

目的・目標 明確化が重要



マーケティングとは



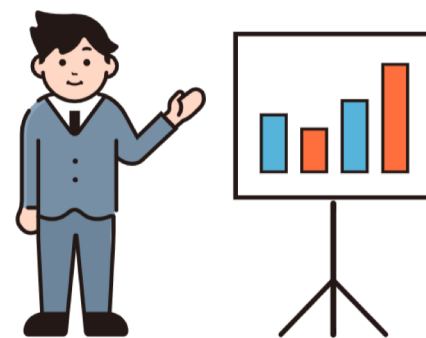
勝ちパターンの言語化



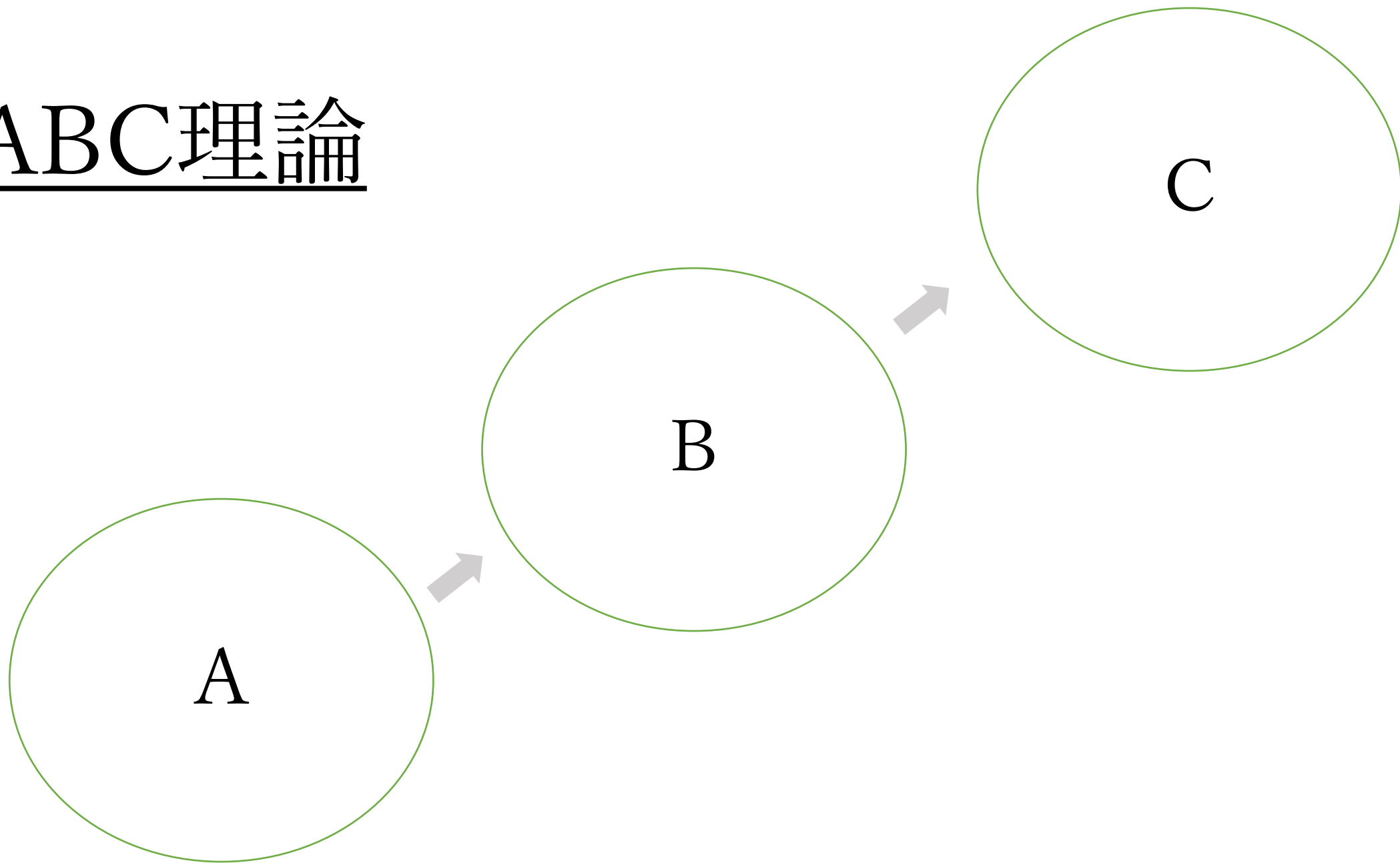
『上手くいく原理原則』を手に入れ
収益を手に入れる



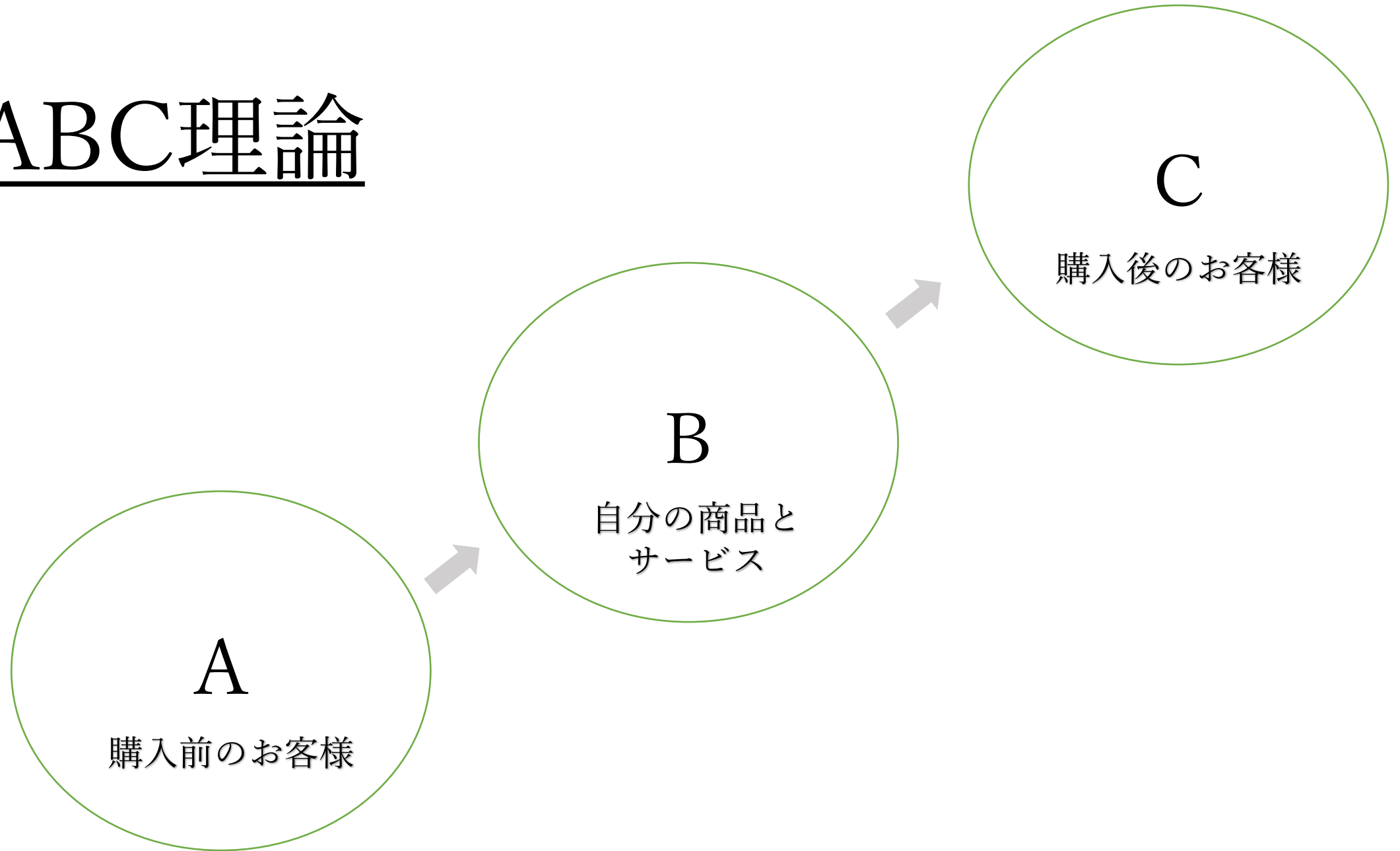
商品設計



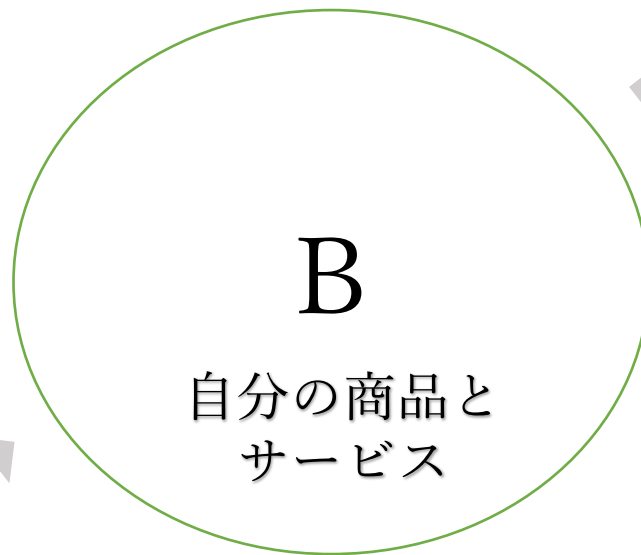
ABC理論



ABC理論



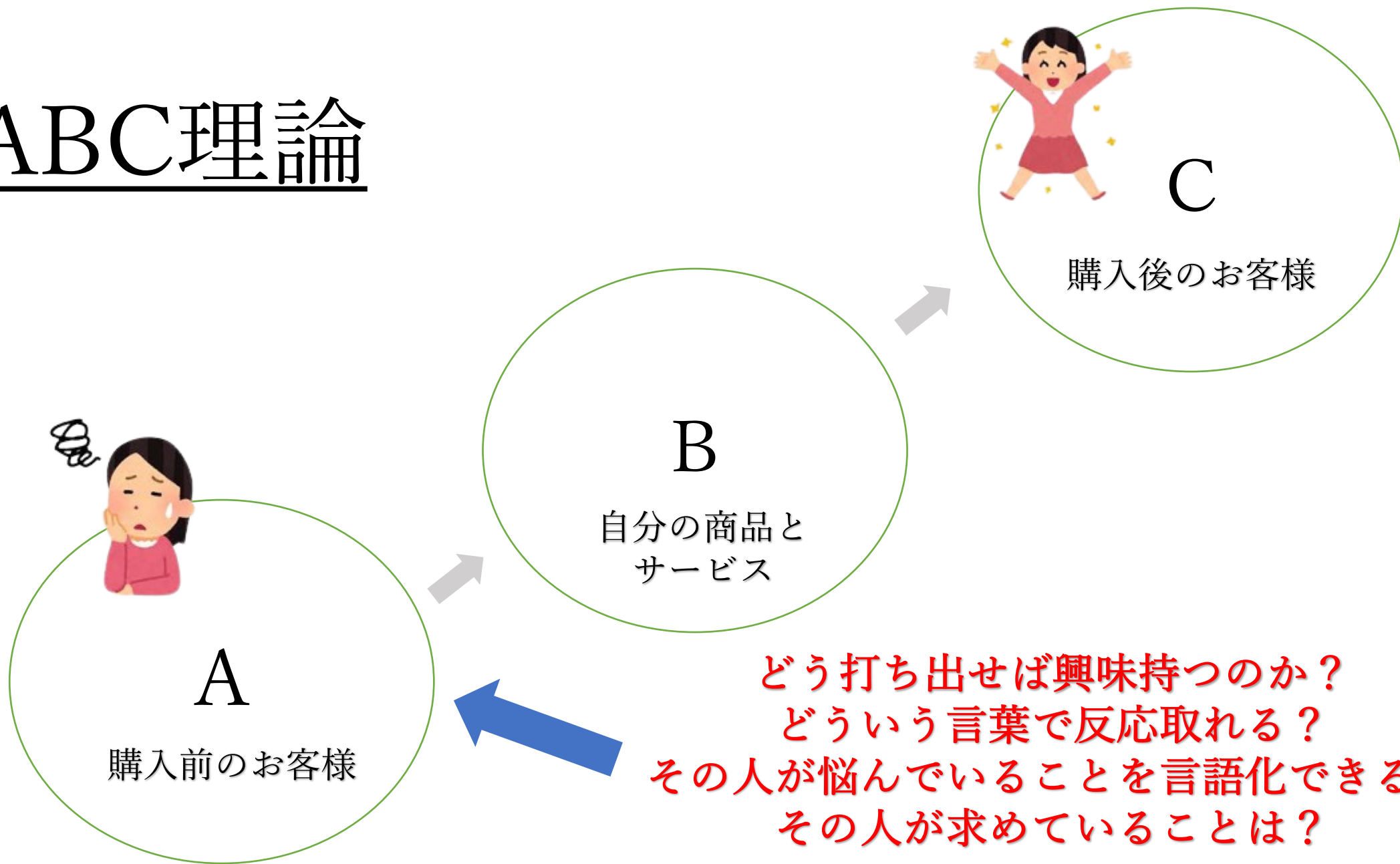
ABC理論



どんなベネフィットが
得られるの？

どんなより良い未来がある？
(感情価値)

ABC理論



人は何で動くか？



皆さんならどうやって
ガスに興味を持たせますか？



 TOKYO GAS

<https://www.youtube.com/watch?v=VlkK-vCF-7c>

人はロジックや数字は忘れるが ストーリーは忘れない

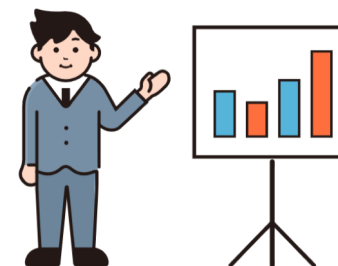
ジェニファー・アーカー

(ストーリーは、事実そのものより)
22倍も記憶に残る

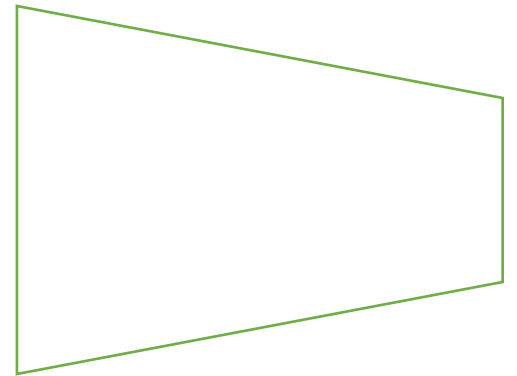
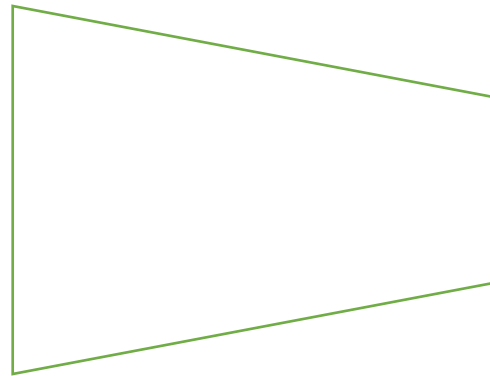
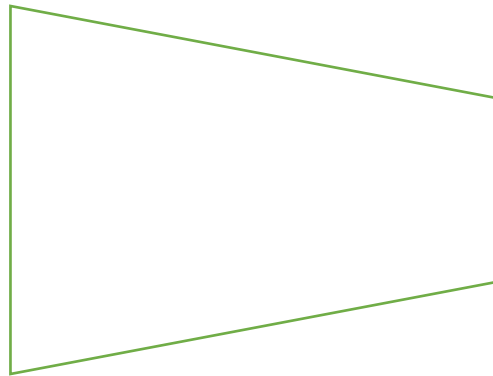
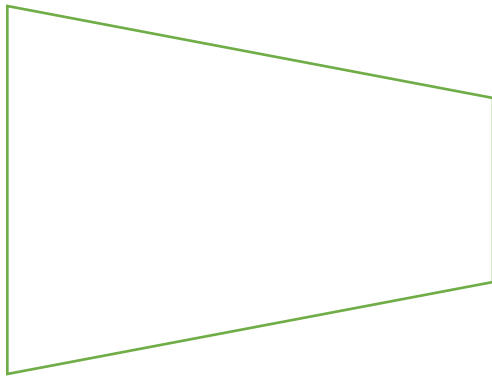


スタンフォード大学ビジネス
スクールのゼネラル・アトランティック
プロフェッサーで行動心理学者

導線の構築



FFMBモデル



FFMBモデル

フリー

無料プレゼント

フロント

集客できる
商品

ミドル

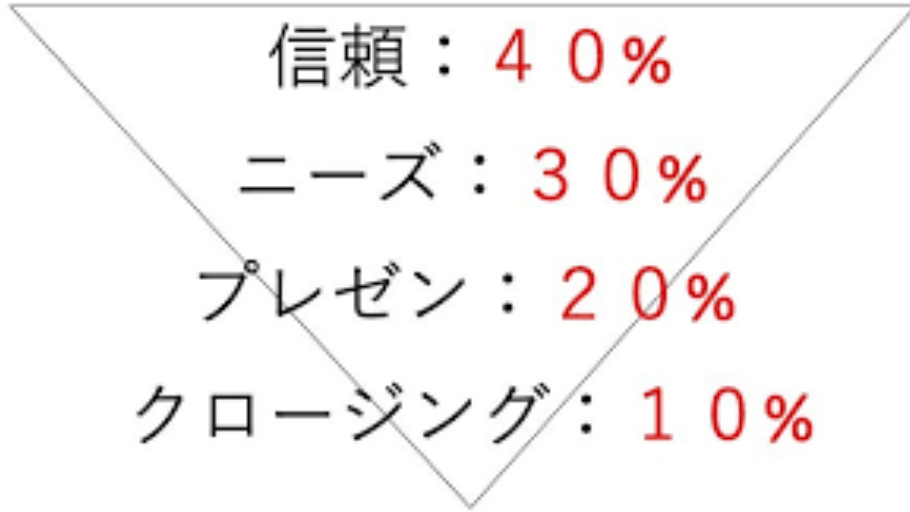
バックに
繋げる商品

バック

大きい
価値提供

セールス





“質問です”

何故自転車に乗れたのか？



感覺



成果が出る人

自責の精神



自分ごとで
捉える



人・社会・環境
のせいにする



相手の立場に立つ



質問の仕方

(誤字・何を伝えたいのかわからない)



聞き方

(表情、うなずき)



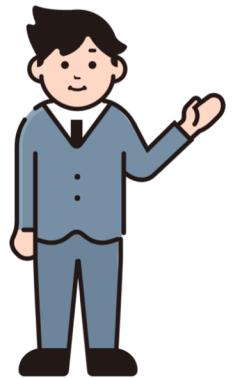
チャットワーク回答後 (反応をお願いいたします！！)

※分からない場合はどこが分からないのか聞いてください

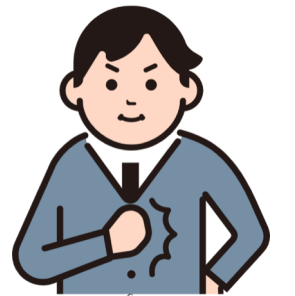


与える精神

(学びの中で差別ある)



当たり前前の基準



毎日の投稿
生Live



忙しい
疲れた



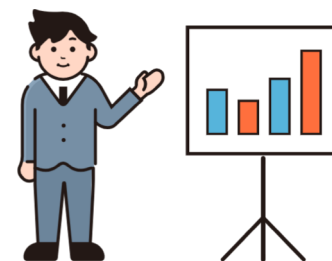
リサーチ



質問



提案



提案し
改善につなげる



思い通りにいかず
クレーム



行動スピード



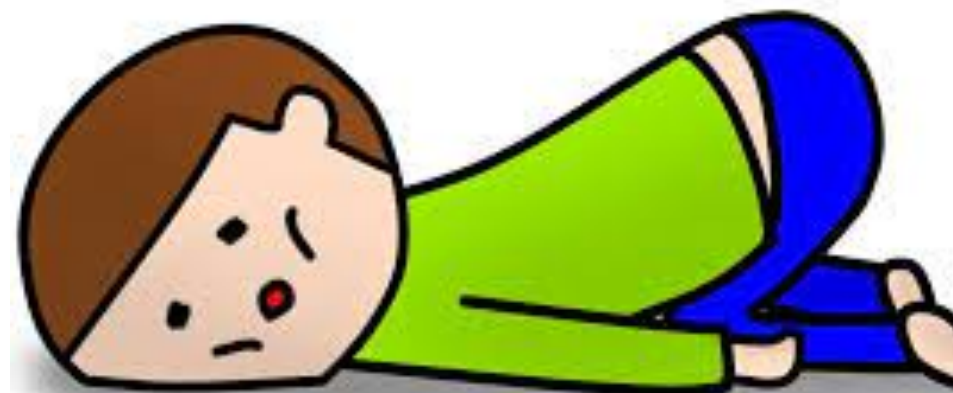
課題はその日で解決
直ぐに実行



成果が出ない人



継続できない



言い訳癖



自己肯定感が低い



改善ではなく
直ぐに文句を言う



直ぐに行動しない



プライドが高い



人の力を借りることができない
自分でやっちゃおう



当たり前前の基準が低い
(頑張ったは通用しない✕)



覚悟がない

だって…



ビジネスで価値があるのは
“データ”です



上手くいった“データー”
上手くいかなかった“データー”
見つける

データの積み重ねで
“狙って売上”を作ることができる

3つの再現性

- 1、商品（約束できる価値）
- 2、集客（認知と接触）
- 3、販売（買う理由を増やし、買わない理由を減らす）