

zoomビジネス構築

ストーリーブランドの構築

ビリオンワークス

松村泰久

zoomビジネスを構築することで…

- ★時間と場所が自由なビジネスを構築できる
- ★やりたいことをドンドン進められる
- ★低コストで新事業アイデアのテストができる
- ★濃い見込客・仲間を素早く集められる
- ★個人でもブランドを確立できる

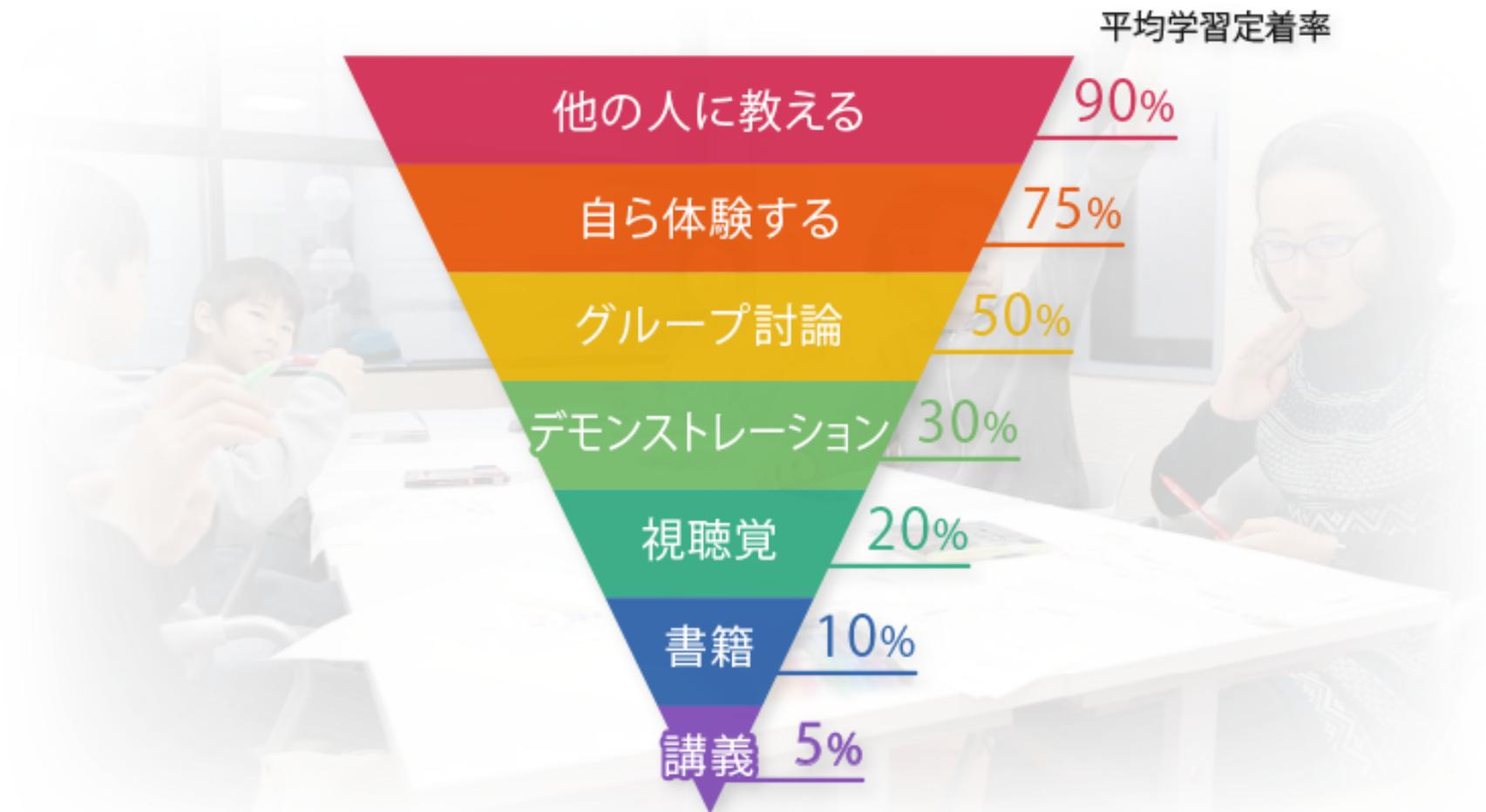
注意事項

- 名前は本名にしてください（右上の「…」から名前変更できます）
- ミュート操作はこちらで行いますが（プレゼン中はミュートにします）、ミュート忘れに気づいたらご自分でミュートしてください
- 共有画面は全画面で行います
- もし「画面が見えない、音が聞こえない」等の問題が起こった場合は、チャットに書き込みアピールしてください
- 接続が切れた場合は、再度ミーティングURLから接続してください
- どうしても接続できない場合は、090-7668-6873（松村携帯）にショートメッセージしてください

セミナーの効果を100倍にする方法

- **セミナーに集中！ながら作業は止めましょう！**
- **全力で参加しましょう！**
- **大事なところは各自メモしましょう！**
- **誰かに教えるつもりで学びましょう！**
- **楽しみましょう！**

学びの効果はこれだけ違う！



ラーニングピラミッド

※出典：The Learning Pyramid. アメリカ National Training Laboratories

商売人・起業家に必要なこと

自ら考え
すばやく行動すること

アンケート1.

あれから、新たに実践したことは？

アンケート 2.

DAY1~DAY4についての

質問はありますか？

本日のテーマ 『ストーリーブランドの構築』

- ビジネスを「より分かりやすく」「より多くの人に」伝えることで、売上を伸ばすことができる
- Webサイト、パンフレット、SNS等で効果的に情報を発信することができる
- 売るために効率的な情報を伝えることができる

自己紹介をお願いします！

1. ご自身のPR（15秒）

◆ 誰に？

◆ 何を？

◆ どう提供している人なのか？

2. 叶えたいこと、壁

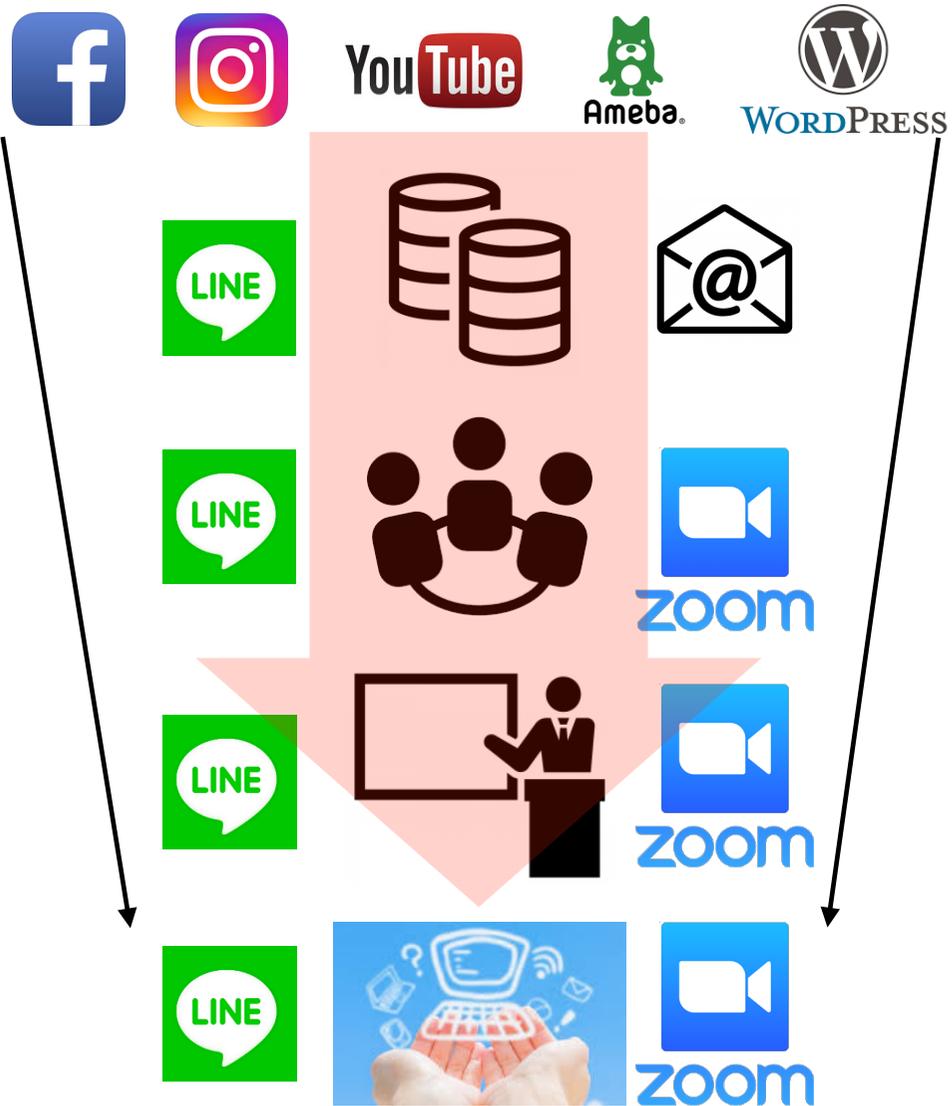
3. 今日、持って帰りたいこと

スモールビジネス成功の基本ステップ

1. 見込客を **集める**
2. 見込客との **信頼関係を築く**
3. 必要なタイミングで **商品**を売る
4. **フォローアップ**する

zoomビジネスで稼ぐ5ステップ

- ① ポジショニングして発信する（価値提供）
- ② お試し・無料提供でリスト構築する
- ③ オンラインで勉強会を開く（コミュニティ）
- ④ 説明会・個別相談→絞り込んで提案する
- ⑤ クライアントが成果を得られる人になるよう徹底的にサポートする



1. ポジショニングして発信
無料で価値提供、SNSでコミュニケーション



2. お試し・無料提供でリスト構築
継続的な価値提供とコミュニケーション



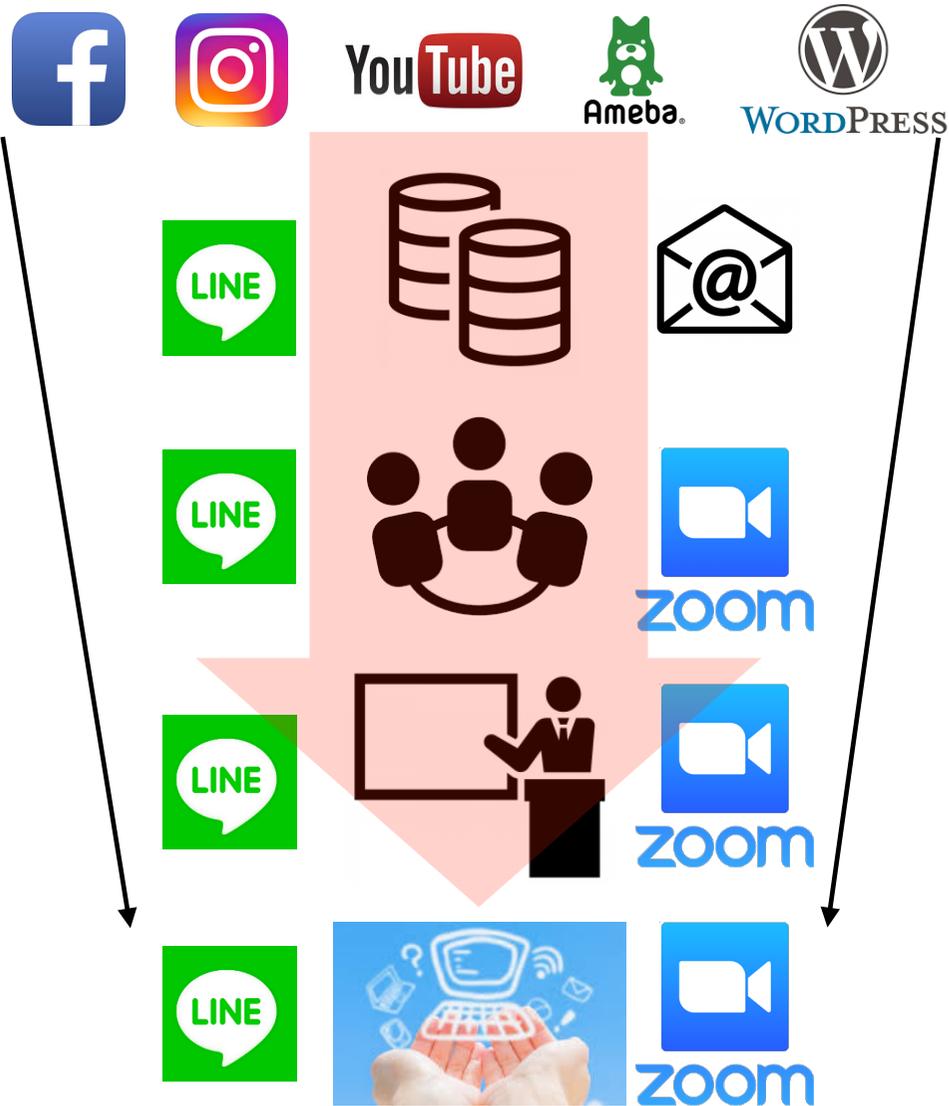
3. オンライン勉強会（コミュニティ）
同じ目的・志をもった仲間との交流、高め合い



4. 説明会・個別相談
より高いレベルを狙える人・本気の人だけに提案



5. 徹底的にサポート
個別に全力でサポートし成果を上げてもらう
将来的にはJ.V.パートナー



1. ポジショニングして発信
無料で価値提供、SNSでコミュニケーション

2. お試し・無料提供でリスト構築
継続的な価値提供とコミュニケーション

3. オンライン勉強会（コミュニティ）
同じ目的・志をもった仲間との交流、高め合い

4. 説明会・個別相談
より高いレベルを狙える人・本気の人だけに提案

5. 徹底的にサポート
個別に全力でサポートし成果を上げてもらう
将来的にはJ.V.パートナー

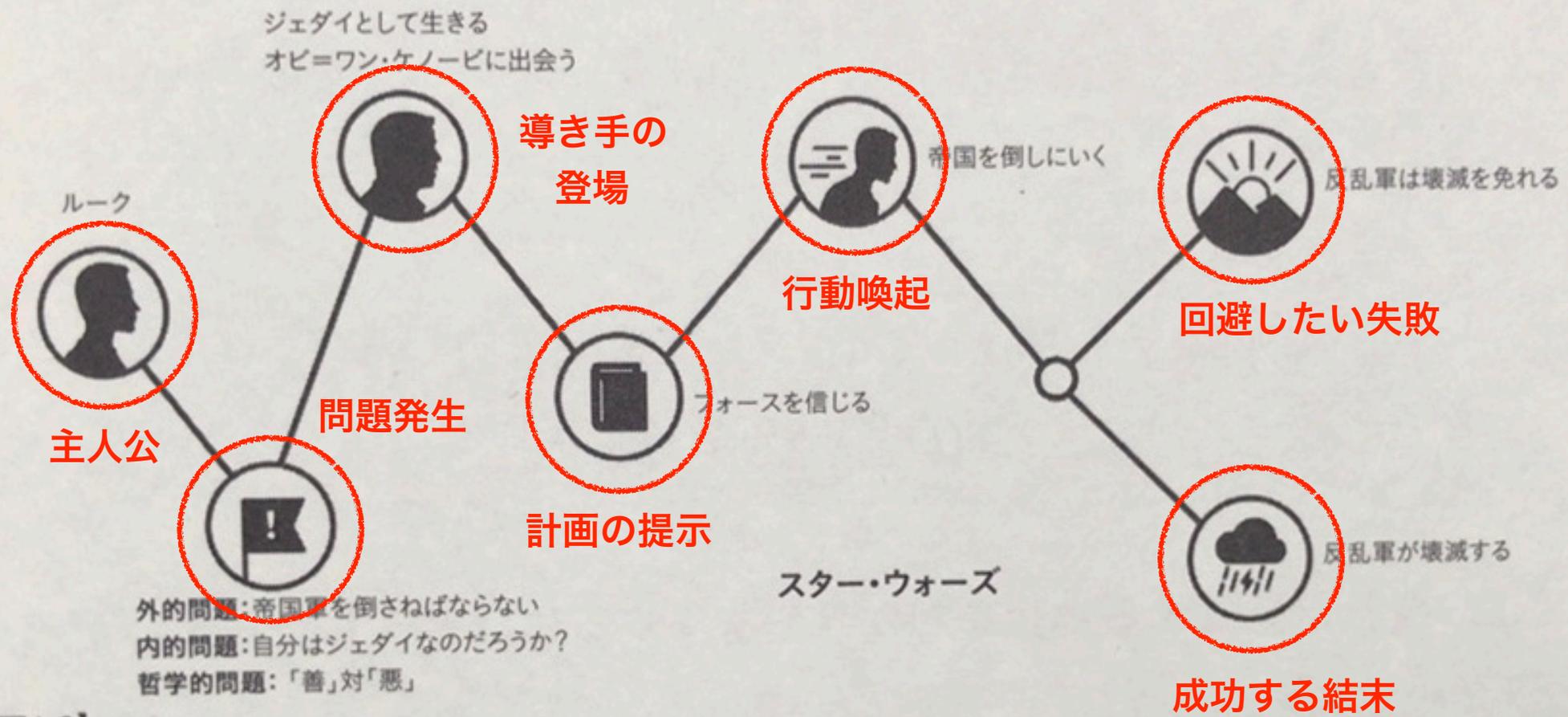
ヒーローズ・ジャーニー（神話の法則）

1. 日常生活
2. 冒険への誘い
3. 尻込みし、あるいは誘いを断念
4. メンターと出会い、励まし
5. 第一関門を突破し、非日常世界へ
6. 試練、仲間や敵対者との出会い
7. 最も危険な場所への接近
8. 最大の試練
9. 打ち勝つ・報酬
10. 日常世界への帰路
11. 復活
12. 日常世界に恩恵をもたらす



神話の法則→ストーリーブランド7要素

1. 主人公 . . . 消費者
2. 問題発生 . . . 平和だった日常に問題発生→主人公が解決を望む
3. 導き手の登場 . . . 主人公を助け解決に導く人→これがあなた
4. 計画の提示 . . . 導き手が主人公に示す「目標、方法、情報」
5. 行動喚起 . . . 主人公に行動を促すしくみを紹介
6. 回避したい失敗 . . . 問題解決しなければ危険に晒される
7. 成功する結末 . . . 主人公が問題解決して成功する理想の結末



【図1.3】



クイズ

このストーリー設定で
「主人公」は誰でしょう？

クイズ

どんな「問題」が発生したでしょう？

外的問題、内的問題、哲学的問題

クイズ

どんな「問題」が発生したでしょう？

外的問題、内的問題、哲学的問題

クイズ

どんな「導き手」が
登場したのでしょうか？

クイズ

どんな「計画の提示」が
されたでしょうか？

クイズ

どんな「行動喚起」が
されたでしょうか？

クイズ

「回避したい失敗」は
なんでしょうか？

クイズ

「成功する結末」は
どんなものでしょうか？

優れた物語づくりのために

1. 主人公は何をもとめているのか？
2. 主人公が望みを叶えるのを妨げているのは何か？
3. 望みを叶えた場合、叶えなかった場合、主人公はどうなるのか？

この3つを明確にする！

消費者の最も望む願望＝サバイバルに関わる願望

1. 金銭的な節約
2. 時間の節約
3. 社会的つながりの構築
4. 社会的地位の獲得
5. 資源の蓄積
6. 思いやりを発揮したいという人間本来の欲求
7. 意義への欲求

演習.

主人公（あなたのビジネスの消費者）が
求めているものは何ですか？

演習.

主人公（あなたのビジネスの消費者）が
望みを叶えるのを妨げているものは何ですか？

演習.

主人公（あなたのビジネスの消費者）が
望みを叶えなかった場合どうなりますか？

演習.

主人公（あなたのビジネスの消費者）が
望みを叶えた場合どうなりますか？

主人公が求めるもの

主人公（消費者）が求めているものを定義し
マーケティング資料でそれを全面に押し出すと
物語に空白が生まれる

消費者の願望をひとつに絞る

消費者が最も望むことに焦点を合わせる

(関心を引くわかりやすい願望)



その達成に貢献する人・企業として名を売る

今日の感想・気づき・質問など

今日の気づき
すぐに実践しようと思うこと