

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。)

あなたのビジネスを**飛躍**させる
—— 起業オンラインサロン ——

やり過ぎちゃうワタシ 脱出セミナー

Business on-line salon



JEC 日本起業コンサルタント協会
Japan Entrepreneurship
Consultants Association

こんなこと、ありませんか？

- 体験で「もう十分です」と満足されて終わる
- 全部出したのに、本命サービスの価値が伝わらない
- 丁寧にやりすぎて毎回ヘトヘト。なのにリピートしない
- 「良い人だね」で終わって、「お願いしたい」に進まない

ひとつでも当てはまったら、今日は“当たり”です。

なぜ、“良い人”をやってしまうのか

- 嫌われたくない・がっかりされたくない
- 「たくさん与える＝価値」だと思い込んでいる
- 感謝されると満たされる（＝認められたい）
- 出し惜しむ・断るのは“悪いこと”だと感じる

優しい人・真面目な人ほど、ここにハマります。

それ、“自己犠牲”に なっていないませんか？

良かれと思って尽くすほど、ビジネスが“ボランティア”になる。
無意識の自己犠牲は、いちばん気づけない。

「これ、感謝される自分に酔ってるだけじゃないか？」
——私も、そう自問したことがあります。

まず見直してほしいのは フロントの「内容」と「終わり方」

満足しきって終わると、本命を受ける“理由”が消える。

繋がらない、3つの型



やりすぎ型

満足度は高いが、次がない



教えすぎ型

「勉強になった」で終わる



バラバラ型

フロントとバックエンド。それぞれ個別に良いモノなのに、話が繋がっていない

A | やりすぎ型

症状：満足度は高いが、次がない

**起きていること：
フロントで課題を“解決しきって”いる。未解決が残っていない。**

どれだけやるかの「量」ではなく
「誰を主体にするか」を考える。

提供側が全部やってあげる（教える）と
お客様が学ぶのは「してもらえば良くなる」だけ。

次に浮かぶのは
【困ったら、またしてもらいに来ればいい】となり。
【自分でできるようになりたい】にはならない...

A型 | 判定チェックリスト

- 最後が「まず何から始める？」＝行動宣言で終わる
- 満足度や変化を再測定して終わる（点数・前後比較・記念撮影）
- 参加者が“完成したもの”を持ち帰っている
- 終了時にお客様が「自分に何が足りないか」を扱っていない
- いちばん多い感想が「楽しかった」「スッキリ」「キレイになった」

多く当てはまるほど、A型の可能性が高い。

B | 教えすぎ型

症状：「勉強になった」で終わる

害はふたつ：

- 買う理由が「復習」になる（動機として弱い）
- 消化不良 → 「私には無理」に化ける（← こちらが深刻）

教えても、“できる”ようにはならない

「知る」

わかった気

≠

「できる」

実際の変化

教えるほど「わかった気」になり、本命を受ける“理由”が消える。
でも“できる”には至らず、やがて「私には無理」に。

売るのは「情報」ではなく、「できるまでの伴走」。

B型 | 判定チェックリスト

- 本命商品の内容のうち、4割以上がすでにフロントで出ている
- フロントで手順を最後まで教えている（自分でできそうな状態）
- 「○つのコツ」を5つ以上、持ち帰れる形で渡している
- 感想に「難しかった」「覚えきれなかった」が混ざっている

多く当てはまるほど、B型の可能性が高い。

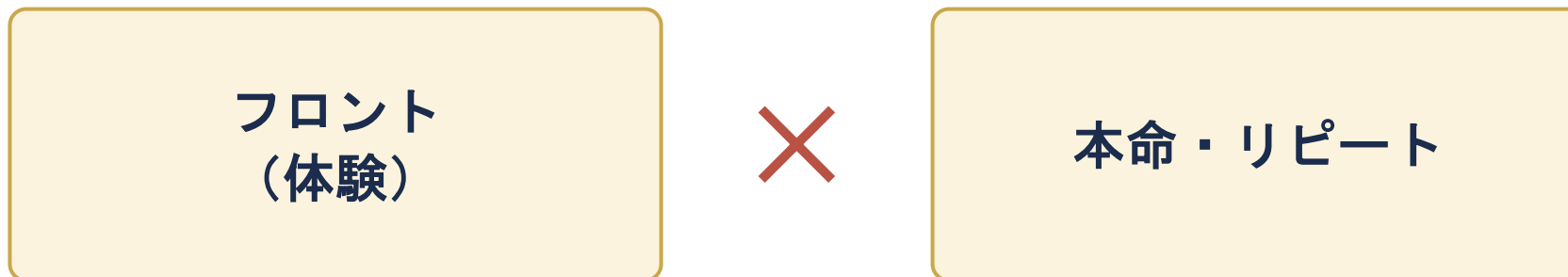
C | バラバラ型

症状：サービスはそれぞれ個別に良いのに、話が繋がっていない

例えば...

- ブランディングセミナー → キャッチコピー添削
- △ ブランディングセミナー → ブログ添削
- × ブランディングセミナー → マインド講座

本当の問題は、“次への流れ”が無いこと



そもそも提案・流れが無い
または内容の関連性が薄い

「良かった！」で終わり、“この先”を提案していない。
お客様は、次があることを知らないまま帰る。

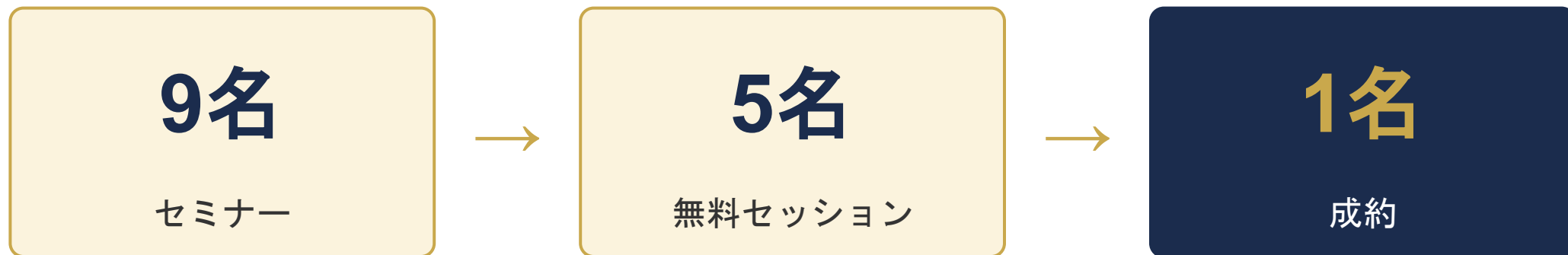
足りないのは「次へつなぐ提案」と「勇気」

C型 | 判定チェックリスト

- 個別相談・フォロー資料に、商品名・価格・期間・申込方法のどれかが無い
- フロントとバックエンド、リピートサービスの関連性が薄い
- 募集ページに「このあとコースがある」ことが書かれていない
- フロントと本命の「こうなれます」に、共通する言葉がひとつもない

多く当てはまるほど、C型の可能性が高い。

事例1 | ヨガのAさん（オンライン・A型やり過ぎ）



無料でついてくるセッションを、44%が取りに来ていなかった。

満足して“完了”していたから。これがA型の実測証拠。

事例2 | メイクのBさん（対面・A型やり過ぎ）

- 体験で悩みを聞き、Bさんがメイクして“あげる”設計
- お客様は一度も手を動かしていない
- 感情のピークが「完成した顔」＝そこが終着点になった

お客様が学習したのは「してもらえば綺麗になる」ことだけ。

事例3 | 同じBさんのオンライン（B型教え過ぎ）

同じ人・同じ商品なのに、型が“真逆”。

- オンラインでは、フルメイクを全部“教えて”いた
- 対面はA型（してあげる）、オンラインはB型（教えすぎ）

同じような商品でも、対面かオンラインかで型が反転する。

ワーク | 自分の型を判定する (10分)

「導線ドック」で、あなたのフロント1本を診断。



導線ドック <https://d-dock.netlify.app/>

22の質問に答えると、A/B/Cの型が出ます(約10分)。
最後に「結果をコピーして残す」を押して、手元に残してください。

何型が、出ましたか？

数名に聞いてみましょう。「A型だった人？」 「B型は？」

処方核心：「二枚同時提示」

ひとつの体験の中で、
【変われる希望】と【一人では届かない現実】を同時に渡す。

※ 今日は“考え方”だけ。自分の商品への当てはめ方は、この先で。

なぜ、二枚“同時”なのか

希望だけ

満足して終了
(A型のまま)

現実だけ

「私には無理」
で離脱

希望 + 現実

説得もクロージングも
要らない

素敵な未来を語れば“売り込み”は要らなくなる。

良い例 | “未解決”を正しく残す

参考：住福のリブランディングセミナー

希望

「方向性が明確になった」
で帰る

現実

「で、自分の場合は？」
が残る

→ だから、次に繋がる（セッションで伴走）

「全体像もポイントも把握できて、あとは“自分の場合どうなんだろう”というところ」

良い例 | “未解決”を正しく残す

住福のワーク → 個別フォローの例

ここでワークタイム(10分)

- ① 自分がやりたいこと、伝えたいことは？
(使命、目的、ビジョン、独自の経験、キャラ=MSP)
- ② 自分の強み、出来ることは？
(独自のスキル、知識、高めてきたコト=USP)
- ③ ペルソナを設定しよう！
(どんな人で、何を求めている？ 困っていることは何？)

ここでワークタイム(10分)

- ④ ペルソナに響きそうなフレーズはなに？
(誰がどうなるが分かる、強い言葉でインパクトがある)
- ⑤ 検索時のキーワードは何でしょう？
(分かりやすい言葉、年齢や具体的なお悩みワードなども◎)
- ⑥ キャッチコピーを作ってみよう！
(3部構成、基本はあまり抽象的にし過ぎない、インパクト大事)

フォローセッションのご案内

- 60分のアフターフォローがつきます。
キャッチコピーをブラッシュアップしましょう！

繋げる！

33000円分の
セッションよ♪



<POINT>

ワークで考えてもらったことを個別フォローセッションで掘り下げる流れにすると、スムーズに個別予約が入ります。(口実としても筋が通る)

そもそも、セッションは3種類

① 体験セッション

→ 問診

② 単発セッション（本セッション）

→ 応急処置

③ 継続セッション（バックエンド）

→ 根本治療

体験セッションの役割

- 本セッション・継続に“繋げる”ためのセッション
- メインは「課題を教える」こと（解決しきらない）

体験で、本命はやらない。

良い体験セッションの“設計”

やること（課題） 9割

やり方
1割

満腹にさせず、「一人では根本解決は無理」と気づいてもらう。

= これが「二枚同時提示」の実装。

※ 具体的な当てはめ・トーク・クロージングは、改善セッションで。

種明かし

実は、この設計にも仕掛けがあります

今日のこのセミナー、
実は“わざと途中で止めて”います。

何を渡さなかったか、わかりますか？

渡さなかったのは、これです

型はお渡ししました。判定もしてもらいました。

でも「あなたの商品で、何を出して何を出さないか」は、一度も言っていません。

これが、今日話した「二枚同時提示」です。

①変わる希望→上手くいかない理由や自分の課題・型がわかった！

②一人では届かない現実→で、私の場合はどう直す？

この2つを同時に持ち帰ってもらうために、こう設計しました。

「で、自分の商品では？」と一緒に

“何を出して、何を出さないか”は、
フロント1本ごとに違います。

やりすぎフロント改善セッション

ZOOM60分／4,800円（税込）～

改善案のPDFレポート付き。 診断結果ページのボタンからも申し込めます。

今日のまとめ

- 繋がらない原因は「終わり方」。3つの型がある（A/B/C）
- 自分の型がわかった（導線ドック）
- 処方は「二枚同時提示」＝希望と現実を同時に
- まずは、自分のフロント“1本”を見直すところから

< 9 月開催予定 >

仕事をもっと楽しく 顧客満足度 **up** ↑

AI オリジナル アプリ作成講座



プログラミング知識ゼロでも
最短1時間でアプリ完成！



日本起業コンサルタント協会
Japan Entrepreneurship
Consultants Association

< 10月開催予定 >



ナチュラル美的フォトブランディング
早坂 華乃

Special Branding Seminar

こころを動かす起業家になる
魅せ力・言葉力

ブランディングセミナー

メガヒットブランディングコンサル
住福 純

ブランディングフォト
撮影会実施
♥ポージング指導付

会場 / 渋谷 ※オンライン受講可

10.8thu 14:00-17:30

SPECIAL 特典 商品力が爆上がり
ブランディング特別コンサル付



日本起業コンサルタント協会
Japan Entrepreneurship
Consultants Association

【9月開催 毎回am10—12時】

9/7 やり過ぎちゃうワタシ脱出セミナー

9/14 ハードモード起業のひっくり返し方 ★

9/28 準備と段取り徹底解説セミナー

