





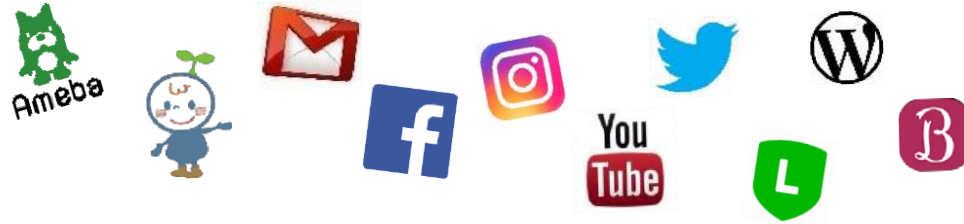
まずは皆さんの自己紹介

- 
- 
- 
- 
- ①お名前、地域
 - ②ご職業
 - ③自身の強み、アピールポイント
 - ④今日の参加目的

【オンラインセミナー受講の注意事項】

- ・ このレジュメは後程
特設サイトでご覧頂けます。
- ・ このセミナーは録画し、メンバーに
公開されます。(撮影はココからです。)

★ 個人事業主のための五つ星ビジネス経営塾 ★
自分ブランド構築オンラインサロン



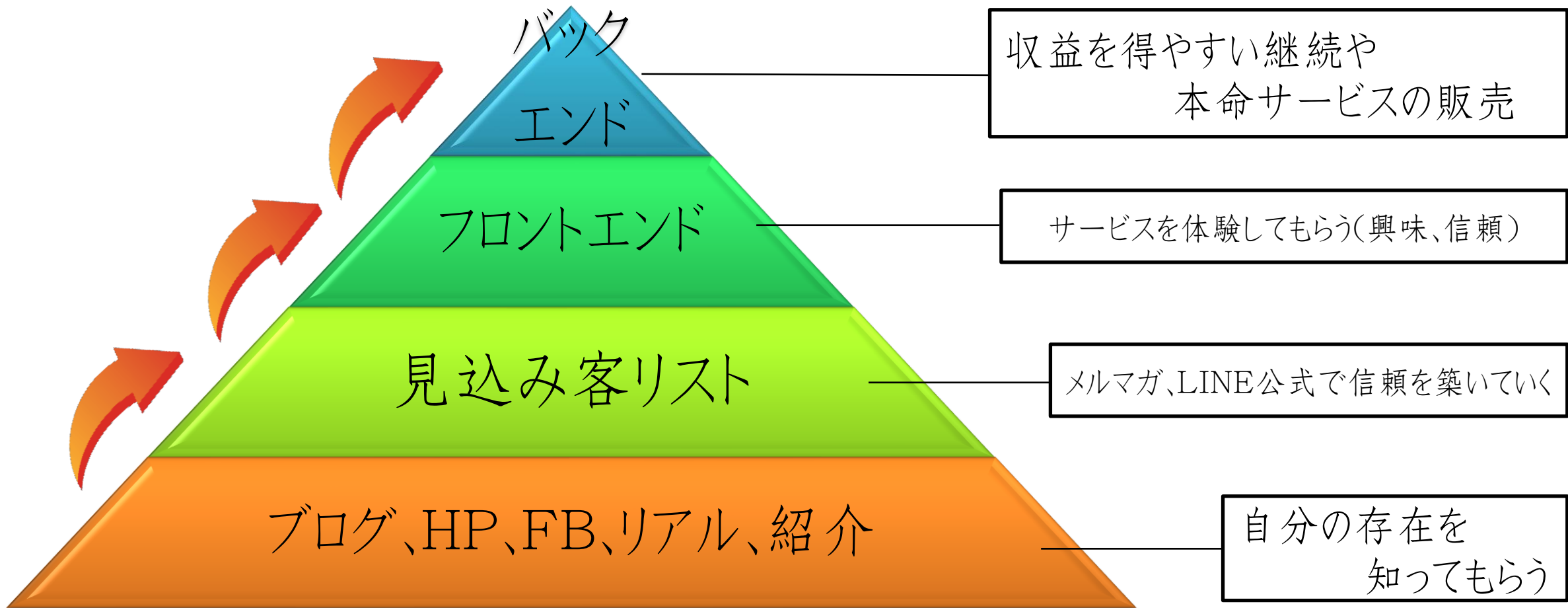
あり方は一つ!
やり方は様々!

ビジネスコンセプト

ブラッシュアップアツプ会

メガヒットコンセプト

基本となる ステップマーケティング



Q、

ビジネスはどこから
始めればいい？

A、コンセプト作り

売れないコンセプトは
いつまでも売れない。
売れるコンセプトは
瞬く間に売れる！

まず売れるコンセプトを作ります。

その次はバックエンドです。

ゴールから始めるから、一貫性が出て
ブレないブランドが出来ていきます。

Q、

コンセプトを作るのに
必要なことは何？

イチに使命 (やりたいこと、伝えたいこと)

なんのためにやるのか。

社会やお客様にどう貢献したいのか。

次に独自性 (差別化、強み、ポジショニング)

自分にしかできなくて、

自分じゃないといけないこと。(スキル、知識、世界観)

最後にペルソナ（理想のお客様）

- 1人の人物像（実在の人物でも可）
- 抽象的な表現を避ける
- イメージが沸くように
- 24時間考えていても苦じゃない

→ **コンセプト** が決められる

コンセプト 作りの3要素

MSP

独自の経験、キャラ、ビジョン

- やりたいこと = 使命、目的、ビジョン
- 出来ること = 独自のスキル、知識
- 求められる事 = ペルソナ、ニーズ

USP

独自の強み、高めてきたコト

Q、

そもそもブランディング

ってなんなの？

コンセプトとの違いは？

ブランディングとは

自分がやりたいこと、伝えたいことを、
お客さんに求められる形で
表現する(魅せる)こと

コンセプト = やること・方向性

ブランディング = 魅せ方・表現

キャッチコピー = 魅力を最大限に表現

コンセプトはどんな時に必要？

停滞期などで流れを
変えたい時にも
非常に有効です！

- ビジネスの方向性を決める時
- バックエンドやフロント(セミナーなど含む)作成時
- ステップメールや本などコンテンツ作成時

迷走しないための
3つのポイント

【迷走しないためのポイント①】

入り口は

自分がやりたいことよ

求められていることがよく分からない時はInstagramなどのアンケートでリサーチ！

求められることは何かが軸

問題の表面か本質かを見極める

【迷走しないためのポイント②】

お金を出してでも
解決したい悩みかどうか
お金を出せる客層か

単価が低い理由は？

【迷走しないためのポイント③】

継続して利用してもらえ
又は
ちゃんとリピートされる
ビジネスコンセプトかどうか

鑑定・診断系はどうすればいい？

【ワーク1】

今日は何の
コンセプトを考えますか？

ビジネスそのものの方向性、バックエンド、フロントサービス
新コンテンツ(ステップメール、ファストアンサー、本など)

シェアタイム

自分の業界の
どのジャンルで
トップを獲るか

ビジネス
コンサル

まずは小さい山の
トップを極めればOK

絞っていても
十分に市場は
存在します！

アメブロ
コンサル

インスタ
コンサル

ヨガビジネス
コンサル

カウンセラー
起業コンサル

自分の業界の
どのジャンルで
トップを獲るか

ビジネス
コンサル

ブランディング
コンサル

アメブロ
コンサル

絞っていても
十分に市場は
存在します！

【ワーク2】

そのサービスで
あなたがやりたいこと
伝えたいことはなに？

使命的なこと。なんのためにやるのか。
社会やお客様にどう貢献したいのかを考える。

【ワーク3】

スキル、知識、
資格、独自の経験
人脈、コミュニティなど

自分ができることや
得意なことはなに？

独自の得意分野、強み、USPを考えましょう。
お金や時間をかけてきたことや、自分にある才能など。

【ワーク4】

理想のお客様の特徴 (ペルソナを考える)

お客様の性格や生活環境(仕事・家族構成・収入)、
現在の状況(悩み・願望・葛藤)など

ペルソナが... 【ワーク5】

お金を出してでも
求めていることはなに？

夜も眠れず悩んでいる事。お金や時間をかけてでも
何とかしたい深い悩み、長期的な悩み、将来への不安は何

【ワーク6】

ペルソナに響きそうな
言葉、キーワードは何？

シンプルなキーワードでOK。5～10個出してみよう。
キャッチコピーの元ネタになります！

【ワーク7】

ペルソナが検索する時の
キーワードはなに？

具体的な“業種”や“サービス・コンテンツ”
“悩みのキーワード”を5個以上考えてみましょう。

ビジネスコンセプトブラッシュアップ会

<キャッチコピーのポイント>

言葉が弱いときは
「連想類語辞典」が
オススメです！

- 分かりやすくインパクトがある
- 言いたいことがまとまっている
- その言葉で自分の気持ちも上がる

【売れるキャッチコピーを作る7つのヒント】

- ① 検索キーワードを考える(お悩みワード)
- ② 世界観キーワードを考える
- ③ ターゲットを入れる
- ④ メリット(どうなれるのか)
- ⑤ 数字(実績。回数。日数を奇数で)
- ⑥ ターゲットのつぶやき
- ⑦ わかりやすく読みたくなる文言(興味をそそる)

売れるタイトル、キャッチコピーの作り方

◆ さらに極意は...

3部構成で
考えてみる！

70～80キロ代でも諦めないで♥
アナタもご主人もみるみる脱メタボ！

食欲が自然と収まる
空腹不要の五感痩せダイエット

～わたしが旦那を15キロ痩せさせた方法～

誰がどうなる → 強み・差別化 → 補足

家族との時間を大事にしながら
一人サロンで年商1000万円を目指す！

自分の理想を叶える
神モテサロン☆プロデュース

～技術習得からサロンコンサルまでトータルサポート～

誰がどうなる → 世界観 → 補足

Q、

ターゲットつて

絞らないとダメなの？

ブランディングのパターン

ターゲットって絞らないとダメなんですか?への回答

- ① 業種やスキルの専門家
- ② ○○○の悩み解消の専門家
- ③ 自分が伝えたい世界観

⇒ この3つのどれかでOK。ただし“集めやすさ”に差はある！

ブランディングのパターン

ターゲットって絞らないとダメなんですか?への回答

① 業種やスキルの専門家



自分を
ブランドにする

自分にしかできないことを
仕事にしていく人のための
ブランディング戦略/ビジネスコーチング

ブライディングのパターン

ターゲットって絞らないとダメなんですか?への回答

② ○○の悩み解消の専門家

非常識な男の恋愛心理と
愛されコミュニケーション術

なぜか恋愛だけが
上手くいかない大人女子のための…

大好きな彼の心を一瞬でつかむ
すごい恋愛戦略術

すごい恋愛♡参謀長
綿谷しふみ

ブランディングのパターン

ターゲットって絞らないとダメなんですか?への回答

③ 自分が伝えたい世界観

とびきりの輝きを取り戻しどんな時代もあなたらしく!

願いを全て叶えて
別人のような人生をおくる

人生、もっと
ハジけよう

スパークルライフ
コーチング

潜在意識をはじけさせる
スパークルライフコーチ
畠田 裕紀子
-Yukiko Hatada-



【ワーク9】

コンセプトと

キャッチコピーを考える

コンセプトはひとまず長文で考える。

キャッチコピーはその言葉を短くインパクト強めに考える。

売れるタイトル、キャッチコピーの作り方

◆ さらに極意は...

3部構成で
考えてみる！

70～80キロ代でも諦めないで♥
アナタもご主人もみるみる脱メタボ！

食欲が自然と収まる
空腹不要の五感痩せダイエット

～わたしが旦那を15キロ痩せさせた方法～

誰がどうなる → 強み・差別化 → 補足

家族との時間を大事にしながら
一人サロンで年商1000万円を目指す！

自分の理想を叶える
神モテサロン☆プロデュース

～技術習得からサロンコンサルまでトータルサポート～

誰がどうなる → 世界観 → 補足

シェアタイム

質疑応答タイム



【9月開催 毎回am10-12時】

~~4日アノブロ集客基礎セミナー~~

~~11日検索から集客！SEO対策実践部~~

~~19日ビジネスコンセプトブラッシュアップ会~~

25日インスタLiveコラボ部



【10月開催 毎回am10—12時】

2日 リザスト基礎セミナー&最新情報

10日 オンラインサロンの作り方と運営方法

16日 ザワつくマインド調えセミナー

23日 なんでも相談できちゃうグループコンサル

30日 ブッタさんから学ぶビジネスの成功法則

