コアバリュー商品
構築方法

～お客さまに喜ばれながら自由を得る～

エンジョイプロフェッショナル倶楽部
主宰 松村ヤスヒサ

コアバリュー商品の意義

- あなたのビジネスの柱となる利益率の高い商品（利益商品）
- 顧客への提供価値が最も高い商品（最も結果を出す商品）
- スモールビジネスでは高単価商品は必須
- 限られた人的リソースで大きな価値を生む
- LTV（顧客生涯価値）の高い商品（高額商品・継続商品）
- 単発のサービスでは顧客の人生は変わらない

脳の安定化志向と可塑性

高単価セールスマインド

- あなたが稼がなければ、お客さまを救うことは出来ない
  あなたが豊かにならなければ、お客さまを豊かには出来ない

- あなたの商品にお金を払わない人は、そもそもあなたのお客さまではない

- あなたが売らなくても、見込客は別の商品を買う

- 価格の高いものほど、お客さまを変化させる大きなパワーを秘めている

お金＝エネルギー

商品の重要な要素

- フロントエンド：「コンセプト」が最重要
- バックエンド：「オファー」が最重要

コアバリュー商品のパッケージングスキル

オファーはセールストークより効果的

フロント⇒バックの流れ

- 全体　⇒　1テーマ
- 1テーマ　⇒　全体
- ノウハウ　⇒　実践
- ノウハウ　⇒　商品

１事業＝１バックエンド

※但し、後ろに続くアップセルはOK

コアバリュー商品作成①【コンセプト】

- ターゲットの悩み、願望、問題点は？
- どんなノウハウか？
- 商品がもたらすベネフィットは？
- 差別化要素は？
- ライバルが解決できていない理由は？
- 共通の敵は？
- 商品の名前

コアバリュー商品作成②
【商品構成】

- ステップバイステップで体系化
- 顧客がどの様に変化・進化するのかを明確に
- ５～７ステップのアウトライン
- 顧客をゴールに導くための各テーマ
- さらにステップを細かく分ける
- 「やること」と「変化」（ビフォー・アフター）
- そこから得られる成果物がある場合

バックエンドをつくる３つのポイント

- 商品が約束すること
- 問題が解決した状態
- 終了時に得られるもの
- AFTER

- 見込客の現在地
- 問題、悩みを抱えている状態
- BEFORE

ステップ作成シート

・具体的にはなにをおこなっていくのか？
・なぜ、これのステップが重要なのか？
・おこなっていく上での留意点は？
などを記載

STEP1：「　　」

STEP2：「　　」

STEP3：「　　」

コアバリュー商品作成③
【サポート・特典】

- 本商品、プログラムの内容を、より楽に、より簡単に、より素早く出来るようにするもの（テンプレート等）
- 見込客の断る理由（言い訳）を潰すもの
- 一度販売しても柔軟に変えられる
- 余計なものは付けない

コアバリュー商品作成④
【サポート期間・保証】

- ３ヶ月、６ヶ月、１２ヶ月が多い
- 前半講座、後半サポート等の変則パターンもある
- 返金保証、成果保証・・・安心材料

コアバリュー商品作成⑤
【価格を決める】

- 業界標準にこだわりすぎない
- 実績がないなら、自分で納得できる価格
- オファーを整理すると、自然と自信がついて価格UP
- 相手が受け取れる価値も考える
- １つずつのオファーに価格を付け、積み上げて１/３にしてみる
- １回売れて実績が出れば値上げしたくなる

最初から１００％の商品は作れない

常に改善を繰り返す

アウトプット→フィードバック→改善

コアバリュー商品の基本構造＆基本手順を
詳細化・体系化・言語化することで明確になり
相手に響く商品となる

口頭でセールスすることも可能になる
スタッフ・外注に教えることも可能になる

売ったらしっかりとサポートして

全力で顧客に成果を出してもらう