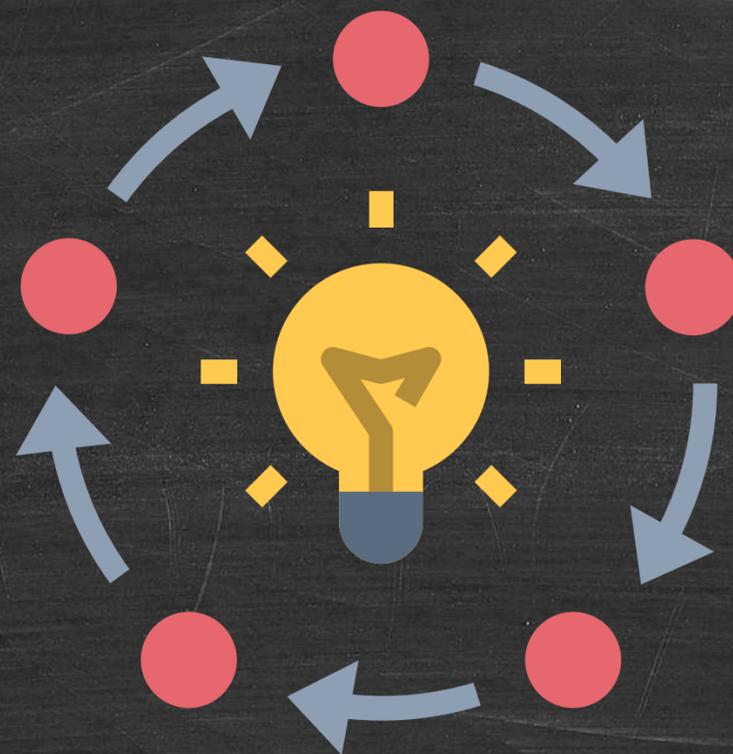
④稼ぐイメージが湧かない



この段階なら〇〇する



④稼ぐイメージが湧かない



〇〇した後は〇〇する



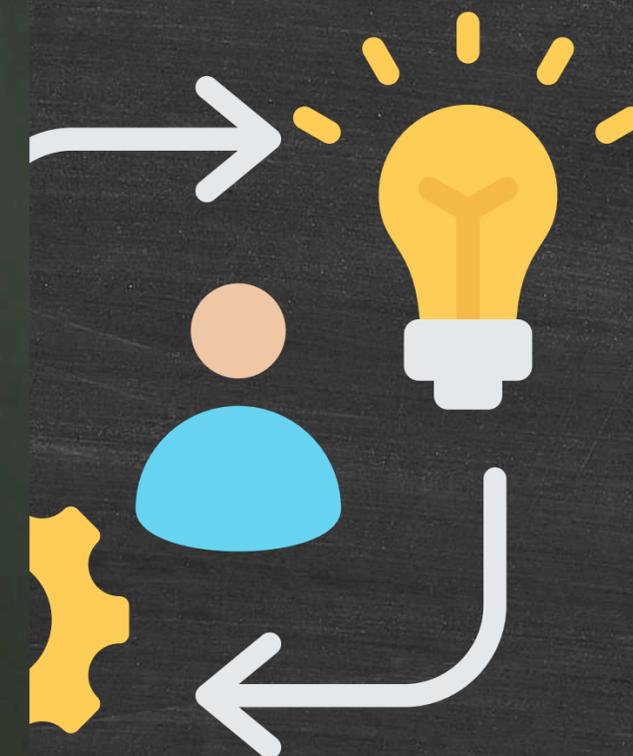
④ 稼ぐイメージが通かない



というのが理解できていなかったです



④ 稼ぐイメージが湧かない



未来のイメージができなかったんですね



④稼ぐイメージが湧かない



言われてみれば当たり前なんですけど



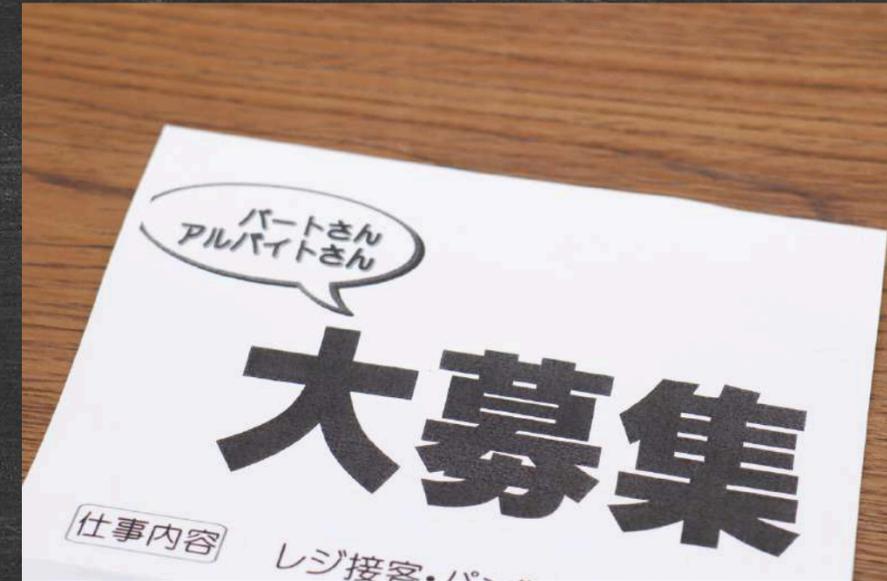
④稼ぐイメージが湧かない



お金を貰うことしか
やってこなかったからですね



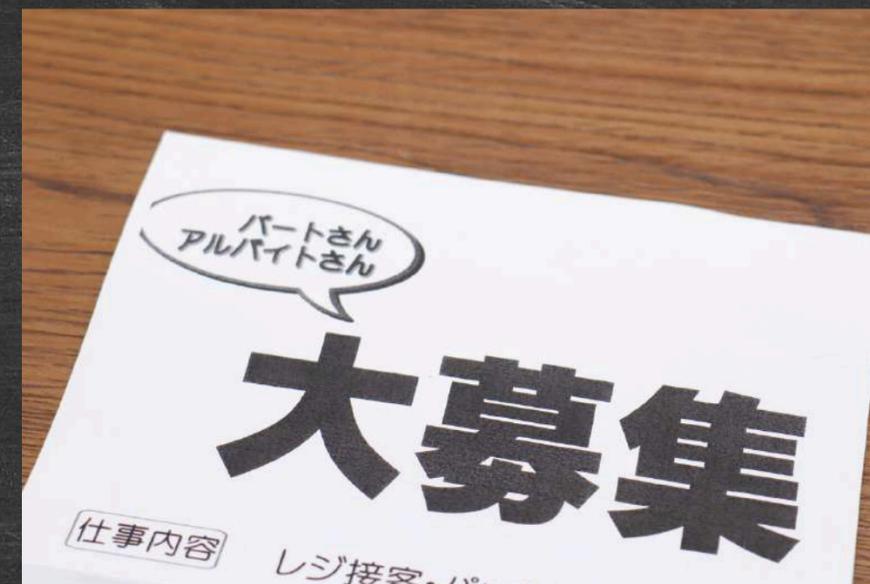
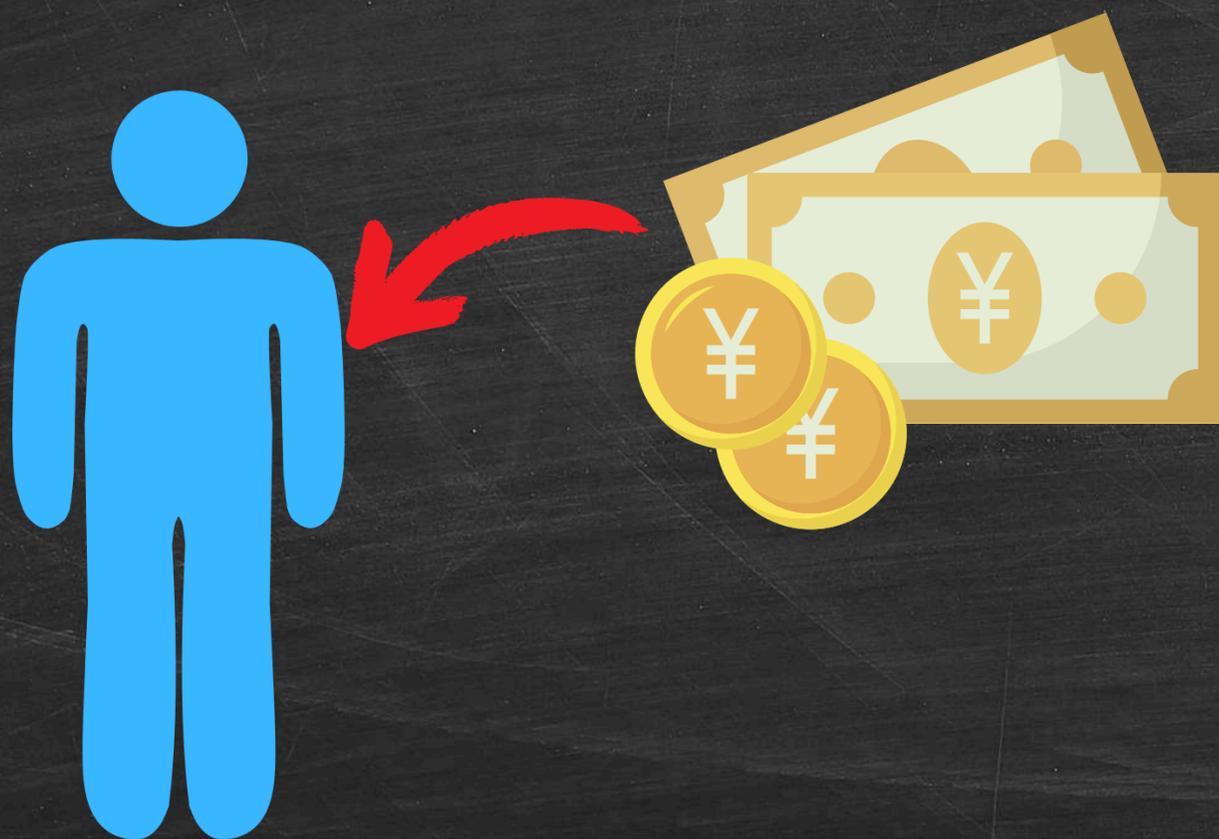
④稼ぐイメージが湧かない



具体的にはアルバイト
会社員、派遣社員といった



④稼ぐイメージが湧かない



お金を貰う立場の経験しかなかった



④稼ぐイメージが湧かない



あと、僕は以前
親の会社に居たことがあったんですけど



④稼ぐイメージが湧かない



自分で稼いでいたわけではなく



④稼ぐイメージが湧かない



親の会社の仕事をして
お金を貰ってたわけです



④稼ぐイメージが湧かない



つまり、自分で仕事を作り出して



④稼ぐイメージが湧かない



お金を稼ぐということをや
っていなかったんですね



④稼ぐイメージが湧かない



だから、個人で稼ぐイメージが
まったく湧かなかった



例えば、料理で言うなら



例えば、料理で言うなら
オムライスを作る時に

野菜を切る



野菜を切る



肉を切る



野菜を切る



肉を切る



具材を炒める



野菜を切る



肉を切る



具材を炒める



白飯も加えて炒める



野菜を切る

卵を焼く



肉を切る

具材を炒める

白飯も加えて炒める



野菜を切る



肉を切る



具材を炒める

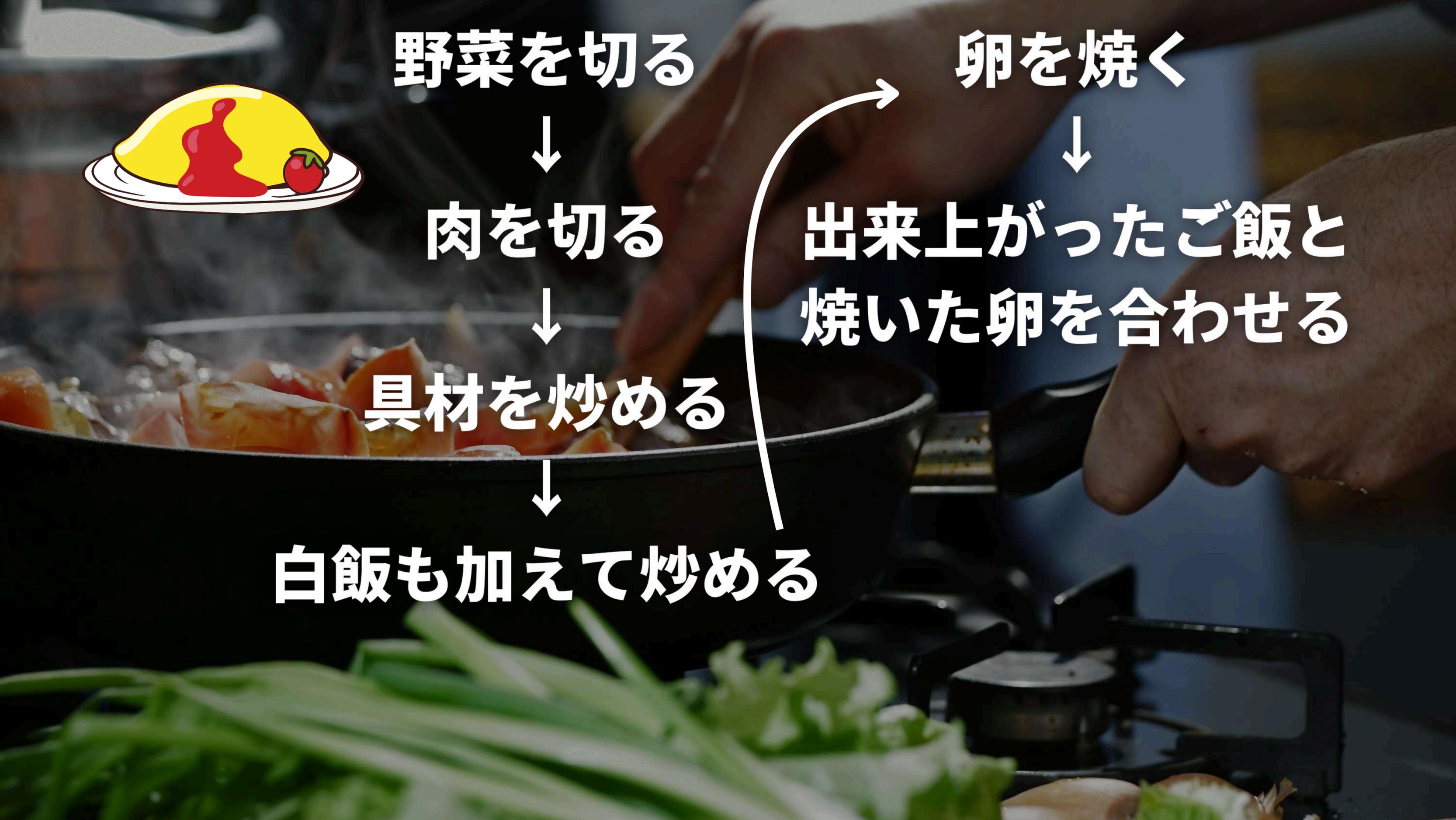


白飯も加えて炒める

卵を焼く



出来上がったご飯と
焼いた卵を合わせる



野菜を切る



肉を切る



具材を炒める



白飯も加えて炒める

卵を焼く



出来上がったご飯と
焼いた卵を合わせる



オムライス完成



野菜を切る



肉を切る



具材を炒める



白飯も加えて炒める

卵を焼く



出来上がったご飯と
焼いた卵を合わせる



オムライス完成

こんなふうには道のりが見えています



④稼ぐイメージが湧かない



つまり、いま自分がどの段階で



④稼ぐイメージが湧かない



次のステップが何をすればいいのか？



④稼ぐイメージが湧かない

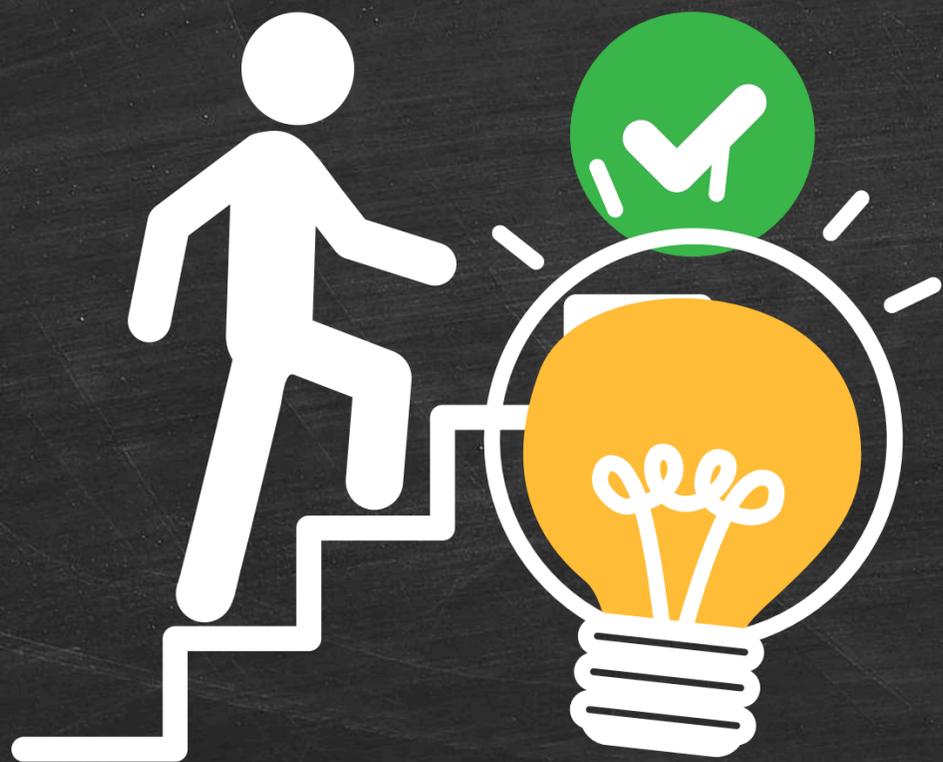


次のステップが何をすればいいのか？
が分かっている状態



④稼ぐイメージが湧かない

料理を教えてもらった経験



というのは、料理を教えてもらった経験や



④稼ぐイメージが湧かない

料理を教えてもらった経験

オムライスを作った経験



一度オムライスを作った経験が
あるからですね



④稼ぐイメージが湧かない



一方「コンテンツビジネス×情報発信」
だったら



④稼ぐイメージが湧かない

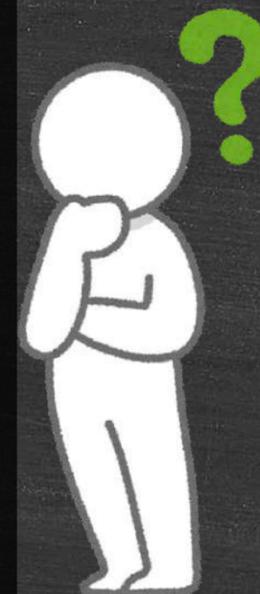


「どうなの？」ってことですが



④稼ぐイメージが湧かない

**「月3万稼ぐためには
どうすればいいの？」**





④稼ぐイメージが湧かない



「響く発信をするには
どうすればいいの？」

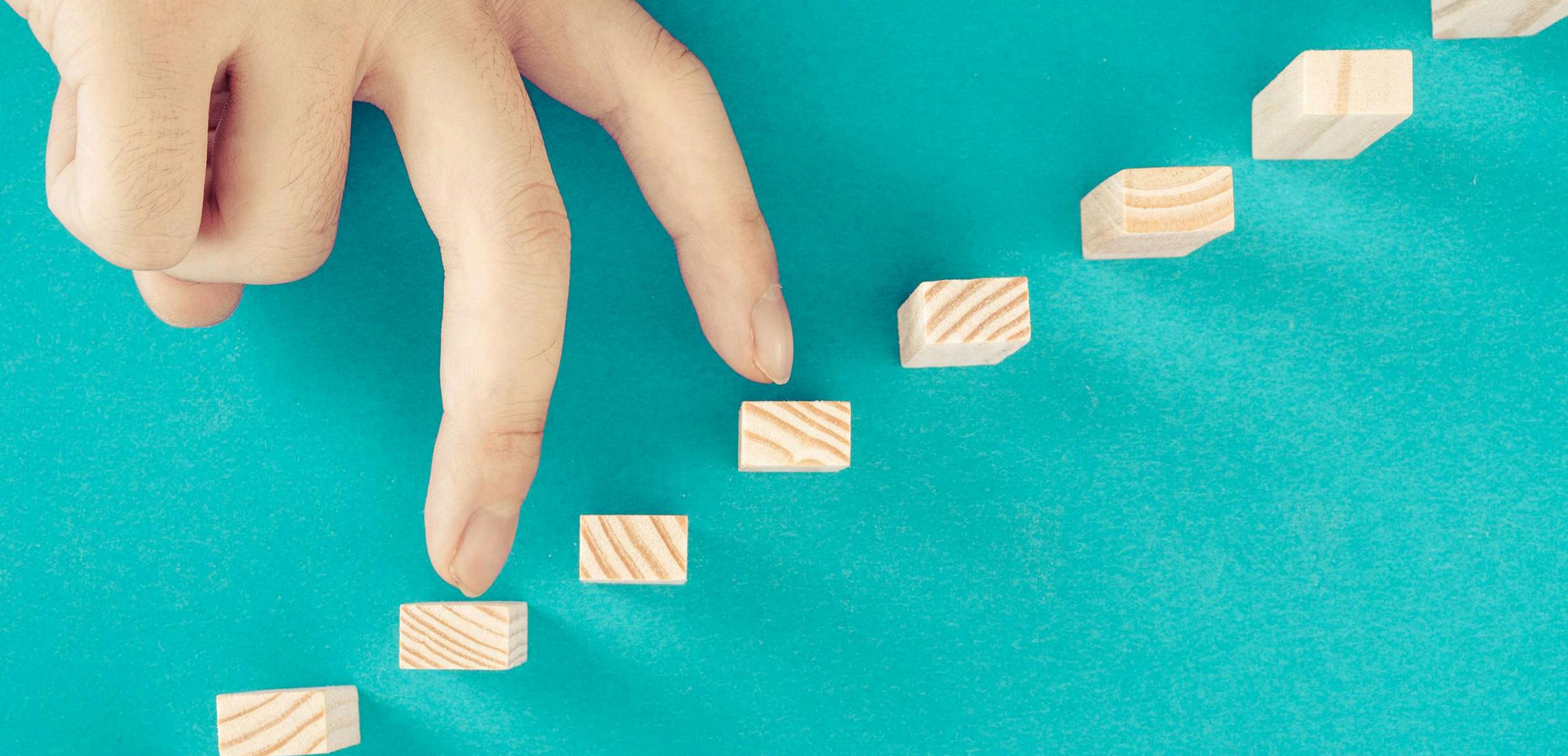


④稼ぐイメージが湧かない



「響く発信をするには
どうすればいいの？」

と聞いた



最初に意識するもの



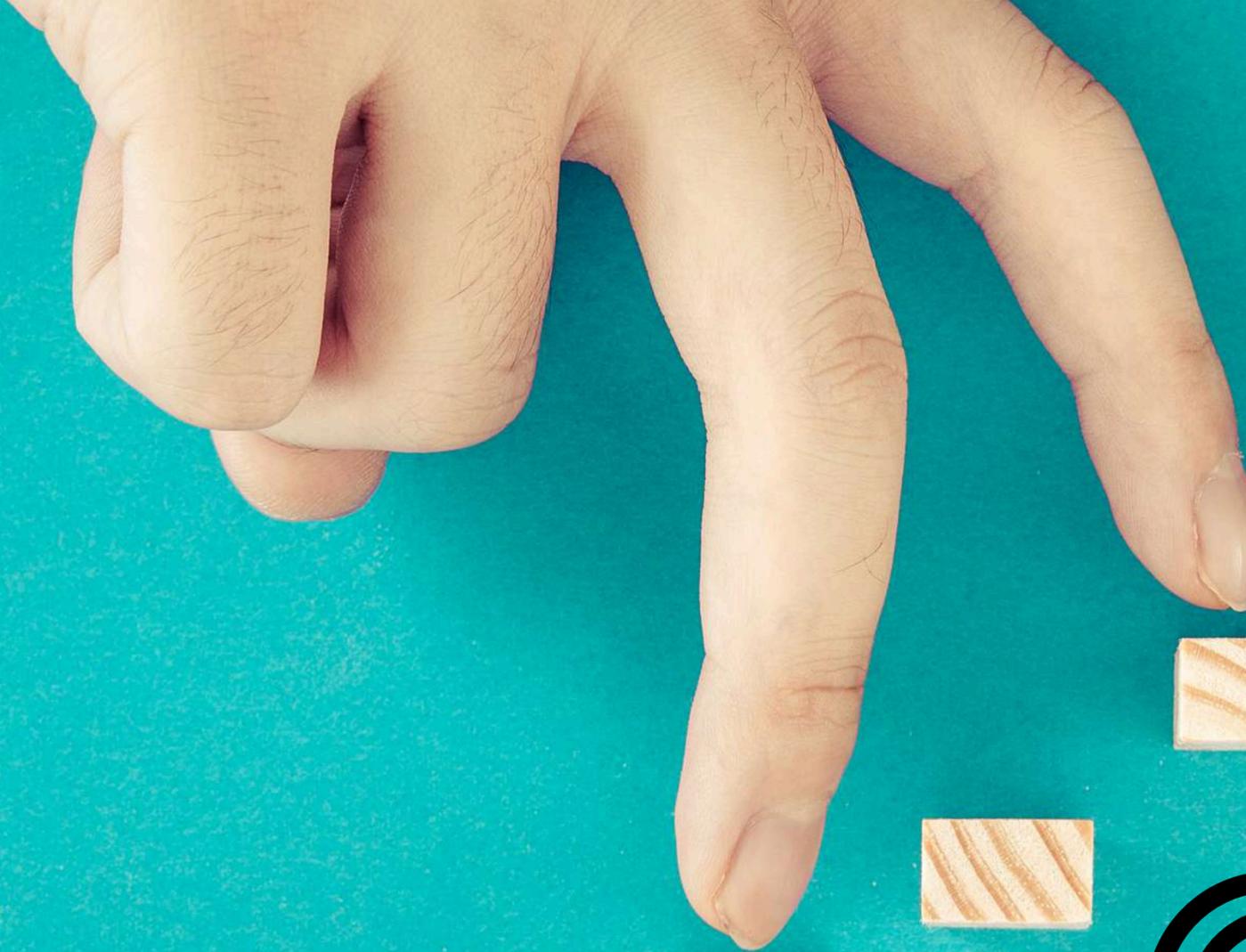
最初に意識するもの
次の段階で意識するものなど

~~GOAL!~~

»» NEXT

ゴールまでの道のりを見えていない人が

~~GOAL!~~



» NEXT



ゴールまでの道のりが見えていない人が
昔の僕含め圧倒的に多い



④ 稼ぐイメージが湧かない



僕はゴールまでの道筋が見えていなくて



④稼ぐイメージが湧かない



**「もう先も見えないから
辞めちゃおっかな...」**



④稼ぐイメージが湧かない



「もう先も見えないから
辞めちゃおっかな...」

とと思ってました