

第一回  
ビジネスの  
基本と  
目標設定



好き&得意で突き抜ける！

スーパー  
ステージアップ  
起業塾

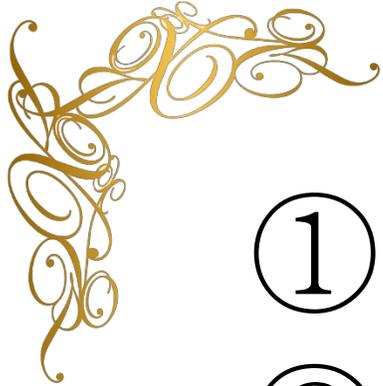


# 第一回 ビジネスの基本と目標設定

---

- ☑ それぞれの自己紹介
- ☑ 最短距離で成功する仕組みを徹底解説
- ☑ ビジネスのキャパシティを把握しておく
- ☑ 必ず目標達成！秘密のPDCAF
- ☑ どんな発信をすれば集客・売上アップするのか

# 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今年、3年後、10年後のビジョン  
(理想的なビジネス、プライベートの状態)



最短距離で  
成功する仕組みを  
徹底解説！



突然ですが  
成功するために  
一番大事なことは？

答えは…

信 頼



# 【信頼】があれば…

売れるし、紹介もおこる。

理の話

逆に信頼の無いものは  
どんなに良いものでも売れない。

# 【信頼】を無くす方法…

理の話

無理したり、煽ったり、  
大きく見せようとするほど

【信頼】は無くなっていく。

では信頼は  
どうすれば高まる？



# ① 接触頻度

→ 目に止まる頻度、会う頻度

# ② 信頼濃度

→ 周りから応援、支持される数



どの業種だろうと…

接触頻度と信頼濃度を高め

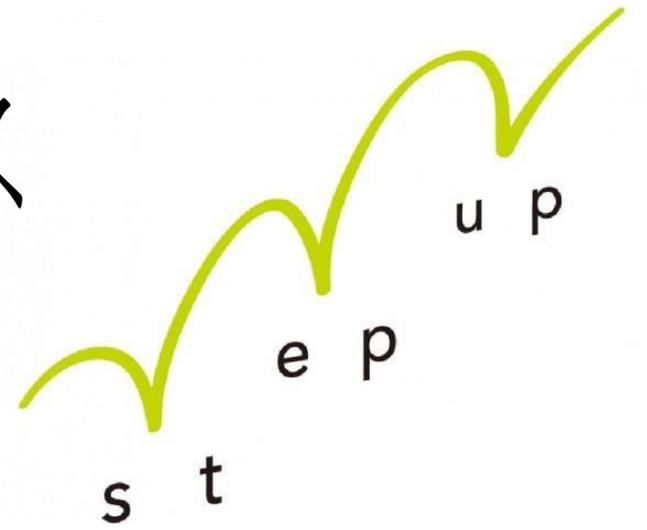
信頼を勝ち取るには

どうすればいいかを考えていく

これからのビジネス

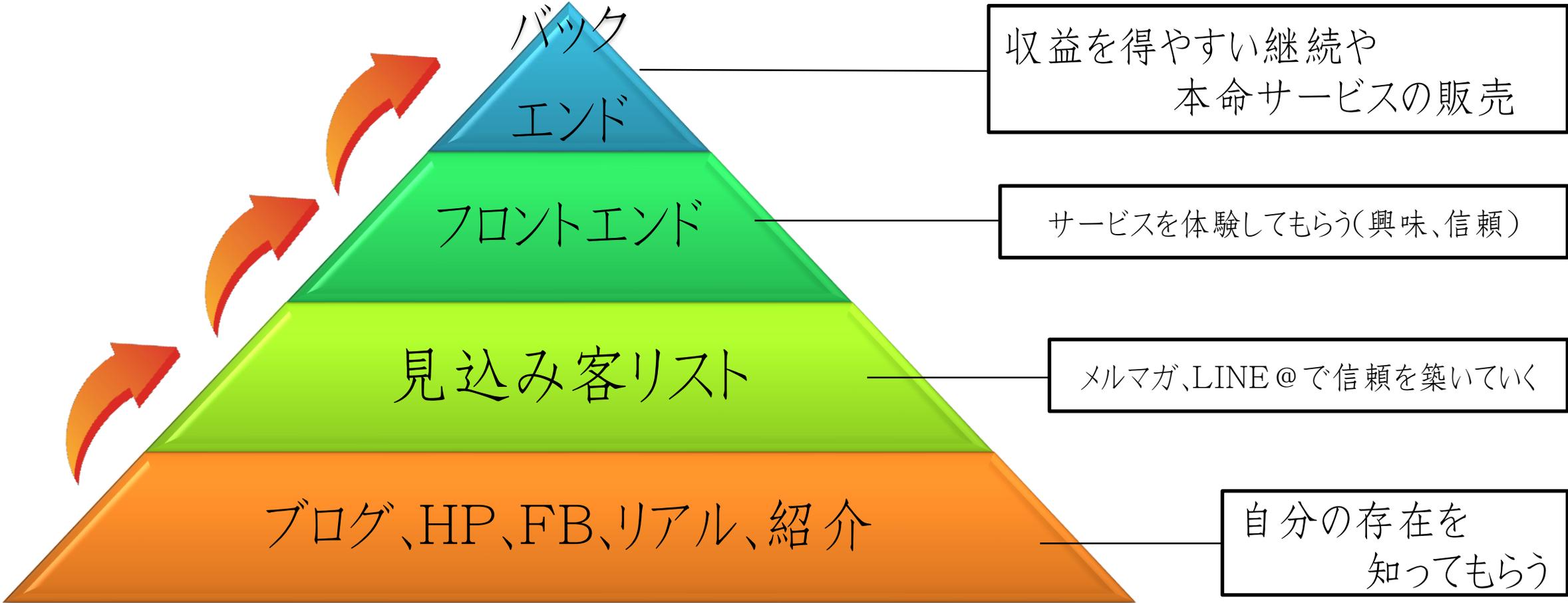
【ステップマーケティング】

信頼を築くビジネス



# コンセプト、ポジショニング

でも業種や状況により  
一人一人やることが違う！



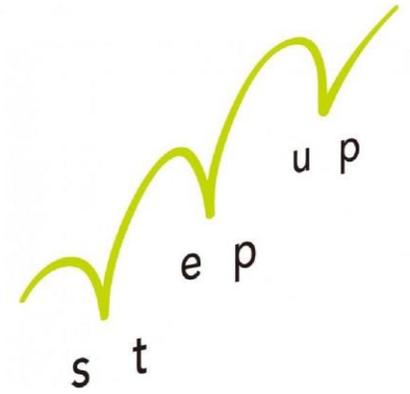
# ①バックエンド

- 高額サービス

→ 継続個別コンサル、講座・塾、合宿

- 継続サービス

→ 会員制サービス、システム、協会



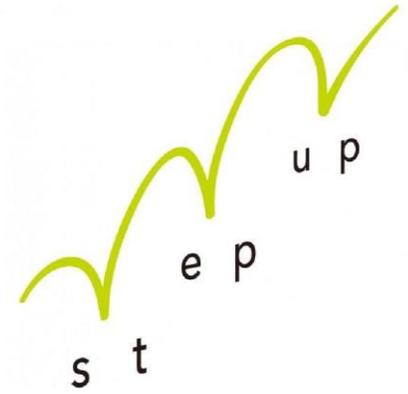
## ② フロントエンド

- 単発サービス

→ 個別コンサル、セミナー、グルコン

- コミュニティサービス、オフ会

→ お茶会、ランチ会、飲み会、旅行・ツアー



### ③リスト取り

- メルマガ
- ステップメール
- LINE @



## ④ 知ってもらおう場所

- ブログ、ホームページ
- SNS (Facebook、インスタ、Twitter、mixi)
- リアルでの出会い、ご紹介
- 本、動画、雑誌、新聞、TV、ラジオ



さらに細かく

業種別で

成功の型を徹底解説



# ● 業種を大きく2つに分ける

## 情報系

バックエンド作りやすい  
客数が少なくてもOKなので信頼面を強化

コンサル、コーチ、パーソナルスタイリスト  
カウンセラー、スピリチュアル、養成スクール  
ライター、制作関係(Web、販促物など)

## 店舗系

バックエンド作りにくい  
客数とリピートが大事なので認知面を強化

サロン、飲食、教室、物販、治療院、占い  
カメラマン、士業、運輸(配達・引っ越しなど)

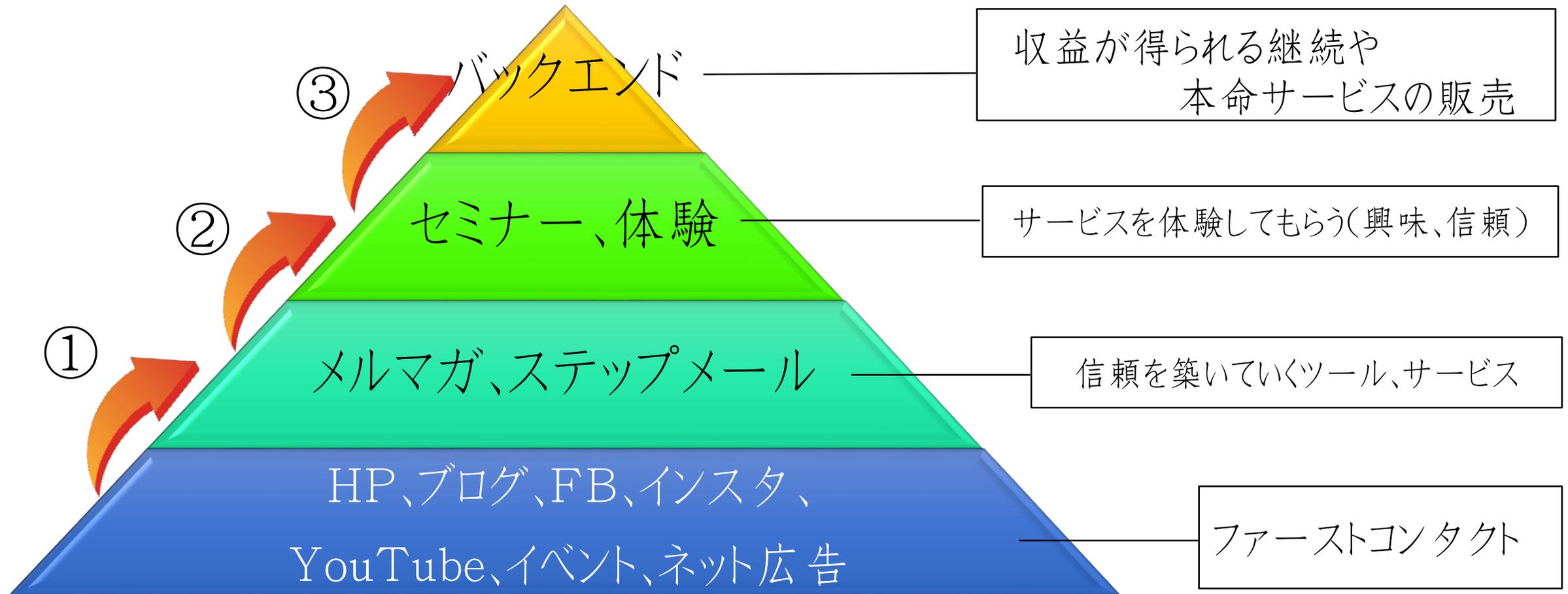
# 情報系がやること

コンサル、コーチ、パーソナルスタイリスト、カウンセラー、スピリチュアル、養成スクールなど

バックエンドを作りやすい  
客数が少なくてもOKなので信頼面(深さ)を強化

- バックエンド制作
- ブログ、WP
- メルマガ、ステップメール
- セミナー、イベント、お茶会
- SNS(FB広告、インスタ)
- 動画制作
- プレスリリース
- 本

# 情報系のステップマーケティング



# 情報系がやること

## • ブログ、HPはリスト取りに使う

情報系というのは仕事の内容をあまり知られてない業種。だから信頼構築が大事。信頼を築くのに一番のツールはステップメールなので、ブログ・HPはそこに繋げる。リスト取りは最終的にリスティング広告などに変更してもOK。

## • ステップメールで信頼と教育。メルマガで集客。

無料オファー（PDFや動画プレゼントなど）よりも、接触頻度を増やせるステップメールを使う。時間はかかるが、常に見込み客を育てることで売り上げは安定していく。

# 【情報系：コンテンツ毎の役割分担】



ブログ・HP



リスト取り(ステップメール登録)



ステップメール



信頼構築・教育



メルマガ



集客・販売

見込み客の数が  
特に大事!

# 個人事業の成功哲学

---

◆メルマガの読者 = 見込み客

読者300人 → **集客**に困らなくなる

読者1000人 → **お金**に困らなくなる

読者1名で1万円/年収とされています。





情報系は  
ブログ以外に

メルマガも必須！

# 情報系がやること

## ・まずは信頼構築と実績作り

起業初期は儲けは後回し。初めはタダでも低価格でもいいので信頼構築と実績作りを意識しましょう。ただし、その「タダ」の先の「有料サービス」を常に意識してサービス提供してください。

## ・初期は1対1のセッションに重点をおく

起業初期からセミナーやイベントに集客して販売するのはハードルが高いです。今までの人脈や新しい人脈を築いて1対1でセールスしていきましょう。

# 情報系がやること

## ・セミナー集客、バックエンド販売について

予告と告知文が命！2か月前から予告。最低1か月前から募集開始という流れ。メルマガ、ブログ、HP、FBなどフル活用すること。【早割】と【前払い】は必須。タイトルを工夫して、読者の頭に刷り込むことが大事。(参考記事)

## ・セールスについて

その商品・サービスの説明ではなく【どんな未来が手に入るのか】を刷り込む。相手の問題点・願望を引きだし、その未来が手に入ると提案すること。売ってはダメ！

# 情報系がやること

## ・情報商材(動画やPDF資料)を作る

セールススキル、ライティングスキルが身につき、リストも500件以上になり、安定して売られるようになったら動画などで教育商材を作るといい。(1~3万円)  
自分が動かなくても自動的に収益が上がるサービスを作るべし。

## ・リスト取りはSNSだけで上手いく人も

キャラが強い人はSNSで集客できる。ただし自撮りや集合写真、料理や高級系に偏ると妬まれるので注意が必要。**自分だけの世界観・価値観を伝えると良い!**

# 店舗系がやること

サロン、飲食、教室、物販、院系、占い、カメラマン、仕業など

バックエンドを作りにくい  
客数とリピートが大事なので認知面を強化

- メニュー強化(強みと単価)
- ブログ、WP
- 物販
- 広告(集客サイト、雑誌掲載)
- LINE@
- 手紙
- チラシ、看板、名刺
- コミュニティづくり
- 情報商材
- SNS(FB広告、インスタ)
- プレスリリース
- イベント



# 店舗系がやること

## ・サロン、治療院の広告に関して

ホットペッパー系は強力なので資金があるなら使う。

ただしノウハウを知らないと集客は難しい。写真、メニュータイトル、レビューが重要。エキテンなど無料掲載できるものも全て使う。とにかく入り口を増やす。

全国紙はブランディングのためで、雑誌からの集客は少ない。地方紙の方がいい。

資金も人脈も無いならクーポンサイトを使う。ただし必ず2回コース以上で作る。

(※ルクサ:客質◎ 客数△      グルポン:客質△ 客数◎      ポンパレ:客質△ 客数○)

# 店舗系がやること

## ・サロン、治療院の広告に関して②

広告はまずトントンならOKという考え方でやる。初めから利益というのは少ない。  
リピートが出来てナンボなので、リピートの仕組みが必須(メニューやツール)  
資金が無い場合は【助成金】を教えてあげるといい。(広告物などのお金を国が支援)

## ・リアルにチカラを入れる

看板、のぼり、チラシ、手紙、コミュニティづくりなどが早く成果を上げるコツ

# 店舗系がやること

## ・コミュニティづくりとは

分かりやすく言うと、オフ会。イベントやツアー、飲み会、ランチ会、ハロウィンパーティーなど

例) 占い師 → 開運パワースポーツツアー    料理教室 → 安心調味料の工場見学ツアー

オフ会は友達を連れてきてくれる可能性が高いので、新規集客に繋がる。  
また、お客さん同士の繋がり強化で「所属欲求を満たす」ことにも繋がる。

## ・時間の切り売り以外のサービスを作る

物販や情報商材を強化すれば、時間とお金の両立が出来て行ける。

# 店舗系がやること

## ・店舗もリスト構築を意識

店舗・地域系の皆さんも必ずLINE@かメルマガをやりましょう。

キャンペーン案内やイベント情報などをお客様に直接届けられるかどうかで、集客の反応は大きく変わります。いまの集客・売上に満足しているとしても、リストを集めておく恩恵は計り知れません！ **特に一度購入下さった方のリストは強いです！**

## ・SNSはインスタがオススメ

今が旬のSNSは確実にインスタ。検索にも強く見込み客にもアプローチが簡単！

# 【店舗系：コンテンツ毎の役割分担】



ブログ・HP・SNS



新規集客



LINE @ (1対1トーク)



コミュニケーション



LINE @ (全体配信)



リピート、販促



# 店舗系は ブログ・SNSで

## いかに魅力が伝わるか！

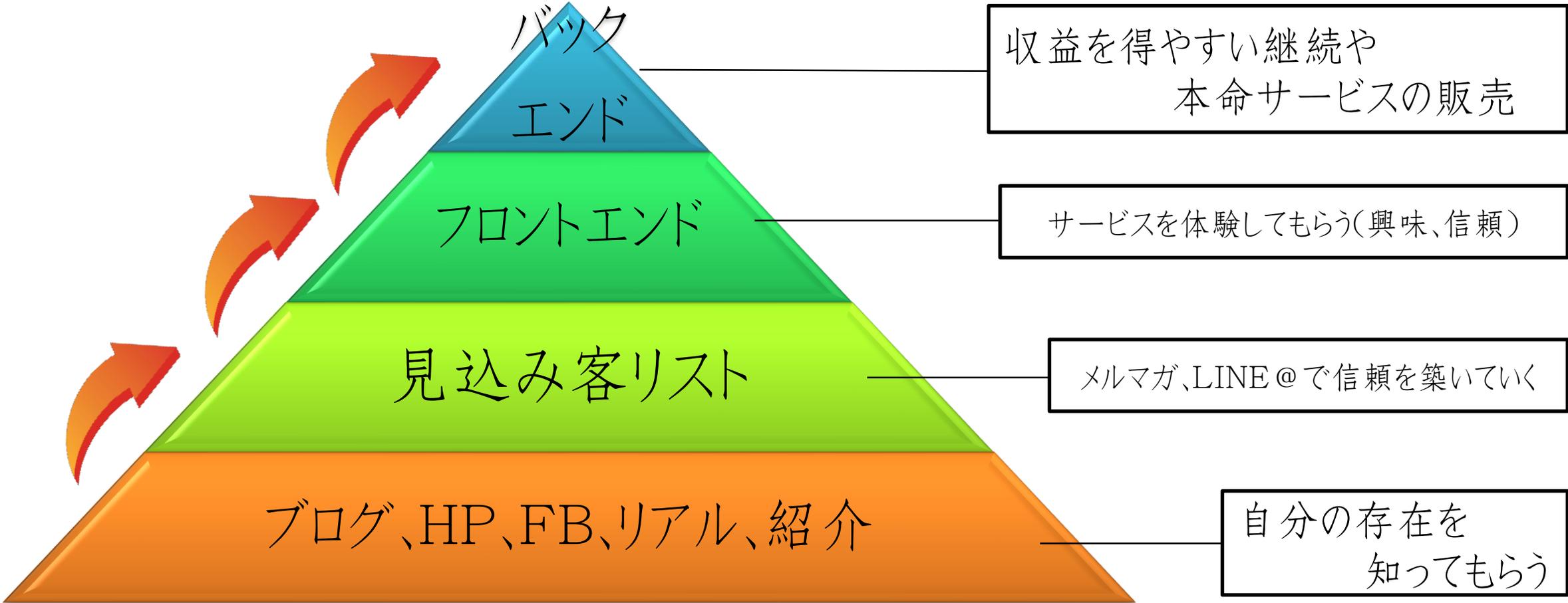
※ビフォアアフターやお客様との写真がカギとなる

# ワーク 1

自分が売れるには  
何が必要でしょうか？  
全て書き出しましょう。

# コンセプト、ポジショニング

でも業種や状況により  
一人一人やることが違う！



Q、

ビジネスはどこから  
始めればいい？

# A、コンセプト作り

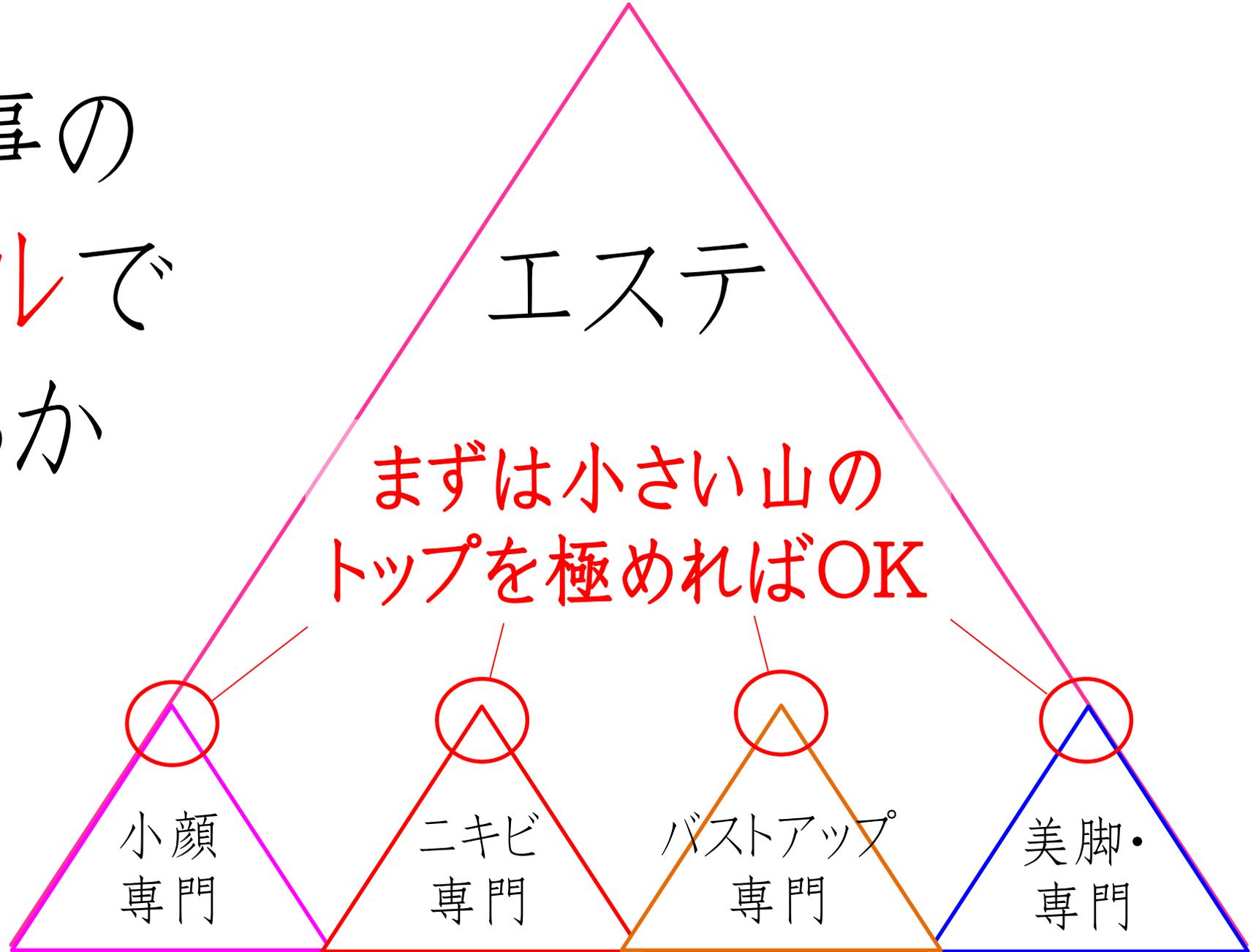
---

まず売れるコンセプトを作ります。  
その次はバックエンドです。

ゴールから始めるから、一貫性が出て  
ブレないブランドが出来ていきます。

自分の仕事の  
どのジャンルで  
トップを獲るか

かなり絞っていても  
十分に市場は  
存在します！



Q、

コンセプトを作るのに  
必要なことは何？

イチに使命 (ミッションステートメント)

なんのためにやるのか。

お客さんをどうしてあげたいのか。(社会性)

次に独自性 (差別化、強み、ポジショニング)

自分にしかできなくて、

自分じゃないといけないこと。(スキル、知識、世界観)

# 最後にペルソナ（理想のお客様）

- 1人の人物像（実在の人物でも可）
- 抽象的な表現を避ける
- イメージが沸くように
- 24時間考えていても苦じゃない

→ **コンセプト** が決められる

## ワーク 2

あなたの使命はなんですか？  
なんのために働き、  
どんな未来を作りたいですか？  
なぜその使命だと感じますか？

## ワーク 3

あなたの独自性はなんですか？

自分にしかできなくて、

自分じゃないといけないことは何でしょう？

## ワーク 4

あなたのペルソナはどんな人？

どんな悩み、願望、葛藤がありますか？

どんなキーワードに響きそうですか？

コンセプト作りは  
個別のセッションで  
さらに明確にしていきます！

Q、

全体的なビジネスの  
流れはどうすればいい？

①

コンセプト、ポジショニング

②

バック  
エンド

③

リアル、既存客への販売

⑤

フロントエンド



始めはモニター販売でもOK  
そこで実績を作りましょう！

④

ステップメール、メルマガ

②

ブログ、ホームページ、SNS

逆に成功を  
阻害する要因は  
何でしょう？

# 上手くない人 10か条

- ① 他人の目を気にし過ぎ
- ② 自信をつける行動をしない
- ③ 数字(行動数や売上など)を全く意識しない
- ④ 信用より利益を優先する
- ⑤ すぐに諦め、継続しない

## 上手くいかない人 10か条

- ⑥ 自分一人だけでやろうとする
- ⑦ 自己投資が上手く出来ない
- ⑧ 上手くいかない理由のプロ
- ⑨ 自分との約束を守らない
- ⑩ 目的意識が弱い

# ワーク 5

あなたが

成功したい理由はなんでしょう？  
現実的なものでも夢でもOKです。

# 【休憩】





ビジネスの  
キャパシティを  
把握しておく



自分のビジネスのキャパシティを知る

目指せる位置を  
把握して、  
目標を決める。

# 自分のビジネスのキャパシティを知る

例) 個別コンサル。客単価50万円。

新規5人/月まででMAX15人を同時に見れる。

$$5人 \times 50万円 \times 12カ月 = 3000万円$$

- ▶ 今の自分のビジネスモデルの  
キャパシティをサービス毎に全て出す

# ワーク 6

## 自分のビジネスの キャパシティを知る

- 起業塾 1000万円
- 個別コンサル 3000万円
- 教育コンテンツ 500万円
- セミナーや講座 500万円
- オンラインサロン 1000万円

# 売上の考え方

- ✕ 毎月同じ売上(安定)を目指す(月商ベース)
- 売れるシーズンにしっかり売る(年商ベース)

◆ 売れるシーズンは年に4回

1月、4月 → 新しいことを始めやすいシーズン

7月、12月 → ボーナスでお金のあるシーズン



PDCAF

のお話し



# ■ PDCAはご存知ですか？

Plan(計画)→ Do(実行)  
→ Check(評価)→ Act(改善)

の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善する。

PDCAを

アレンジしたのが

PDCAF



(発案者:石田健人さん)

# ■ PDCAFとは

Plan(テーマ、目標設定)

→ Do(可能性) → Check(やり方、順序)

→ Action(行動) → Follow(見直し)

# ■ PDCAAFをやってみよう！

Plan(テーマ、目標設定)

テーマや目標値を決めます。

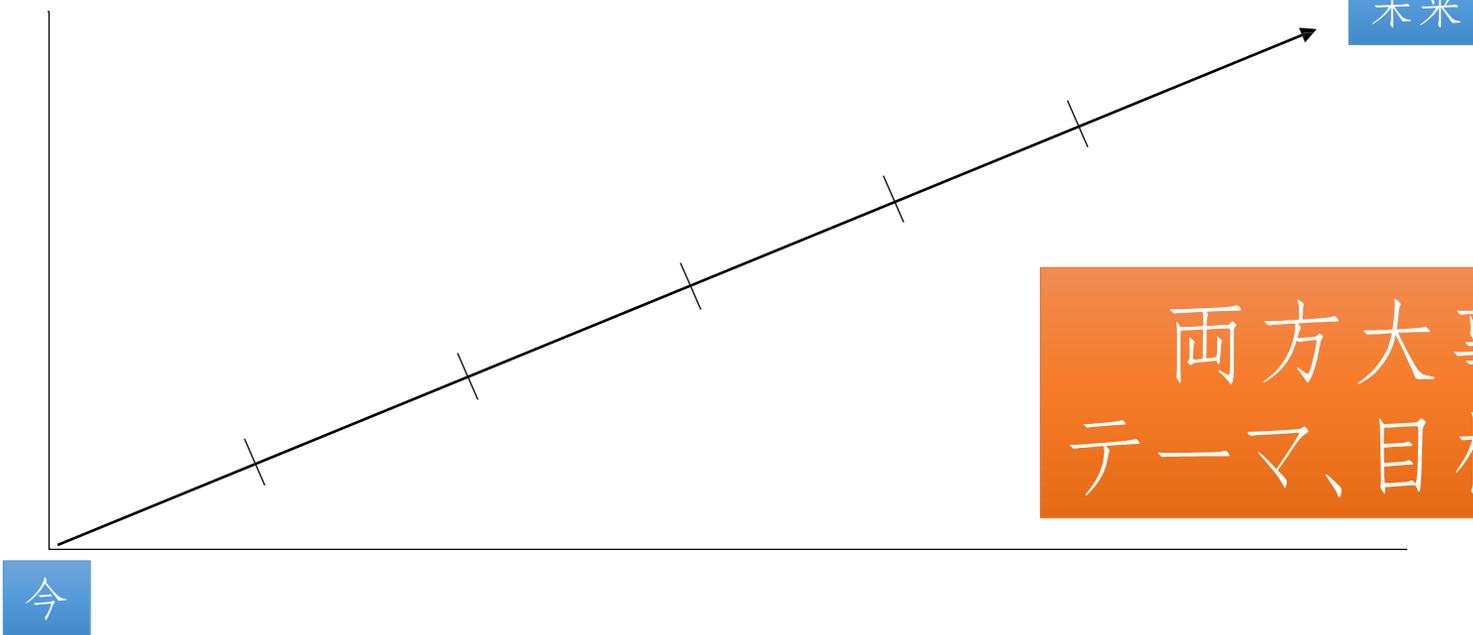
「どんなことを大事にしながら」(現在値)

「どうなりたいのか」(目的値)を決める。

# ■ PDCAFとは

Plan(テーマ、目標設定)

価値観型  
何を大事に？



ビジョン型  
どうなりたい

両方大事にした  
テーマ、目標を決める

## 【ワーク7】

何を大事にしなから  
4か月後どうなりたい？

### 【住福の場合】

家族との時間、一人の時間を大事にしなから  
12月は300万円以上の売上を作る

# ■ PDCAFをやってみよう！

Do(可能性)

そのために今どんなことが出来そうか。  
どんなことをやるとPlanが果たせそうか。

可能性を探る。

## 【ワーク8】

今どんなことが出来そう？  
どんなことをやるべき？

### 【住福の場合】

起業塾の皆さんの成果を出しまくる。  
新しいステップメールを作る。出版に向けて動く。

# ■ PDCAAFをやってみよう！

Check(やり方、順序)

どうしたら出来そうか。

まずはどこからやるべきか。

本当にやりたいか。(メンタルリハーサル)

# 【ワーク9】

どうしたら出来るそう？

何からやるべき？

## 【住福の場合】

一人一人に的確なサポート、配慮、連絡。  
質問・要望を集めて動画コンテンツを作成する。

# ■ PDCAFをやってみよう！

## Action(行動)

最高ライン、最低ラインを決めて行動する。

また自分を満たしながら行動することが大事。

モチベーションが落ちた時の対処法も決める！

プラス1やれたらいいことも考えてみる。

# ■ PDCAFとは

## Action(行動)

いまを満たすから  
良い仕事ができる

ビジョン型

どうなりたい

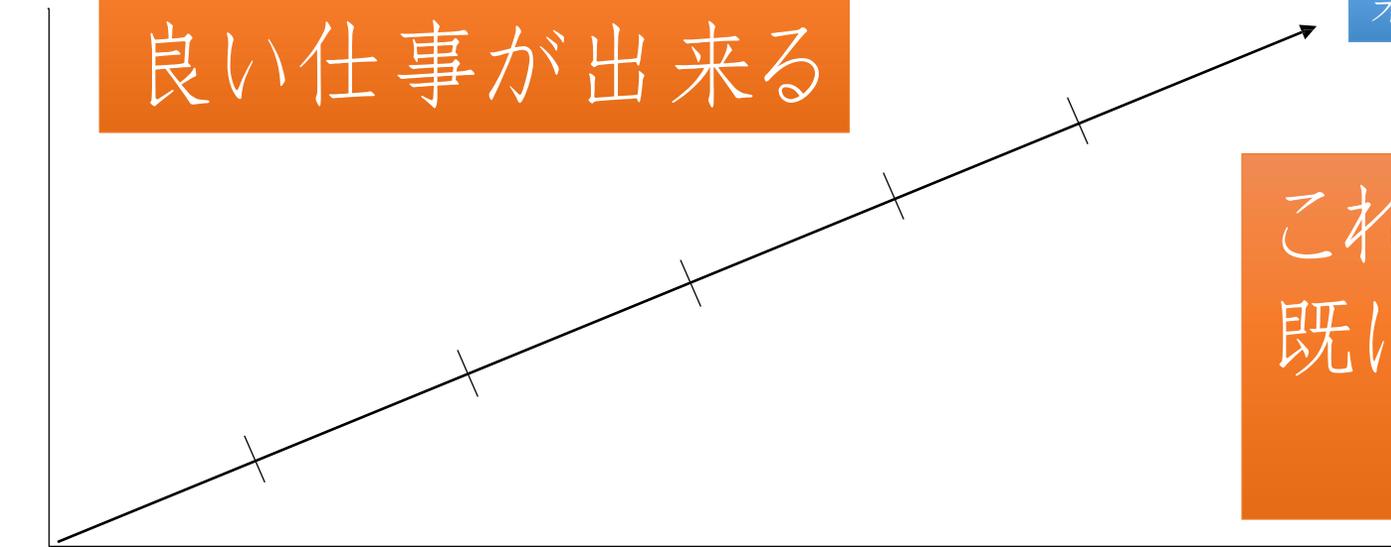
未来

これから成るでなく  
既に成った自分が  
今ここにいる

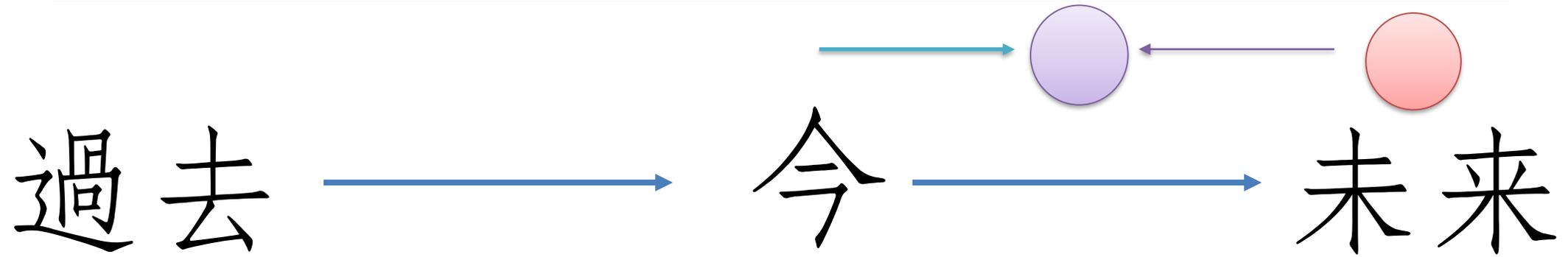
価値観型

何を大事に？

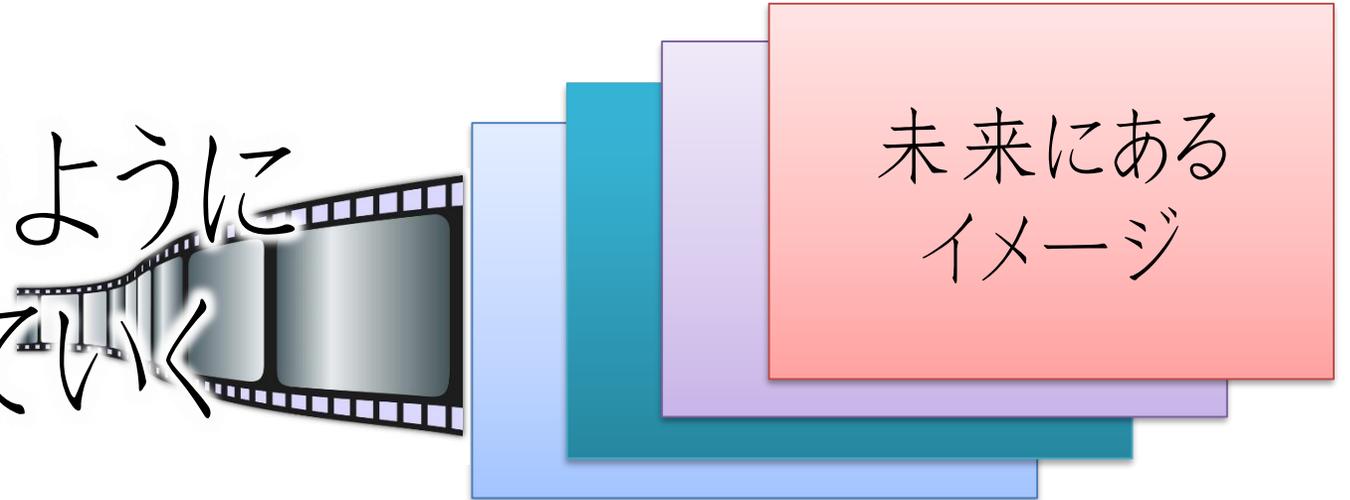
今



# ■ 時間軸の話



映画のフィルムのように  
過去が繋がっていく



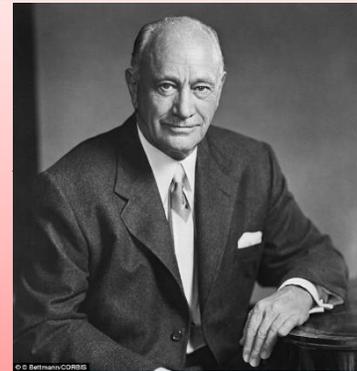
# ホテル王のコンラッドN・ヒルトン

記者:たかがベルボーイが、どうやってここまで成功できたんですか？

ベルボーイがホテル王になったんじゃない。  
ホテル王がベルボーイから始めたんだ。

セルフイメージが変わる！

= 思考、行動が全て変わる



既に成った自分が  
いまココにいる

という状態で次のワーク！

# 【ワーク10】

4か月後の  
最高ライン、最低ラインは？

映画を見る、  
ハーゲンダッツを  
食べる、  
ショッピング

自分を満たすor癒す方法は？

電車の中で  
ブログを書く。  
家族に感謝を  
伝える。

毎日のプラス1は何かない？

# ■ PDCAFをやってみよう！

## Follow(見直し)

一日一度、時間を決めて振り返る。

今日できたこと、できなかったこと。

できなかったけど、やりたいこと。どうしたら出来そう？

心の感覚値を大事に！（自分を満たす）

成功パターンを  
見つけて  
繰り返す！

【ワーク】  
一日一度  
いつ自分を振り返る？

【住福の場合】  
夕飯の前に！

# ■ PDCAFをやっつけていこう！

いまを満たすから  
良い仕事ができる

これから【成る】でなく  
既に【成った】自分が  
今ここにいる感覚で！



Plan(テーマ、目標設定)

→ Do(可能性) → Check(やり方、順序)

→ Action(行動) → Follow(見直し)

# 時間のマトリクス

■ 時間の考え方 = 目標から見て行動を決める

	緊急	緊急でない
重要	<p>1、緊急かつ重要</p> <p>締め切りのある仕事 志を果たすための仕事 志のための打ち合わせ</p>	<p>2、緊急でないが重要</p> <p>将来のための仕事 見込み客集め ブログ・メルマガ・仕組み作り 真の自己啓発</p>
重要でない	<p>3、緊急だが重要でない</p> <p>重要でない電話や会議 地域の集まり、交流会</p>	<p>4、緊急でも重要でもない</p> <p>遊びや旅行 睡眠や休憩</p>

目標から考えて  
重要か緊急かを考える

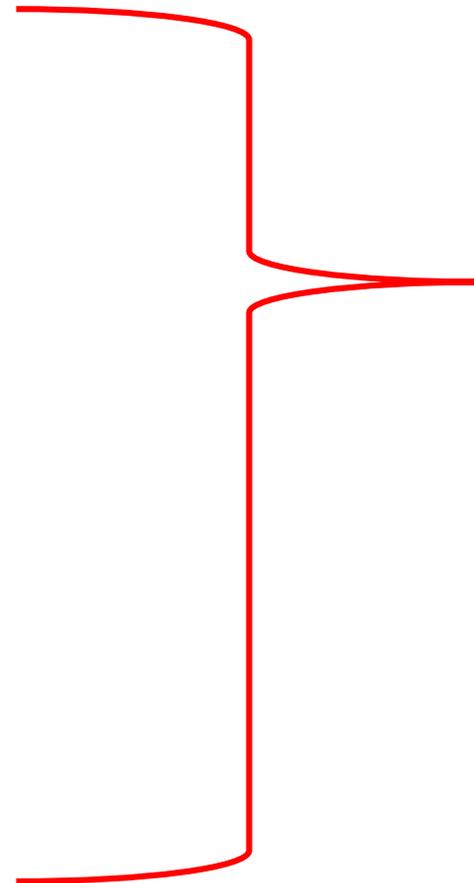
【バランスが大事】

どこかをゼロにする必要はないが、3や4が多いと志はいつまでも果たせない。

# 時間のマトリクス

## ■ 緊急度ではなく重要度を優先する

- 信頼構築
- 準備や計画
- 見込み客集め
- 人間関係作り
- 自分を磨くこと
- 適度な息抜き



重要

重要でない

緊急でない

	緊急でない
重要	【第二領域】 緊急でないが重要
重要でない	【第四領域】 緊急でも重要でもない

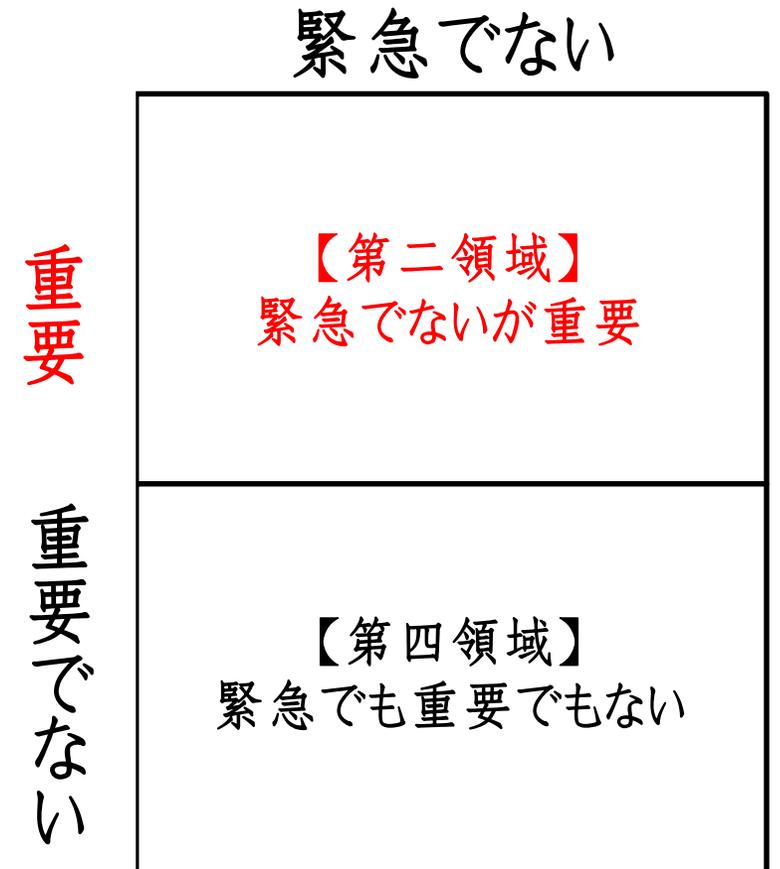
# 時間のマトリクス

---

■ 緊急度ではなく重要度を優先する

第2領域は第1、第3領域のように向こうから働きかけてはくれず、自分で管理しなければならない難しさがあります。

でも第2領域が未来を創ります！



【成果を出すために】

第2領域への意識を  
常に持ちましょう。



## 【超基本】

どんな発信をすれば  
集客・売上アップするのか



答えは…

購入することで  
自分の悩みが解消する  
欲しい未来が手に入る  
と分かる内容の発信

# つまり・・・

- お客様の声
- ビフォーアフター
- 成功事例の紹介

普段からご感想や成果報告をもらえるように  
コミュニケーションをとるのが大事です！

# ワーク

あなたのサービスに  
クライアントが求めていることは何？

<住福の場合>

売上、集客を上げたい  
ノウハウを教えてほしい  
売れる仕組みがほしい  
ブランディングしてほしい  
ビジネスアイデアがほしい

# 満足度の高い発信は…

## 成功事例の紹介と共に ノウハウ提供

信用貯蓄をどんどんやることで、何か募集する時の  
反応が格段に上がります！ 貰う前に出しましょう！

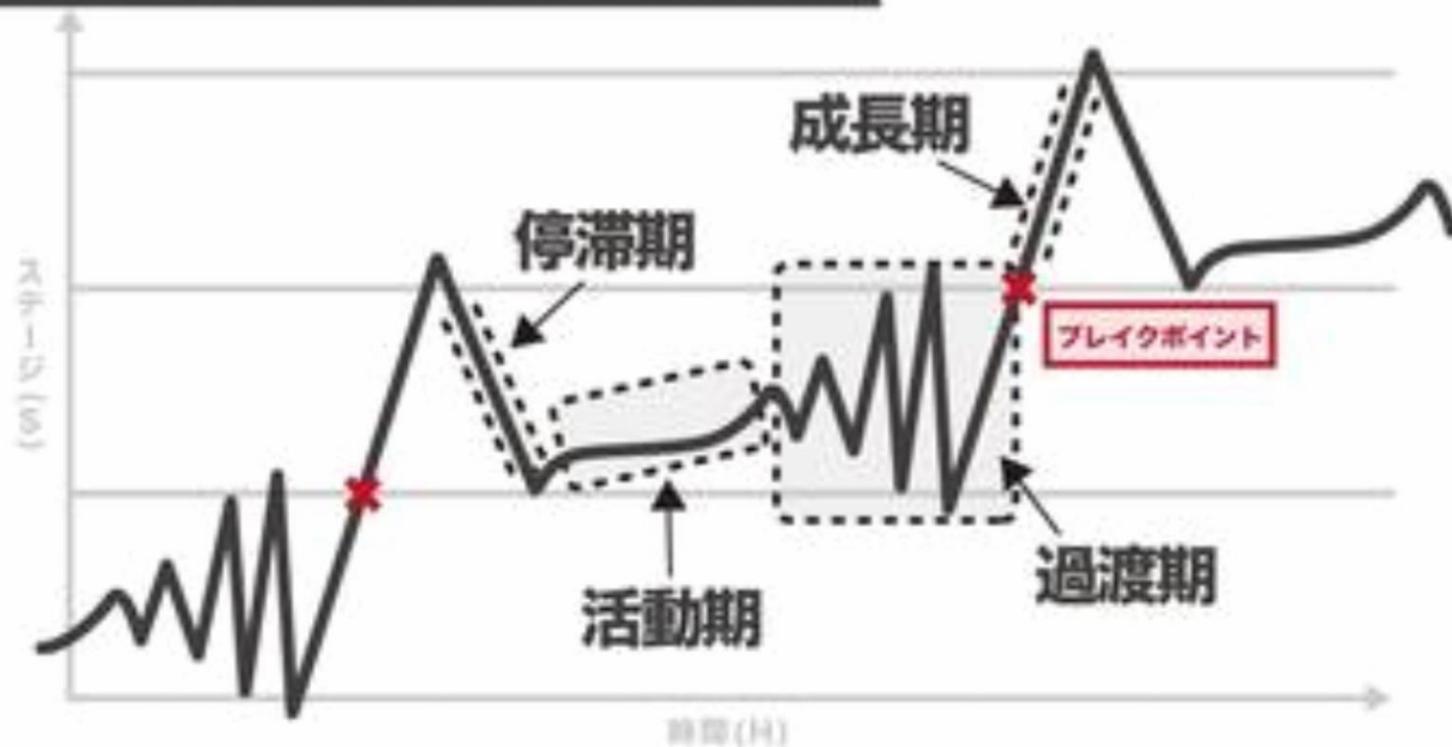


人生も起業も

バイオリズムがある

# 超進化論

© KATSUNARI TANAKA



成功の  
バイオリズム  
「超進化論」

あきらめなければ  
人生は必ず好転する

田中克成

「自分は誰からも  
必要とされていない」  
そこから人生は  
動き始める!

道に迷う若者たちへ魂の一冊を届けるために  
全国47都道府県をリヤカー引いて行脚する  
日本一熱い男が500人の成功者に  
インタビューして発見した「上昇人生の定義」

定価(本体1500円+税) ぎずな出版

## ・過渡期

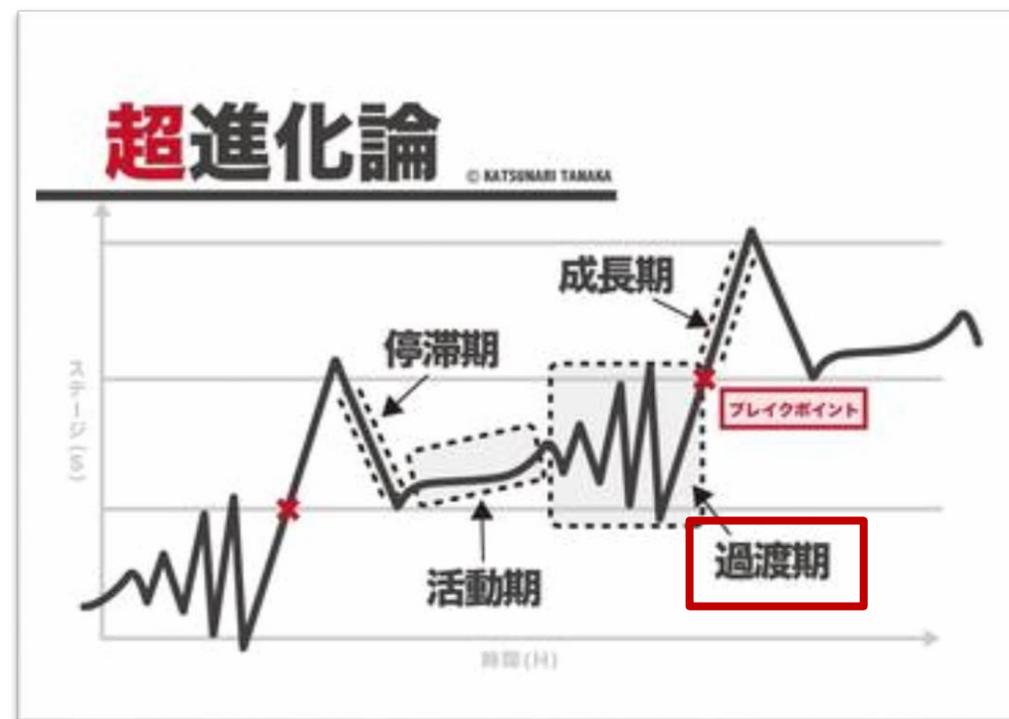
ビジネスの初期や、次のステージに上がる前の一番大変な時期。やること成すことあまり上手くいかず儲からない。

種まきの時期でもあるので、この時期の動きが後々大きく響いてくる。

とにかく動き、もがくしかなく、とても苦しい時期。

ドン底までいくと「覚悟」や「なんのために」だけが残し、本当の意味で腹が決まり、行動できると次のステージにいける。

思いがけない「人」か「本」との出逢いがブレイクポイントとなる。



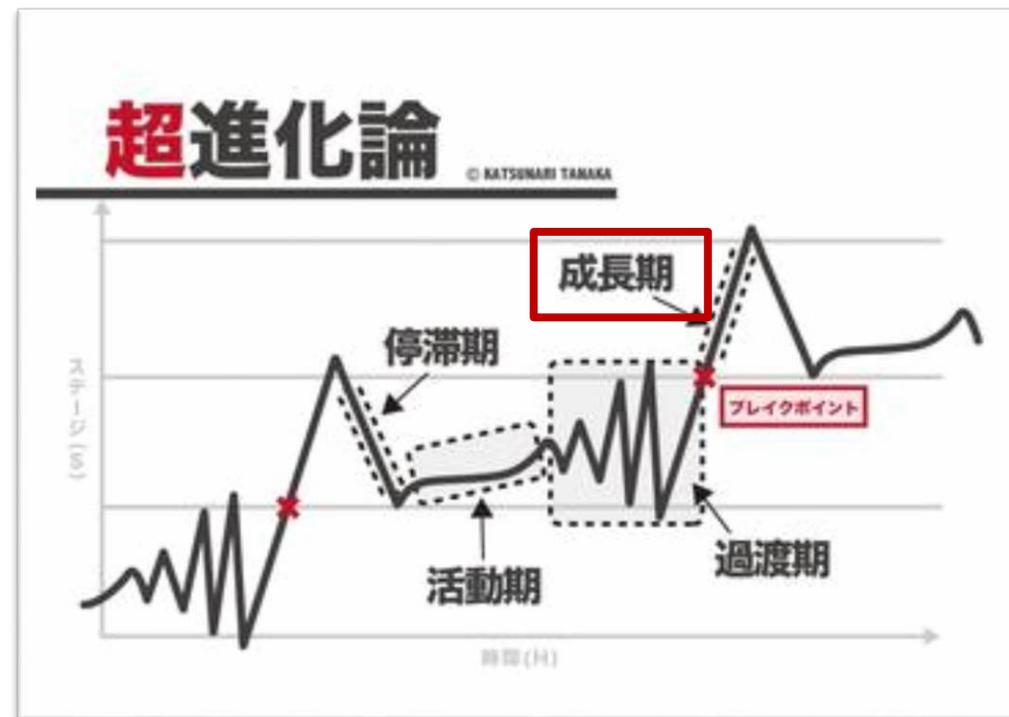
## ・成長期

思わぬ出逢いで一気に変わり、成長していく時。

出逢いとは人か本。

過渡期にドン底を見ているので謙虚な姿勢になることができ、素直に実行できるので、結果もドンドン出て行く。

「ありがとう」という感謝の精神で進める、とても楽しく伸びる時期。



## ・停滞期

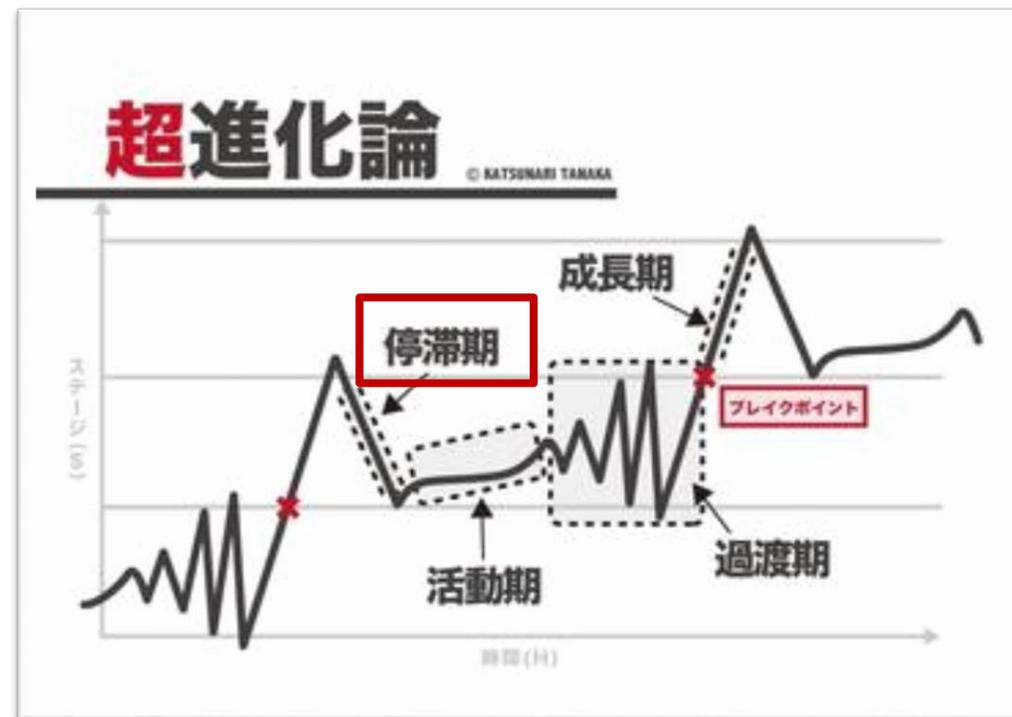
成長期のピークまでいくと、停滞期に入る。

「ありがとう」が「あたりまえ」に変わり、  
だんだん人やモノが離れていってしまう。

また良かれと思って自分から何かを切り捨てていく。  
人やサービス、コンテンツなど。

一見上手くいってるのでなかなか気付けないが、実は驕り高ぶってしまっている時期。

一度立ち止まり、自分を見つめなおす。ただし自己否定はNG。  
時には立ち止まる勇気も必要。イメージングの時期。



## ・活動期

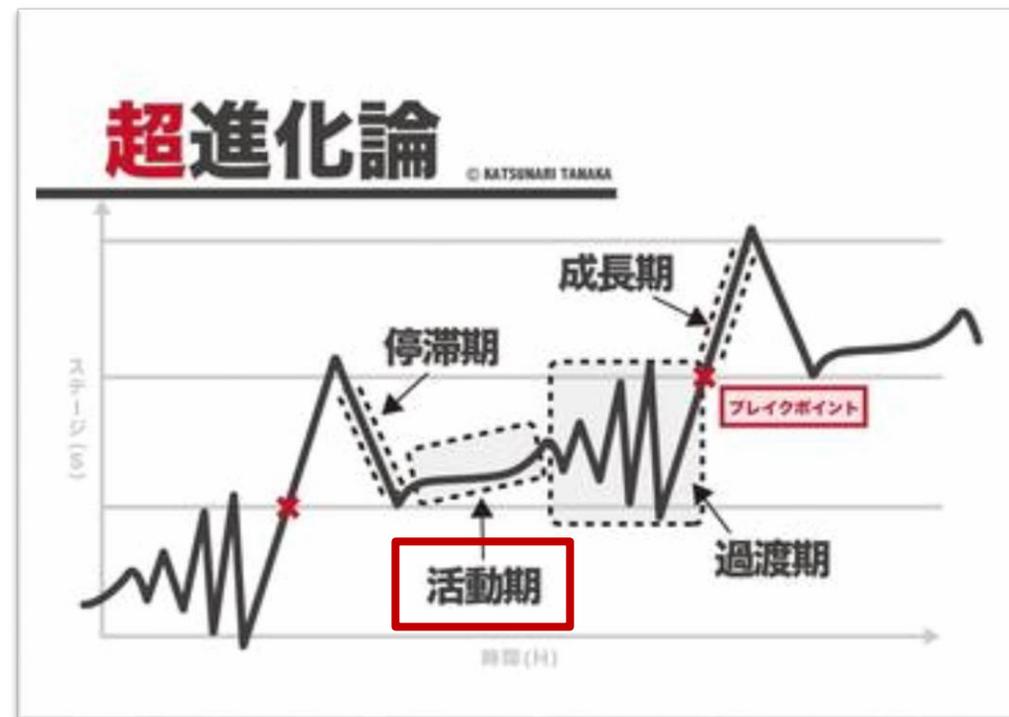
停滞期でだんだん上手いかなくなり、ヤバイ！と焦り出し、色々と手を打ち始める時期。

次のステージに上がるために試行錯誤するも、なかなかブレイクしない。

しかし動いてるので、何とかなるだろうと楽観的な状態でもある。人を裁かないように注意。

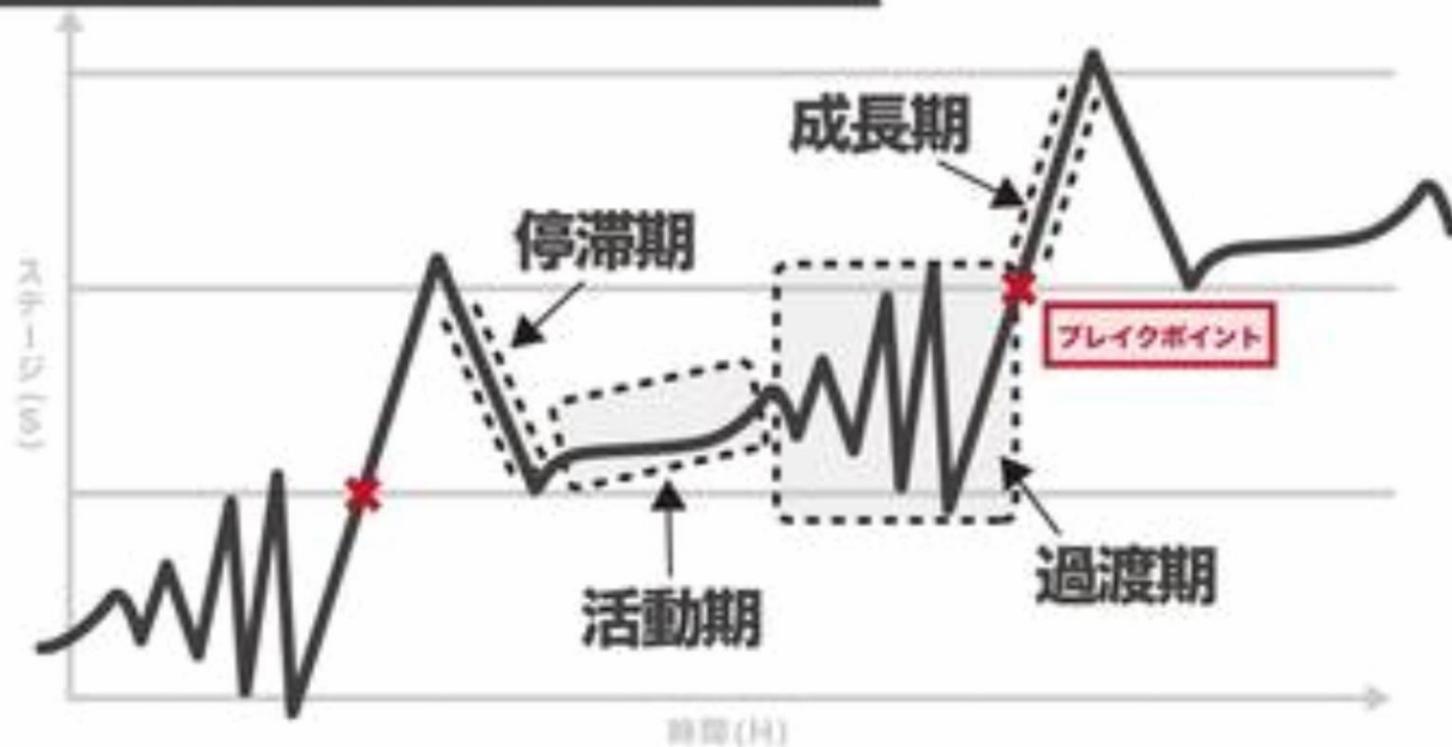
「心」や「イメージ」が足りないため次のステージに上がれない。

※活動期が終わると、過渡期に入る。



# 超進化論

© KATSUNARI TANAKA



成功の  
バイオリズム  
「超進化論」

あきらめなければ  
人生は必ず好転する

「自分は誰からも  
必要とされていない」  
そこから人生は  
動き始める!

田中克成

道に迷う若者たちへ魂の一冊を届けるために  
全国47都道府県をリヤカー引いて行脚する  
日本一熱い男が500人の成功者に  
インタビューして発見した「上昇人生の定義」

定価(本体1500円+税) きずな出版

以上

おつかれさまでした。

# 【次回開催:9月25日】

## 2回目ペルソナ & コンセプト設定

---

- ペルソナ & コンセプト設定
- ヒットするキャッチコピーの作り方
- 検索でお客様を集めるキーワード設定

