



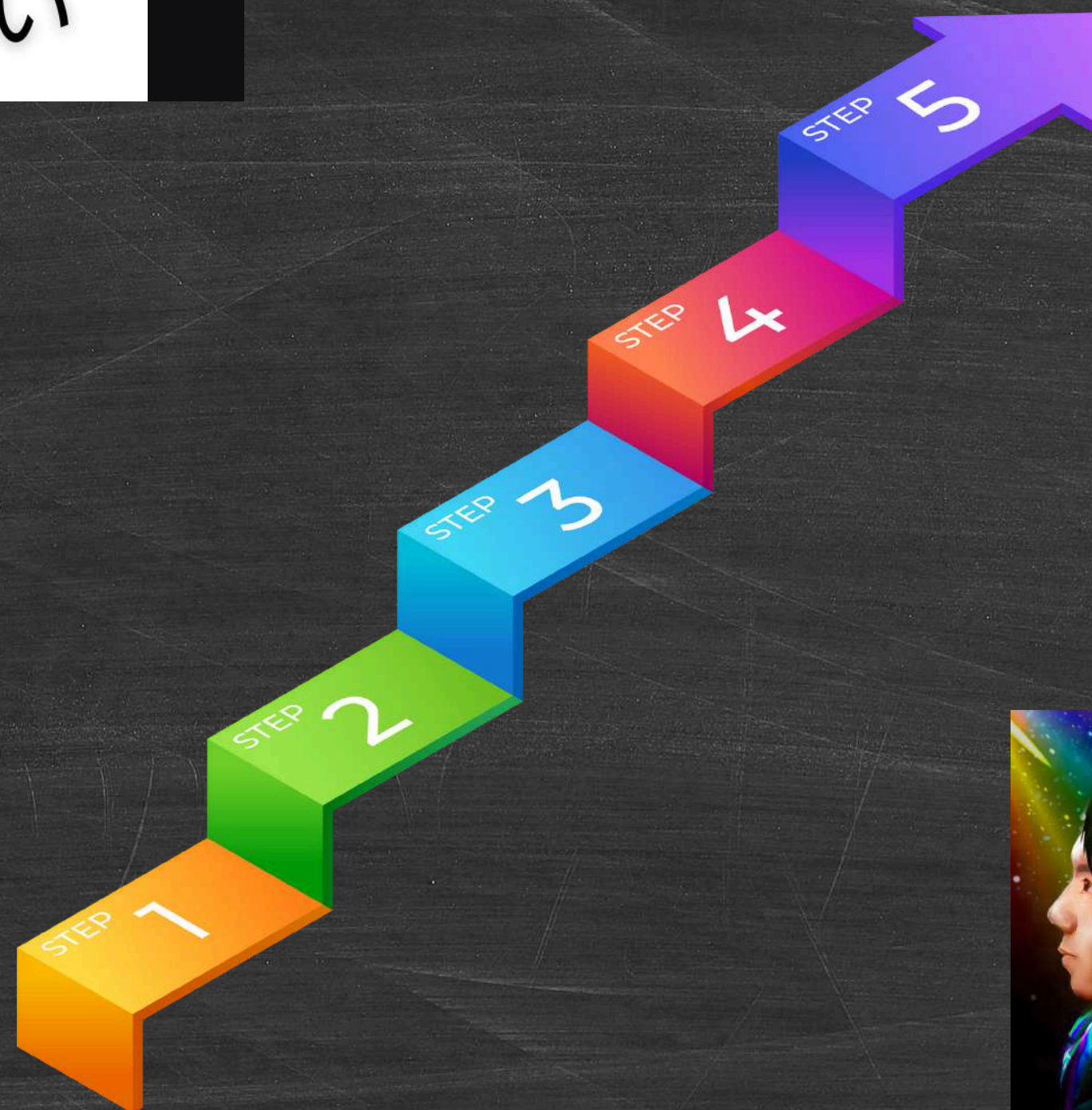
④稼ぐイメージが湧かない



でも、僕が続けてこれたのは
今の状態が



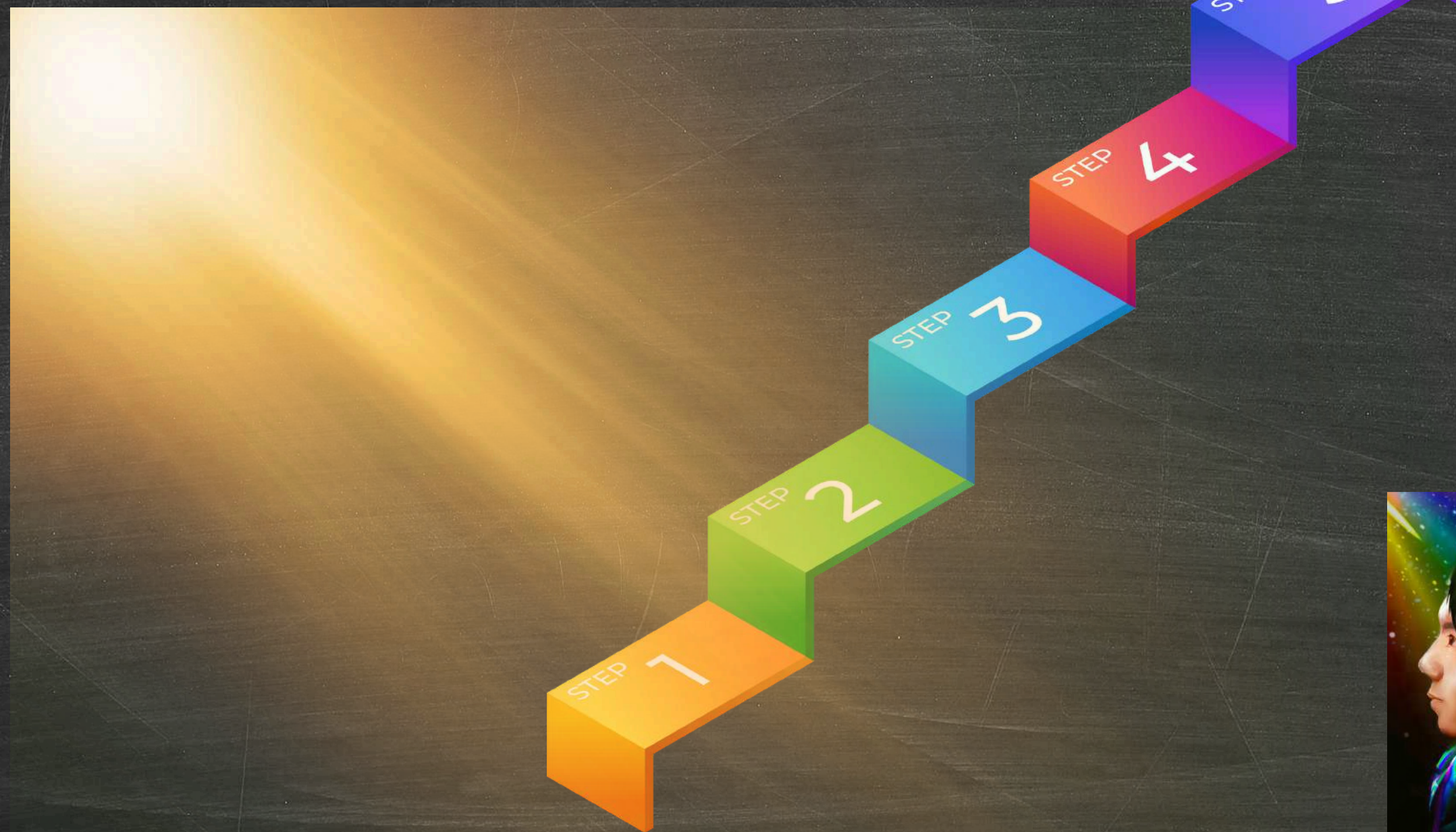
④稼ぐイメージが湧かない



このフェーズだから
次はこれをやれば成果出る



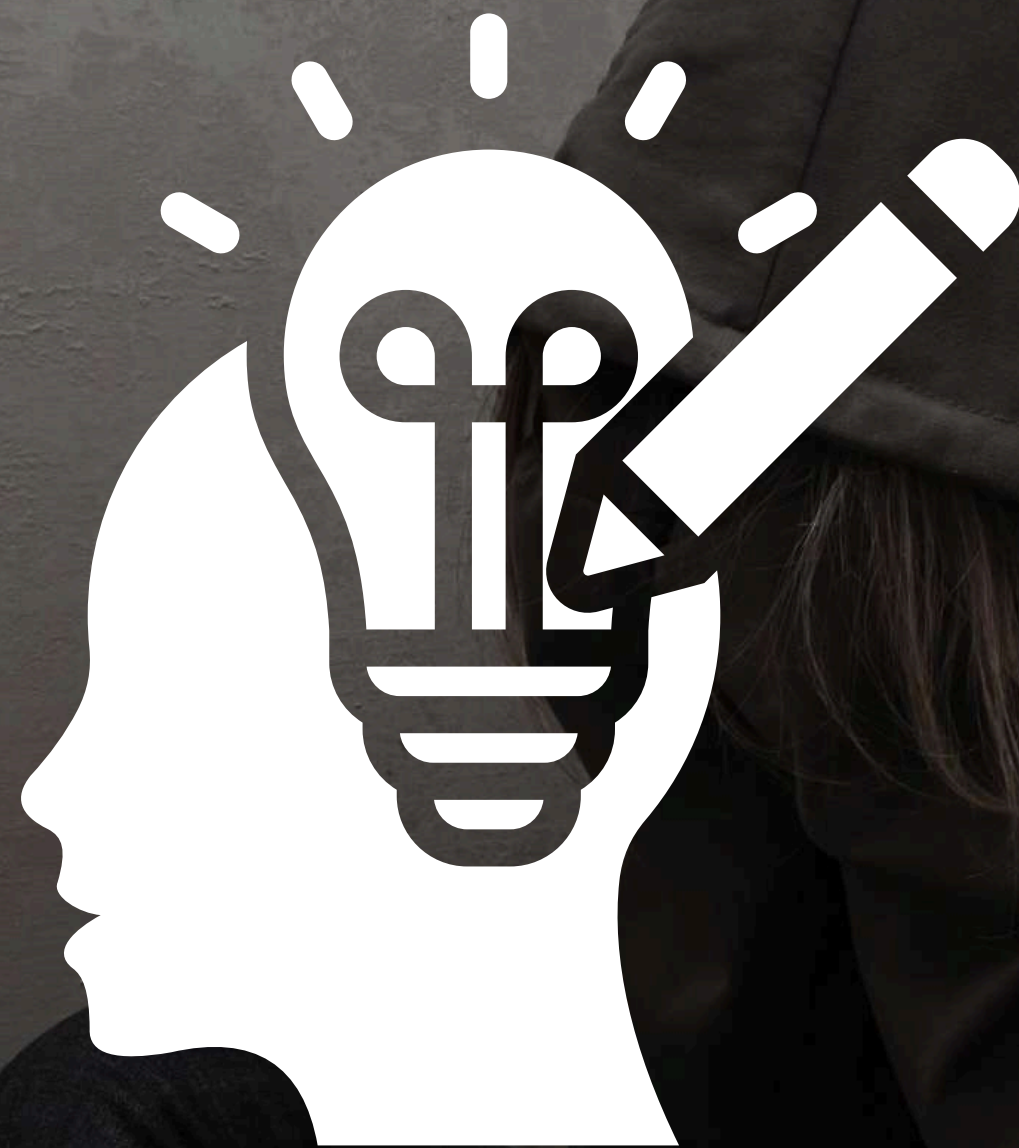
④稼ぐイメージが湧かない




と全部のステップが見えてきたからです



なので、継続できずに辞めていく人は



稼ぐイメージが湧いていない
ということになります

A silhouette of a person standing on a rocky peak with their arms raised in a gesture of triumph or achievement. The person is positioned on the left side of the frame, facing right. The background is a bright, hazy sky with scattered white clouds and a large, glowing sun that creates a lens flare effect. The overall color palette is warm, dominated by yellows, oranges, and blues. The person's silhouette is dark against the bright background.

一方、成功確率が高くて



ゴールにいける道筋が見えていたら



ゴールにいける道筋が見えていたら
挫折しようがない



④稼ぐイメージが湧かない

**「じゃあ、具体的に
どうすればいいのか？」**



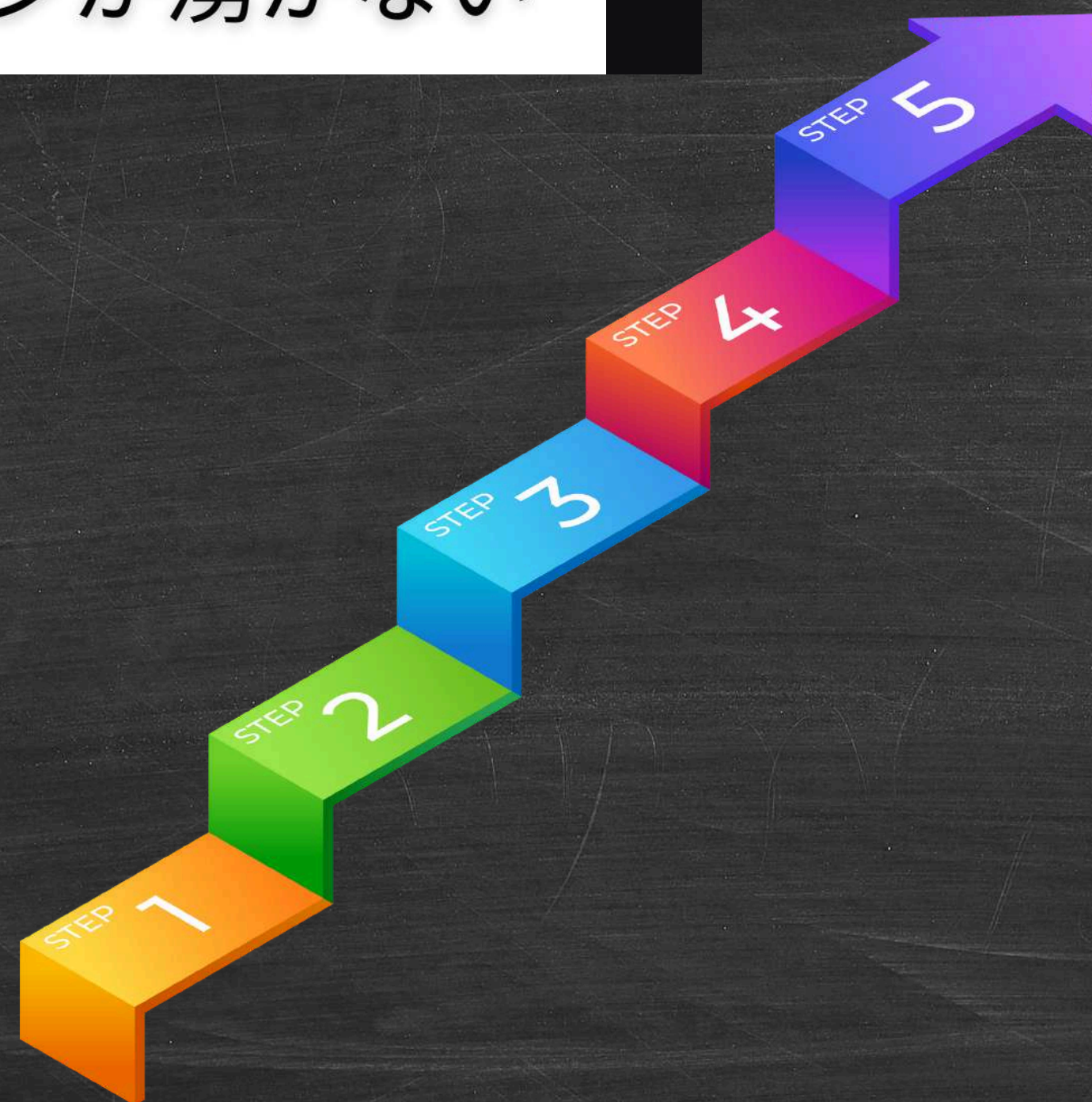
④稼ぐイメージが湧かない

**「じゃあ、具体的に
どうすればいいのか？」**

ってことなんですけど



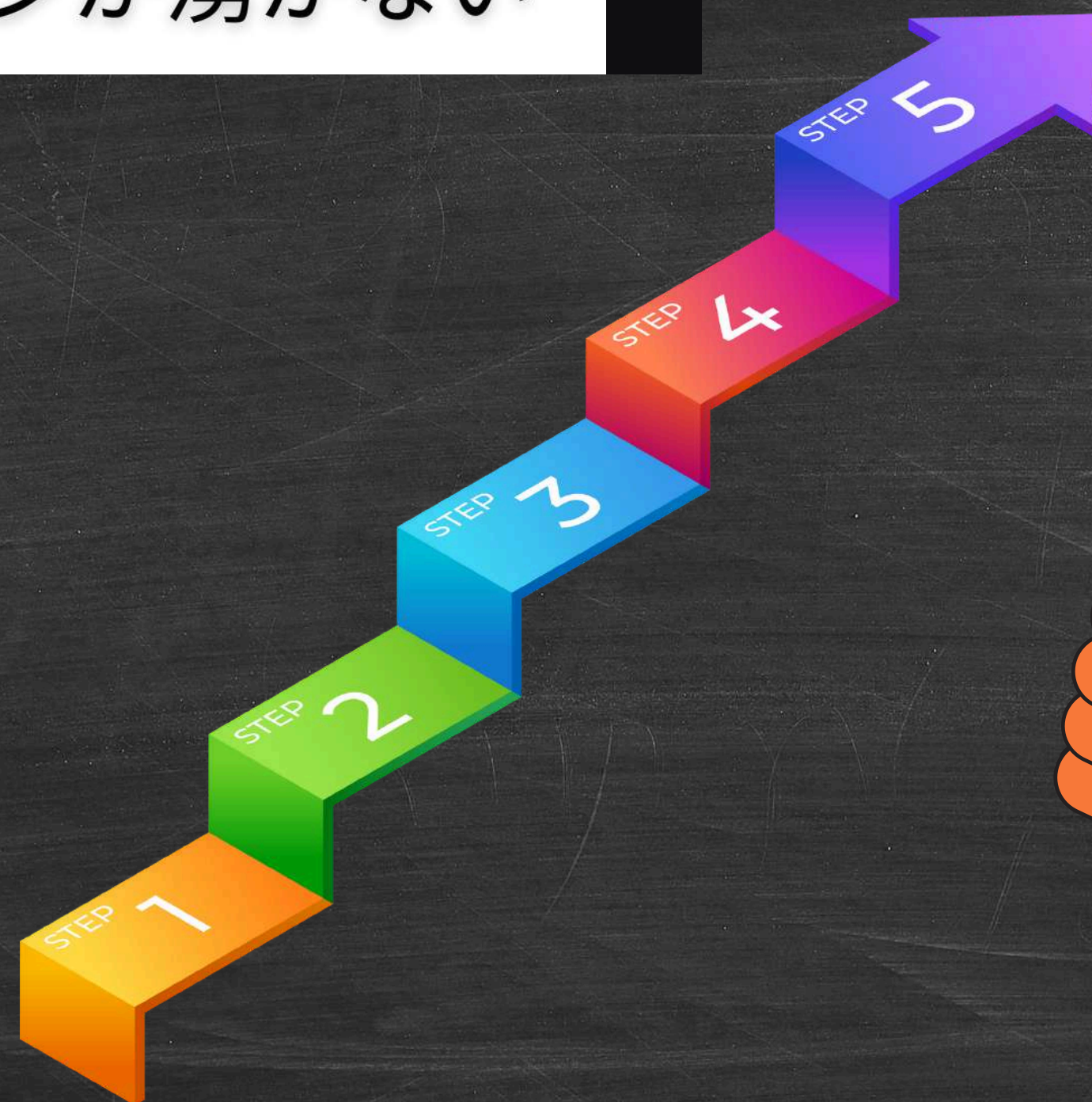
④稼ぐイメージが湧かない



稼ぐまでのステップを理解して



④稼ぐイメージが湧かない



稼ぐまでのステップを理解して
実践することですね



④稼ぐイメージが湧かない

1. アカウント構築

まずステップ1はアカウント構築



④稼ぐイメージが湧かない

1. アカウント構築

→どのような発信にするか整える

自分のアカウントを
どのような発信にするのか整える段階です



④稼働イメージが湧かない

2. 販売導線の設計

ステップ2が販売導線の設計



④稼ぐイメージが湧かない



2. 販売導線の設計

稼ぐとなった時に
めちゃめちゃ大事なステップです



④稼ぐイメージが湧かない



2. 販売導線の設計

「そもそも販売導線って何？」



④稼ぐイメージが湧かない



2. 販売導線の設計

「そもそも販売導線って何？」

と知っている方がいるかもしれないので
簡単に話すと



④稼ぐイメージが湧かない

2. 販売導線の設計



お客さんが商品・サービスを
購入するまでの道筋になります



リアル店舗でいうと



商品購入するレジまでの道筋があるから
分かりやすいですけど



ネットだと分かりづらい



だからこそ、販売導線の設計が大切



④稼ぐイメージが湧かない

3.お客さんを販売導線に導く

ステップ3がお客さんを販売導線に導く



④稼働イメージが湧かない

3. お客様さんを販売導線に導く



ステップ2で設計した販売導線に



④稼ぐイメージが湧かない

3. お客様さんを販売導線に導く



ステップ2で設計した販売導線に
お客様さんが通って貰う状況を作ります

1. アカウント構築

2. 販売導線の設計

3. お客様さんを販売導線に導く

**この3ステップの結果
商品が売れて稼げるとなります**

1. アカウント構築

2. 販売導線の設計

3. お客様さんを販売導線に導く



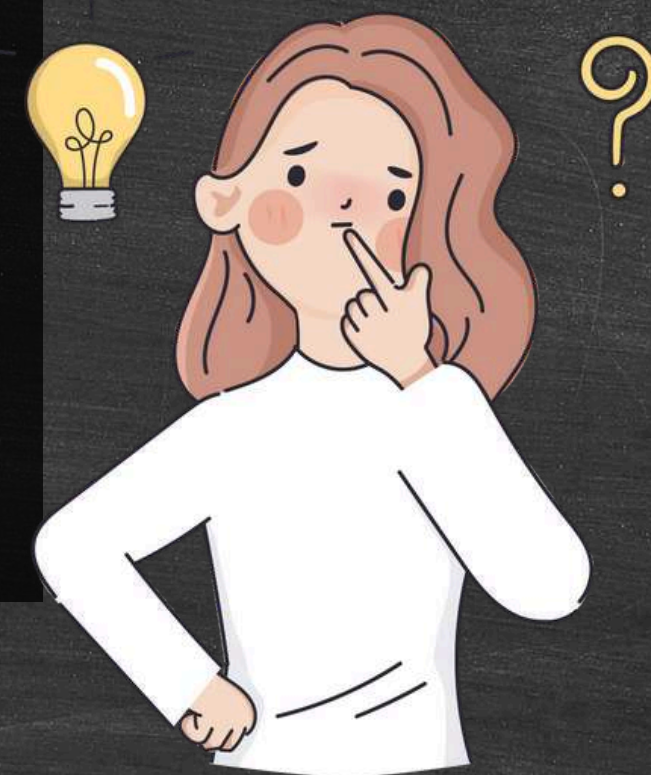
ちなみに

1. アカウント構築

2. 販売導線の「商品作成は

どのタイミングでやるの？」

3. お客様を販売導線に導く

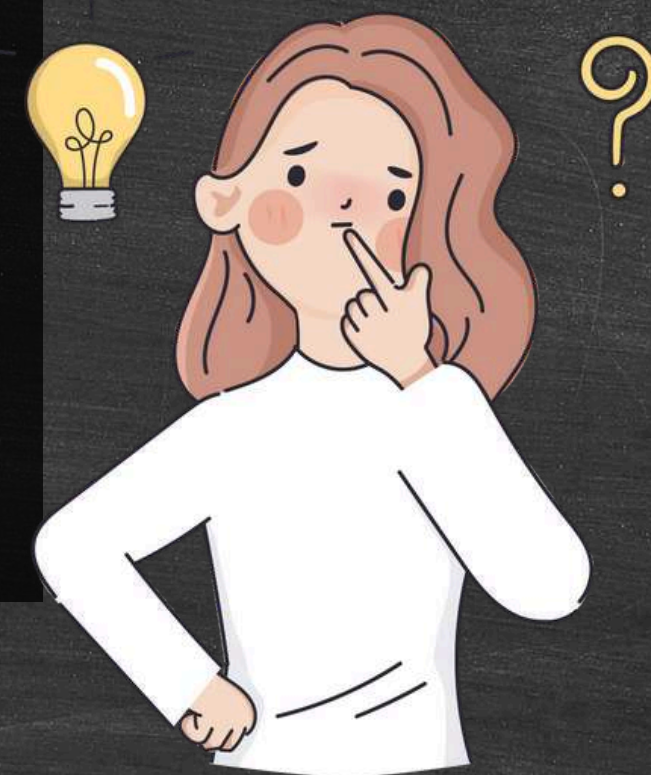


1. アカウント構築

2. 販売導線の「商品作成は

どのタイミングでやるの？」

3. お客様を販売導線に導く



と思ったかもしれませんが
お答えすると

1. アカウント構築

2. 販売導線の設計

3. お客様さんを販売導線に導く

**ステップ2とステップ3の期間に
構成練りおよび**

1. アカウント構築

2. 販売導線の設計

3. お客様さんを販売導線に導く



実際に商品作成ですね

1. アカウント構築



2. 販売導線の設計

3. お客様さんを販売導線に導く



ここまでの話しだけでも

1. アカウント構築



2. 販売導線の設計

3. お客様を販売導線に導く

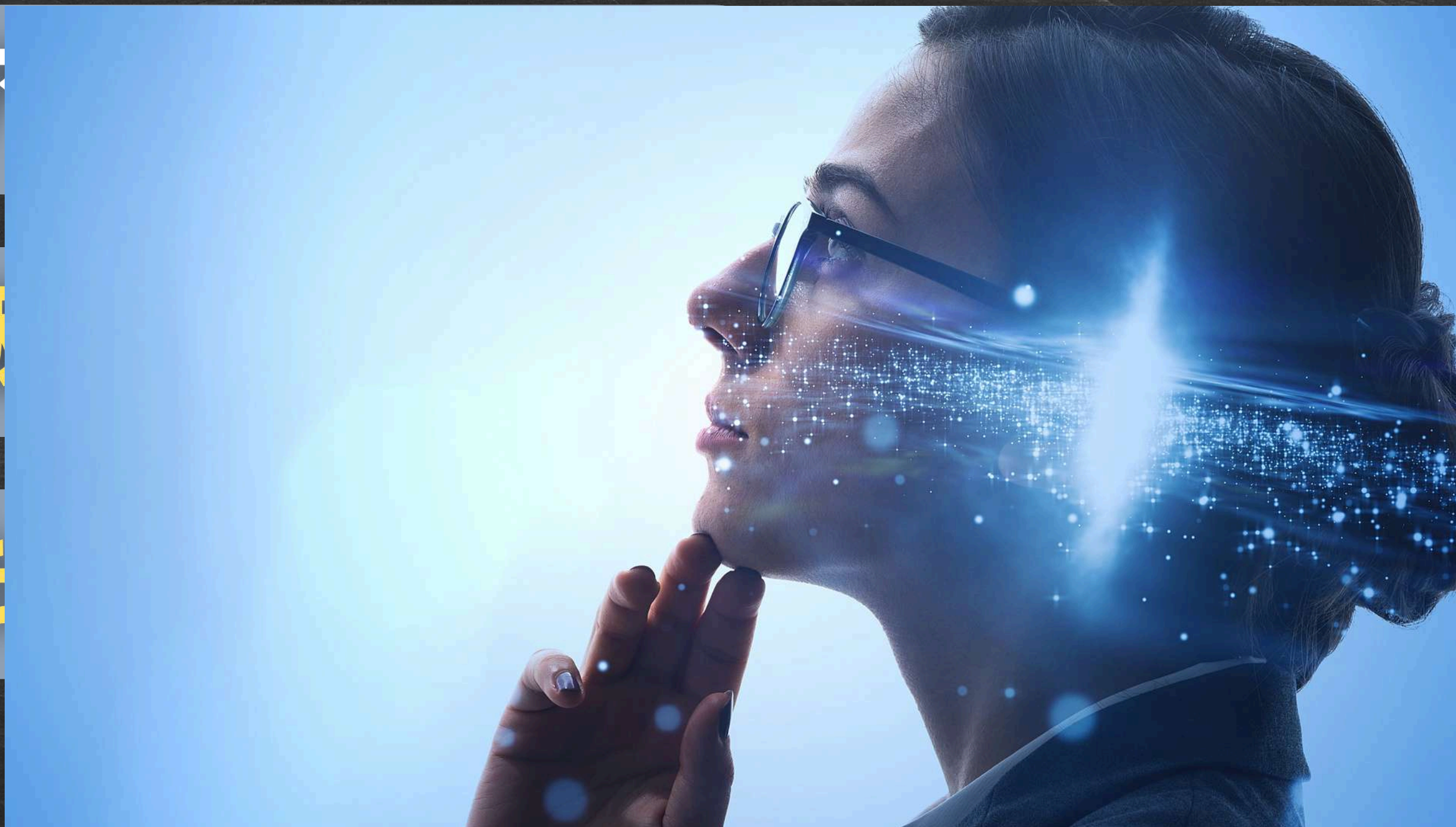


**ここまでの話だけでも
動画を見る前より**

1. ア

2. 販

3. お



少しだけ稼ぐイメージが沸いたと思いますが

1. アカウント構築

2. 販売導線の設計

3. お客様さんを販売導線に導く

**さらに3ステップの中身を
具体的に話していきます**

1. アカウント構築

ステップ1のアカウント構築について

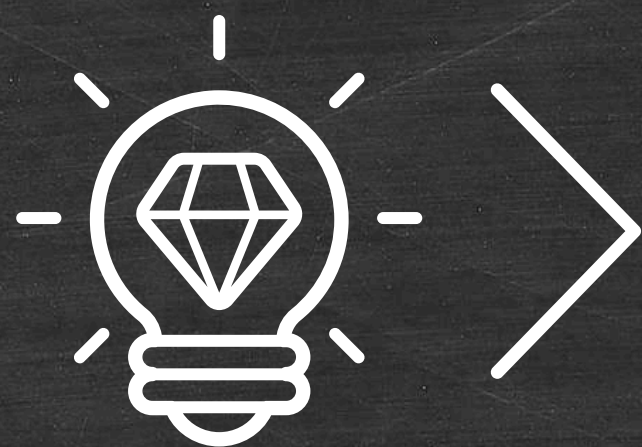
1. アカウント構築

「アカウント設計」

今回の動画の中で「アカウント設計」という言葉も出てくるんですけど

1. アカウント構築

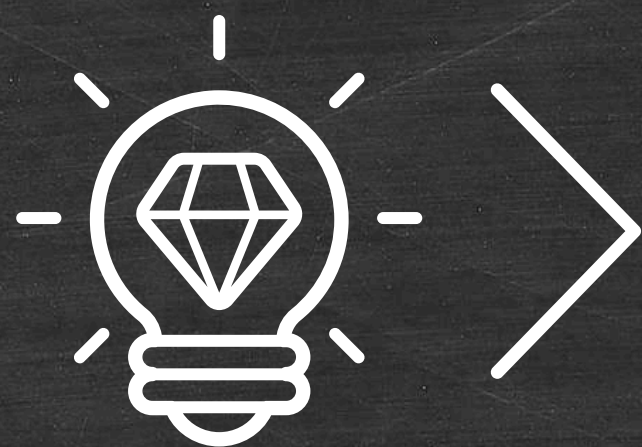
「アカウント設計」



「アカウント設計」よりも
大きな概念として捉えてください

1. アカウント構築

「アカウント設計」



→ アカウント発信の方向性

言うなれば作るアカウントの発信の方向性みたいなニュアンスですかね

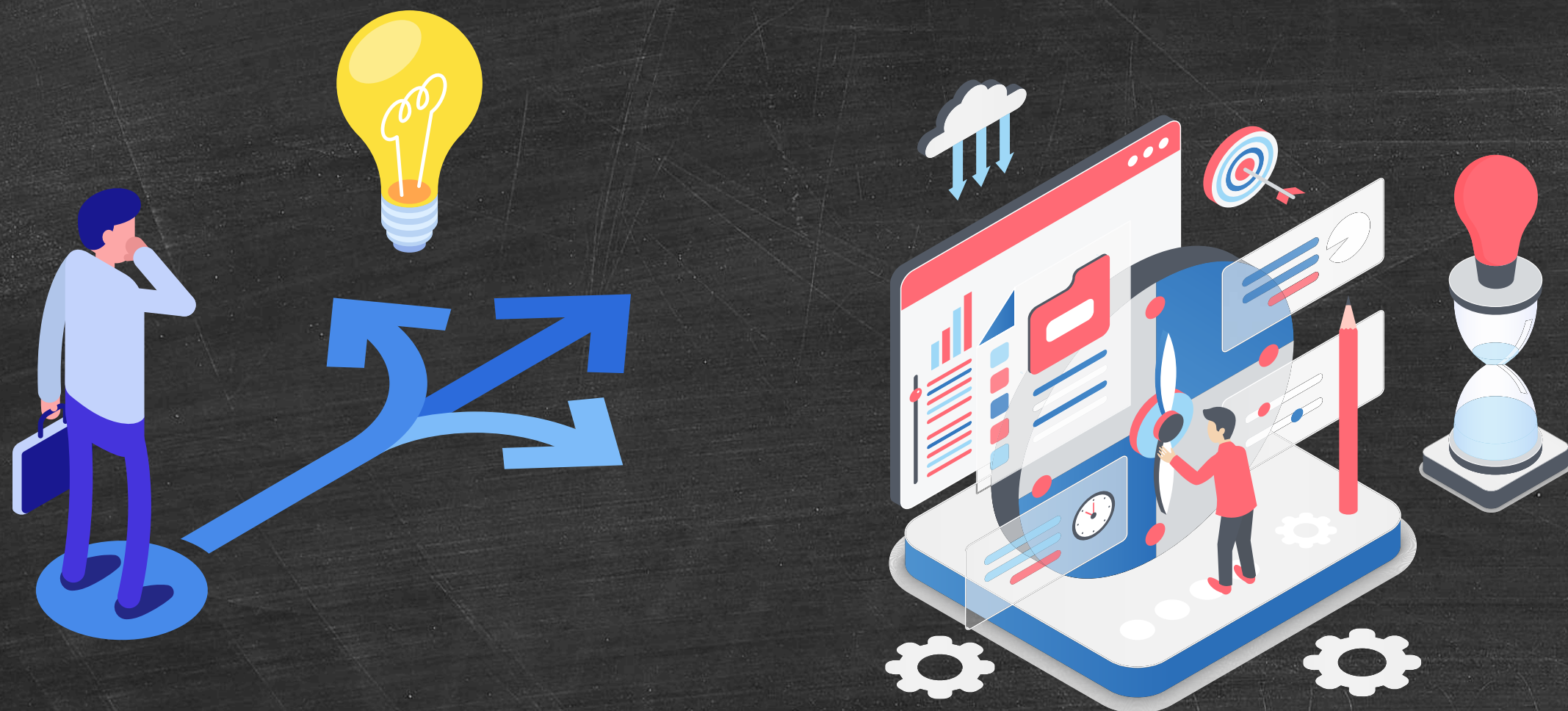
→アカウント発信の方向性

発信の方向性を決める理由は



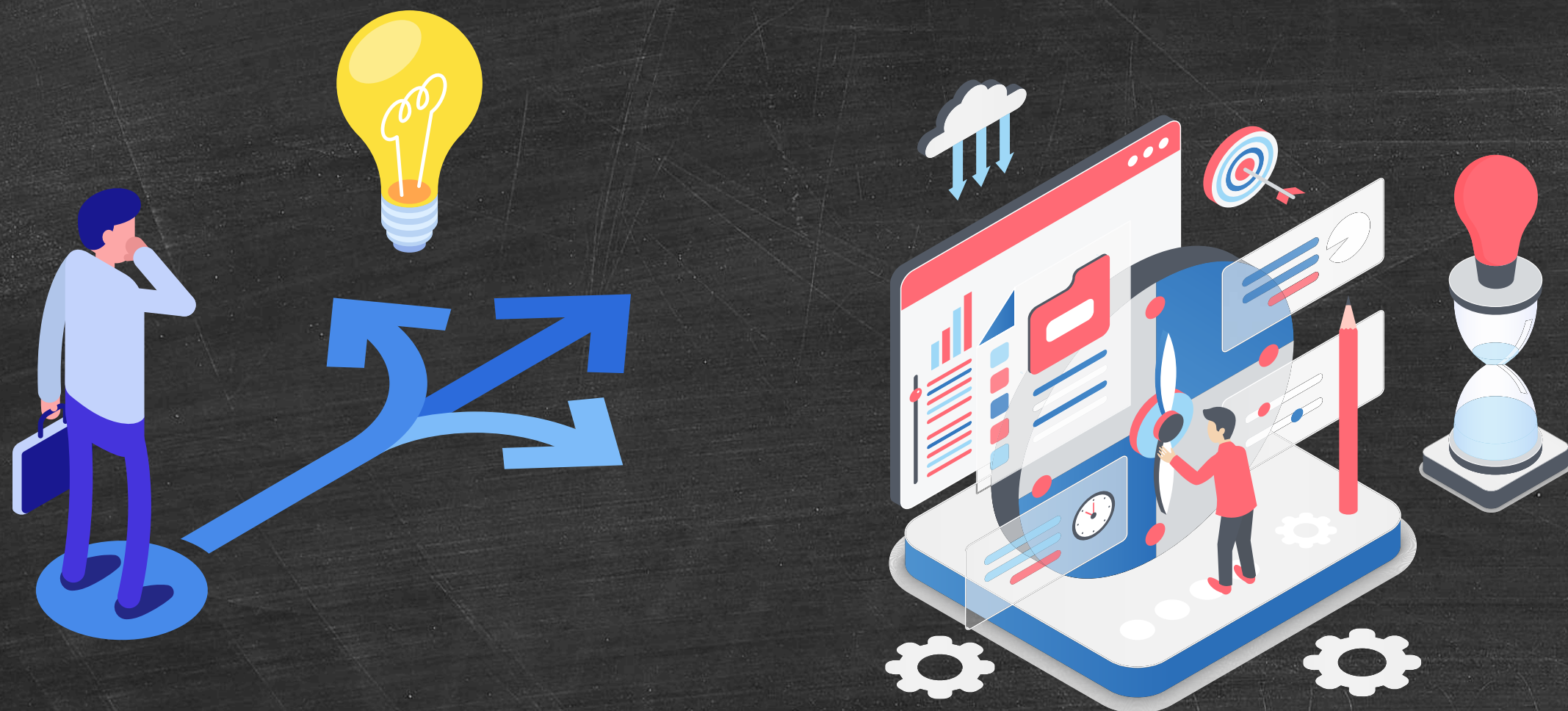
→アカウント発信の方向性

方向性を決めれば



→アカウント発信の方向性

どんな商品・サービスを販売するのか
自然と決まるからです



→アカウント発信の方向性



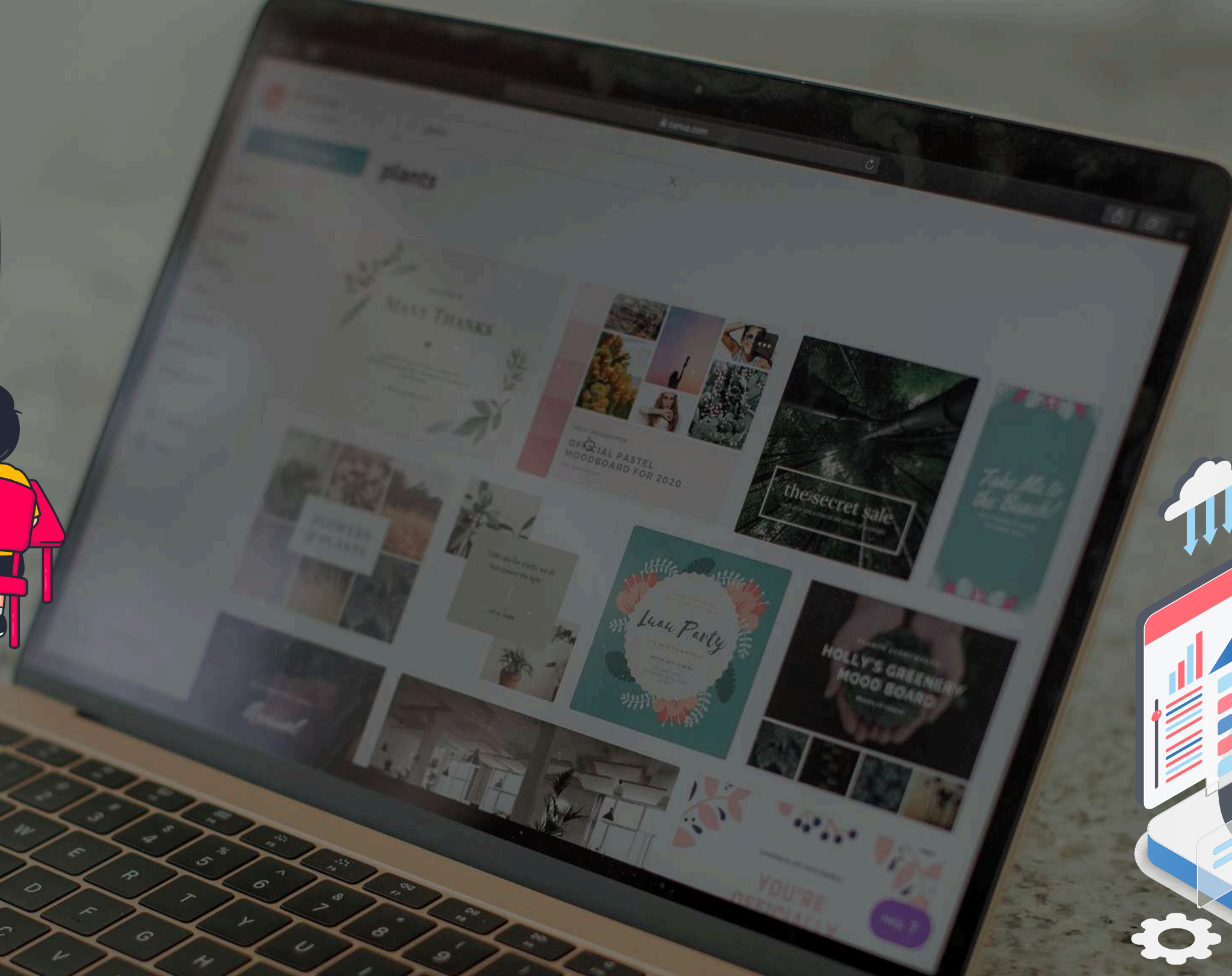
例えば



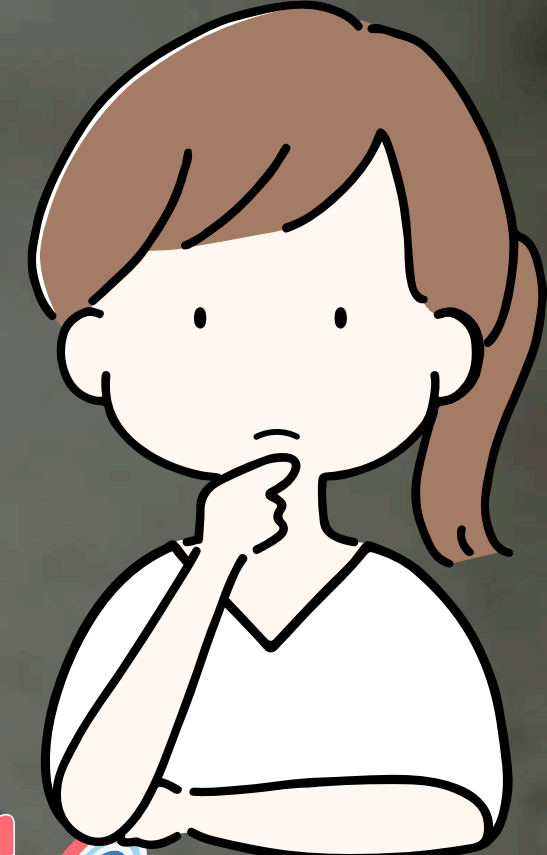
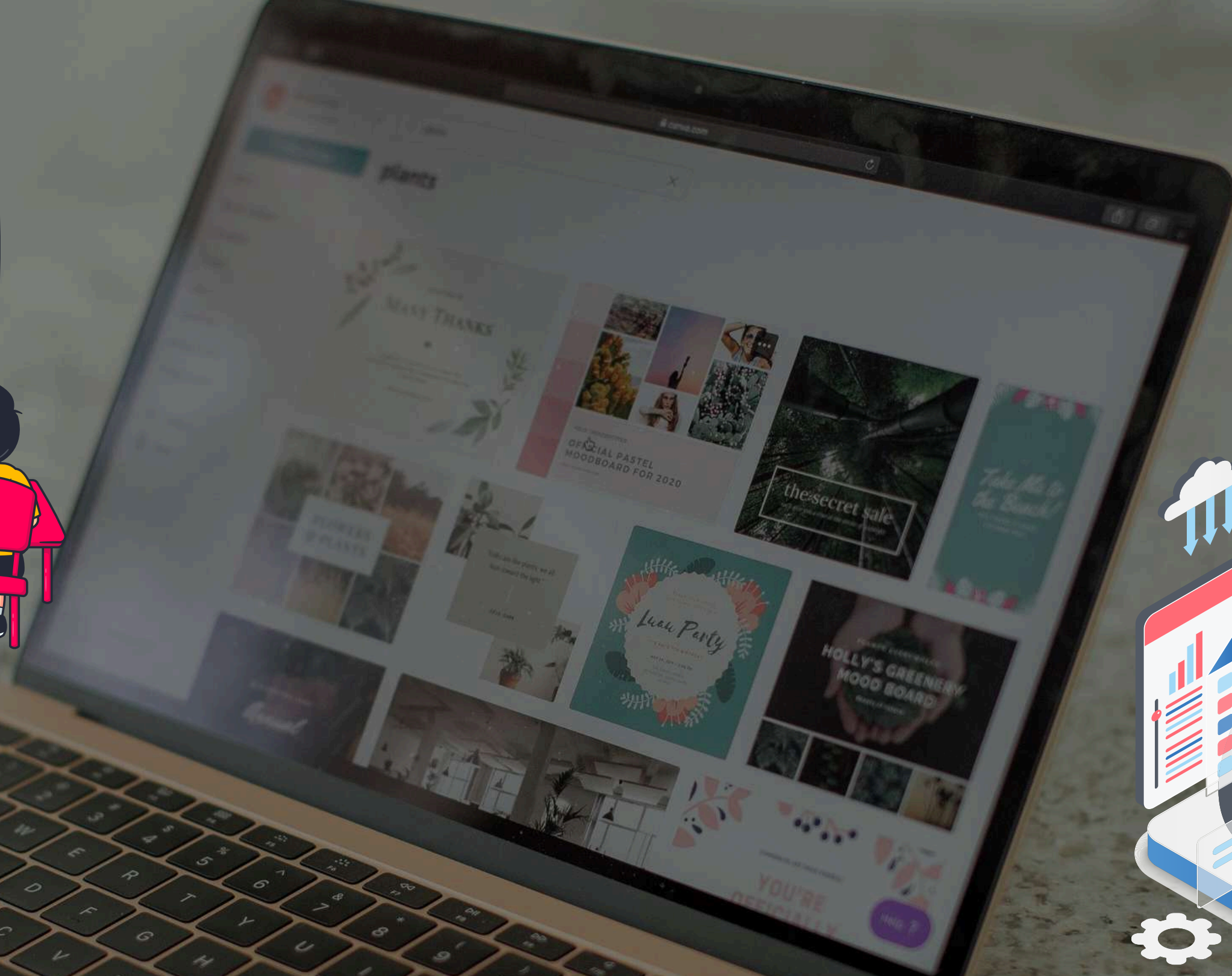
Canvaのデザイン作成ができない人に向けて
発信するのであれば



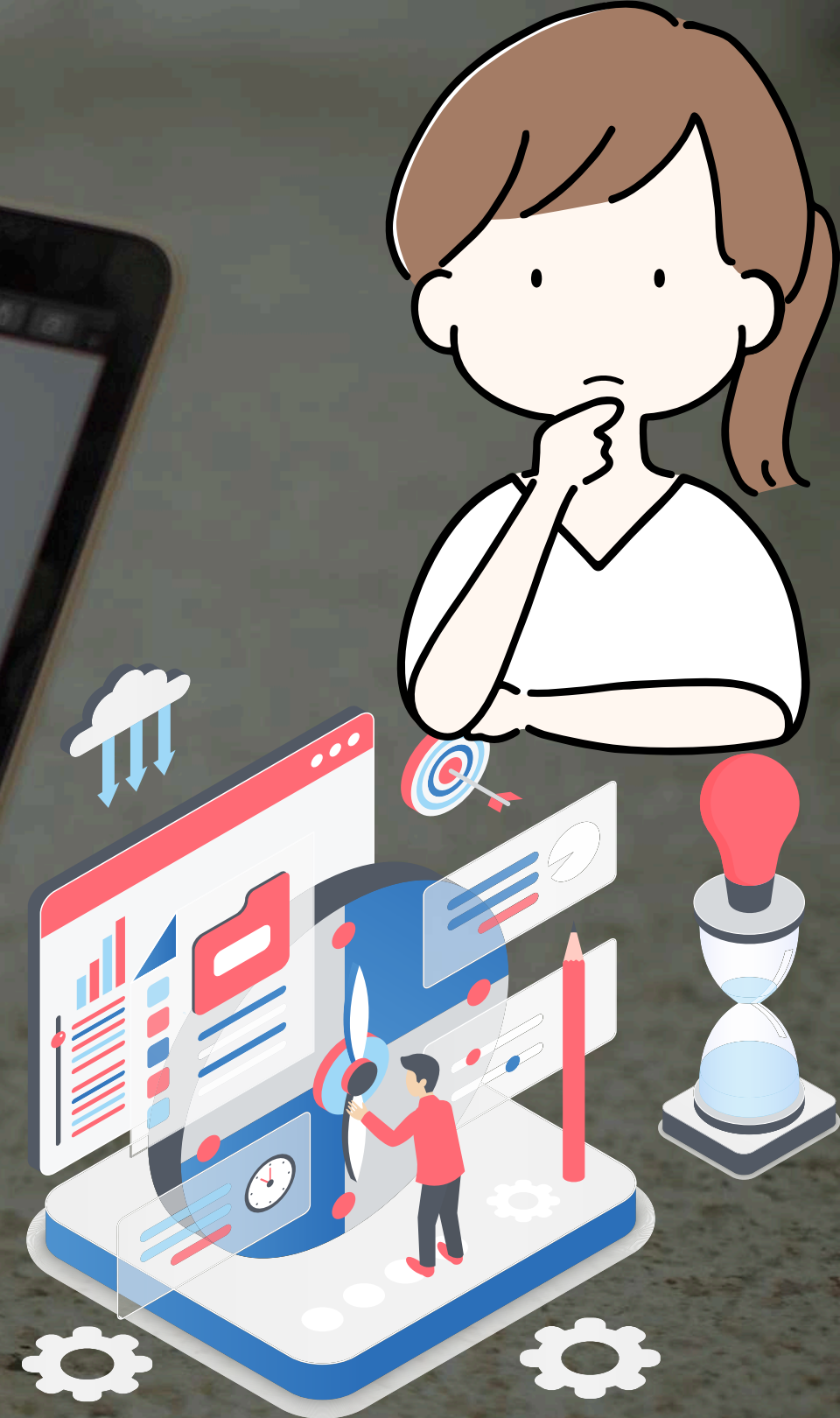
Canvaに関しての
商品・サービスを提供するのが自然ですね



逆に、英会話の商品・サービスを出されても謎すぎますよね



と考えた時



と考えた時
発信の方向性が決まっていることで



④稼ぐイメージが湧かない

✓商品が決まる

→商品があれば稼げるアカウントに

商品が決まるし

商品があるなら稼げるアカウントになれます



④稼ぐイメージが湧かない



発信の方向性を決める時に重要なのは



④ 稼ぐイメージが湧かない



発信の方向性を決める時に重要なのは
誰に発信を届けるかというところですね



④ 稼ぐイメージが湧かない



あと、発信を届ける相手を
どういうゴールに導くのか？です



④ 稼ぐイメージが湧かない



例えば

わがままボディな20代女性が

Who?

GOAL!

わがままボディな20代女性が

Who?

GOAL!

7kg痩せて彼氏に溺愛されるお姫様に

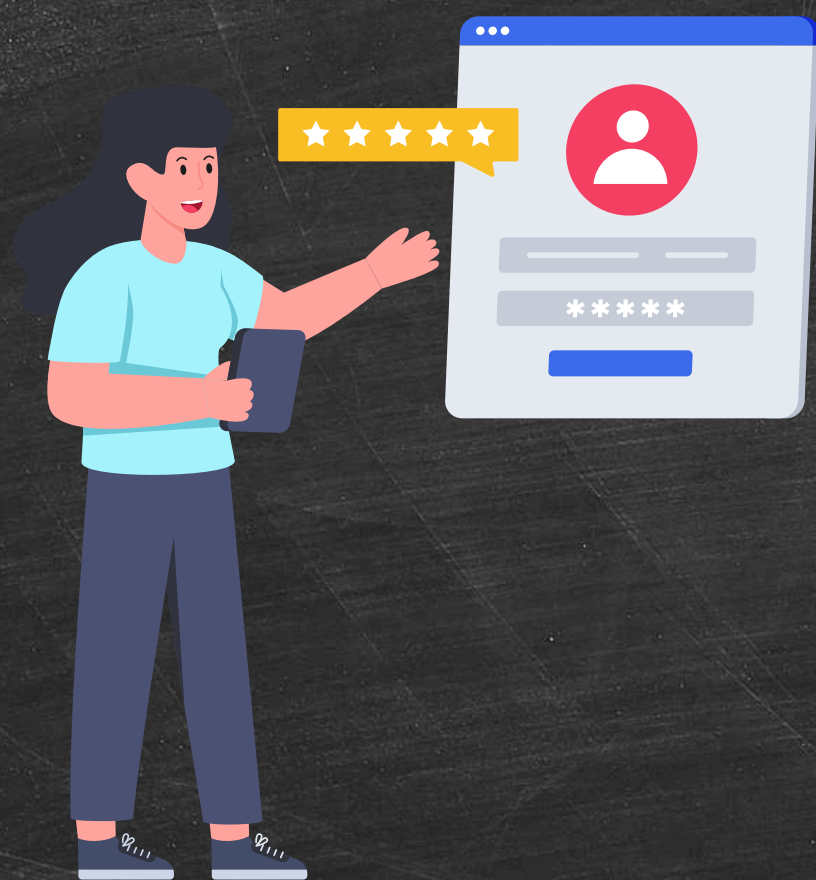
わがままボディな20代女性が

Who?

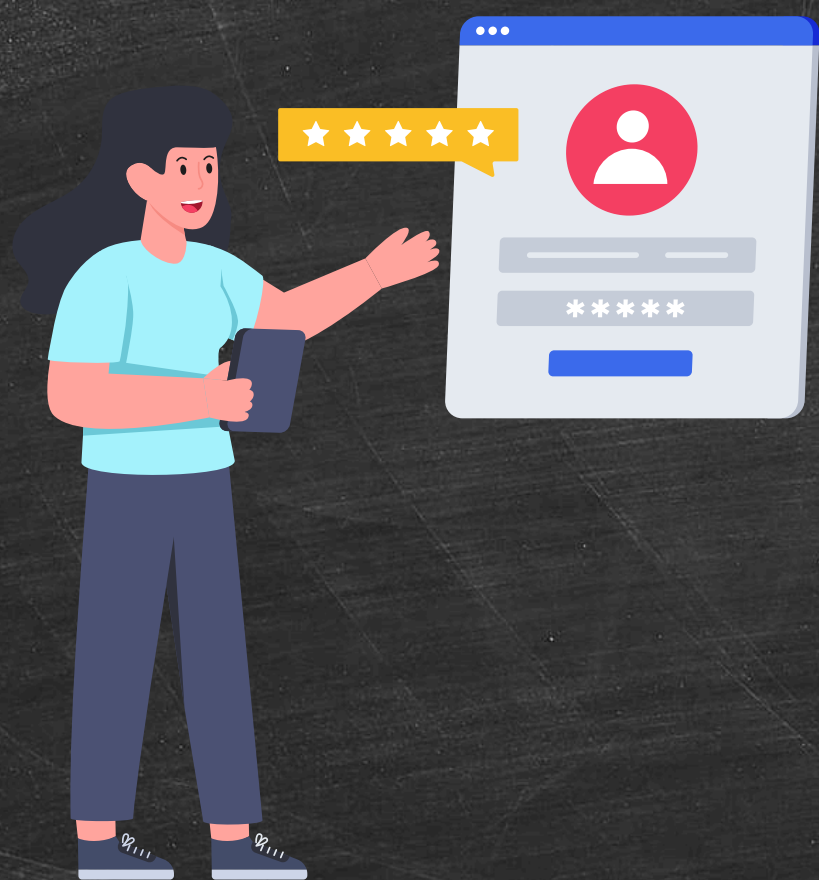
GOAL!

7kg痩せて彼氏に溺愛されるお姫様に

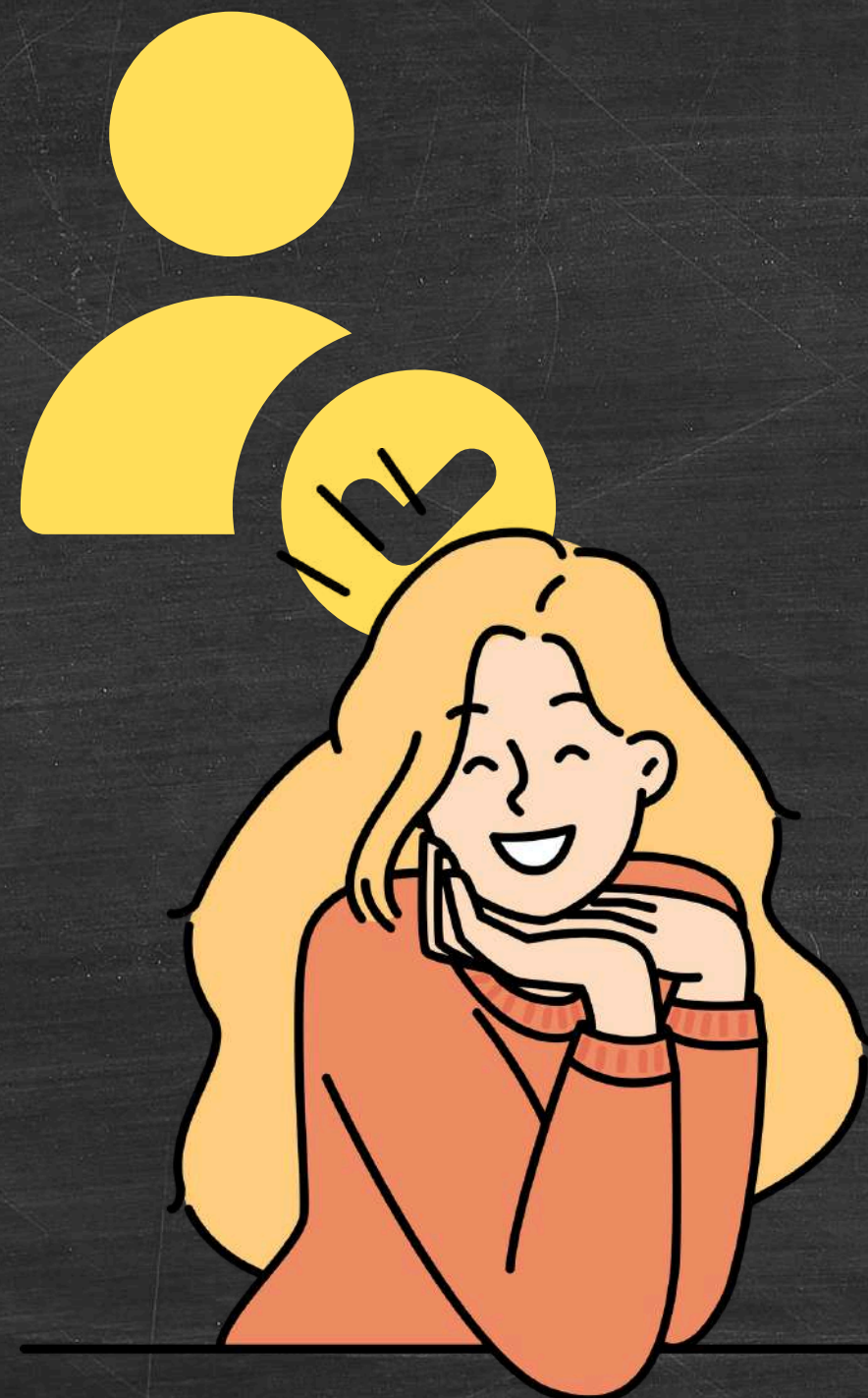
このように発信の方向性が決まったのならば



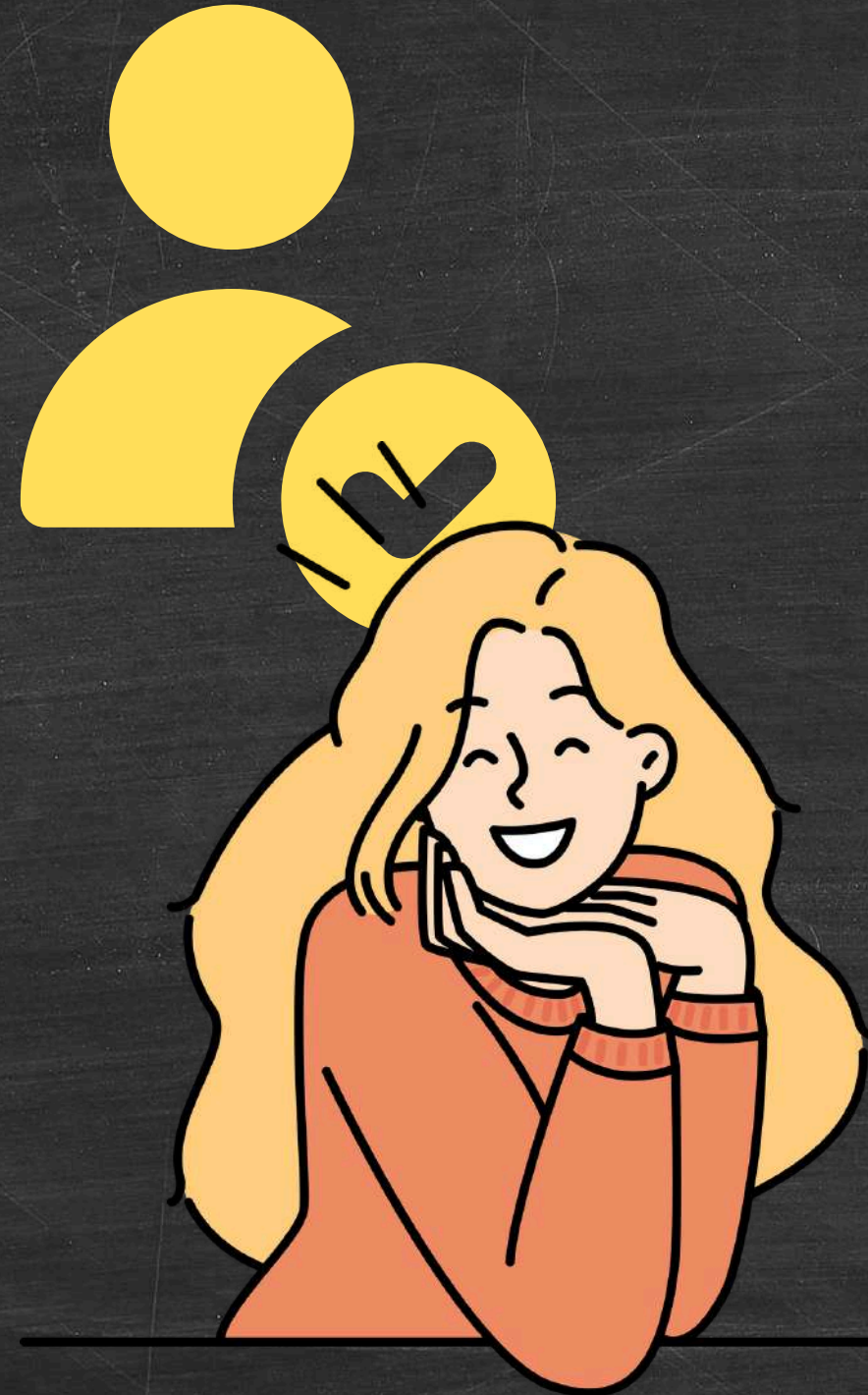
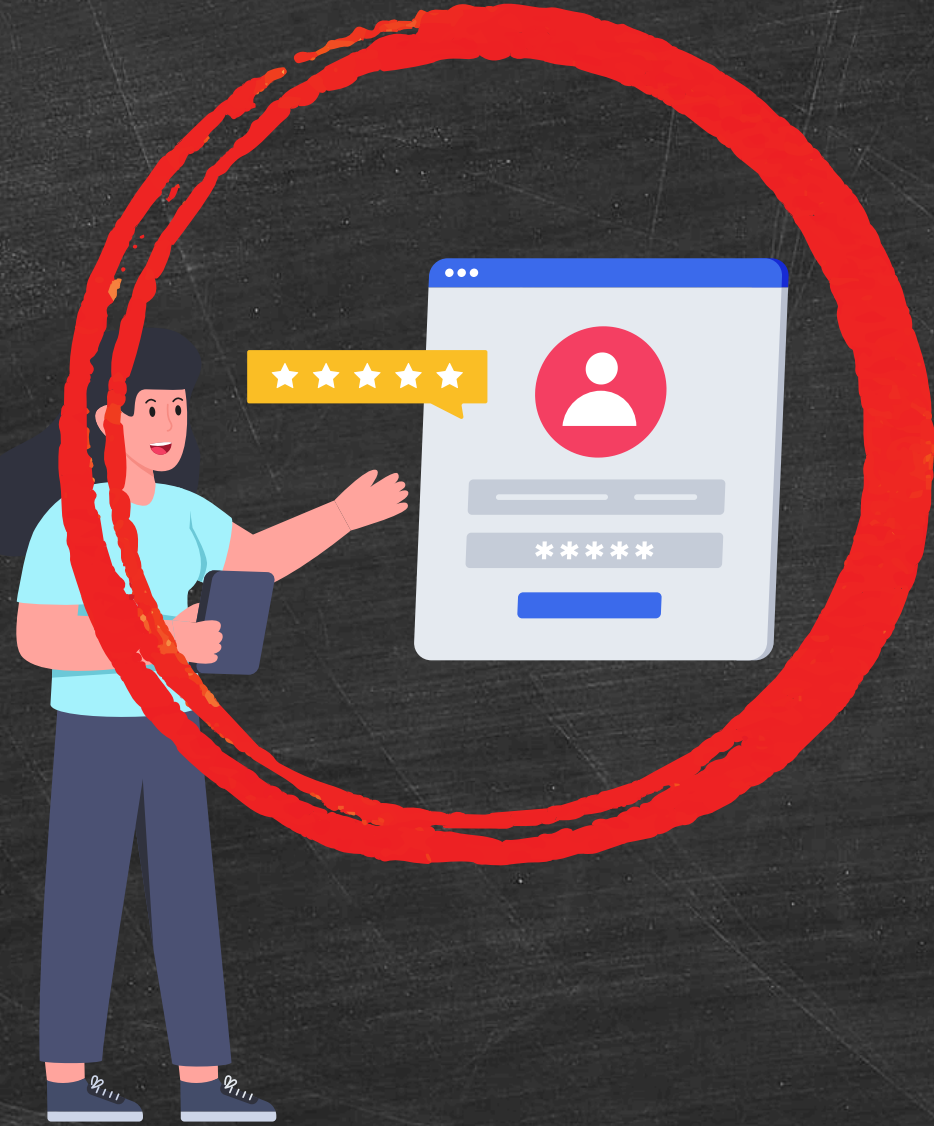
**その方向性を
具体的にアカウントへ落とし込む**



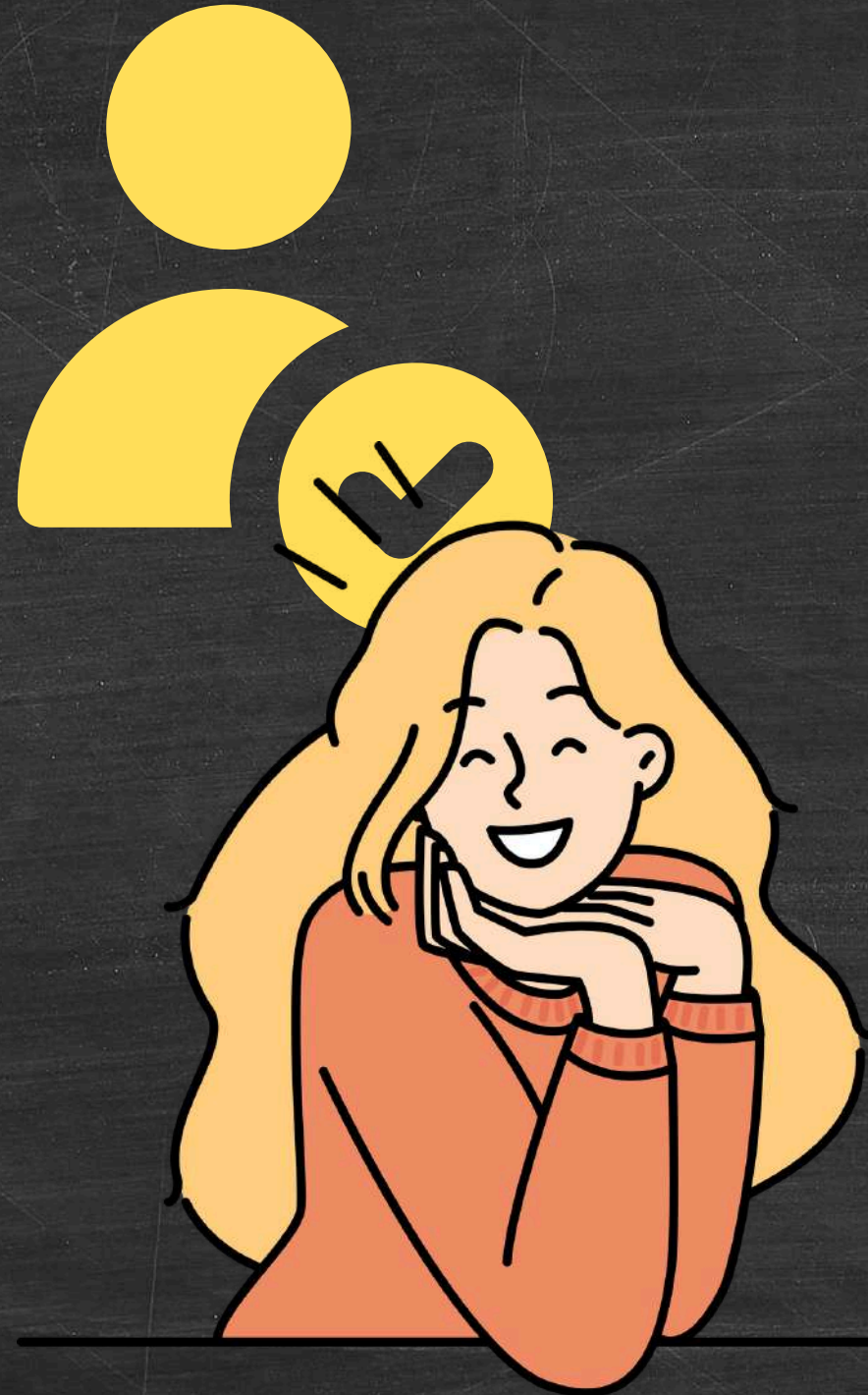
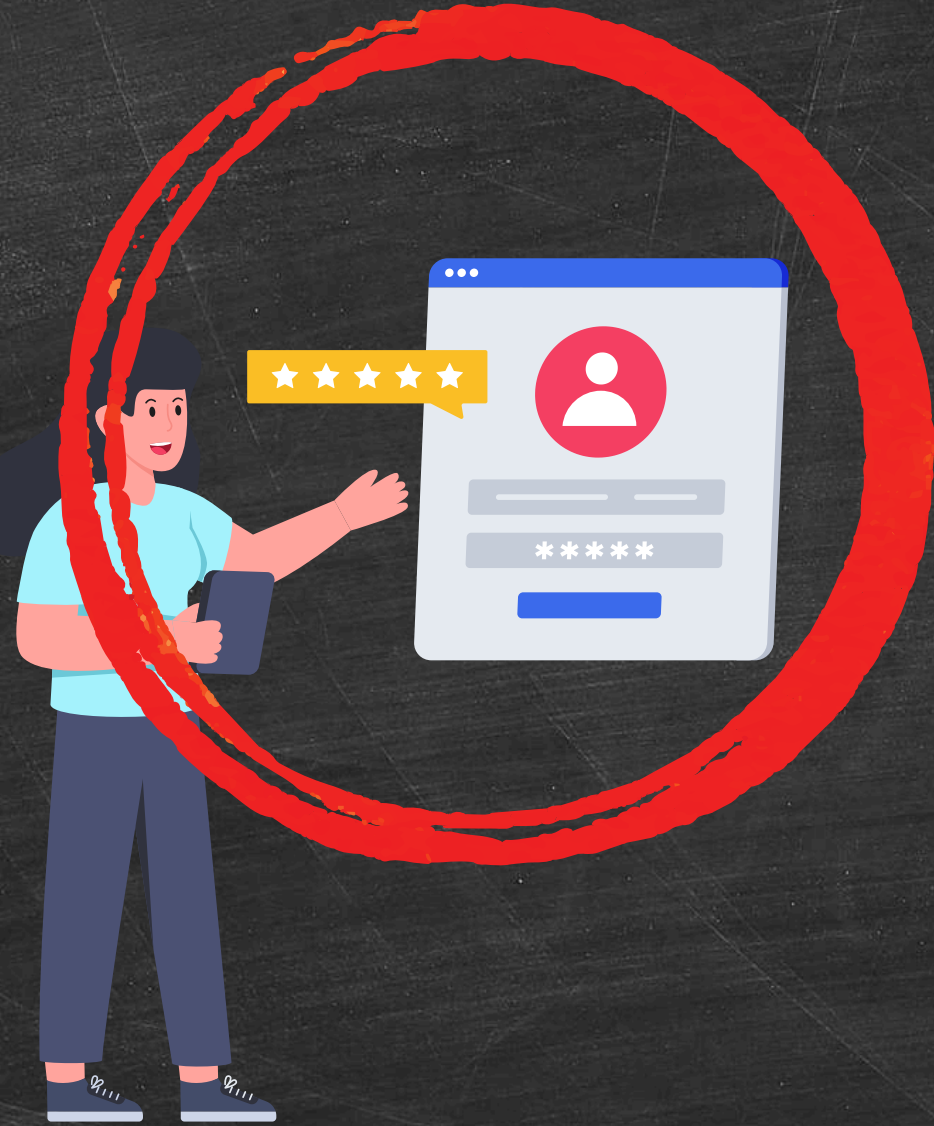
落とし込み具合で



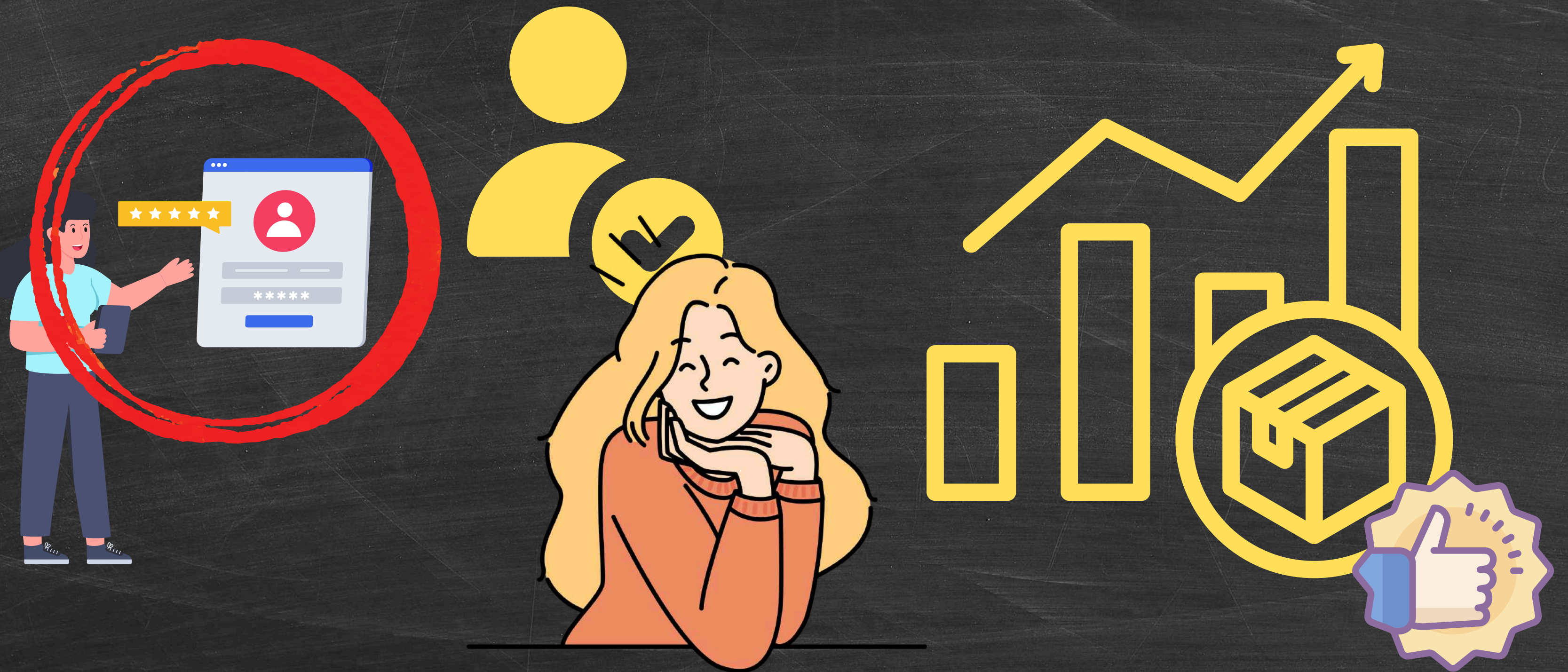
**今後の集客や販売が
楽になるといっても過言ではありません**



なぜなら、アカウントで



なぜなら、アカウントで
商品が売れるかどうか



決まってくるんですよね



もちろん100%決まってくるとは
言いませんけど



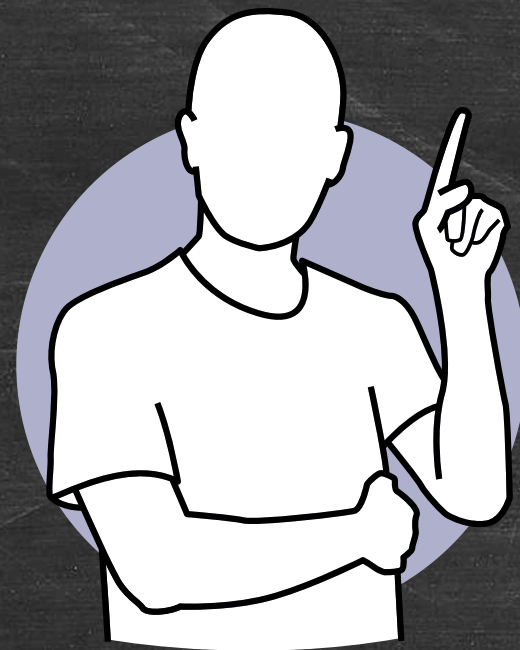
50%

最低50%ぐらいいは決まってくる感覚値ですね

2. 販売導線の設計

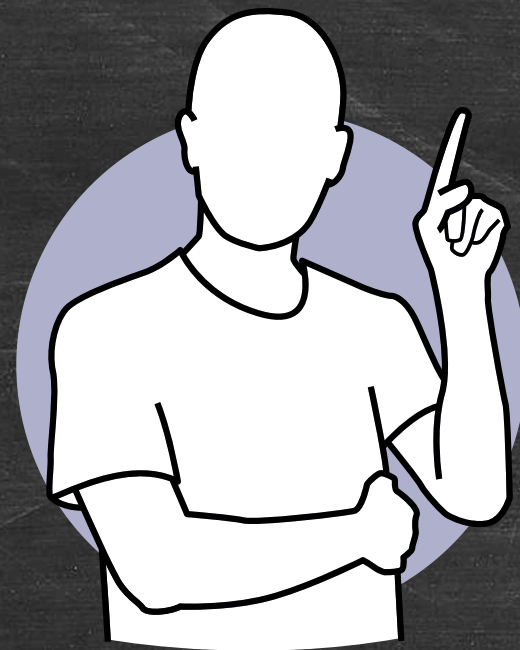
次ステップ2なんですけど、販売導線の設計

2. 販売導線の設計



販売導線の設計理由は

2. 販売導線の設計



導線がないと

2. 販売導線の設計



商品をお客さんに届けることが
できないからです



驚いたことに販売導線なく
アカウント作成して



SNS上で発信している人が意外にいる



④ 稼ぐイメージが湧かない



「稼ぐイメージが湧かない人」



④稼ぐイメージが湧かない



「稼ぐイメージが湧かない人」

って販売導線がぼんやりしています



④稼ぐイメージが湧かない



僕もそうだったのですが



④稼ぐイメージが湧かない



僕もそうだったのですが
ぼんやりしていると



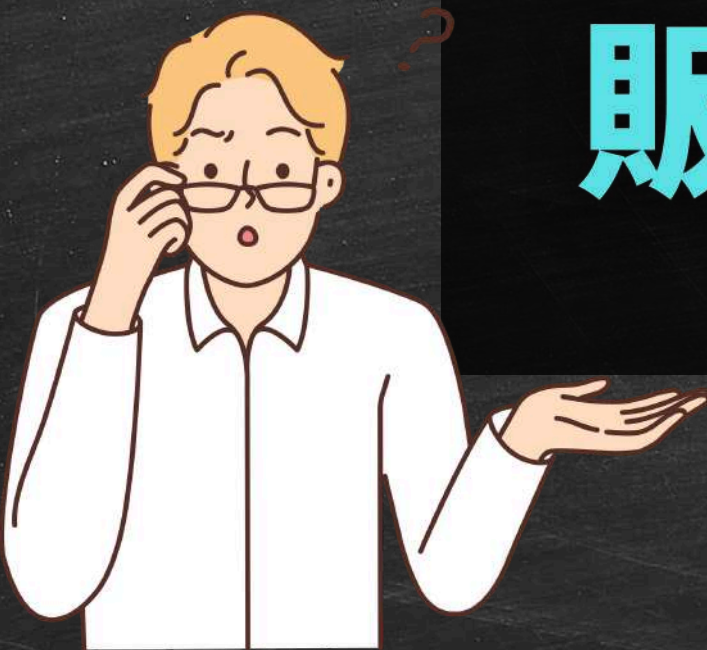
④稼ぐイメージが湧かない



商品を
どこに置けば良いのか分からないですし



④稼ぐイメージが湧かない



販売タイミングっていつなの？



④稼ぐイメージが湧かない

どうセールスすればいいの？





④稼ぐイメージが湧かない

どうセールスすればいいの？




など分からなくなっちゃうんですよね



④ 稼ぐイメージが湧かない



なので
イメージが湧かない気持ちも分かります

A blue-toned map of Japan with black dots and lines indicating a route. The dots are scattered across the main islands, and lines connect some of them, suggesting a travel path. The map is overlaid with a dark grey semi-transparent box containing white Japanese text.

でも、僕のクライアントさんが
十人十色の導線を作れているのは



いろいろな導線事例をGETしたからです



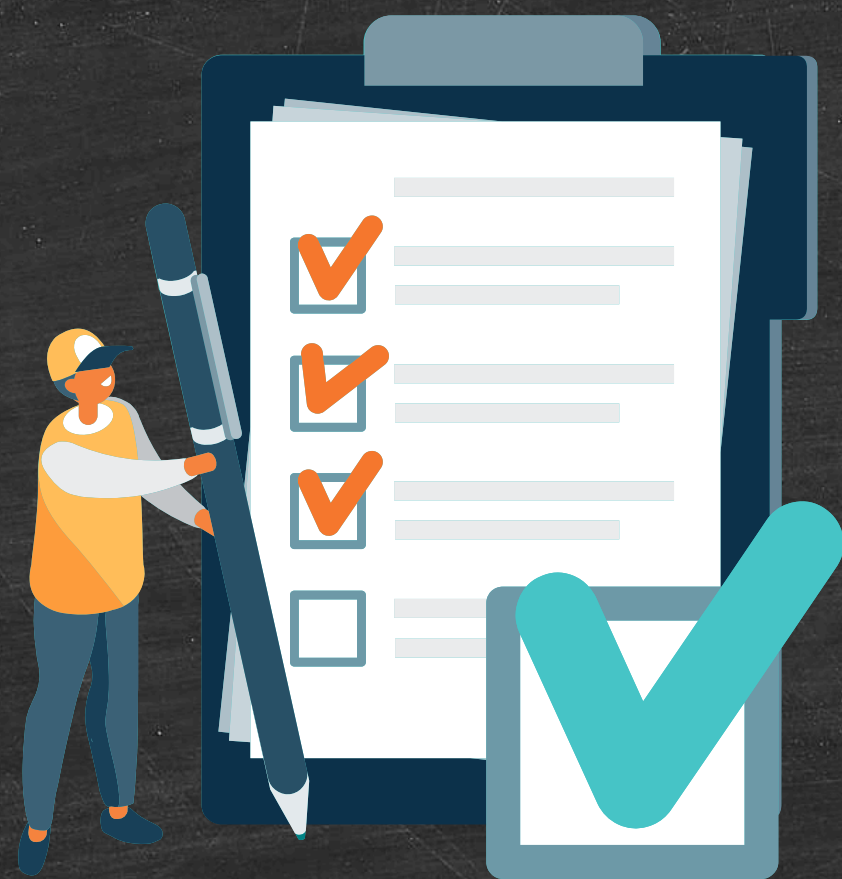
事例をもとに導線を
僕と一緒に組み立てました



実は僕のクライアントさんって
全員導線が違います



でも、収益を生み出せているんですよ



なので、事例を知ることさえできれば



なので、事例を知ることさえできれば
販売導線を作れます



④稼ぐイメージが湧かない



**「え、そうなんですか？
では、どうすればいいですか？」**



④稼ぐイメージが湧かない



**「え、そうなんですか？
では、どうすればいいですか？」**

と思ったかもしれません



④稼ぐイメージが湧かない



「え、そうなんですか？
では、どうすればいいですか？」



なので、お伝えすると結論



④稼ぐイメージが湧かない

**他の発信者の販売導線に
入ってみることですね**



④稼ぐイメージが湧かない

**他の発信者の販売導線に
入ってみることですね**

もっと具体的に言うと



④稼ぐイメージが湧かない

**他の発信者の
公式LINEやメルマガを
登録してみます**





④稼ぐイメージが湧かない



どんなふう to 商品を販売しているのか？



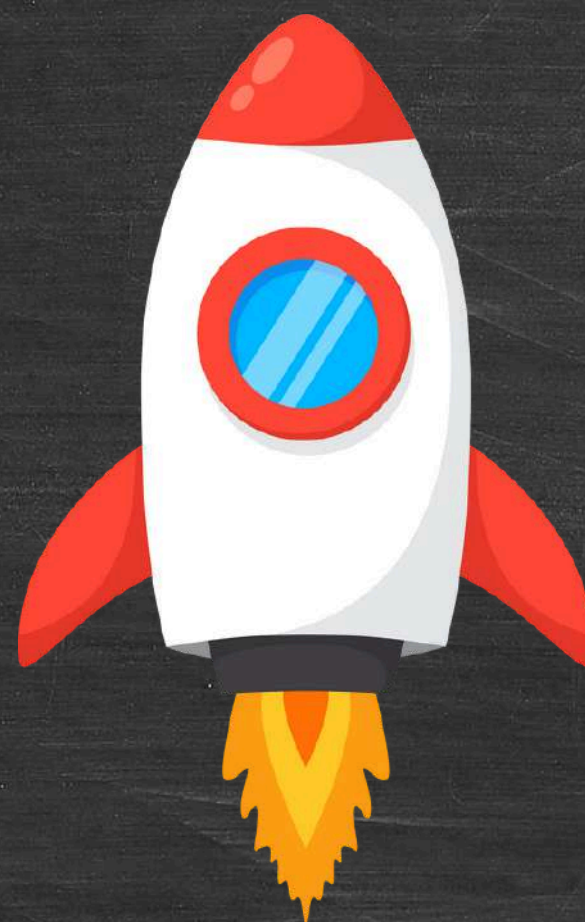
④稼ぐイメージが湧かない



どんなふう to 商品を販売しているのか？
をリサーチですね



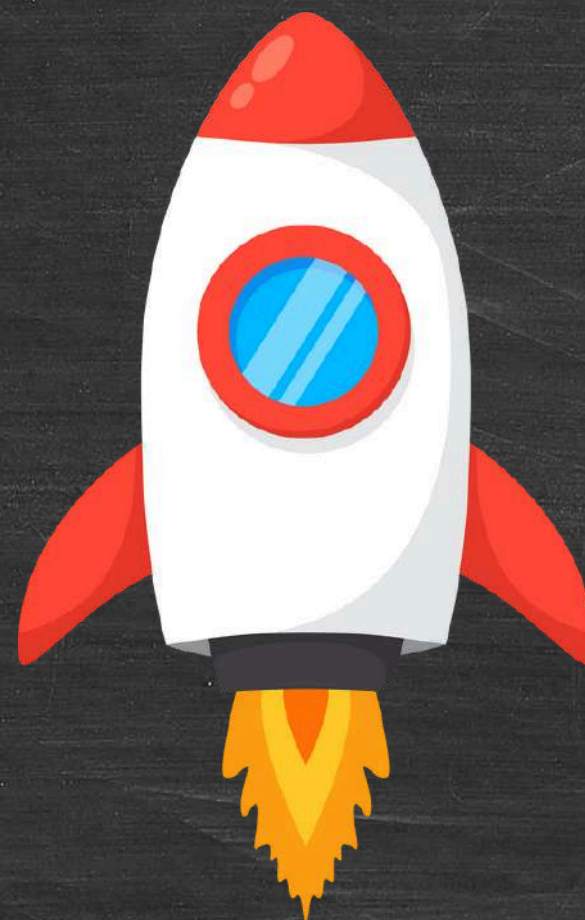
④稼ぐイメージが湧かない



あとは、SNS上でローンチしている人がいたら



④稼ぐイメージが湧かない



そのローンチ自体が販売導線になるので
僕だったら要チェックします



具体例を知れば知るほど



具体例を知れば知るほど
販売導線は余裕で作れます



料理は使える素材があればあるほど



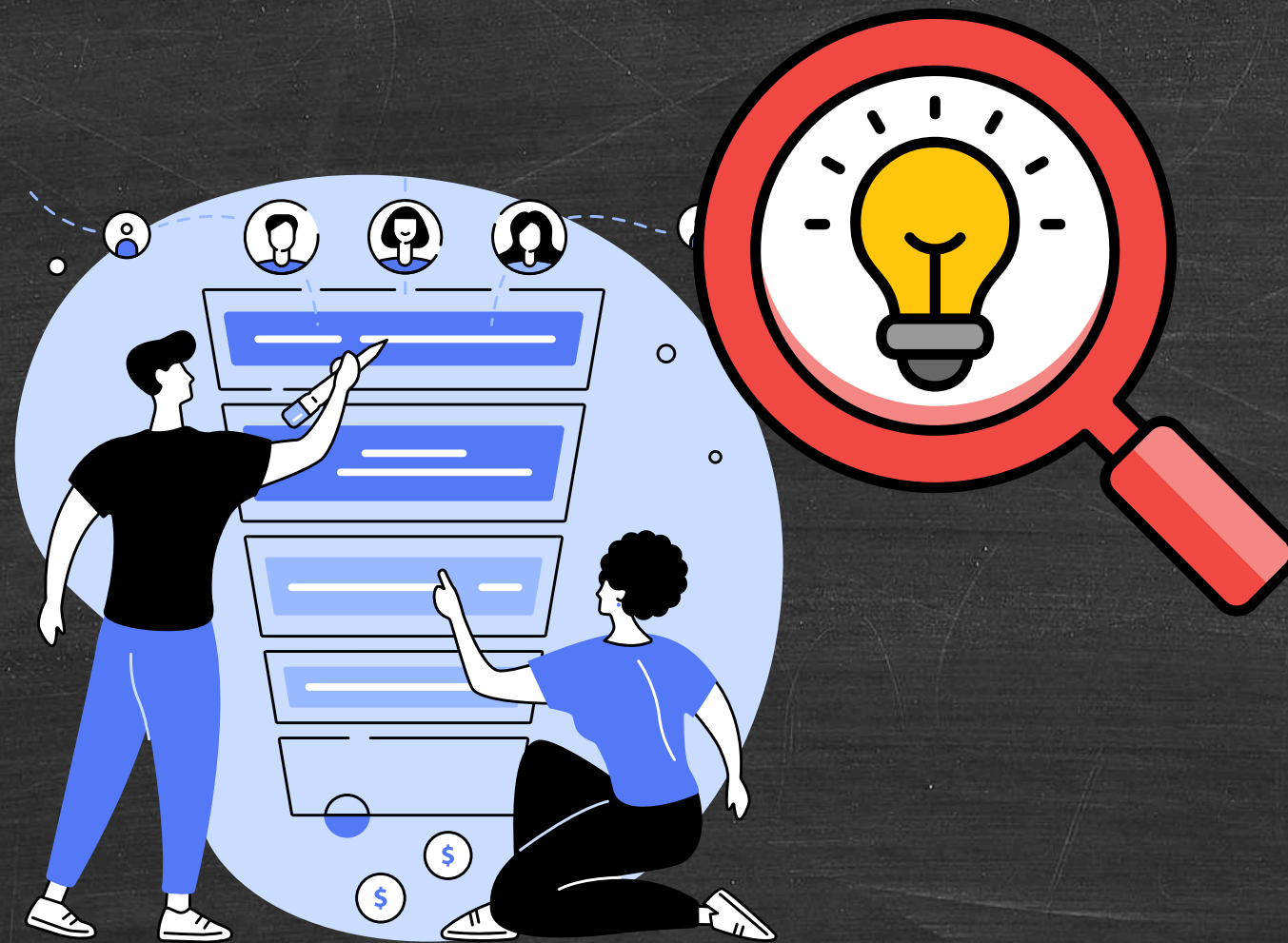
料理は使える素材があればあるほど
味や料理の表現方法が豊かになりますが



それと一緒にですね



④稼ぐイメージが湧かない



僕は常日頃
販売導線のリサーチをしています

3.お客さんを販売導線に導く

次、ステップ3が
お客さんを販売導線に導くです

3.お客さんを販売導線に導く

WHY?

導く理由は

3.お客さんを販売導線に導く

WHY?



商品を手にする場所の入り口が
分からなければ

3.お客さんを販売導線に導く

WHY?



お客さんは商品を一生手にできないからです



④稼ぐイメージが湧かない

**「そもそも販売導線に導くって
どういうことですか？」**





④稼ぐイメージが湧かない


**「そもそも販売導線に導くって
どういうことですか？」**



と思ったかもしれないんですけど



**お客さんに販売導線を辿って貰うのを
販売者から誘導することです**



例えば、ディズニーへ行った時



アトラクションに乗るには



アトラクションに乗るには
列に並ぶかと思えます



その際にスタッフさんが
正しく誘導してくれますよね

「時間は30分かかります」





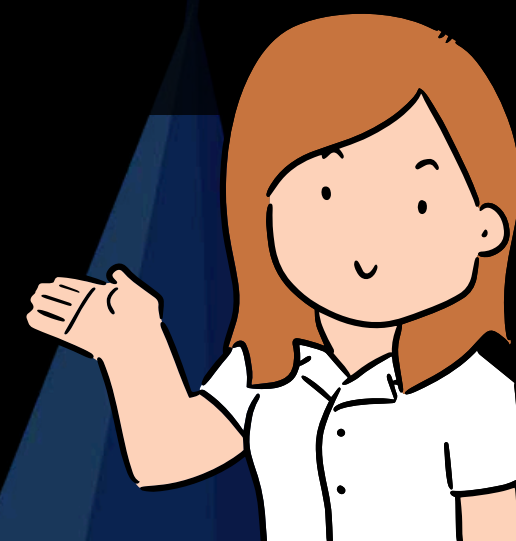
「時間は30分かかります」

「この先、二手に分かれます」

「時間は30分かかります」

「この先、二手に分かれます」

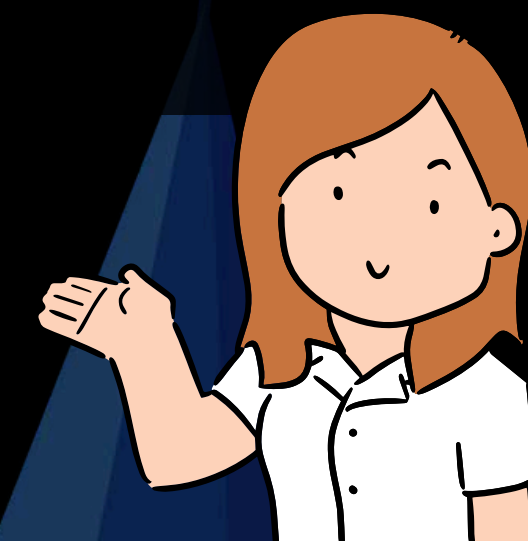
「何名様ですか？」



「時間は30分かかります」

「この先、二手に分かれます」

「何名様ですか？」



**などアトラクションへ搭乗するにあたって
滞りがないように案内してくれます**



④稼ぐイメージが湧かない

では、実際に



④稼ぐイメージが湧かない

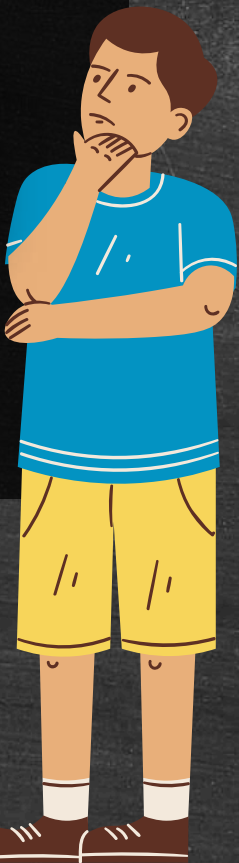
「導くにはどうすればいいんですか？」





④稼ぐイメージが湧かない

「導くにはどうすればいいんですか？」



と思ったかもしれませんが
ローンチ一択ですね



④稼ぐイメージが湧かない

順番

導く順番としては



④稼ぐイメージが湧かない

順番



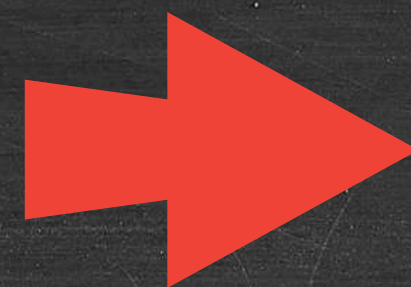
プレゼント企画

プレゼント企画を行う



④稼ぐイメージが湧かない

順番



プレゼント企画

商品販売

その勢いを維持したまま
設計した販売導線の中で商品販売します



④稼ぐイメージが湧かない

「ローンチってそれだけなんですか？」

?





④稼ぐイメージが湧かない

「ローンチってそれだけなんですか？」

?



と思ったかもしれませんが



④ 稼ぐイメージが湧かない



まずは稼ぐイメージをつけてほしい
という思いから



④ 稼ぐイメージが湧かない



細かな話は置いといてます



④ 稼ぐイメージが湧かない



ローンチは
奥が深い...

というのも、ローンチは奥が深くて



④ 稼ぐイメージが湧かない



ローンチは
奥が深い...



話そうと思えば
何時間でも話せちゃうからです



④ 稼ぐイメージが湧かない



なので、稼ぐイメージを持って貰う段階だと



④稼ぐイメージが湧かない



プレゼント企画

プレゼント企画を行う



④稼ぐイメージが湧かない



プレゼント企画

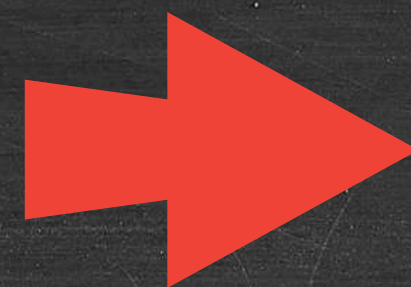
その勢いを維持したまま



④ 稼ぐイメージが湧かない



プレゼント企画



商品販売

設計した販売導線の中で
商品販売するのを覚えておけば問題なし



④稼ぐイメージが湧かない

ここまでの話をまとめると



④稼ぐイメージが湧かない

④稼ぐイメージが湧かない

挫折する原因の「稼ぐイメージが湧かない」
ってことですけども



④稼ぐイメージが湧かない

④稼ぐイメージが湧かない



たしかにイメージが湧かないと
挫折してしまうので



④稼ぐイメージが湧かない



**「コンテンツビジネス×情報発信」
をステップ3つに分解してきました**

1. アカウント構築

ステップ1はアカウント構築

1. アカウント構築

2. 販売導線の設計

ステップ2が販売導線の設計

1. アカウント構築

2. 販売導線の設計

3. お客様さんを販売導線に導く

ステップ3がお客様さんを販売導線に導く

1. アカウント構築

2. 販売導線の設計

3. お客様さんを販売導線に導く

このステップの理解が挫折を防ぎます

1. アカウント構築

2. 販売導線の設計

3. お客様さんを販売導線に導く



ですけど



④ 稼ぐイメージが湧かない

**「具体的に1つ1つステップを
進んでいくには
どうすればいいですか？」**





④ 稼ぐイメージが湧かない

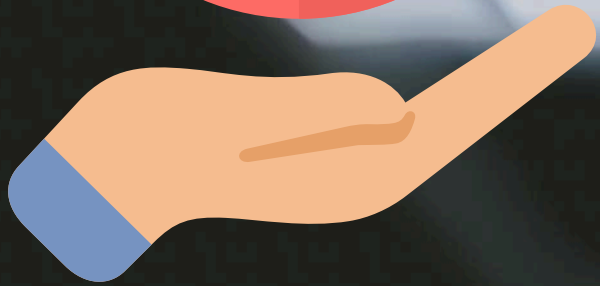
**「具体的に1つ1つステップを
進んでいくには
どうすればいいですか？」**



という方もいると思います



そういう方はコンサルティングで



そういう方はコンサルティングで
指導を受けると時間も効率化できるし



イメージが100%クリアになるので



イメージが100%クリアになるので
僕は先生から学ぶのを推奨ですね



④稼ぐイメージが湧かない



収益を上げている人が目の前にいたら
稼げているんだから



④稼ぐイメージが湧かない



頼ったほうが早いじゃん
という意味ですね




④稼ぐイメージが湧かない



僕自身も今まで先生をつけて
指導してもらって



④稼ぐイメージが湧かない



SNS初心者だったのにも関わらず
売上を立てられるようになりました

挫折する原因⑤

改善するところが分からない



⑤改善するところが分からない

⑤

次、挫折する理由5つ目は



⑤改善するところが分からない

⑤改善するところが分からない

次、挫折する理由5つ目は
『改善するところが分からない』 ですね



⑤改善するところが分からない



どういうことかと言うと
取り組んでいても改善点が分からず




⑤改善するところが分からない

「何をしたら良いのか
分からないからギブアップ






⑤改善するところが分からない



「何をしたら良いのか
分からないからギブアップ
稼げないし
もう辞めちゃおうかな...」



⑤改善するところが分からない



「何をしたら良いのか
分からないからギブアップ
稼げないし
もう辞めちゃおうかな...」

こんなふうにする方が結構、多いんですね



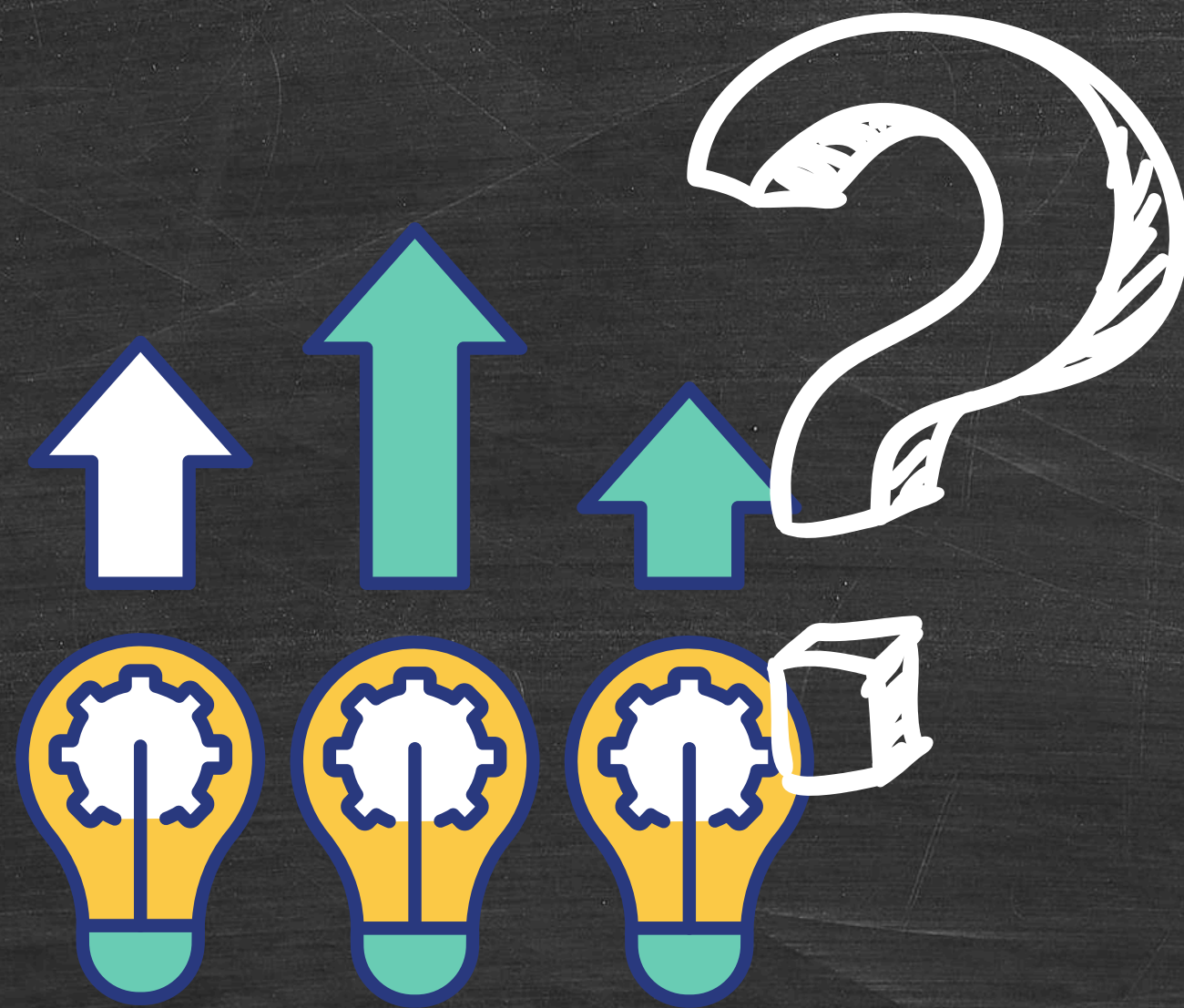
⑤改善するところが分からない



実は僕もそうだったんですよ



⑤改善するところが分からない



当たり前なのですが
改善点が見つからないと



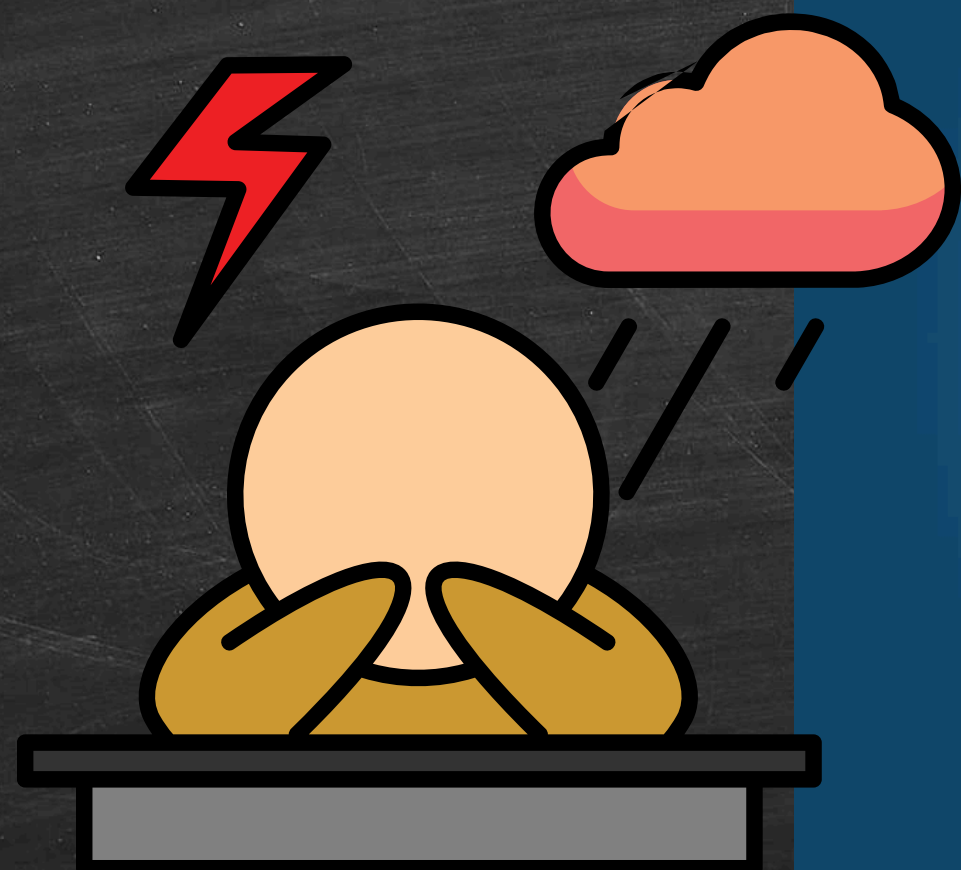
⑤改善するところが分からない



成長して成果の出る可能性がないため



⑤改善するところが分からない



成長して成果の出る可能性がないため
そりゃ辞めたくくなります

A close-up shot of a brown basketball with black lines, resting on a light-colored wooden floor. The background is a blurred gymnasium with several people and bright overhead lights.

例えば

僕がバスケットを上手くなりたいと考えた時に

遠くからシュートが打てない



遠くからシュートが打てない



体力がない



遠くからシュートが打てない



フィジカルが弱い

体力がない



遠くからシュートが打てない



フィジカルが弱い

体力がない



今の問題点があった時に
問題解決さえしてしまえば

遠く



フィジック



今後いまよりも
良くなる可能性しかないわけです



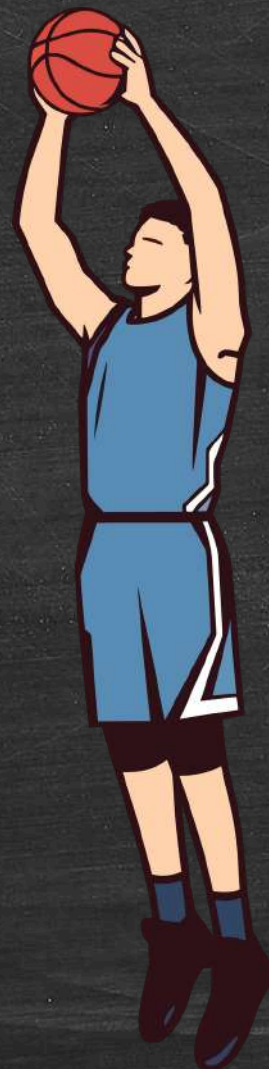
⑤改善するところが分からない



だったら、挫折と無縁の世界になりますよね



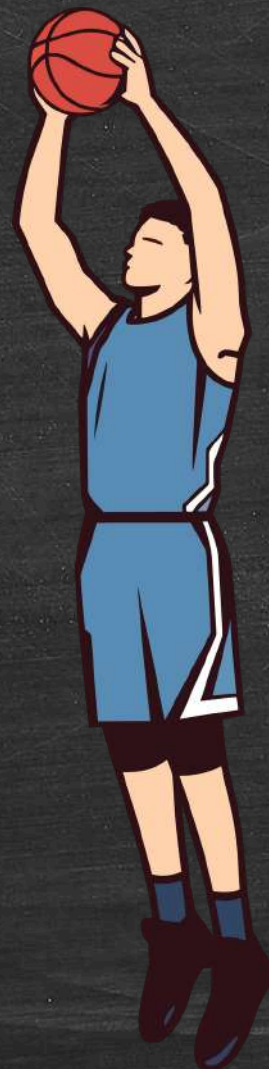
⑤改善するところが分からない



でも、逆に今の自分が
遠くからシュート打てるし



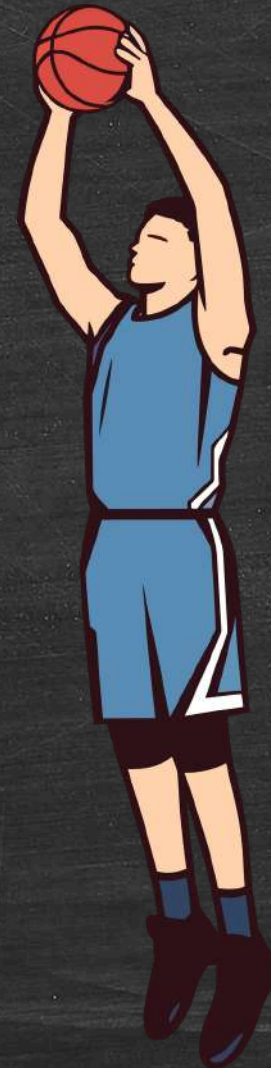
⑤改善するところが分からない



フィジカルも強い



⑤改善するところが分からない



**フィジカルも強い
だけどスタメンに選ばれていない**



⑤改善するところが分からない



となったら問題が分からず



⑤改善するところが分からない

「これ以上無理じゃね？」





⑤改善するところが分からない

「これ以上無理じゃね？」



となる可能性があります



⑤改善するとするが分からない



結果、辞めちゃいますよね



⑤改善するとするが分からない



だけど

「いまの改善点は何？」



「いまの改善点は何？」



「問題の原因は何？」

「いまの改善点は何？」

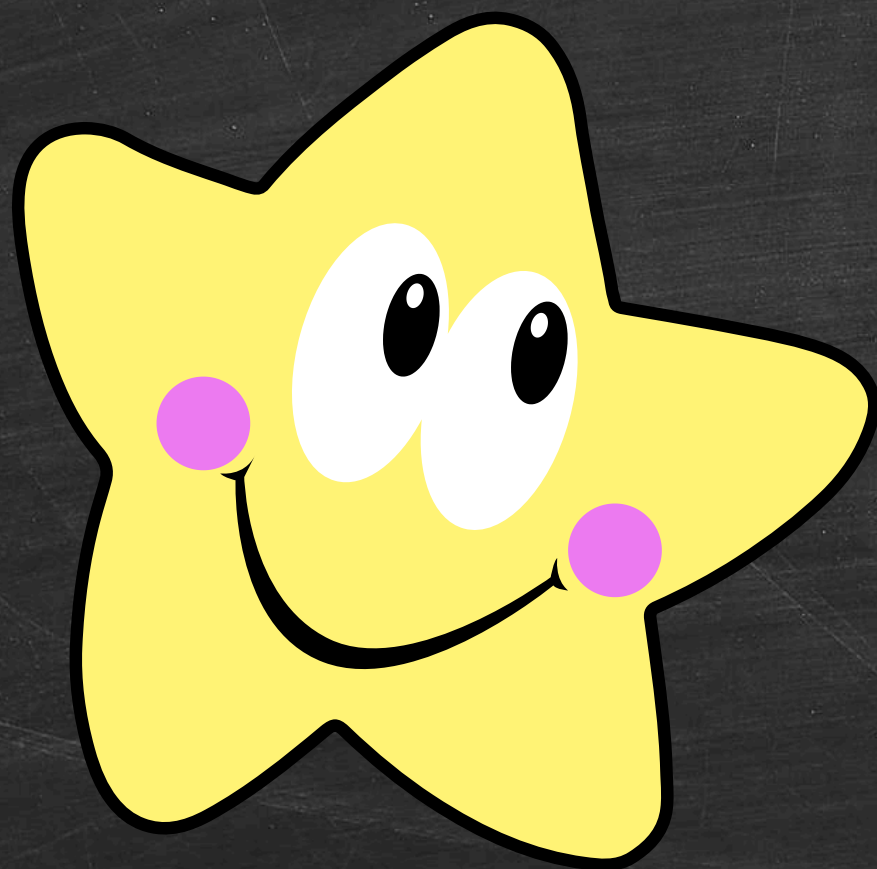


「問題の原因は何？」

**と探せる人になってしまえば
挫折しなくないですか？**



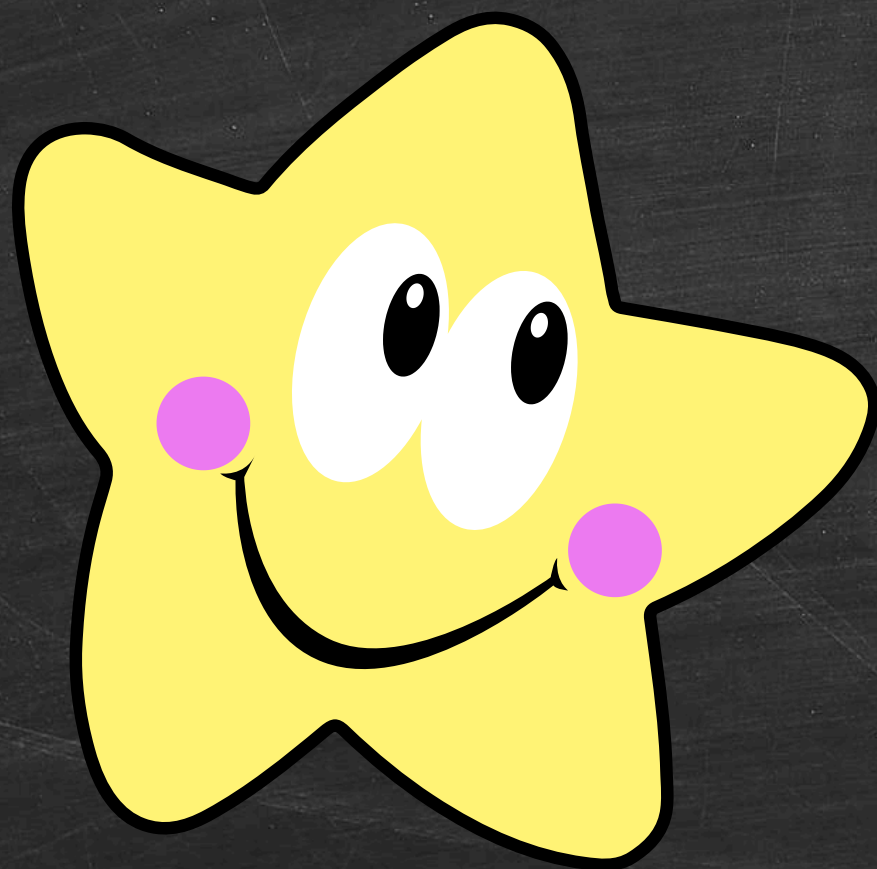
⑤改善するところが分からない



全てに改善点はありますので
絶対に大丈夫なんですよ



⑤改善するところが分からない



でも、多くの人



⑤改善するところが分からない

「これから何をすれば
良いのかわかりません...」





⑤改善するところが分からない



「アカウント設計はしたし
投稿しているんだけど
収益でてません...」



⑤改善するところが分からない



「アカウント設計はしたし
投稿しているんだけど
収益でてません...」

こんなふうな収益出ません状態になるから
挫折してしまいます



⑤改善するところが分からない



「アカウント設計はしたし
投稿しているんだけど
収益でてません...」



そのため

「どこを見たら良いの？」



「どこを見たら良いの？」



「何をしたら改善できるの？」

「どこを見たら良いの？」



「何をしたら改善できるの？」

も全部話していきます



⑤改善するところが分からない

3

話していくにあたって重要な部分は全部で3つ



⑤改善するところが分からない

3

集客数

「集客数」



⑤改善するところが分からない

3

集客数

成約率

「成約率」



⑤改善するところが分からない

3

集客数

成約率

セールス
回数

「セールス回数」です



⑤改善するところが分からない

3

集客数

成約率

セールス
回数

この3つを見て改善していけば

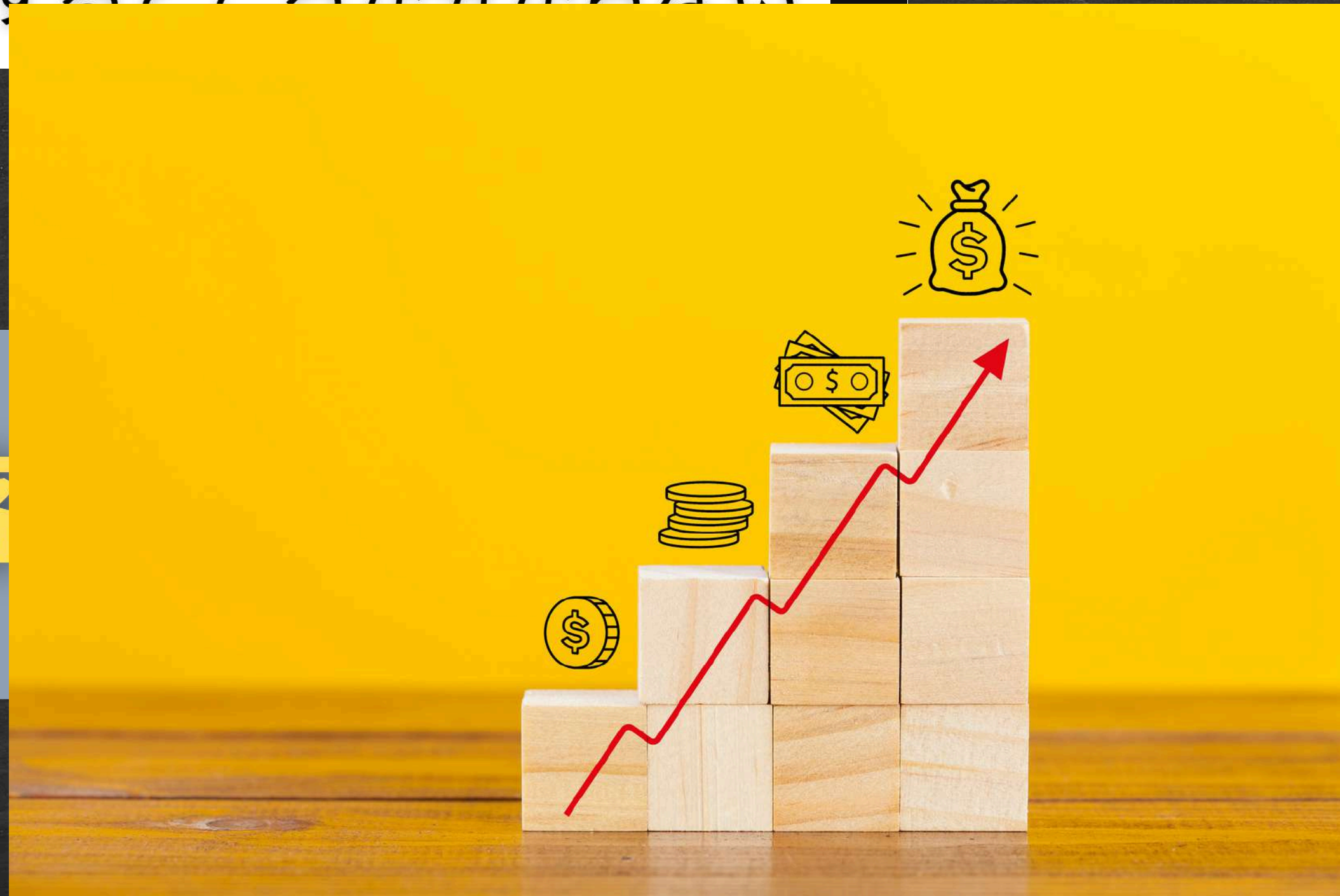


⑤改善するところが分からない

3

集客

レス
数



この3つを見て改善していけば
勝手に売上が上がっていきます



⑤改善するところが分からない

3

集客

レス
数



つまり、コンテンツビジネスで



⑤改善するところが分からない

3

集客

レス
数



つまり、コンテンツビジネスで
成果の出る状態になります



⑤改善するところが分からない

3

集客



レス
数



逆を言えば



⑤改善するところが分からない

3

集客数

成約率

セールス
回数

「集客数」「成約率」「セールス回数」を



⑤改善するところが分からない

集客数

成約率

セールス
回数

3



「集客数」「成約率」「セールス回数」を
見ずに改善しないのならば

3

集客数

成約率

セールス
回数

なので、この3つを
順番にお伝えしていきますが...

3

集客数

成約率

セールス
回数

まず「集客数」



⑤改善するところが分からない

集客数

この数字はめちゃくちゃ大事ですね



⑤改善するところが分からない

集客数

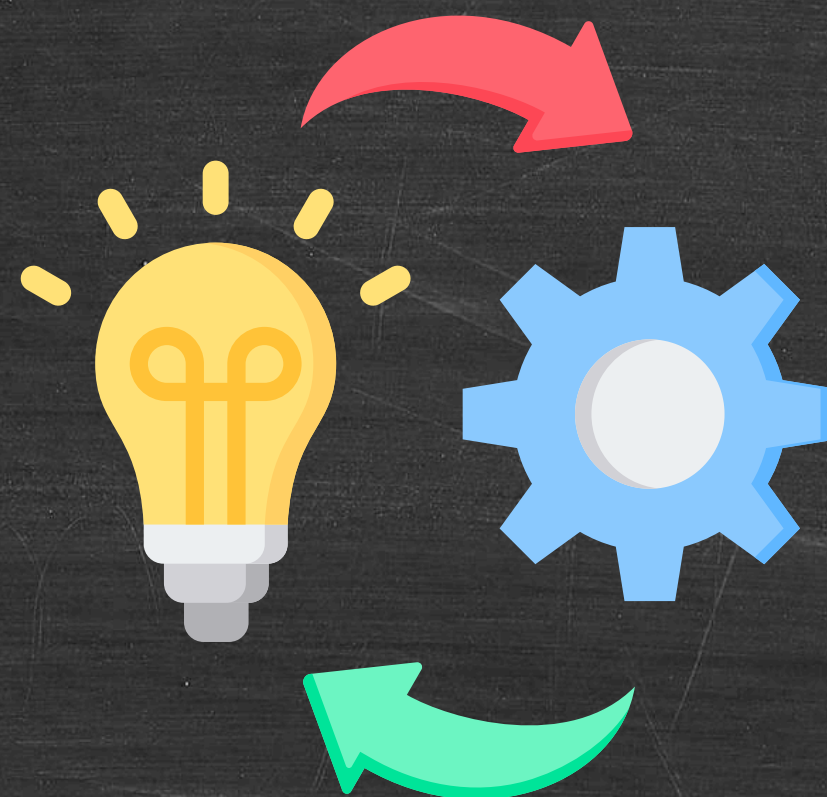


なぜなら、集客数がゼロじゃないなら



⑤改善するところが分からない

集客数



何回もテスト的に
施策を打つことができるからですね



例えばですけど

毎月100人集客できるとしたら

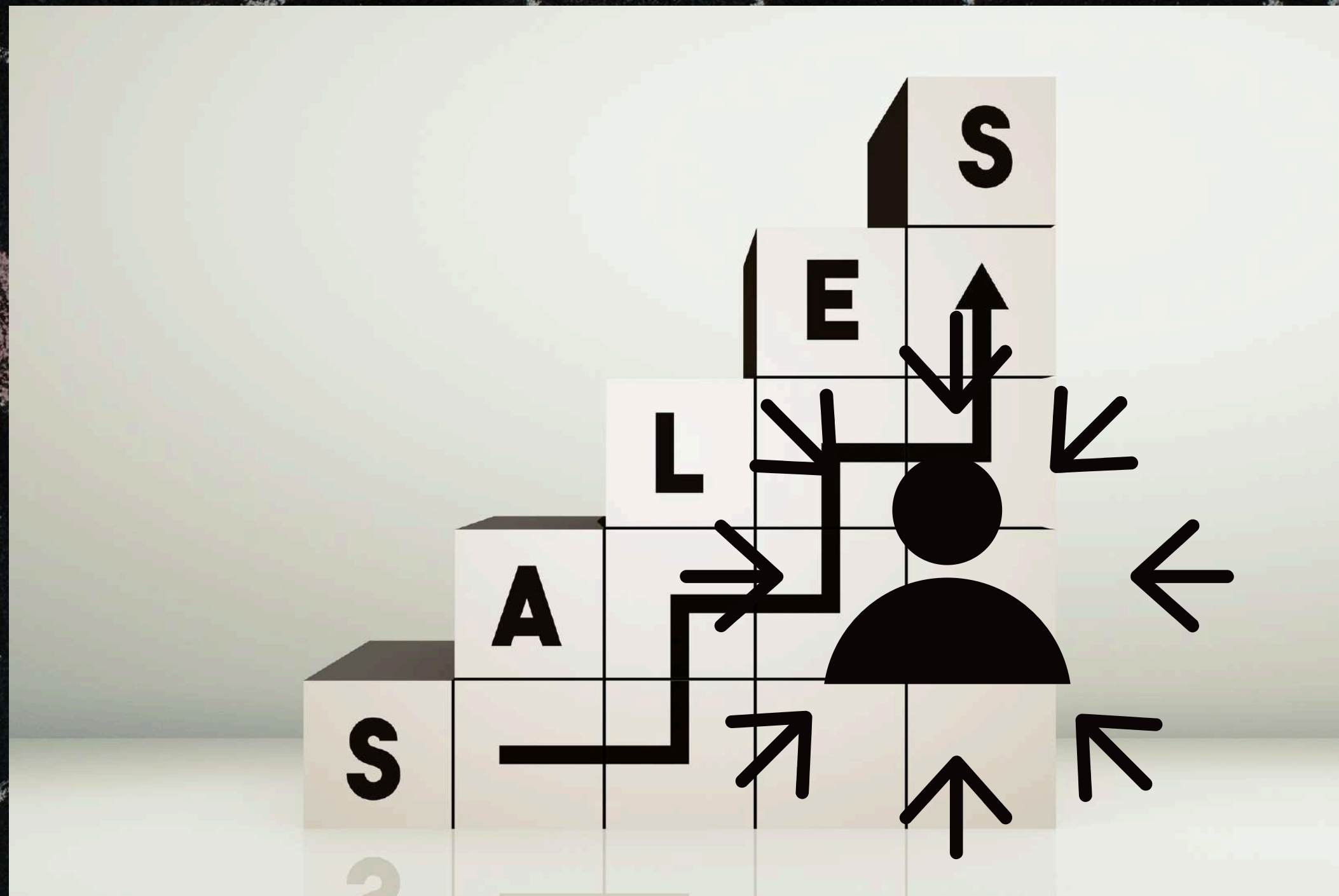


その100人に何かしらのセールスを
かけることができるわけです



10

仮に毎月10人の集客だとしても



10

仮に毎月10人の集客だとしても
毎月新規10人に対してアプローチできます



一方、集客数がゼロだったら



一方、集客数がゼロだったら
アプローチも何もできなくなっちゃいます



なので



⑤改善するところが分からない



「何か改善の手はないかな？」



⑤改善するところが分からない



「何か改善の手はないかな？」

と疑問が生まれたら



⑤改善するところが分からない

集客数

**「集客数」を頭に思い浮かべると
改善の余地が生まれますね**



⑤改善するところが分からない

集客数



もしかしたら、ここまで聞いたあなたは



⑤改善するところが分からない

**「具体的にどう集客数を
改善していけばいいんですか？」**





⑤改善するところが分からない

**「具体的にどう集客数を
改善していけばいいんですか？」**



**と思ったかもしれませんが
今から話します**



⑤改善するところが分からない

集客＝

まず大前提、今回の動画における集客は



⑤改善するところが分からない

集客＝見込み顧客のリスト集客

**まず大前提、今回の動画における集客は
「見込み顧客のリスト集客」と定義します**



⑤改善するところが分からない

集客＝見込み顧客のリスト集客



**見込み顧客のリスト集客＝
公式LINEの友だち追加やメルマガ登録**



⑤改善するところが分からない

集客＝見込み顧客のリスト集客



という認識でOKです



⑤改善するところが分からない

集客＝見込み顧客のリスト集客



**いまだと公式LINEやメルマガを
やっていない人は少ないかもしれませんが**



⑤改善するところが分からない

集客 = 見込み顧客のリスト集客

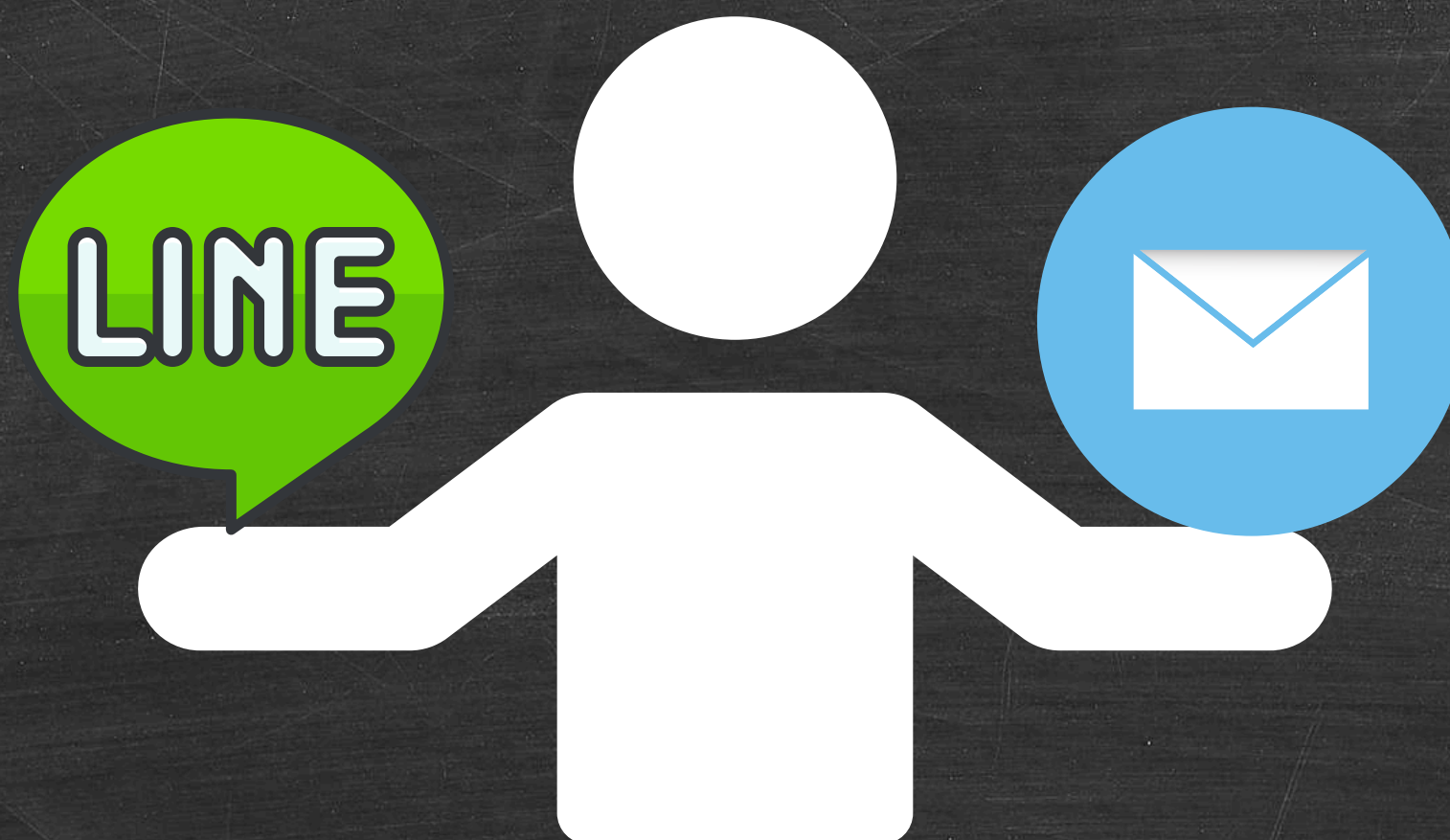


作成

万が一やっていないのであれば
公式LINEかメルマガを作ります



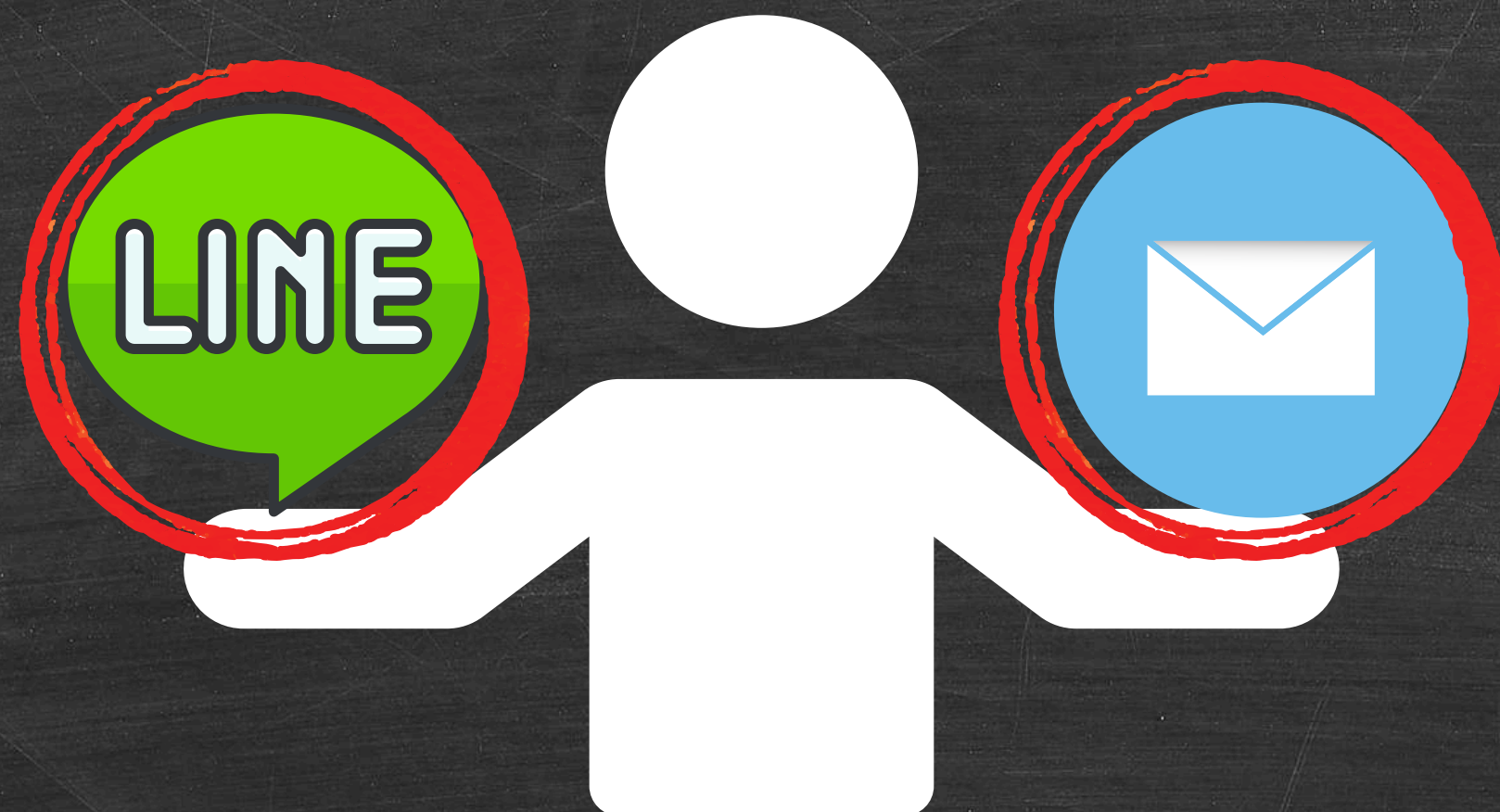
⑤改善するところが分からない



どっちが良い？論争があるんですけど



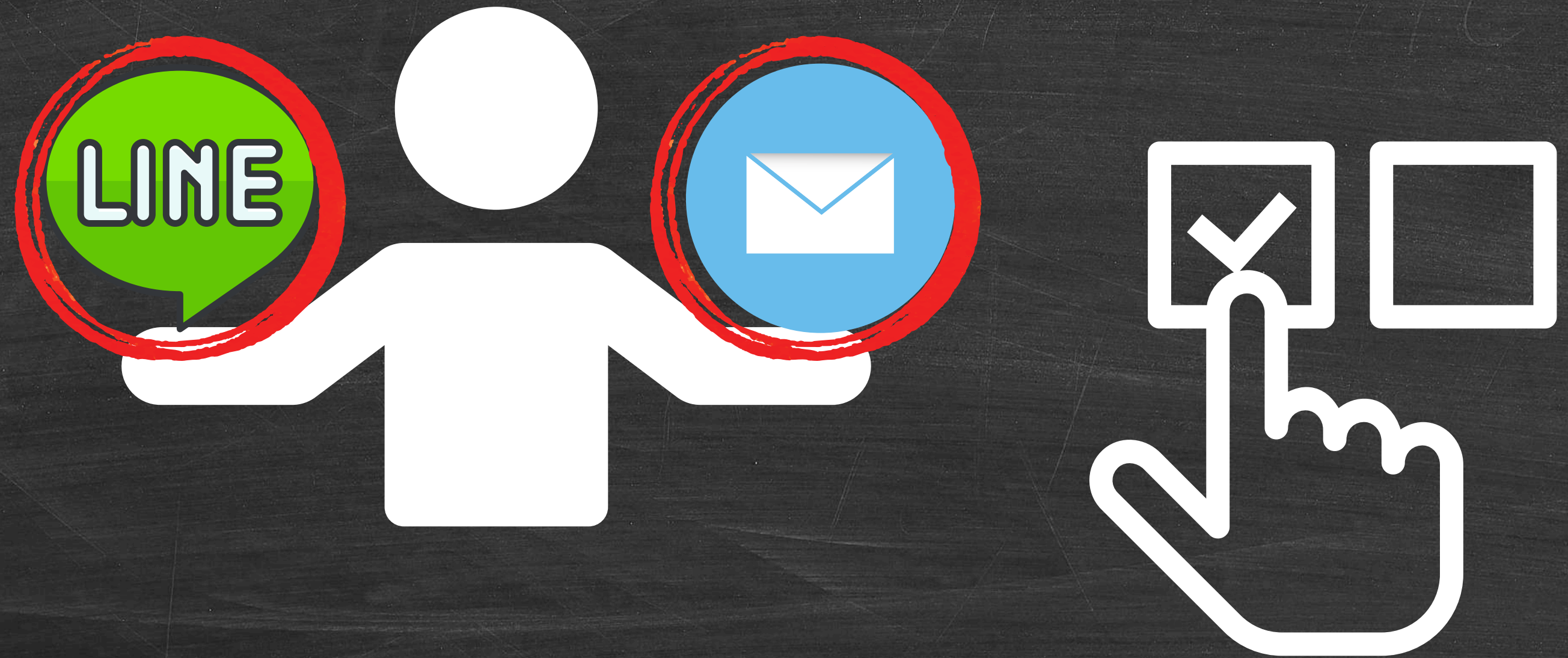
⑤改善するところが分からない



余裕があるのであれば
公式LINEとメルマガどっちもです



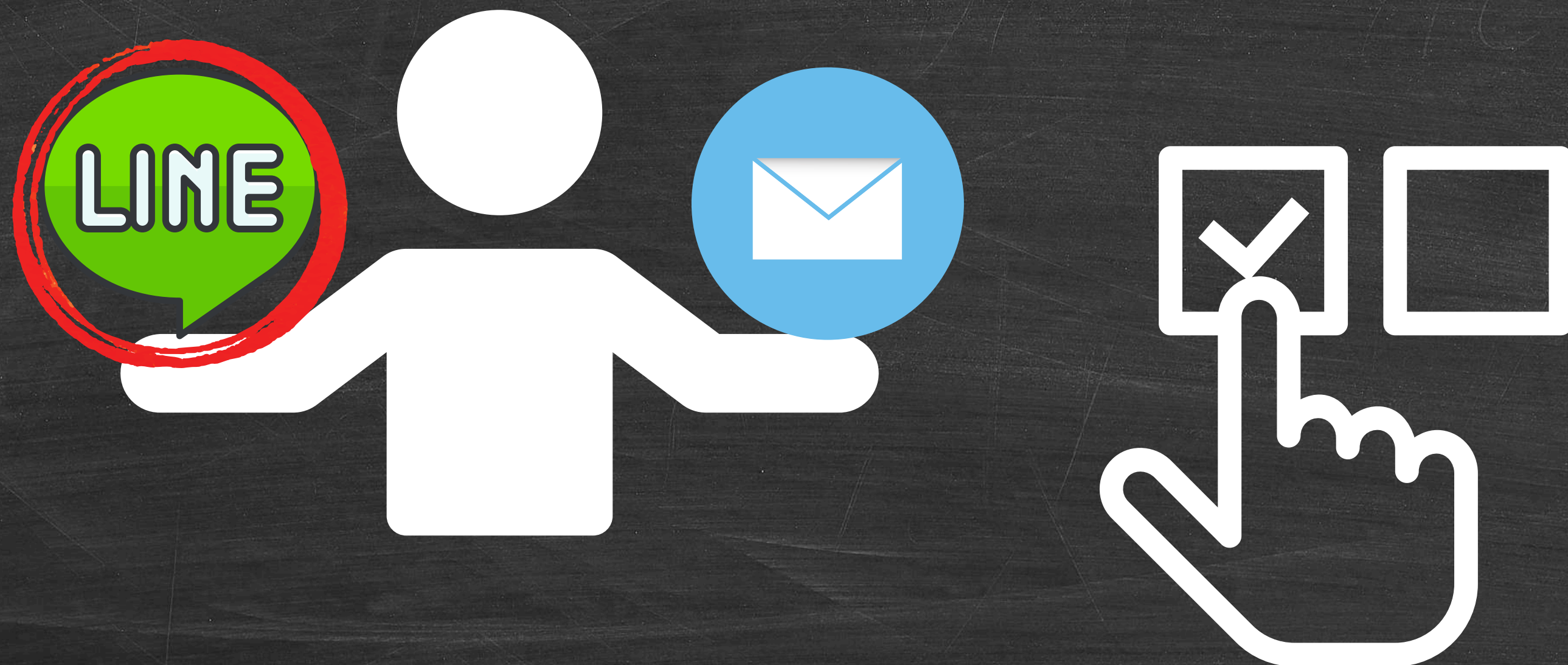
⑤改善するところが分からない



もし「どっちかを選びたい」のなら



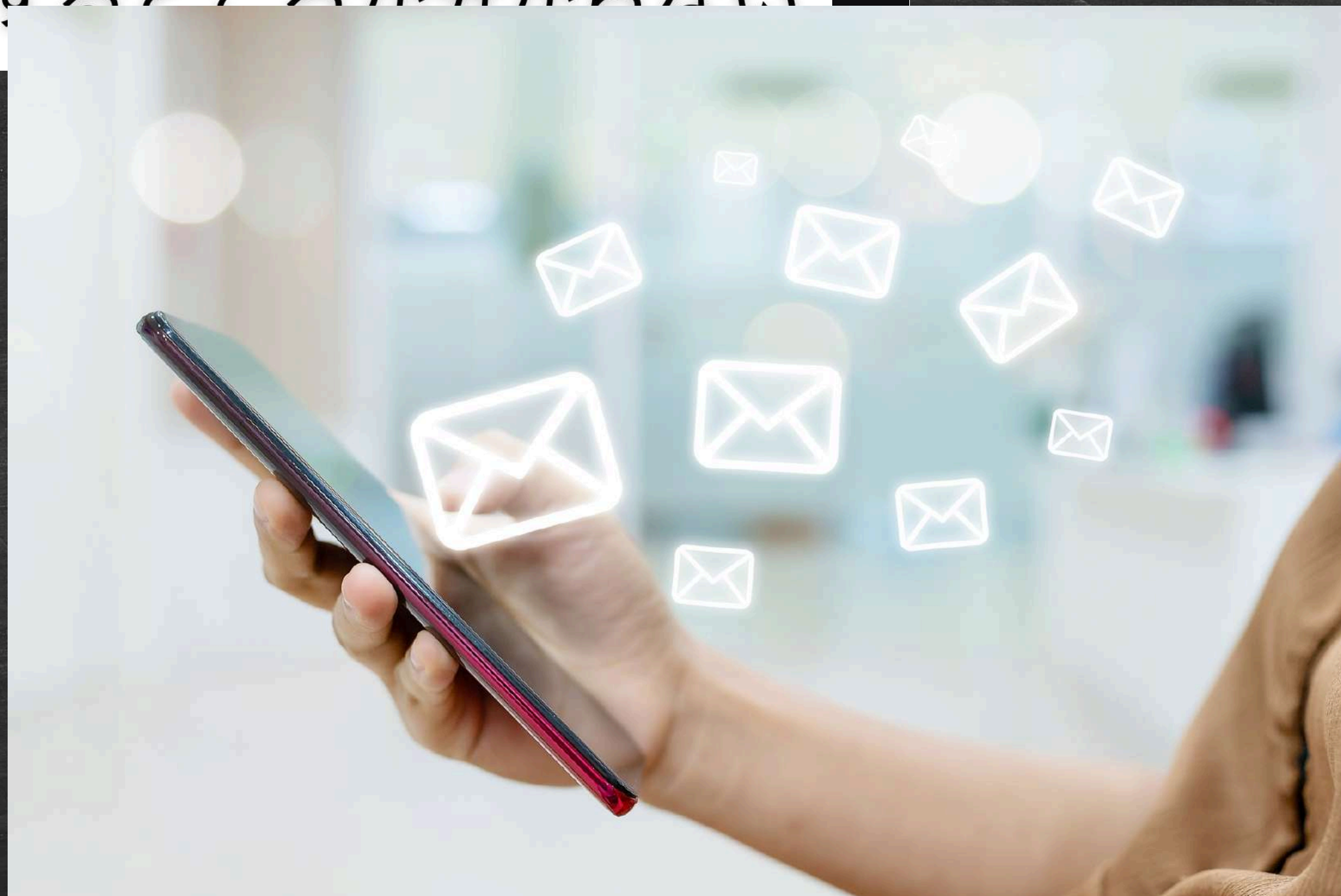
⑤改善するところが分からない



もし「どっちかを選びたい」のなら
手軽なのは公式LINEですね



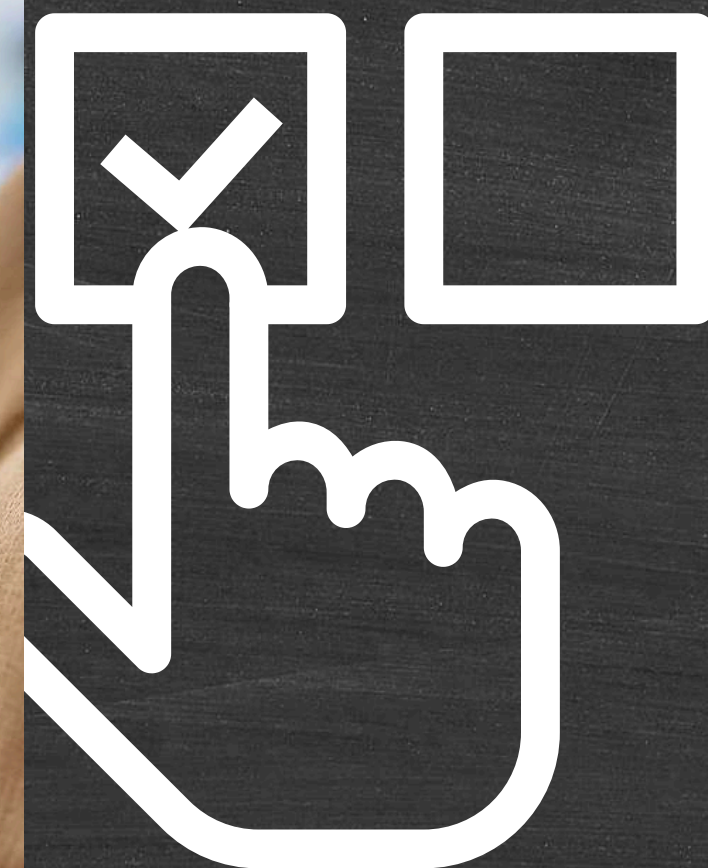
⑤改善するところが分からない



一方で、メルマガのほうが資産となりやすい



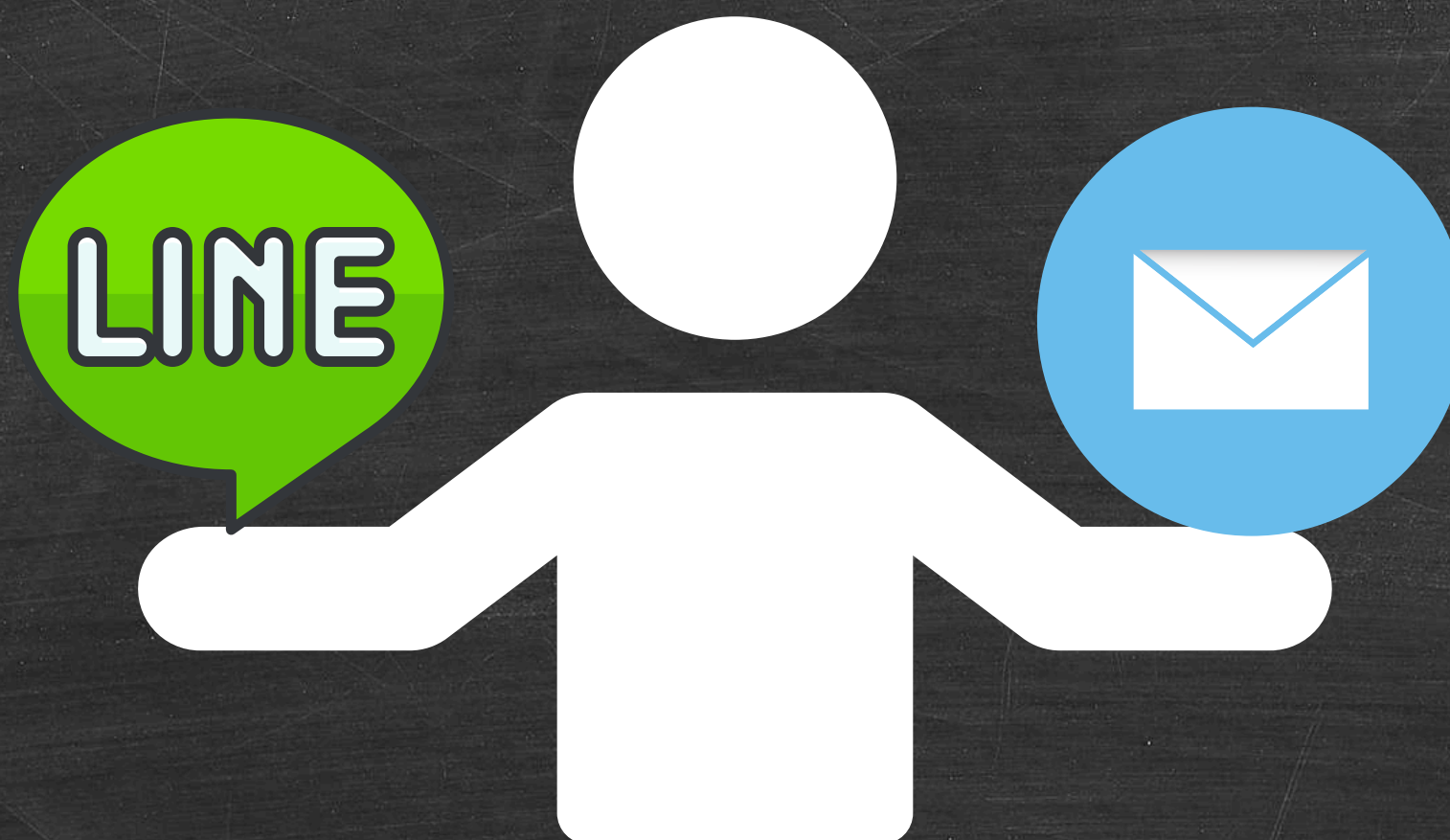
⑤改善するところが分からない



理由は、公式LINEみたいに
垢BANがないからですね



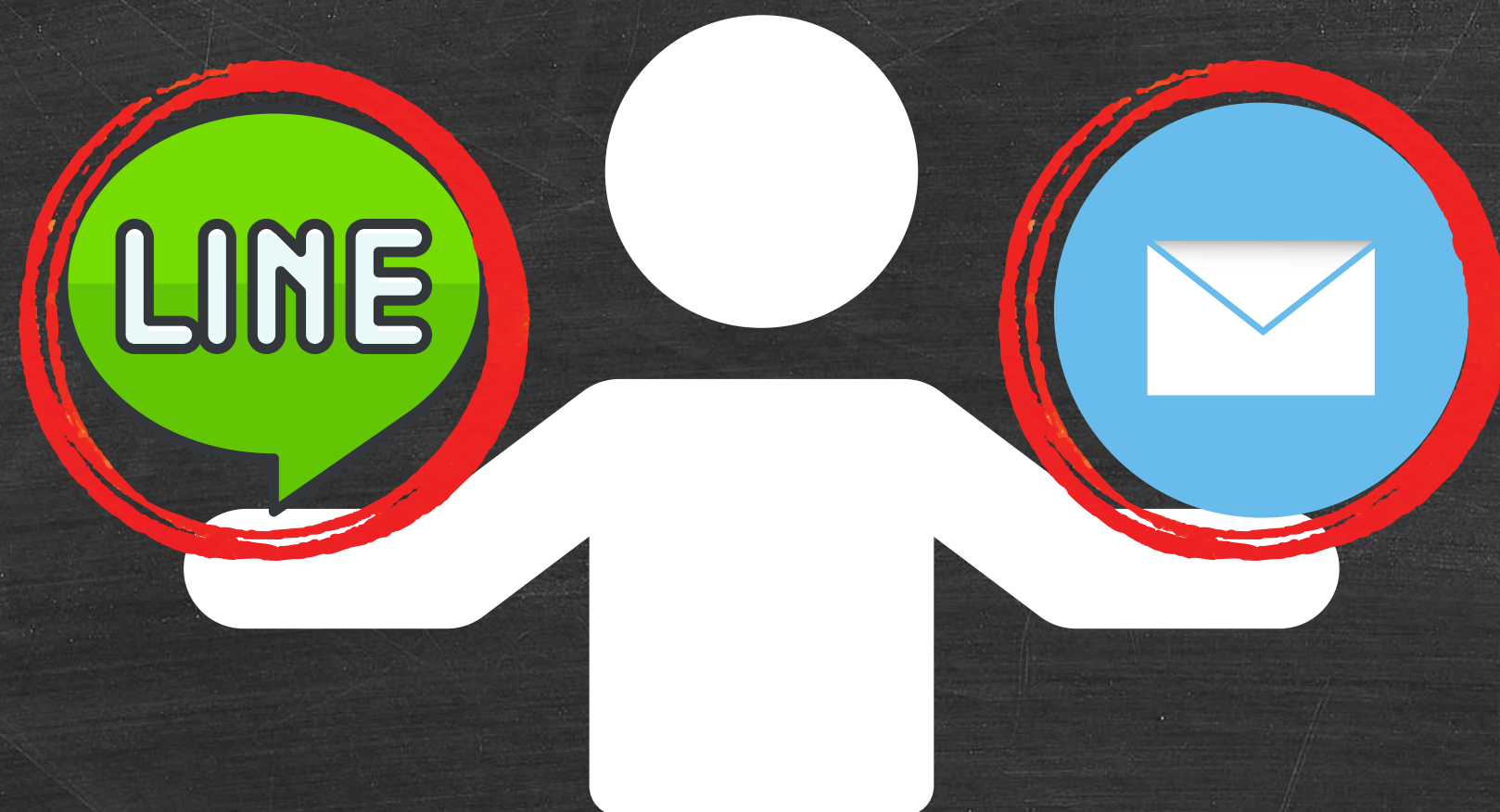
⑤改善するところが分からない



以上の判断軸で選ぶのがオススメです



⑤改善するところが分からない

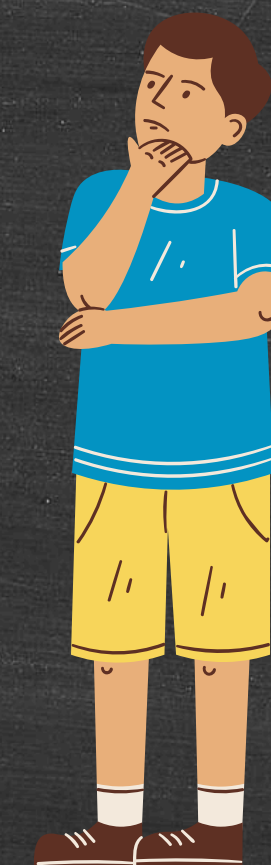


僕はリスクヘッジも兼ねて両方使っています



⑤改善するところが分からない

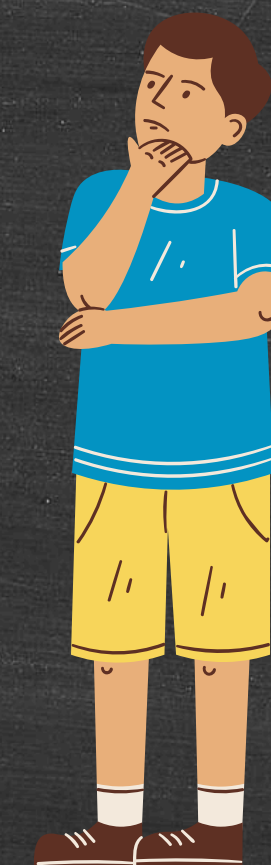
では、どう集客数を
改善していくのか？





⑤改善するところが分からない

では、どう集客数を
改善していくのか？



ってことなんですけど



⑤改善するところが分からない

アカウント設計

ポイントは「アカウント設計」と



⑤改善するところが分からない

アカウント設計

リードマグネット

ポイントは「アカウント設計」と
「リードマグネット」の2つです



⑤改善するところが分からない

アカウント設計

リードマグネット

アカウント設計はSNSの



⑤改善するところが分からない

アカウント設計

プロフィール文

アイコン

リードマグネット

アカウント設計はSNSの
「プロフィール文」「アイコン」などのこと



⑤改善するところが分からない



ビジネスの今まで積み上げてきた
歴史がない場合



⑤改善するところが分からない

✓プロフィール文



特にじっくり見られるであろう
プロフィール文が重要ですから



⑤改善するところが分からない

✓プロフィール文
→何を入れ込むか？



プロフィール文を何をに入れ込めば
集客数が改善できるのか？を伝えます

コンセプト

権威性

ストーリー

**「権威性」「コンセプト」「ストーリー」
の3つですね**




この3つをプロフィール文で伝える理由は

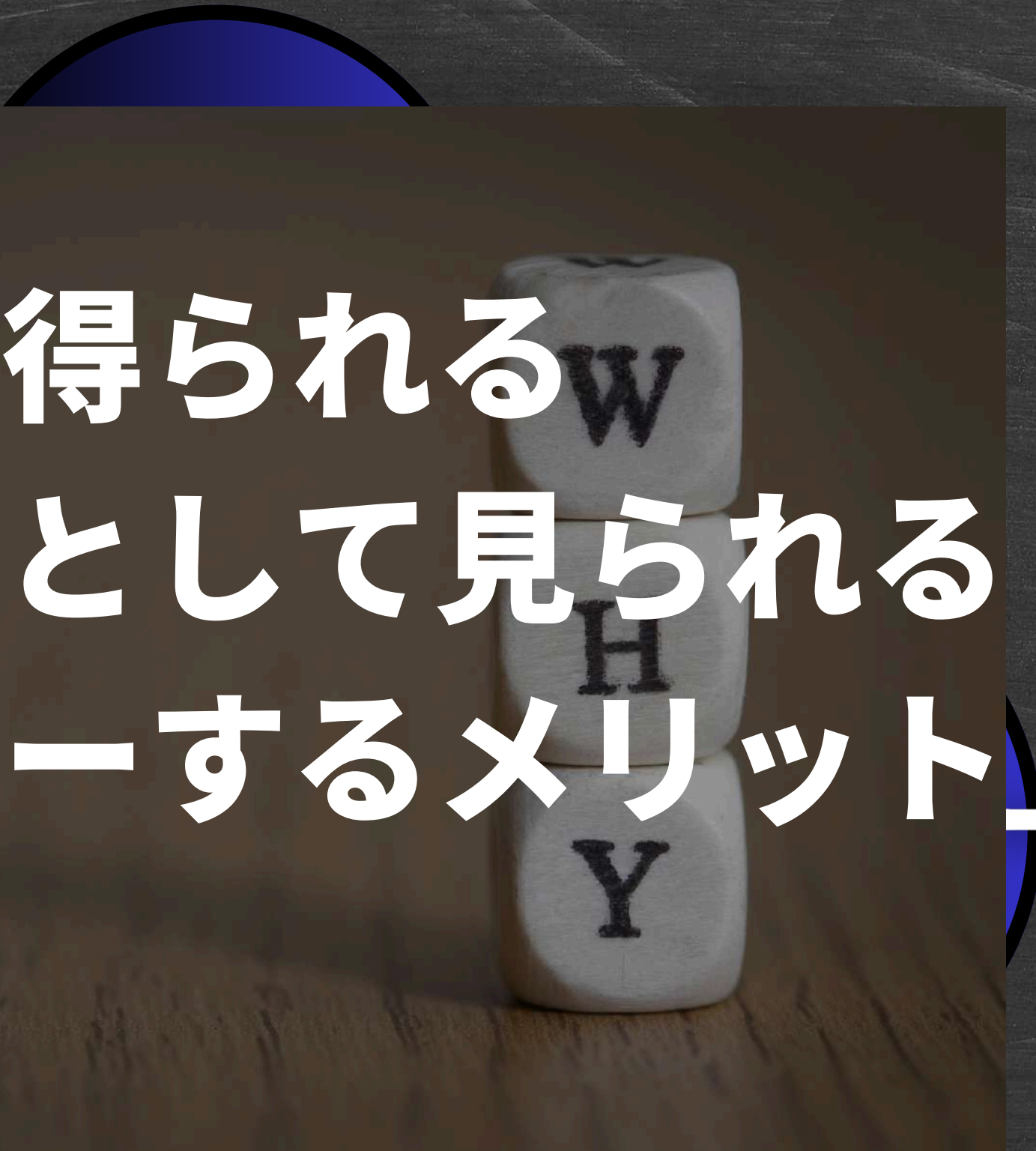
✓信用を得られる



信用を得られる

- 
- ✓信用を得られる
 - ✓専門家として見られる

専門家として見られる

- 
- ✓信用を得られる
 - ✓専門家として見られる
 - ✓フォローするメリット

フォローするメリットが生まれるからです



コンセプト

権威性

ストーリー

例えば、権威性は

• 自分の実績

権威性

ストーリー

- **自分の実績**
- **顧客実績**

権威性

ストーリー

- **自分の実績**
- **顧客実績**
- **活動実績**

権威性

ストーリー

- **自分の実績**
- **顧客実績**
- **活動実績**
- **資格**

権威性

ストーリー

- **自分の実績**
- **顧客実績**
- **活動実績**
- **資格**
- **肩書き**

権威性

ストーリー