

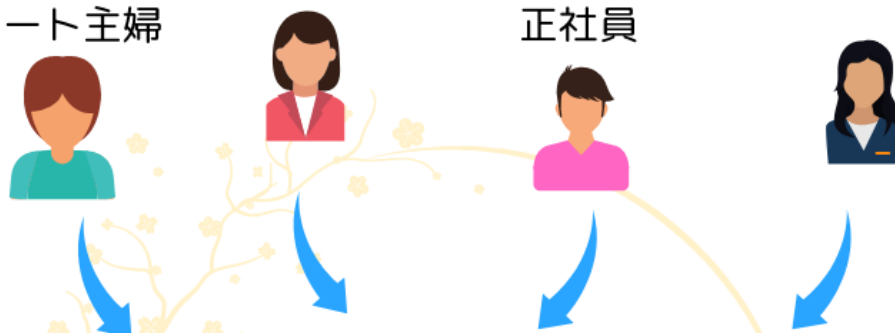
あなたの理想の働き方がきっと見つかる！

年収80万円
パート主婦

年収250万円
派遣社員

年収320万円
正社員

年収450万円
正社員 & 副業



年収600万円over！

独立・起業

を目指す女子のための

キャリアデザインブック

株式会社 L three O four
中村理恵 著

女性が働く上でよくある疑問も全て解決！

- ・ これからの起業家のモデルケースって？
- ・ 副業でも収入は増やせるの？
- ・ 子育てにも柔軟に対応しながら働くには？
- ・ 強みや才能ってどう活かせばいいの？

初めまして、売上アップのためのクリエイティブプロデューサー
起業コンサルタントの**中村理恵**です。



この度は「**年収 600 万 Over ! 独立・起業を目指す女子のためのキャリアデザインブック**」を
手に取っていただきありがとうございます。

私は 2015 年 10 月に会社員をしながら副業でコーチとして起業。2016 年 9 月には会社員
を卒業し、個人事業主としての活動をスタートさせました。

個人事業主として独立した時から法人2社と業務委託契約を結ぶこともでき、経営塾運営
をしていた会社のバックオフィスのサポートからプロモーション構築などをチームで行なったり、特
別講座の講師なども担当し、今までに 600 名以上の人と「起業」ということを通して関わって
きました。

主に「やりたいことを形にする方法がわからない」「やりたいことに情熱はあるのに、どこから始め
たらいいかわからない」「活動を頑張っているけどなかなか売上に繋がらない」という依頼を
受けることが多く、これらを解決するためのコーチングからプロモーション構築、戦略立てなど
全体のプロデュースを行なってきました。

現在は、私の情熱であり強みを存分に活かしながら、個人起業家や中小企業の経営者様
に向けてセミナーや個別コンサルティングを通してクライアントが築きたい理想の未来を実現す
るための戦略立てから売り上げの構築までを加速させるべく活動しています。

今回のこのキャリアデザインブックが多くの方の参考になりますように、と思いを込めて作りまし
た。ぜひ最後までご覧くださいね。

中村理恵

一つの働き方？複数のキャリア？

実際に生き残れるのはどっち？



2014 年から SNS を使って初期費用0円で始められる SNS 起業というものが流行りましたね。

実際に私も 2015 年 10 月くらいから SNS (FB) を使って発信をスタートさせ、ここまでできているので、SNS の恩恵にずっとあずかってきたわけです。

おかげさまで発信を見てくれている人から個別セッションや講座に申し込みが入り、2016 年年末には月商 100 万円を達成、その後も売り上げは右肩上がりに伸び続け、最高月商は 400 万を越え、年商も 3000 万近くになり、法人化した今も月商、年商共に更新し続けています。

働き方としては、1 対 1 の個別セッションからグループ講座へ、そして法人から委託を受けて個人起業家として活動しながらも、法人企業のバックオフィスを担当し、マーケティング、プロモ

ーション構築をチームで行なったり、特別講座の講師として登壇したりしながら、現在では複数のチームで事業やコミュニティを展開し、収入源を1つから3つに増やしています。

これからは新たな取り組みとして大手 SNS 企業様とのタッグ、それから自治体などへの働きかけ、行政とのお仕事も視野に入れて動き始めています。

SNS 起業って、すごくスタートしやすいのですね。

実際に行くことは、使うソーシャルメディアを決め、発信をし、サービスを作り告知をして販売していく、というルートです。(大中な流れですが)

私の講座へは

「自分の持っているスキルで社会貢献したい！」

「もっともっと私のサービスを必要としている人に届けたい！」

と思っている人が通ってくれています。

実際に彼女たちは強い思いを持っているにもかかわらず、どうしていいかわからない、どうやって広めていったらいいかわからない、具体的にコンセプト決めから集客や販売までどうしたらいいの？という人が多いです。

少し前までは(具体的には 2016 年いっぱいくらいまで)それらの問題を解決するだけでよかったのです。

具体的にいうと、

- ・コンセプト決め
- ・発信方法
- ・告知文作成
- ・集客
- ・販売
- ・リピート

しかるべき方法をしかるべき順番で行なっていくことにより、ある程度の売り上げを上げることはできたのですね。

ただ、2017 年になってから、私の元へこんな相談が増えてきました。

「SNS から集客するのが難しくなってきた」

ということです。

確かに私もそのあたりから SNS 集客の威力の衰えというか、爆発的な力はなくなってきたな、と感じていて、この頃から色々と試行錯誤しながら集客から販売までを行っていた記憶があります。

ですが、**ここで(2017年当時)大事だったのは「やり方」をアップデートすることではなかったの**です。

(のちに続きます)

月商7桁神話は続くのか！？

私が起業して間も無くした頃、こんな言葉が流行りました

「今月も7桁達成しました！」

「月商7桁を目指しています。」

「起業して3ヶ月で月商7桁達成！」

そう、**月商7桁神説！！！！笑**



みんながみんな月商7桁に憧れ、7桁達成している人を神と崇め(に近かったと思いますよ。)、7桁を達成している人すごい！となって、こぞってその人が主催する講座やコンサルに通い、7桁を目指す、という現象。

7桁を達成している=すごい

という図式が成り立っていたので、多くの人がそこを目指しましたし、それを達成できた自分を想像してなんとなく「すごそう」ということを想像して、そこを目標に取り組んでいる人が多かったように思います。

今の月収がいくらであろうと、会社員との副業であろうとも、みんながみんな7桁を目指していたのです。

が、結果どうなったかという、多くの人が7桁を目指してできなくて挫折して・・・を繰り返し、起業業界から消えてしまう・・・ということでした。



実際に私のところに相談に来てくださった方に聞いてみると、最初意気揚々と「**月商7桁目指しています！**」と来られても、実際に自分と向き合い、本当の理想はどうなんだろう？本当は何がしたかったんだっけ？に向き合った結果、**月商7桁を無理にやる必要がなかった人たちというのが7割を占めていました。**

その後その人たちはどうしたのかという、自分自身が納得できる目標設定を行い、軌道修正して自分らしい、自分が楽しみながらチャレンジできるような生活を送った結果、より起業が楽しめるようになった、という人もたくさんいますし、その方が売り上げが上がり始めた！という人がほとんどです。**(結果、月商7桁を達成した人もいますよね！)**

私たちは誰かの目標をあたかも自分自身の目標と勘違いしてしまいがちです。

それは今が情報社会で、手に入れた情報や知識はネットを通していくらでも得ることができるからです。

その情報をインプットしているうちに勘違いしてしまうんですね。

「私もここを目指したい！」という風に。(月商7桁だけでなく、ホテルのラウンジでお茶するとか、アフタヌーンティーするとか、毎月海外旅行行くとか、好きなブランド物のバックや洋服を買いまくるとか。笑)

それが本当にやりたいことであれば問題ないと思いますが、自分の本音や現状と向き合わずして理想だけを追いかけて「稼ぎたい！」欲が強くなると、うまくいかなくなってしまうかもしれません。

とはいえ、女子こそ起業してザクザク稼いで！



だと私は思っています。

月商7桁神話をもたらした罫というか弊害はあったと思います。

ですが、昨今ではニュースで一時期話題になったように老後に年金の他に2000万かかる、という話があったり、そもそも論ですが、私たちが年金支給される年齢になる頃に本当に支給されるのか？という問題もあります。

多くの大企業は副業を解禁し、まるで「私たちはあなたの人生、最後まで責任を負えませ
ん」と言われているようですし、終身雇用が当たり前だった時代から、AIの発展により、会社員であってもいつ職を失うか、全くわからない時代ですらありますから。

もちろん、そういった金銭的な問題の意味も含めて、起業するべき！とも思っていますが、それだけでなく、一人一人が自分のやりたいことを実現することでお金を稼ぎ、いろんな（お金、時間、場所、仲間）しがらみから自由になり、自分のライフスタイル自体を楽しんで欲しいと思っています。

つまり、人生そのものを楽しんで欲しいのです。

もっと自由に、もっと「わたし」を生きていく！



女子だから、ママだから、会社があるから・・・を理由に、私は夢ややりたいことを諦めて欲しくないと思っています。

ご相談を受ける多くの方が、

「主人に反対されている」

「私が自由に出かけるのを快く思っていないみたい」

「旦那(彼氏)より稼いでプライドをキズつけちゃうみたいだから私はそこそこでいいんです」

という思いを持っていることにも気づきました。

これって・・・もったいなくないですか？

なぜ我慢して自分のやりたいことをやらずに、自分を押し殺して生きなければいけないの???

わたしは本気で思いました。

本当はやりたいことがある。

本当は実現したい未来がある。

本当はこんな生活がしたい。

本当は・・・

ここに隠された本音で生きることを諦めてしまった女子たちがあまりにも多すぎるのです。

私はもっと自由に生きる人を増やしたいです。

とは言っても、じゃあどうやって稼ぐの？

具体的にどうしたら私の理想は実現するの???

キャリアの幅を広げるために知るべきあなたの才能・情熱



その方法が、このタイトルにある通り、あなたの「才能・情熱」を生かした働き方でキャリアの幅を広げる、ということです。

のちにこの自分の才能・情熱を活かしてキャリアの幅を広げた実例をご紹介しますが、まず一番大事なのがここです。

あなたの「才能・情熱」をなくして稼ぐことも、キャリアの幅を広げることも不可能だと思っています。

それに、才能や情熱を活かして仕事をしていたら、年商 600 万を超えることは十分可能！
なのでですね。

実際に私の受講生さんたちは、それを実現してきましたし、現在は自分らしいライフスタイルを楽しみながら、キャリアの幅を広げて行っていますし。

(何しろ年商 600 万円って、現実味がありませんか？ 月平均して 50 万円です。会社員よりお金を稼ぐことができ、自由になることができます)

この「自分の才能・情熱を知る」ということに関しては後ほどワークがありますので、ぜひ取り組んでみてくださいね。

P.S.

冒頭に、

ここで(2017年当時)大事だったのは「やり方」をアップデートすることではなかったのです。

(のちに続きます)

と書いていましたが、本当に大事だったのは、やり方のアップデートではなく、この「**才能・情熱**」なのですよね。

肝心の自分自身のことを知らないうちに、才能、そして一番大事な仕事や達成したいことに対しての情熱を知らないうちに目標設定したところで、やり方やノウハウを学んでも進めないんですよね。

私もこの3年ほどで600名以上の起業家さんと関わらせていただきましたが、どんなに目標レベルを落としても、その人に合った方法を見つけても、なかなか進めない人がいたのは、ここが理由です。

それを「やる理由」がないんです。

理由がないというか、そこに情熱があるかないか、そして自分の才能を活かしきれているか、ということでモチベーションにも影響しますし、何より！情熱がない、という状態は車でいうならフル装備のF1カーを持っているのにガソリンがなくて走れない状態と同じですからね。

もし今、

- ・目標設定をしているのに思ったような成果につなげっていない
- ・ノウハウをたくさん学んできたのに集客や売上に繋がらない
- ・やりたいと思っているのになかなか進まない

と感じているのであれば、この情熱が足りないのだと思います。

「なぜ」それをやるのか？ということが明確でない上に、そこに情熱が持てていない、かつ才能とは別のことをやろうとして苦しくなっている、という可能性が十分あります。

さらに、自分の才能を活かしまくって仕事をしていると、想定外のところからの仕事の依頼やコラボ企画なども舞い込んでくることも多く、仕事の幅が広がっていきます。

このままコーチ・コンサル・ヒーラーとして

生きていくの？

もし今あなたがコーチ・コンサル・ヒーラー・セミナー講師などで活躍しているのであれば、それはそれでももちろん素晴らしいことです。

ですが、一つのことでは一つの収入源。

それに、**この仕事をこの先ずっと続けていけるのか・・・？**

ということに不安を抱いている方も多いと感じています。

私自身も起業したのが2015年、この頃は空前の起業ブーム。

これから起業します、起業準備中です！起業しました！という投稿が目立っていた時です。

冒頭にもあげたように、コツを掴んだ方は早い段階で月商7桁を達成する人もいましたし、それを実現するのも難しくなかった状態と記憶しています。

ですが月日が経つにつれ、みんなだんだん心配になっていくのですよね。

実際に、私の講座を受講してくれている人もそうですし、個別セッション・コンサルなどでお越しいただいた方も「このままでいいのかな」と悩んでいる人はすごく多かったですね。

正直な話、**この先ずっと一つの職業(コーチ・コンサル・ヒーラー・セラピスト・セミナー講師な**

ど)で生きていくのは難しいと思っています。

その理由としては、

・起業という新しい働き方のスタイルが増えたこと、SNSという無料のメディアを使用して仕事を開始できるということで参入障壁が低くなっており、これからもライバルは増える一方

・無数にいるコーチ・コンサル・ヒーラー・セラピスト・講師の中から選んでもらうための差別化が難しい(差別化合戦により、差別化自体が細かくなっており、さらに難しくなっている)

・また起業ブームは来るかもしれないけど、マーケティングのイノベーター理論でいうと、レイトアダプターを超えた段階に入っていると思うので、講座などのサービス自体を提供する人が増えている割に、受講者が少なくなって来ている。

(この、受講者自体が少なくなって来ている、というのは起業業界の間でもあると思うのですが、無責任なプロダクトローンチが増えたこともあり、宣伝して大量に集客するけど講座に通っても全然結果が出ない、という現状が増えて来ている、それで痛い思いをした人がたくさんいて業界自体の評判が悪くなっている、という現象もあるのです)

特にこの起業業界の間(と私は読んでいます)が広まったことにより、多くの人が高額投資したにもかかわらず、思ったような成果が得られないということが続いています(あくまで私にはそう感じられる、ということと、実際に私のところに相談に来る人から聞いた体験談でもあります。)なので、よくお聞きすることかもしれませんが、これからの時代は「本物しか生き残れない」ということ。

ある意味これは本当だと思っていて、そういったこともあり、自分の情熱や才能、得意分野をさらに尖らせていくことで改めて需要が生まれたり、成果が出ることによって信頼される、という図式が成り立って来ると思うのです。

ですので、ぶっちゃけ「起業って楽しそう！私も自由なライフスタイルを手に入れたい！」だけでは、もう通用しなくなって来ている世界だと思えますよ。

(これからは信頼と実績の積み重ねが大事だと思っています。それをどう作るか、どう演出するかが鍵です)

私や受講生が自由に選択できるのは才能・情熱を活かして

「稼ぐ力」があったから

じゃあなぜ私や私の受講生はそんな厳しい荒波の中でも成果を出すことができているのか？側から見たら理想のライフスタイルを築いているのか？ということですが、結果だけお伝えすれば、

- ・最高月商 600 万円達成
- ・月商 100 万円を達成した翌月には 200 万円達成
- ・講座や 1 Day セミナーは常に満席、キャンセル待ち
- ・セッションやセミナー業だけだった方も物販など新しい分野にチャレンジ
- ・法人との仕事やセミナーの実現
- ・プロジェクトの運営メンバーや代表に選ばれた方も
- ・新聞や雑誌の取材がやまない

などの成果を出されています。

売り上げが上がることはもちろんですが、法人との仕事が増えた方、有名なプロジェクトの代表に就任される方、チームで仕事をする方、などどんどん幅を広げていって、どんどん活躍されています。

それがなぜ実現できたのか、というと、

- ・時代の流れを読むことにより、その時に必要な戦略を立てることを伝えて来たから
- ・そもそも起業した目的を明確にし、そこへの情熱を再確認できたから
- ・自分自身の才能・強みがわかり、どこに力を入れるべきかがわかり、さらにその才能・強みを活かした働き方の展開が見えているから
- ・いろんなマーケットに目を向けることにより選択肢の幅が広がったから
- ・何より「何があってもブレないマインド・軸」を身につけていて、悩んでも立ち戻る方法を講座を通して身につけているから

これらを徹底的にお伝えして、実践する方法を戦略含めてお伝えしてきたからなんですよ。私がいくら「私の受講生さんってすごいでしょ〜！」って言っても説得力がないと思うので(笑) 実際に年商 600 万円を超えた実例、キャリアの幅が広がった実例を、独立組、会社員副業組でご紹介しますね。

選択肢の幅が広がった事例を紹介！

私たちはこうやって年商 600 万円以上を超えました！

それでは実際に**自分の才能・情熱を活かして年商 600 万を超えた人、キャリアの幅が広がった実例**をご紹介しますね！

全員私の講座の卒業生であり、現在も大活躍中の皆さんです！



松方早紀さん

職業：起業コンサルタント・マインドコーチ

起業する前には、特に会社員時代は時間の使い方は工夫に工夫を重ねてどう効率よく動くかを常に考えていましたし、収入が安定しない時期は不安も大きかったです。どうしたら収入が安定して、時間に余裕がある生活ができるのかが謎でした。とにかく目の前のことをやりきるしかないと思っていたので頑張っていました。毎月集客に追われる日々を脱却したいと思っていました。

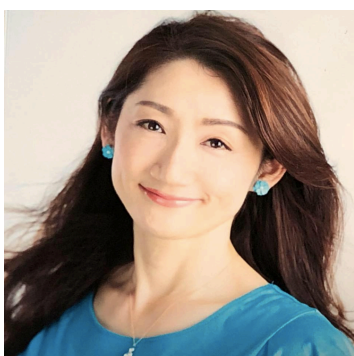
ですがやっぱりいろんな選択肢を知らない中で悩んでもムダだな、と思いました。今は手に入りたいものはどんどん手に入れています。それは知恵をかしてくれる方の存在や共に頑張

れる仲間の存在があってこそだと思います。そして、本気で手に入れたいと思うものは手に入るものなんだとより確信度が高まりました。コツコツ進めていたら**あっという間に月商 100 万円を達成し、翌月にはそれが 200 万円**に。時間も自由に使えるようになり、自分のペースで仕事やプライベートの時間が使えるし、それにより心のバランスも良い感じで保てますし、良いことしかない！と感じています。心底幸せです。

今のライフスタイルとしては、本当に自由に過ごしています。睡眠大好きなので、アポや予定がない日はたっぷり寝てから仕事を始めます。笑
仕事の前にジムに行ったりなどもします。

仕事を休みにしている日は平日に友人とホテルのアフタヌーンティーに行ったり、旅行に行ったり、ゆっくり買い物に行ったり、趣味の時間に当てたり自分の時間が増えたことによって、仕事もそうですが、プライベートの充実感がまた心満たされ幸せです。

今後は法人と仕事をしたり、実業をやったり、チームで仕事をしたりなど働き方を変えていきたいと思っています。BtoC からBtoB へ。そして個人で動きつつも、チームでより大きなものを成し遂げられるようなことをやっていきたいです。今までやってこたない挑戦を続けて、これからも自分の世界をたくさん広げていきたいです。



中山久美子さん

職業:Happy ライフ手帳コーチ

起業してからはパートと主婦、子育てをしながら自分の時間を作る事が大変でした。ですが手帳の使い方を変えて自分の時間の確保が出来るようになり、そこから少しずつ流れが変わりました。

けれど、収入が全く追いつかず、出て行く一方。

というか、自分のためにお金を使う事に罪悪感があり、思うように勉強も出来ませんでした。それでも、1週間悩んだ末、思い切って理恵さんの講座を受講したところ、自分の思考が変わり生活に変化が出てきましたし、お金に対する考え方もかなり変わりました

そこから、お金の流れも変わってきて、徐々に黒字に変換していきました。

その後**生まれて初めての月収7桁**を経験しました。

今までセミナー開催をする際も、常にどこかにお金の事が頭にあり、それがストレスになっていたのですが、お金の事を気にせず仕事に打ち込めるようになりました。

すると、思いがけないところからお金が入ってくるようになったり、告知もしていないのにセミナーの申し込みが入ったり...

どんどん良い方向に進んでいくようになりました。

自然体の自分、ありのままの自分でいられる幸せ。それなのに、周りの方々もみんな幸せになっていく。そして、ありがとうと言われる。

まさに、私がずっとイメージしていた通りの毎日になっています(^^)

好きを仕事にするってこういう事なんだを実感しております。

今は自分のやりたい事だけをやり、自分の一緒に過ごしたい人とだけ過ごす。まさにストレス0の毎日です。

また、好きな時に海外旅行も出来るようになりました。

仕事のためではなく、遊びを中心に旅行をして、そこに少し仕事を入れるという感覚になりました！

今では**手帳で有名なフランクリンプランナーさんのお仕事が増え、コラボセミナー開催から、私がデザインするオリジナルの手帳カバーの販売まで担当**させていただき、夢がどんどんかなっていているのを実感しています！

これからはより多くの人に私のメソッドを届けるべくセミナー動画の販売や

オンラインサロンメンバーとのリトリートツアーなども行ってみたいと思っています。

オンラインサロンのメンバーを増やししながら、自分のサロンを持つことが夢です。



大倉昌子さん

職業：話し方講師・イベントプロデューサー

以前は家庭・地域コミュニティ・職場・お客様・こどもの預け先などマネジメントする対象がとでも多くて、ひとつ状況が変わればドミノ的に調整が必要になる日々。時間も気力も足りず困っていました。産育休制度を利用し保育園さがしや、転職もしましたが、実家から離れての生活。「規則ではこうだから」「子育ては母親がする」習慣・価値観と出会い、自分の意識・努力で改善できることの少なさに愕然としたことも。

大切な何かを妥協しなくてはいけないのか、と、母となって、自分の時間をもつこと・自分らしく働くことの難しさを痛感していました。

ですが生活がガラッと変わった今は時間とお金を、自由と責任をもって使える、ということです。時間もお金も価値も、「ある」なかからどうにか使う、ではなく、「最初はなくても生み出せる」ことを実感しています。未来に起こるかもしれない出来事を心配して、消極的な決断をする、ということが減りました。

私は、企業で勤める働き方も決して否定はしません。ですが、自分の体調や家族の予定にあわせた稼働、自分にとっての当たり前がだれかのお困りごとを解決し、さらに収入にもなる、これは新鮮で驚きました。

通勤という物理的な制約も IT 技術で解消できることがとても多く、自分とは何かの問いにしっかりと向き合うことで、ほかでもない「私」が起点となって価値提供ができることは喜びです。目の前のひとを自分らしく応援することが、クライアントにも社会にも貢献できる。「働き方をデザインできる」ことをこどもに経験とともに見せることで、「なぜ人は学ぶのか、働くのか、生きるのか」という根本的な問いにも自然と向き合う、自己肯定感を高める家庭内での風土がうまれています。

今のベースは「**自分の人生は自分でデザインできる**」ことの実感できるパートナーシップと子育て。毎日のコミュニケーションを大切にして、喜怒哀楽を共有しています。

そして、ママの発信と挑戦が子どもを社会を明るくする、をモットーにラジオパーソナリティ、インターネットTV番組パーソナリティを毎月つとめています。

幼少期からの強みである・言葉の力を活かして、目標達成・応援し合うコミュニケーション講座開催、自分の人生を生きたい女性キャリア支援、法人向け資料作成、営業広報代行、イベント開催などにより、経済力をつけ家計に貢献。

平日は9時～16時を基本的な勤務時間にして、休日は基本的にお仕事は休み。仲間と楽しく一緒に成長することが好きなので

- ・家庭・仕事以外では、PTA 役員や大学同窓会の幹事を歴任
- ・オンライン子育て支援団体 mama ライフバランスプロジェクト静岡支部長
- ・応援を文化推進するおうえんフェス代表
- ・国連が定める3月8日国際女性デーを日本に定着させるためのプロジェクト HAPPY WOMAN のイベント実行委員

これらを務めて、意識して多種多様多世代のコミュニティに身をおき感性や経験を磨いています。

将来的には、ひとりひとりが活かされている社会を実現するため、社会や国の仕組みづくりに大きく貢献する仕事をしたいです。特に、すべてのひとが自分の「言葉の力」を信じ大切に発信受信する社会、女性がどのようなライフステージにあっても「私という個」を活かして生きていく社会になるよう、注力したいです。

あなたもこうなれる！

年商 600 万円越えになるための7ステップ

こちらで紹介させてもらった方達は、個人起業家として、また副業をしながら起業活動を行い、年商 600 万円を超えた方、もしくはキャリアの幅を広げて自分らしく、楽しみながら仕事をしている方ばかりです。

月商が安定するだけでなく「自分らしさ」を活かしながら、キャリアの幅を広げ、時間とお金の自由を手に入れています。

では彼女たちはどうやってお金と時間が自由になり、キャリアを選べるようになってきたのか？
私が受講生にお伝えしている7つのステップを紹介します。
是非このステップ通りに進めてみてくださいね！

① マインドセット



マインドセットが全て！という話はよく聞く話だと思いますが、では何をどうしたらいいのか？を具体的に書いていきますね。

・時間は未来から流れてくる という考え方

→900回以上再生！今すぐ動画で確認する

<https://www.youtube.com/watch?v=ptQ3hkYdAVA>

・捉え方を変える

→目標・ゴールを達成するときに外せないたった一つのポイント！今すぐ動画で確認する

https://www.youtube.com/watch?v=IXvD4W_vU94

集客＝難しいもの、大変なもの、時間がかかるもの、今まで一回もできたことがないこと

という捉え方でお客様を集めるのか、

集客＝楽しいもの、必要な人にサービスを届ける手段、やればできるもの

という捉え方でお客様を集めるのか。

前者は自信がないことが伝わってきますよね。

集客は難しく大変で、時間がかかり、さらに今まで一回もできたことがないことという「捉え方」でブログを書き、SNSを更新し、LINE@やメルマガで配信し続ける……

これだけ聞くと、

「そんな状態でやりたくない！笑」

「そんなんで私はやってない！笑」

「そんなの最悪！笑」

と思うかもしれません。

でも頭(思考)でそう思っていなくても(集客＝難しい、とかね)、潜在意識(無意識)ではそう思っていることが多いですし、実際に何かやりたいことができない、実現しないというときは自分自身の潜在意識の状態を疑ってみたほうがいいと思いますよ。

多くの場合はまず「やり方・ノウハウ」の問題ではなく、自分の心の状態（潜在意識で何を思っているか）が影響していることが 90% 以上を占めます。

ではどうやってその「潜在意識（無意識）」を明らかにするのか？ということですが、いちばん早いのはその言葉のイメージや感じることをそのまま言葉に出してみたり、ノートに書いてみたりすることです。

ではここでワークをしてみましょう！

あなたにとって

集客とは？

稼ぐとは？

売り上げとは？

セールスとは？

クロージングとは？

ここでのポイントは、いいことを書こうとしなくていいということ。

素直に頭の中に出てきたイメージ、言葉をそっくりそのまま書きましょう。

ポジティブな言葉が出てきたからいいというわけではありませんし、逆にネガティブだったり、イメージの悪いような言葉が出てきたとしても問題無いです。

いちばん大事なのは、今あなたがこれらの言葉に「どんなイメージを持っているか」ということをまず「知る」ということが大切です。

書いたノートや紙はあなたに文句を言いません。なので自由に書いてオッケーなのです。

次に、書いてみたあとは少し掘り下げてみましょう。

売り上げとは？

=100万円

ということが出てきたとしましょう。

なぜ100万円なのか？ということをも自分自身に聞いてみる感じです。

なぜ売り上げは100万円というイメージなのか？

→起業家の一人前といえば月商7桁=100万円だから

→それはなぜそう思ったの？

というふうに、どんどん掘り下げていく感じです。

基本的には「なぜ」を5回ほど繰り返すのが良いですが、それだけでは解決しない場合もあります。

ただ、ここで私がお伝えしたいことは、みんなそれぞれ言葉に対してのイメージを持っている、つまり捉え方があるということです。

今の捉え方ではそれ以上の未来を築くことはできません。

捉え方を変えて新しいイメージを持って行動していく必要があります。

この掘り下げ方法は、新たなイメージに出会い、行動できるようになるために行います。

ビジネスに関するだけでなく、日々気になったワードや状況をピックアップして、それに対し自分が「どう捉えているのか？」を明らかにし、その状況とは違う選択を取るようになっていくことで未来が変わってきます。

これは毎日でも行って欲しいワークになりますが、最初のうちは一人で気づくことは慣れた人でないと難しいと感じるかもしれません。

どうしたらいいの？という方は個別コンサルティングをご利用くださいね。

② ビジョンを明らかにする



そして次に大切なのは、ビジョンになります。ここなのですが、多くの人がおろそかにしがちなのです。

そもそも「なぜあなたはこのビジネスをしたいのですか？」という、ビジョンであり、ミッションである、そもそも何のために、ということを明らかにすることが大切です。

その上で、適切な目標を設定し、行動に移していくことをしないと、いずれ進めていく中で電池切れの状態になり、結局起業を辞めてしまった・・・ということになりかねません。実際に、起業して1年ほどで諦めたり、辞めていく人を私はたくさん見てきました。

起業して少し稼いだ勢いで会社員を辞めた。だけど「なぜこのビジネスをしたいのか？」が明らかでない人はそのうちに情熱を見失い、結局「何のために」が見出せないまま、起業を辞めて会社員に戻る・・・というケースも多々見てきました。

会社員に戻ることは、決して悪いことではありません。

だけどせっかく起業したのであれば、私は細々とでもいいので続けて欲しいと思っています。

(特に今の時代はというか、これからの時代は複業必須になると思いますからね！)

改めてここで振り返ってみましょう。

あなたはなぜ、今のビジネスをしたいのですか？

③ 情熱を明らかにする

あなたはなぜ、今のビジネスをしたいのですか？

この問いに答えていくと、情熱が見つかった人もいますし、「これかな～」という程度のものが見つかった・・・という人もいます。

ここではさらに追加の質問に答えていただくことにより、情熱をさらに明らかにして行きましょう！

情熱って、車で言えばガソリンのようなもの。いくらいいエンジンを積んだ車でも、ガソリンがなければ車は走れませんよね。

ガソリンさえあれば、無限には走り続けられる。活力になるんです。

どれだけいい装備を持っていても、外見がピカピカでも、ガソリンがなければ走れない。

情熱はそのような役割を果たしていますので、見つけるの必須！！！！

どうやったら売れるかな？を考えてノウハウに走るよりも、情熱だけを持っている人の方がうまくいっているケースもありますし、ぶっちゃけ「え？この告知分大丈夫！？」という人も、情熱があれば十分集客できている、というケースをたくさん見てきました。

それだけ情熱を持つということはすごく大事なことです。

では、ここで情熱を見つけるための質問に答えて見ましょう！

① 小さい頃夢中になったことは？

② お金があってもお金がなくてもやりたいことは？

③ ずっとやり続けられることは？

④ 楽しいと感じる時はどんな時？

⑤ うまくいっている時には何をしていますか？

ここで出てきたことで、共通点を探していきます。たくさん使われている言葉はありませんか？頻度よく使っている言葉、フレーズ、ありますか？

それがあなたの情熱です・・・！

もし共通の言葉を探せない、書かれていない、というときはもっともっと深掘していく必要があります。

なぜこれが楽しいんだろう？この時はなぜうまく行ったんだろう？各設問で書いたことに「なぜ？」を繰り返してこれ以上掘り下げられない！というところまで書いてみましょう。各設問を俯瞰してみると、共通点が見えてくるはずですよ！

④ 目標設定



さあ、情熱が見つかったところで(これかな？という程度でも一旦は大丈夫ですよ！)ここからは具体的に進めていきましょうね！

もちろん、エンジン(情熱)やビジョンがあれば、多くの人はある意味「勝手に」動き始めます。あれやりたいな、これやりたいな・・・！というのが溢れ出てきて、やりたくてやりたくて仕方がない・・・！となっている人が多いと思うのです。

ですが、ここではさらにしっかりと目標を達成してもらうためにしっかりと目標設定を行いたいと思います。目標は、「行動が目指している最終的な結果」です。行動して行ったら辿り着いているところ、ですね(^_^)

ですがまずビジョンを振り返って見ましょう。

STEP2 で明らかにした「ビジョン」つまり、あなたは何を実現しようとしているのか？

あなたはビジネスを通して、どうしたいのか？

なぜビジネスをするのか？の先に出てきた答えがあると思います。

要はそこが「大目標」となります。

今度はそれを実現するためにそれを中長期、短期の目標に落としていきます。

もう一度、あなたのビジョンをこちらに書いてみましょう。

あなたはビジネスを通して何を実現しようとしていますか？

あなたはなぜそのビジネスをやりたいのですか？

ビジョンを描いたら、次は目標に少しずつ落とし込んでいきます。

それでは以下について考えてみましょう。

3年後の目標

1年後の目標

3ヶ月後の目標

この1ヶ月で頑張ること

ポイントとしては、3年後の目標は、こんなだったらいいな～、こんなことをしていたいな、という程度で大丈夫です。

でも、実現したいこと、そこに情熱があることにしてくださいね！ でないと、いずれはできたらいいな～という思いはあるけれど、それに対して「どっちでもいいや」という意識が働き、そこに向かっていくエネルギー（情熱）が割けないですからね（^^）

その夢、目標を実現するために、この1年で頑張ることを決めます。

3年後の目標につながるようなステップであるべきです。

そしてその1年で頑張ることを3ヶ月単位で落としていきます。

3ヶ月で立てた目標を達成するために、1ヶ月で頑張ることを決めます。

そう、全ては**大目標、ビジョンにつながっていくステップであるべき**なのです・・・！

なのに多くの方はビジョンや大目標から逆算ではなく「今頑張ること」をタスクにしたり、To Do リストに加えたりしています。なので、それ自体は達成できるかもしれませんが、ふと立ち止まって今後のことを考えて振り返った時に「私は何のためにやっていたんだっけ？？？」となりやすいのです。

ぐんぐんステージを上げていく人は先のこと(少なくとも3年後)を見据えながら計画立てて実行していますが、とりあえずまず稼ぎたい、まず集客したい、まず一旗揚げたい、という人は何年たっても同じステージにいる・・・という人が多い気がしています。

もちろん、絶対にステージを上げなければいけないわけではありませんが、**脳の構造上も、目指すべきものと期限が決まっていた方が達成しやすい**、というデータもあります。なぜなら、そこを脳が意識するからです。

脳は意識したものを現実化していきます。なのでその機能をうまく使うためにも、どこを目指して何を実現したいのか、その一歩として今何をするか？ということが大事になってくるわけです。

余談ですが、最近販売開始をした「やりたいことを叶えたい女子のための毎日の習慣ノート」ではこの辺りの目標からの逆算について、毎日一歩一歩進んでいき、気づいたら目標達成している！となるためのワークブック/ノートをご用意しています
気になる方はぜひ手に入れてみてくださいね！

ちなみに・・・

ワークブックの中ではこんな感じで例を出しています。

例②：法人設立を目指す 個人起業家 Bさん

1. 3年後の目標

法人で株式会社を設立。对个人、对法人どちらの事も責任を負い、社会的に貢献する会社を設立すること!
売り上げは3000万円超えを目指す!

2. 1年後の目標

年商1000万円、個人起業家向けのサービス受講者数150名以上を目指す

3. 3ヶ月後の目標

新しい講座を開発、20名以上での長期講座を運営

4. 1ヶ月後の目標

新しい講座に向けて
講座名、内容、会場
などが決り、募集開始の準備が完了 (3ヶ月目には募集を開始している)

5. 1週間のタスク

<input type="checkbox"/> 新しい講座を作るために、過去の受講生に、講座に通う前に何が必要かについてのアンケートを送る	<input type="checkbox"/> Aさんへのアテンド
<input type="checkbox"/> 以前の受講生で、意見が聞きたい人3人へのチェック	<input type="checkbox"/>
Mon 9 / 2	Fri 9 / 6
<input type="checkbox"/> 3人にメッセージを送る (メールやZOOMでアテンドを済ませ、LINEで連絡する)	<input type="checkbox"/> Bさんへのアテンド
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Cさんへのアテンド
Tue 9 / 3	Sat 9 / 7
<input type="checkbox"/> 悩んでいたことへのアテンドする日を決める	<input type="checkbox"/> Dさんへのアテンド
<input type="checkbox"/> 講座のスタート日を決める	<input type="checkbox"/>
Wed 9 / 4	Sun 9 / 8
<input type="checkbox"/> 講座の日程を全て出す	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> アテンドの項目を決める	<input type="checkbox"/>
Thu 9 / 5	<input type="checkbox"/>

この例だと、3年後の会社設立、社会貢献する事業に取り組んでいる起業家になるため、と
いうことがありますね。

なので、全てはそこに向かうために組み込まれたタスクであり、目標であるべきです。

例えば、会社設立に関していうと、

- ・資本金の用意
- ・会社設立費用(登記、書類作成、司法書士の先生への支払いなど)
- ・税理士さんの選定、毎月の報酬の支払い
- ・厚生年金の加入(役員報酬の28%)
- ・所得税の支払い(役員報酬が発生する場合)
- ・法人税の支払い(利益が出た時、利益の25%)

などが必然的に発生するわけです。(これらについて調べておくのもタスクのうちの一つですね！)

これらのことを踏まえて資金準備する必要がありますし、そのことを考慮してどれくらい稼ぎたいか、を決めておくことが必要ですね！(貯金額も含めて)

もちろん、計画しなくても今って資本金1円から会社は作れますから(信用問題はさておき)その場でもなんとかなることもあると思います。

が！そういう時って気づいたら資金が足りない！あの支払いができない！となりやすいので、会社設立までを見据えているのであれば、3年で貯めておく額というのも決めておいた方がいいですよ。

ただ、直近では講座の開催をして、そのための準備をする、というところにあるのでそのための準備をして、進めていくことが大事になるわけです。

POINT

目標というのは具体的な行動の結果、ということをお話ししましたが、無駄な行動をしたくないのは誰しもが思っていることだと思います。

余計なことをやらないためにも、目標を立てるわけです。

逆に言えば、やることを決めるために目標を立てます。

そういった意識で目標を立てると、自然と行動に移せたりするものです(^^)

みんな時間にも限りがありますよね？全てはできないのです。

なのでやることを絞って決めるためにも、目標というのは必要なのです。

そういった意識で目標を立ててもらえたら嬉しいです(^^)

そして、その目標は「なりたい自分に近づけるもの」「なりたいビジョンに近づけるもの」出会ってくださいね(^^)

もし、目標を書いてみた。それでもなんだかしっくりこない・・・という人は、理想を実現している人に会いに行くのも手です。イメージのできない目標はかないません(これは脳の機能上もそうです)

そうやって情報を集めている時に、ふと「ああ、やっぱり私はこれがやりたいんだ！」ということに気づくと思います(^^)

まとめると・・・

- ・ビジョンを振り返ろう！
- ・目標を立てよう！（3年後、1年後、3ヶ月後、1ヶ月後）
- ・目標は具体的な行動の結果
- ・やることを決めるために目標を立てる
- ・目標を立ててみたけどしっくりこない時はそれを実現している人に会ってみよう！

となります(^^)

これを踏まえて、目標を立ててみましょうね！

⑤ 自分にあったビジネスのコンセプト、戦略を立てて実践する



そして目標を立てる時に意識して欲しいのが、自分にあったコンセプトを作り、それを戦略立ててやっていく、ということです。

目標の立て方の例として販売中のワークブックの例を出しましたが、そこで出ている「講座を作る」を例に出しても、このコンセプトが大事になってくるわけです。

まずコンセプトについて。

これは結構勘違いというか、作るのが難しい〜〜〜と思っている人が多い気がしていますが、コンセプトといっても

[・商品コンセプト](#)

[・企画コンセプト](#)

[・サービスコンセプト](#)

[・ブランドコンセプト](#)

など、様々なコンセプトがあるので、え〜っと・・・どれを決めるの？となりやすいですし、コンセプトをグーグルなどで調べてみると

[・企画をする上での方向性](#)

[・全体の元となる考え方、思想](#)

[・世界観](#)

などに出てきたりして、どれをみてもなんだか抽象的で、じゃあコンセプトって何？となりやすいですよね。

私は、コンセプトというものを研究し、色々考えた結果この結論に至りました。

コンセプト＝自分や物事の「在り方」

だと思っています。

例えば過去にコンセプトを作り直した受講生の例だと、彼女は「セラピスト」として活動していたのです。

ただ「セラピスト」と聞いただけではどんなセラピストなのか？セラピストといってもアロマなの？なんなの？となりますよね。

そのセラピストの在り方は掴みきれないと思うのです。

このセラピストさんは**「女性」**だ。

この文章だと、「女性」という概念が加わることによって、あ、このセラピストさん女性なんだ！とイメージが付き、先ほどよりは明確になったはずです。

さらに、

「妊活に疲れて悩み続けた人を助ける」「女性の」「セラピスト」

となった時に、「妊活に疲れて悩み続けた人を助ける」という概念が加わったことによって、さらにこの女性セラピストの在り方が明確になったと思います。

こうやって概念と実態(実態＝ここではセラピスト)が組み合わさると、コンセプトができ、それが物事の在り方を決めたもの、になっていくのですね(^_^)

・こんなものがあれば社会に役立つ

・こんなものがあれば絶対に売れる

の「**こんなもの**」が在り方を決めることになるのです。

この女性セラピストさんは、実際に

- ・もっと子宮に興味を持ってくれる女性が増えたらいいな
- ・医者にかかるだけが妊活じゃないんだよね・・・
- ・医者は教えてくれない本当の妊活を学ぶ機会があったらな

という強い思いがあって、海外に行ってまで学んできた子宮のメソッド、妊活のメソッドを伝える機会が欲しかったんです。

(余談ですが、実際にそれをサービスにしていました。

ですが、最初は「**子宮ケア**」という言葉を使っていて、それがお客様になかなか伝わらず、集客や継続的に通ってくださる方を増やすのに苦労していました。子宮ケア、だけでは具体的に何をするのがわからなくなるのですよね、消費者側として。

改めてコンセプトの重要性や、わかりやすい在り方を伝えることがどんなに大事かがわかっていただけるかと思います。売り上げにも直結しますからね・・・！)

ここで出てくる「こんなもの」、医者にかかるだけじゃない何か、医者は教えてくれない何か、を実現するためにはどのようなものの働きが必要なのか？ということを決めるのが、次のステップです。

それが、私はビジネスの設計であり、戦略だと思っています。

その前に・・・

あなたが思う「こんなもの」とは？現在のビジネスでもいいですし、それ以外でも「こんなものがあつたらいいのにな」「こんなものがあつたら売れるのにな」と思うことはありますか？自由に書き出してみましょう！

それらを出したら、どんな姿形で実現していくか？を考えていくことになります。

実際に、ここで例に出したセラピストさんは「妊活セラピスト」として活動していましたが、このワークをしたら出てくる出てくる・・・！

- ・医者では教えてくれない、体の中から整えることで妊娠の確率が上がることを伝えたい、そんな講座を作りたい
- ・それを取り入れるサロンや機関を増やしたい(導入)
- ・今までの会社員生活で(かなり有名な外資系ブランドの)広報としての活動実績で得た広報戦略で、導入したサロンのPRや広報戦略を伝えるプランナーとしての活動
- ・海外にまで行って学んだ知識や技術を伝承する養成講座

「こんなのないかな～」で、キャッシュポイントがセラピスト以外に4つも生まれたのです。もちろん、これは一気にできるものではなく、順を追ってやってく必要がありますよね。この中で私が順番を組むとしたら、

- ・セラピスト活動で実績を作る
- ・体の中から整えることで妊活に良い影響を与える講座を一般向けに開催
- ・その実績を踏まえてサロンセラピストさん向けに講座を開催
- ・養成講座
- ・サロンの売り上げを上げるためのPR、広報戦略

となりますね。

これを、1年で一気に進めるのではなく、3年くらいかけて実績と信頼を積み重ねて行く感じになります。

実績や信頼を積み重ねるのって、一瞬でできるものではないですから。

ここでいうと、妊活に疲れて悩み続けた人を助けるセラピスト活動で実績を作るところから始まりますね。

ではどうやって助けるのか？

具体的に何をやるのか？

というところを戦略立ててやって行く必要があります。

戦略に関してはこの後お話しする「1つのSNSを攻略する！」というところもかなりキーポイントになってくるので、そこでお話ししていきます。

⑥ SNS 編 1つのSNSを攻略しよう！



さて、ここからは具体的な話に移っていきますね。

戦略って、なんかあざといと思われるかもしれませんが、必要な人に必要な情報を届け、一人でも多くの人を救うためのものです。

せっかく自分が良い情報を持っていたとしても、それを報せる手段がなかったり、広まらなければ全く意味がないのですね。

なので、せっかくあなたが持っている素晴らしい知識や技術を世の広め、自分自身も売り上げが上がる、という Win-Win の状態を作るためには、戦略必須、ということなのです。

まず、それぞれの SNS の特徴について少しお話ししたいと思います。

今や大手企業も SNS を使えないと売り上げが上がらない！とされているくらい、SNS をマーケティングに活用する企業はとっても多いですし、個人起業家であれば、なおさらここを活用しない手はないですし、むしろ必須！ですよね。

そもそも SNS の利用者数が爆発的に伸びたのは、スマホの普及が大きく関係しています。そして従来のメディアとの性質の違いも、SNS の普及に大きく関係しています。

SNS が流行る前はテレビや雑誌、新聞などの情報メディアから発信される情報を一方的に受け取るだけだったのです。

でも SNS の場合は、誰もが気軽に情報を発信することができる「双方向の情報発信ツール」としての性質を持ち、情報を提供する側、される側、という垣根が極めて小さいのです。

ここ最近ではインスタグラムのハッシュタグ検索が、google 検索を上回ったという例もあるくらいですから、SNS、かなり侮れないですよ・・・！

今主流の SNS といえば、Facebook、Instagram、Twitter じゃないでしょうか。

この3つの普及率や特徴の違い、活用ポイントなどをお伝えしていきますね！

Facebook

投稿できること: 写真、動画、テキスト

向いている職種: 個人起業家(いわゆる SNS 起業家の無形ビジネス、情報商材や講師をしている方)

シェア機能があり、より投稿が広く拡散されることもある。

実は去年のデータによると、一番 Facebook を利用している年代が、なんと20代だったんです。ついで30代、40代・・・と続きます。

ユーザーの多くは20～40代のビジネスパーソンが多く、個人での利用もそうですが多くの企業がビジネスに利用しています(Facebook 広告)

皆さんもご存知の、アルゴリズム(エッジランク)が拡散のカギを握っていて、マイナーチェンジを繰り返しながらここまで来ています。

最近の Facebook の傾向としては、ビジネスにおける活用などよりも、よりコミュニティや会話を重視する変革を行いつつあります。

今まで言われて来た Facebook の使い方では、親密度、重み、経過時間という3つの掛け合わせでニュースフィードへの表示が決まっています。

まず、親密度について。

- ・コメント回りをしよう
- ・いいねをつけよう
- ・積極的に絡んでいこう！

それでコメントしたりされたりした人のフィードによく上がるようになり、自分存在を知ってもらえるチャンスになるので知らない人にもコメントしたりして「拡散のために！」と頑張っていた人も多いと思います。

そして投稿する時間。

よくユーザーやターゲットとなる人が見ている時間帯に投稿しよう！

なども言われていました。

通勤時間の7時台、帰宅の18時、就寝前の22時などがいい例だったと思います。

そして重み、について。

誕生日、記念日、出産、結婚・・・などのライフタイムイベントの方が拡散します。

人生に関わる一大イベントの方がスコアが高くなり、表示回数が多くなるのでいいねやコメントもつきやすくなり、結果拡散する、ということですね。

これらが大事だったのですが、Facebook がコミュニティの機能を大事にする、と発表してから、上で挙げた3つの要素はあまり意味がなくなって来ているな、というように感じています。

最近 Facebook グループの活用やコミュニティが頻発しているのもこの理由があると思っていて（実際にグループやコミュニティを活用している人がこの理由を知っているかどうかはわかりませんが）これからはコミュニティを持っている人が勝つ！と私は予測しています。それは Facebook 上だけには限らないと思いますね。

参加することで有益な情報を取得でき、そこでされに相互関係が生まれるようなコミュニティ、あるいはオンラインだけの繋がりだけでなく実際にリアルであったり、影響を及ぼすようなコミュニティを応援したい、と思っているようです。

ですね、もしこれを見てコミュニティをやりたい！という人がいるのであれば、FB グループを使ってコミュニティを立ち上げるのもいいと思います。

ただし、そこへ参加してくれる人を増やさなければいけませんので、あなたの投稿自体が人間味があり、あなたの考えている価値観や挑戦していること、そしてゴールに向かって少しずつでも成長を見せられる、要は「ストーリー」がどれだけあるか、であなたが主催のコミュニティに参加してくれる、かつ盛り上がるか、というのはここにかかって来ていると思います。

ですので、投稿回数を増やすとか、お友達を増やすとか、朝の7時に投稿するとか、おはようおじさんを利用するとか（笑）

そういったことももちろん大事ですが、あなたは何の専門家でどんなことを目指していて、どんなビジョンに向かって挑戦しているの？ってことを普段の投稿で広めていく必要があるのですね。

もう、お客様の成果が出たとか、売上いくらになったとか、そういうのだけではどうにもならない世界になって来ました。

あなた自身の人生観がモノを言うメディアになってきそうですね（^^）

そして Facebook 終わった説もありますが（笑）

これだけ SNS 起業が文化になっているソーシャルメディアですので、私はこれからも活用できると思っています。

ただし、上にあげたことを実践していくことが、お客様を獲得するには必要なことになってくると思います。

さらに言うと、2020 年に Facebook は仮想通貨を出すことを発表していますので、その頃にまた盛り上がりが復帰・・・ということもあり得るので、FB は FB で保有しておくのがいいと思います(^)

Instagram

投稿できること: 写真、動画、テキスト

向いている職種: 飲食店、アパレルなどの有形ビジネス(やり方次第では物販以外の無形ビジネスも)

実はインスタグラムって・・・他のメディアに比べて拡散しにくいメディアなんです・・・！

基本的に投稿はフォロワーのタイムラインにのみ表示されます。

なので、インスタグラムを利用する人は他の SNS との連携が必須・・・！

最近よく組み合わせられているのは LINE@ (現在は LINE 公式アカウント) ですね。

あとはストーリーの利用。ほとんどのユーザーが投稿よりもストーリーを見ている、というデータもあるくらい。なのでインスタで集客をするにも、自分に興味を持ってもらうにも、ストーリー機能の利用は必須、ということです。

また、インスタで投稿したものを Twitter や Facebook にシェアできる仕組みがありますが、そちらでいいねがたくさんついたものが、フォロワーの目にたくさん触れるようになっているアルゴリズムなので、その辺の工夫も大事になってきます。

そしてインスタグラムに欠かせないのがハッシュタグ。

今はグーグルの検索よりもハッシュタグ検索の方が上回っていると言われています。ここでいかにオススメの投稿に載るか、で新しいユーザーの目に触れ、フォローしてもらうことで自分のことを知ってもらい、ビジネスチャンスを拡大することができるようになります。

写真によりアピールが可能なので、綺麗な写真を載せるのももちろんですが、文字投稿や自分の世界観を作るようなウォールを作成する、なども重要なポイントになってきます。

インスタグラムマーケティングの基本として、やはりターゲットを明確にして、何を自分のウォールで見せるか、というテーマと写真のカラートーンを決めること。

パッと見たときの印象で判断され、それがフォロワーに繋がったりするので、世界観作りは欠かせないメディアですね。

拡散性が弱いので、他 SNS と連携するなり、クローズドメディア(メルマガや LINE@)などに誘導して読者をファンにしていく環境作りが肝となるメディアです。

Twitter

投稿できること: 写真、動画、テキスト

向いている職種: 職種というより価値観の発信で共感してくれる人を増やすか、バズらせることの方が重要

Twitter は言わずと知れた、全世界で多くの利用者数を誇っているメディアです。

少ない文字でツイート(投稿)することが主な機能ではありますが、写真や動画を添えて投稿することも可能です。

投稿が「リツイート」されることでそのリツイートしたユーザーたちのフォロワーにも投稿が表示されるため、どの SNS メディアより拡散力が高いと言われています。

若い年齢層(特に 20 代)のユーザーが多いですが、匿名アカウント登録が可能なため、信ぴょう性に欠ける、ということもあります。

でも Twitter の大きなメリットはやはり気軽に短文を投稿できる点だと思います。

タイムリーな情報やキャンペーンなど、すぐに知って欲しい情報を素早く拡散することができますし、Twitter を通して採用が決まった、などの事例もありますね。

リツイートされることで自分のフォロワー以外にも拡散される可能性があるため、企業などの認知アップや外部 SEO の強化にも繋がる可能性があります。

投稿できる文字数が 140 文字(英数半角で280文字)なので、こまめに新しい情報を投稿するのがポイントになります。

これらの他に You Tube や LINE@(現 LINE 公式アカウント)などもありますが、主要三大 SNS についてまずお話しさせていただきました。

どの SNS も、

- ・ターゲットをしっかりと決めて、有益な情報を提供する
- ・フォロワーと積極的にコミュニケーションを取る
- ・定期的に投稿する

ということは共通事項です。

それぞれにももちろん細かな戦略はありますが、この3つを抑えていない限りは、どれだけ SNS を更新しても全く意味がなくなってしまいます。

差別化、集客の自動化、インスタ集客、LINE@戦略・・・など色々と世の中にノウハウは出回っていますが、それらを実践する前に、この3つをしっかりと抑えておきましょう！

1つの SNS を攻略する！

そしてこれから大事なのが・・・！

1つの SNS を攻略するということです。

ということかという・・・

これから年末にかけて、そして 2020 年に向けて無差別な広告があまり意味をなさなくなってくる、という時代に突入することが予想されます。

これは先ほどインスタグラムのところでも少しお話ししましたが、ハッシュタグ検索が google の検索の率を上回っているところでもわかるように、SNS で検索をしたり、消費者のリアルな情報を信じるようになって来ているのですよね。

様々なデータによると、成人消費者の約4割が広告ブロック機能を使用していること、そして7割近くの人が見知らぬ人の情報は信用する一方で5割以上が広告を信用しない、ということも出ています。

ぶっちゃけ・・・

もう飽きちゃって来ているのですよね、少し大げさに書いてあるキャッチコピーや、購入側を煽るようなものに。

飽きているのもそうですが、広告自体に信用がなくなっている感じです。

「広く、告げる」という概念から、一人一人に「メッセージ」を届ける時代になっていくのがこれからです。

今までは

「商品広告」→「消費者認知」→「購入」

という流れから

「商品広告」→「消費者認知」→「口コミ検索」→「購入」

というように、商品に対しての評判を購入前に検索する流れになっています。

そしてその「検索」する媒体が、SNS 中心になっているのが最近、そしてこれからの主流です。

最近の研究だと「SNS を見て商品を購入した」という人が5割以上もしているんです。

今までならホットペッパービューティーなどで美容院を選んで通っていたのが、友人の SNS の投稿を見て「あ、同じ美容院に行ってみようかな～」になるのが最近とこれからの流れです。このデータからもわかるように、企業も個人起業家も、SNS の攻略は必須ということになってきているのです。

そして上でもあげたように、SNSと言っても色々あるわけで、どの SNS を使って「第三者の声」をいかに報せていくか、それぞれのメディアの特徴を理解した上で、何を使ってどう消費者に伝えていくか、というのがこれから大事なマーケティングになります。

Facebook、Instagram、Twitter、You Tube、LINE@

どのメディアを使って、または組み合わせて自分の世界観を作り「自分自身の広報媒体」を作り上げることが、今後の最大のマーケティング戦略です・・・！

どのメディアを使ってどういう風にしていけばいいの？と疑問をお持ちの方は、今現在募集している中村の体験コンサルティングをご利用くださいね！

⑦ タスクに落とし込む



そして！いよいよ今まで立てた

- ・目標
- ・どう今後展開していくか？
- ・それを踏まえてこの1ヶ月でやること
- ・どのメディアを使うか

などが明確になってきたら、それをタスクベースに落として一つ一つこなしていくことです・・・！

例えば、上で例に出したセラピストさんの例でいうと、

- ・医者では教えてくれない、体の中から整えることで妊娠の確率が上がることを伝えたい、そんな講座を作りたい
- ・それを取り入れるサロンや機関を増やしたい(導入)
- ・今までの会社員生活で(かなり有名な外資系ブランドの)広報としての活動実績で得た広報戦略で、導入したサロンの PR や広報戦略を伝えるプランナーとしての活動
- ・海外にまで行って学んだ知識や技術を伝承する養成講座

ということで「妊活」にフォーカスした活動で、

- ・セラピスト活動で実績を作る
- ・体の中から整えることで妊活に良い影響を与える講座を一般向けに開催
- ・その実績を踏まえてサロンセラピストさん向けに講座を開催
- ・養成講座
- ・サロンの売り上げを上げるための PR、広報戦略

これらのことを順を追って進めていくことになりました。

この順番だと、まずセラピスト活動で実績を作る、ということになりますので、どんな実績を作るのか、そしてこの1ヶ月でどこまでを達成していきたいのか？でタスクが変わってきます。

例えば、この1ヶ月で

→骨盤セラピーの施術を10人に受けてもらう

というのが目標だったとするのであれば、これを実現するために何をやらなければならないのか？をタスクベースに落とし込んでいくことになります。

そしてこのタスクを立てるときのポイントなのですが

- ・曖昧にしない
- ・具体的に行動できるようにする
- ・具体的に行動するために、え？こんなのでいいの？というくらい馬鹿馬鹿しいほど小さなタスクを設定して確実にそれを遂行できるようにする

こうなります。

そうです「バカバカしいほど小さなタスクを設定して確実にそれを遂行できるようにする」というのがかなり大事なポイントなのです。

私はこの3年間で、600名以上に個人起業家やスタートアップ経営者の方のコンサルティングを行ってきましたが、多くの人(おそらく8割以上の人)が立てたタスクが達成できない＝目標に到達できない、ということを繰り返し、自分自身の自信をなくしてしまっているということが起きていました。

目標を立ててもそれを遂行できない＝自分はなんてダメなんだ・・・
という在り方をベースに起業を進めてしまいますので、どんどん自信がなくなっていく、しまいに行動することすら諦めてしまう、ということが起きています。
そうすると当然結果が出ないわけです。

もともと、起業したのは自分のサービスが世の中の役に立つだろう、これなら●●で迷っている人を救ってあげることができる！など強い意志を持って始めたはずなのに、気づけば立てた目標を達成できない、具体的に行動することがなかなかできなかった、私はなんてダメな人間なんだ・・・と自分にダメ出しをし、「私はダメな人間だ」という在りの方が勝って、クライアントの結果を出すどころか、そこまでの行動を辞めてしまう人をたくさん見てきました。

なので、私は「私にもできる！」を積み重ねて自分に自信を持ってもらい、目標を達成するのが当たり前、という状況になってほしくて、この小さな習慣(バカバカしいほど小さなタスクを設定して確実に達成する)を作っていくことを受講生に進めています。

実際に小さな習慣づくりをしていくことで、受講生でも

- ・月商 100 万円を達成
- ・過去最高売り上げを維持、更新
- ・自分もできるんだ！という在り方に変化
- ・集客0名→10名以上安定へ
- ・会社員を卒業、個人起業家として独立へ

などの変化をたくさん見てきました。

話は少し戻って、この1ヶ月で

→骨盤セラピーの施術を10人に受けてもらう

が目標になったとすると・・・どうやって小さなタスクに落とし込むか、ということになりますね。

要は集客することになりますが、10人の内訳は既存客でも新規客でもいいわけです。

考えられる方法としては

- ・既存客に再来店を促す(次回予約を取る)
- ・新規に向けて募集を開始する
- ・募集日程を決めてそこまでのプロモーション構成を決める
- ・友人にオススメしてみる
- ・過去に一度来店したけど、次回予約につながっていなかった人にキャンペーンのご案内で再来店を促す

などの方法が考えられるわけですが、一番再来店しやすいのはリピートのお客様、または一度来店したことのある人になるわけです。

そうすると、既存客への再来店、もしくは過去に一度来店したけど次回予約につながっていなかった人へのアプローチになると思いますが、これをタスクに落とし込んでいきます。

ここでよくありがちなタスクの立て方が、

- ・既存客にメールを送る
- ・過去の来店者にDMを出す

になるのですが、これで行動できる人もいれば、行動なかなかできない人もいます。

このタスクで行動できる人というのは、実はめちゃくちゃ慣れている人で、もうすでに結果を出されているケースが多いです。

自分なりに何をすればいいのかがわかっている状態で、どんどん行動できる人はこの方法で全く構いません。

が、前にあげた通り、これができるのは全体の2割以下の話で、ほとんどの人がこういった曖昧なタスクを立てるとなかなか行動に移せなくなってしまうのです。

なので、このタスクを分解していきます(バカバカしいほど小さなタスクにする)

・既存客にメールを送る

のではなく

・現在アクティブに動いている既存客を●月●日までに最低 3 名ピックアップする

です。

ポイントは、具体的に人数がや日付が入っていることで

- ・いつまでにやらなければいけないかの不明確さを排除
 - ・人数を入れないと、何人あげよう？などの疑問が起きて結局やらなくなる
- ということ避けるためです。

最低 3 名と、日付が決まっていることによって進めやすくなるのと、もし仮にそのタスクも達成できなかったのであれば、さらにタスクのレベルを下げて、確実に達成できるようにしていきます。

例えば、

・誰がアクティブかをまず調べてリストにする

などにする。

仮にそれでもできなければ、

・顧客リストを「開く」

です。

だって開かなければ、誰がアクティブとかわからないでしょう？

ちなみに私はブログやメルマガを書こう！と思っているだけでは書けないことを重々承知しているので、私のタスクは「メルマガの管理画面開く」です。

開けば書けることがわかっているので、あえてそのタスクにしています。

こうやってできたものは次のステップへ、できなかったものはさらに簡単に、タスクのレベルを下げて確実にできるようにしていきます。

人間誰しも、できないことが続くと嫌になってしまうのですよね。

そうならないように、確実に「私できた！」「私できる！」を積み重ねていき、私は目標設定したことを達成できるという在り方に変化もしていったほしいと思っています。

そうするとどんなことがあっても、自分で目標達成ができるような思考に変化していくことができますからね！

余談ですが最近発売した「やりたいことを叶えたい女子のための毎日の習慣ノート」はこの部分に特化したワークブックになっています。

ご興味がある方はお問い合わせください。

終わりに・・・

年収 600 万越え女子になるためのキャリアデザインブックはいかがでしたでしょうか？
この e-Book が少しでも皆さんのお役に立てますように。

実践してみたけどどうしたらいいのか具体的なアドバイスが欲しい方、私の場合はどうなるの？私だけの戦略って？という事が気になる方は募集中の個別コンサルティングをご利用ください。

あなたにお会いできることを楽しみにしています。

中村理恵