

第二回
ペルソナ &
コンセプト設定

自分らしい成幸を叶えるビジネスコミュニティ

スーパーステージアップ

SSU起業塾 &
コンサル養成講座

メガヒット
スランディング住福 純

安心してコンサルを受けられる世の中へ



JEC 日本起業コンサルタント協会
Japan Entrepreneurship
Consultants Association

第二回 ペルソナ & コンセプト設定



- ☑ シェア & 前回のおさらい
- ☑ ペルソナ & コンセプト設定
- ☑ ヒットするキャッチコピー決め
- ☑ 検索でお客様を集めるキーワード設定



まずは皆さんの報告から



この二週間、何か動きがあった方はご報告下さい。
また質疑等も可能です





当塾の活かし方

自立と主体性が
キーワード！

受け身ではなく自分からどんどん行動、
質問していきましょう。住福への個別での
メッセージも大歓迎です！





当塾の活かし方

自立と主体性が
キーワード！

起業塾 → ノウハウ学習と仲間づくり

オンラインサロン → 実践の場

※両方を活かしてください！





前回のおさらい

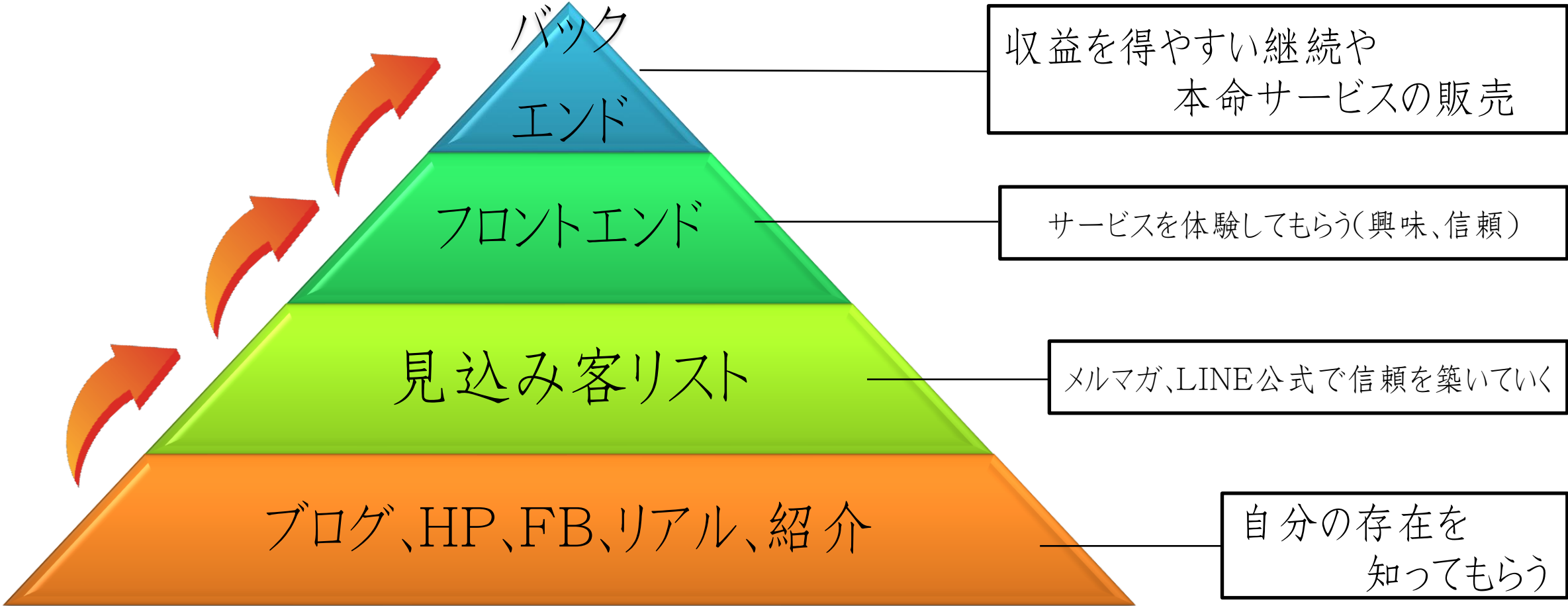


第一回 ビジネスの基本・全体像

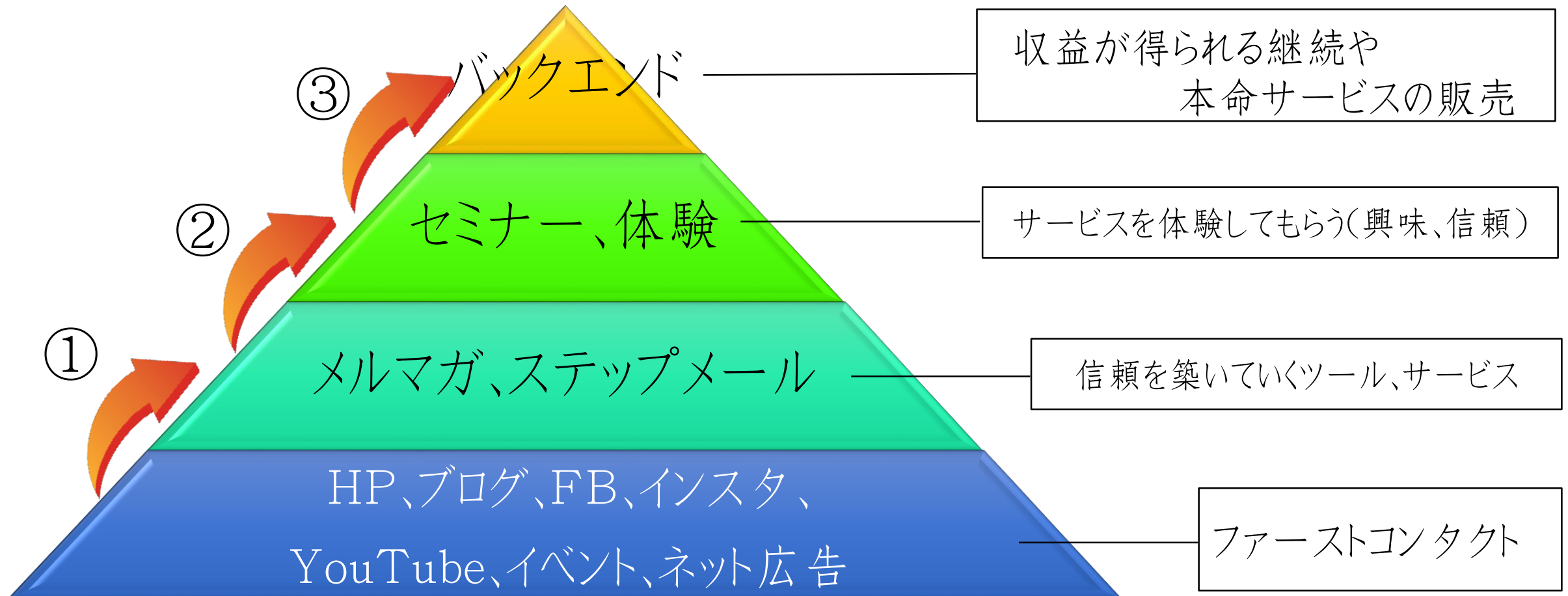
- ☑ 最短距離で成功する仕組みを徹底解説
- ☑ ビジネスのキャパシティを把握しておく
- ☑ どんな発信をすれば集客・売上アップするのか
- ☑ 覚えておいてほしい3つの方程式

コンセプト、ポジショニング

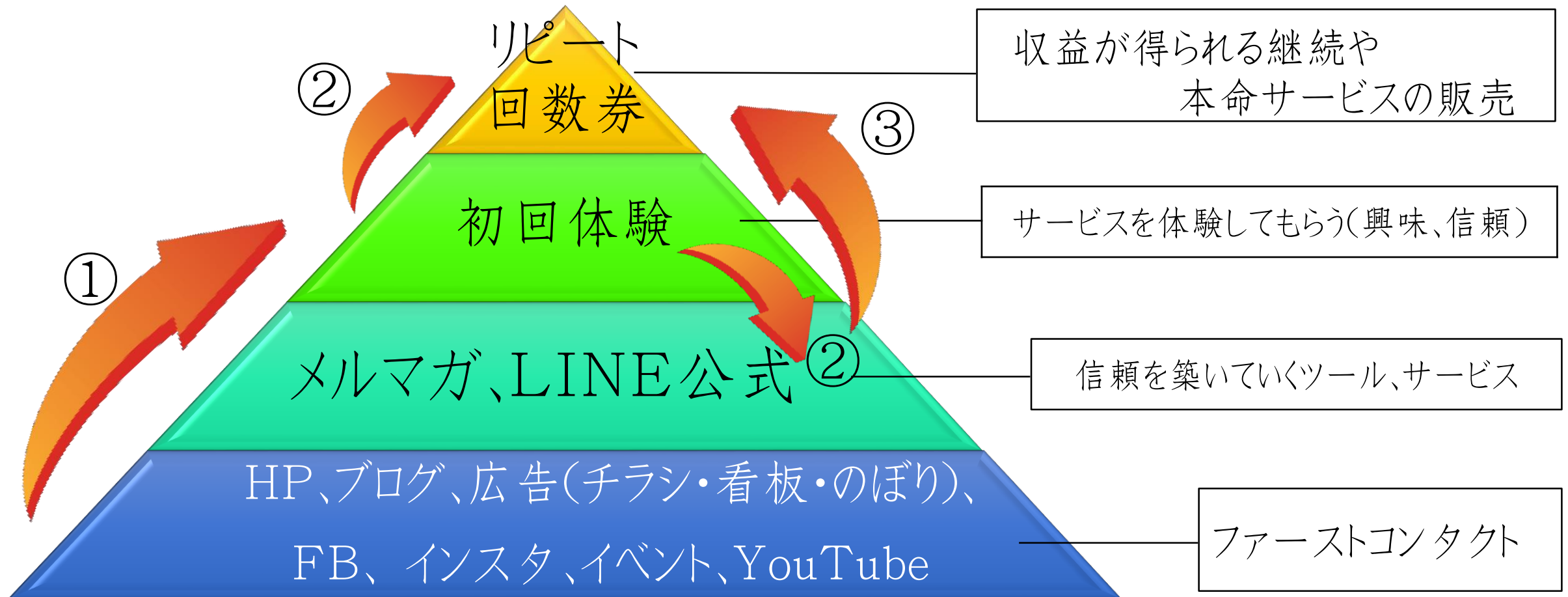
でも業種や状況により
一人一人やるものが違う！



情報系のステップマーケティング



店舗・地域系のステップマーケティング



【情報系:コンテンツ毎の役割分担】



ブログ・HP・SNS



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!

【店舗系：コンテンツ毎の役割分担】

  ブログ・HP・SNS → 新規集客

 LINE公式 (1対1トーク) → コミュニケーション

 LINE公式 (全体配信) → リピート、販促

Q、

ビジネスはどこから
始めればいい？

A、コンセプト作り

売れないコンセプトは
いつまでも売れない。
売れるコンセプトは
瞬く間に売れる！

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。

Q、

全体的なビジネスの
流れはどうすればいい？

①

メガヒットコンセプト

①～⑤までそれぞれ
ひと月間隔で進むのが
理想のペースです。

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
(セミナー、イベント、ワークショップ)



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、
ライン公式

②

ブログ、ホームページ、SNS、広告
(プロフィール、体験サービスのLP)

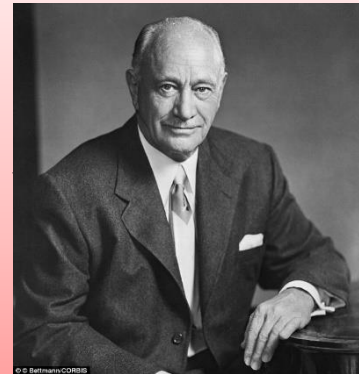
ホテル王のコンラッドN・ヒルトン

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





【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！

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！

覚えておいてほしい

2つの方程式

覚えておいてほしい 2つの方程式

【売上の方程式】

新規×リピート×客単価

地域・店舗系
ビジネス

【売れるの方程式】

オファー×認知度×信用度

バックエンド
販売ビジネス



グラントルールの確認

5つのグラウンドルール

- ✓ 場の力を意識し、高めるために行動する
- ✓ 自分の意見は正しい、そして間違っている
- ✓ メンバーの強みを認め、称賛する
- ✓ ファーストアクションを意識する
- ✓ とにかく積極的に参加、チャレンジする！



【ここからが今日の本編】

ペルソナ & コンセプト設定



Q、

コンセプトを作るのに
必要なことは何？

イチに使命 (やりたいこと、伝えたいこと)

なんのためにやるのか。誰を助けたいのか。
社会やお客様にどう貢献したいのか。

次に独自性 (差別化、強み、ポジショニング)

お金や時間をかけて学んできた事、独自の
失敗や成功体験 (その他にスキル、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

コンセプト 作りの3要素

MSP

独自の経験、キャラ、ビジョン

- やりたいこと = 使命、目的、ビジョン
- 出来ること = 独自のスキル、知識
- 求められる事 = ペルソナ、ニーズ

USP

独自の強み、高めてきたコト

Q、

そもそもブランディング

ってなんなの？

コンセプトとの違いは？

ブランディングとは

自分がやりたいこと、伝えたいことを、
お客さんに求められる形で
表現する(魅せる)こと

コンセプト = やること・方向性

ブランディング = 魅せ方・表現

キャッチコピー = 魅力を最大限に表現

コンセプトはどんな時に必要？

停滞期などで流れを
変えたい時にも
非常に有効です！

- ビジネスの方向性を決める時
- バックエンドやフロント(セミナーなど含む)作成時
- ステップメールや本などコンテンツ作成時

第二回 ペルソナ&コンセプト設定

<キャッチコピーのポイント>

- 分かりやすくインパクトがある
- 言いたいことがまとまっている
- その言葉で自分の気持ちも上がる

Q、

ターゲットつて

絞らないとダメなの？

ブランディングのパターン

ターゲットって絞らないとダメなんですか?への回答

- ① 業種やスキルの専門家
- ② ○○○の悩み解消の専門家
- ③ 自分が伝えたい世界観

⇒ この3つのどれかでOK。ただし“集めやすさ”に差はある！

ブランディングのパターン

ターゲットって絞らないとダメなんですか?への回答

① 業種やスキルの専門家



自分を
ブランドにする

自分にしかできないことを
仕事にしていく人のための
ブランディング戦略/ビジネスコーチング

ブランダイングのパターン

ターゲットって絞らないとダメなんですか?への回答

② ○○の悩み解消の専門家

非常識な男の恋愛心理と
愛されコミュニケーション術

なぜか恋愛だけが
上手くいかない大人女子のための…

大好きな彼の心を一瞬でつかむ
すごい恋愛戦略術

すごい恋愛♡参謀長
綿谷しづみ

ブランディングのパターン

ターゲットって絞らないとダメなんですか?への回答

③ 自分が伝えたい世界観

とびきりの輝きを取り戻しどんな時代もあなたらしく!

願いを全て叶えて
別人のような人生をおくる

人生、もっと
ハジけよう

スパークルライフ
コーチング

潜在意識をはじけさせる
スパークルライフコーチ
畠田 裕紀子
-Yukiko Hatada-



自分の業界の
どのジャンルで
トップを獲るか

ビジネス
コンサル

まずは小さい山の
トップを極めればOK

絞っていても
十分に市場は
存在します！

アメブロ
コンサル

インスタ
コンサル

ヨガビジネス
コンサル

カウンセラー
起業コンサル

だんだんステージを
上げていく！

「安心してコンサルを
受けられる社会を目指して！」

「自分とお客様の心にズキユンと突き刺さる！

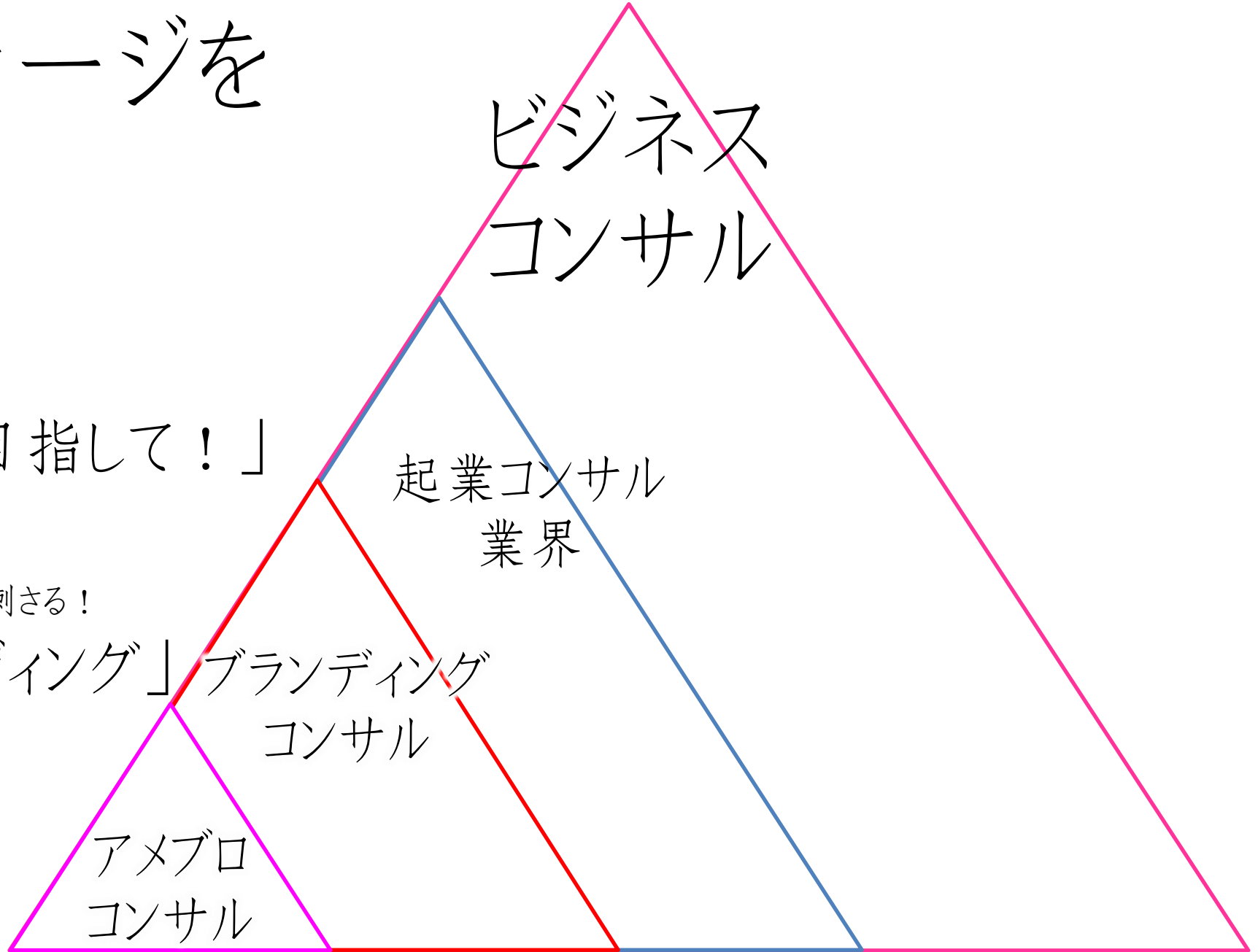
メガヒットブランディング」ブランディング
コンサル

「圧倒的に売れる
アメブロ集客」

アメブロ
コンサル

起業コンサル
業界

ビジネス
コンサル



強みの作り方
売れるキヤッチコピーと
タイトルの作り方

まず全てのベースは

行動指針
だから

使命・志

それを実現させる強みを見つけ
キヤッチコピーを考えていきます。

自分の強みを
抽出するには？

【厳選した5つの質問】

ワーク1

- ① 人からセンスがあると言われること
- ② よく人から相談されること(ジャンルでもOK)
- ③ 他の人にはなくて、自分にあること・能力
- ④ 今まで時間とお金を沢山費やしてきたこと
- ⑤ 人が難しいというけど自分は簡単に出来ること

ワークが出来たら
住福に提出下さい

ブランディングワーク①

強みを探す

5つの質問テンプレート

を、活用ください。

特設サイトでダウンロード下さい(ブランディングワーク1)



ペルソナ設定



ブランディング・キャッチコピー作りでもう一つ大事なのが

誰に響かせる？

理想の
お客様



ペルソナの設定

【重要ポイント】

ペルソナから見て
どうなのか？

ペルソナ設定時の 注意点

- 理想のお客様 1人の人物像(実在の人物でも可)
- イメージが沸くように抽象的な表現は避ける
- ネガティブやお金がないなどのマイナス要素はNG
- 24時間考えていても苦じゃないような人

ワークが出来たら
住福に提出下さい

ブランディングワーク②
理想のお客様に刺さる
ポジショニング作成シート
を、ご活用ください。

特設サイトでダウンロード下さい(ブランディングワーク2)



迷走しないための 3つのポイント



【迷走しないためのポイント①】

入り口は

自分がやりたいことよ

求められていることがよく分からない時はInstagramなどのアンケートでリサーチ！

求められることは何かが軸

問題の表面か本質かを見極める

【迷走しないためのポイント②】

お金を出してでも
解決したい悩みかどうか
お金を出せる客層か

単価が低い理由は？

【迷走しないためのポイント③】

継続して利用してもらえ
又は
ちゃんとリピートされる
ビジネスコンセプトかどうか

鑑定・診断系はどうすればいい？

【ワーク2】

お客さんが
求めていることは何か
出来ることは何か

お金を出してでも
解決したい悩みですか？

継続して利用してもらえる
コンセプト・サービスですか？

自分の強みや求められることなど
俯瞰できた部分を話す

シェアタイム

コンセプト 作りの3要素

MSP

独自の経験、キャラ、ビジョン

- やりたいこと = 使命、目的、ビジョン
- 出来ること = 独自のスキル、知識
- 求められる事 = ペルソナ、ニーズ

USP

独自の強み、高めてきたコト



この3つを軸に
コンセプトを
より魅力的に伝える
キャッチコピーを考える



【売れるキャッチコピーを作る7つのヒント】

- ① 検索キーワードを考える(お悩みワード)
- ② 世界観キーワードを考える
- ③ ターゲットを入れる
- ④ メリット(どうなれるのか)
- ⑤ 数字(実績。回数。日数を奇数で)
- ⑥ ターゲットのつぶやき
- ⑦ わかりやすく読みたくなる文言(興味をそそる)



7つのポイントを抑えつつ
キャッチコピーテンプレートで
組み合わせます。



【キャッチコピーテンプレート20選】

◆初心者が〇〇日で〇〇達成した〇〇の具体的方法

例)初心者が50日で100万円達成したブログ集客の具体的方法

◆ 〇〇で〇〇できる具体的な方法に興味ありませんか？

例)インスタで“新規爆集め”できる具体的な方法に興味ありませんか？

◆なぜ、〇〇な人は〇〇できないのか？

例)なぜ、97%の人は成功できないのか？

特設サイトで
ダウンロード下さい
(ブランディングワーク2)

ポジショニング、コンセプト事例

① ペルソナ(理想のお客様)
→ プロ～アマチュアのスポーツ
選手で競技能力を上げたい！

② 自分のUSP(強み)
→ 筋肉や神経を目覚めさせられる

③ キャッチコピー、肩書
→ 最高のパフォーマンスを発揮できるカラダを作り上げるパーソナルトレーニング
カラダ覚醒トレーナー 齊藤広樹



柔軟性:痛みが改善すると
劇的にパフォーマンスアップ!

カラダを覚醒させ、痛みや柔軟性の悩みがない状態に!

最高のパフォーマンスを
発揮できる体を作り上げる
パーソナルトレーニング
- りくとれコンディショニングスタジオ -

痛みや余分な力みを取り払い体の動きが楽に!
体の可動域・燃費を向上させるので、あらゆるスポーツにおいて驚く程パフォーマンスがアップ!

東京都千代田区飯田橋3-9-6 赤川ビル2F
☎ 090-4172-7375

カラダ覚醒トレーナー
齊藤 広樹

スポーツを楽しむ方から
プロアスリートまでご来店中!

簡単な体操と呼吸法だけで
みるみる体が変わります!

GET A RECORD

ポジショニング、コンセプト事例

① ペルソナ(理想のお客様)
→ 食事で子供のスポーツをサポートしたいママ

② 自分のUSP(強み)
→ アスリートフードの知識

③ キャッチコピー、肩書
→ 食事で子供のスポーツを支えたいママのための料理教室
アスリートフードマイスター 奥田佐智子

【神戸・北摂】
食事で子どものスポーツを
支えたいママのための料理教室

しかも簡単で
美味しい♡

アスリートフードマイスター
& 野菜ソムリエ
奥田佐智子

なぜ、食事が才能を開花させるのか？
99%のママが知らない！？
【才能を引き出す食事】を学んでみませんか？

売れるタイトル、キャッチコピーの作り方

◆ さらに極意は...

3部構成で
考えてみる！

70～80キロ代でも諦めないで♥
アナタもご主人もみるみる脱メタボ！

食欲が自然と収まる
空腹不要の五感痩せダイエット

～わたしが旦那を15キロ痩せさせた方法～

誰がどうなる → 強み・差別化 → 補足

家族との時間を大事にしながら
一人サロンで年商1000万円を目指す！

自分の理想を叶える
神モテサロン☆プロデュース

～技術習得からサロンコンサルまでトータルサポート～

誰がどうなる → 世界観 → 補足



あると超絶便利な一冊

強みをより魅力的に伝える
バカ売れキーワードを
使いましょう！

バカ売れキーワード1000
堀田 博和 (著)
1,620円

2つの違いを抑えておきましょう

ヘッダー画像や
自己紹介で使う。

【キャッチコピーのポイント】
分かりやすさとインパクト

サイト自体の名前
(ブログタイトルでも可)
で使います。

【サイトタイトルのポイント】
検索キーワードと簡潔さ

【休憩】





検索でお客様を集める
キーワード設定



検索に強くなるキーワード設定

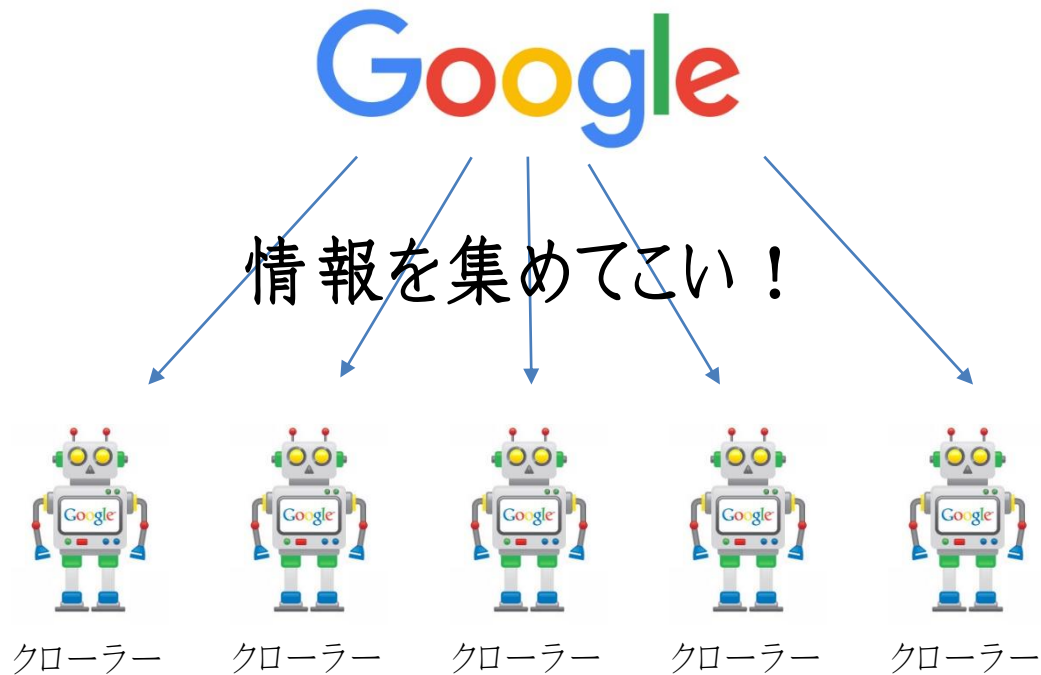
長期的にWebから集客・売上を
安定させたいなら

【検索】に強くなろう！



検索に強くなるキーワード設定

■ Google検索の仕組み



クローラーはロボットなので感情は無く
データで優良度を測るしかなかったが
近年はAIも導入されさらに複雑に。

このサイトは…

- どんなキーワードが使われてる？
- 何回くらい同じキーワードがある？
- みんなどれくらいの時間見てるかな？

検索に強くなるキーワード設定



Googleは正しく価値のある情報をいち早く届けたいという理念で運営されています。

＝内容が良くないと上位表示されない

検索に強くなるキーワード設定

Q、Googleでの検索エンジンの順位はどうやって決まる？

A、Googleに優良サイト(情報)だと認められること



じゃ～どんな基準で
優良サイトかを決めるのか？

検索に強くなるキーワード設定

Q、どんな基準で優良サイトかを決めてるの？



- 更新頻度
- アクセス数
- 被リンク
- 滞在時間
- キーワードの出現回数

※ただしこのルールもいきなり変わることがあります。

→ 最後の2つは「書き方」が大事！

検索に強くなるSEO対策記事の書き方

SEOはリアルと似ている！



- ・更新頻度＝営業日・営業時間
- ・アクセス数＝来店者数・行列
- ・被リンク＝紹介、口コミの数
- ・滞在時間＝居心地の良さ
- ・キーワードの数＝専門性・満足度

検索に強くなるキーワード設定

■ 検索強化記事



滞在時間とキーワードの出現回数を意識

最後まで読みたくなるボリュームのある内容
何度も同じキーワードを違和感なく書く

→ ノウハウ記事がオススメです。(例)

検索に強くなるキーワード設定

■ 検索強化記事



もっとシンプルに、内容が良い記事ってどんな記事？

調べたい事に関して詳細に書かれており、
そのお題に対してプラスアルファの情報が
しっかりと掲載されている記事のこと。

検索に強くなるキーワード設定

■ワードプレスの場合は内部コーディングまで！

※Googleにそのページ（記事）情報を伝えるための表面上には見えない、裏側の設定。

- パーマリンク & スラッグ
- 段落（見出し）
- カテゴリー
- 画像への代替テキスト
- オールインワンSEOの説明（その記事の簡単な説明を書く）

検索に強くなるキーワード設定

■ルールが変わることもあります



「テーマ」はOK。「記事最後」のメタタグの複数設置はNG

田 テーマ Y

- ★自由が丘スタジオメニュー一覧 (11)
- ・自由ヶ丘 ヨガ レッスン紹介 (2)
- ・子宮美人のお話会 (1)
- ・自由ヶ丘 マタニティヨガ (10)
- ・自由ヶ丘 産後ヨガ (12)
- ・パーソナルレッスン (17)
- ・自由ヶ丘 マスターストレッチ (14)
- ・自由ヶ丘 ベリーダンス (12)
- ・自由ヶ丘 で仕事帰りに受けられるクラス (19)
- ・自由ヶ丘 癒しのレッスン (7)
- ・自由ヶ丘 朝ヨガ (3)
- ・自由ヶ丘 ボディメイク (11)
- ・疲れている方のヨガ (3)
- ・自由ヶ丘 ヨガの本質を学ぶ (16)
- ・自由ヶ丘 スタジオギフト特別講座 (34)
- ・自由ヶ丘 ヨガ基礎レッスン (8)
- ・自由ヶ丘 女性性を高めるクラス (10)
- ・自由ヶ丘 妊活 (1)
- ・スタジオギフト特別講座レポート (15)

最近あまりハードなヨガクラスが受けられないので、リラクゼーション系などがあると嬉しいです。

今日のお話も自分自身にとって気付くことがいくつかあり参考になりました。

ありがとうございました。

呼吸を深めるために道具を活用してアーサナをする点が為になりました。

自分の中にウジャイ呼吸とはこうあるべきというこだわりがあり、それに囚われていたことに気付けたのが良かったです。

生徒一人ひとりに向ける先生の言葉を前回は今回も楽しみに聞いていました。

次回もじっくり味わいたいです。

皆さま、素敵なお感想をありがとうございました^^

Next Innovation 住福 純

[ホームページ](#) / [アメブロカスタム](#) / [継続コンサルティング](#) / [お問合せ](#)

私は福岡だけでなく、北九州、久留米、熊本、長崎、佐賀、鹿児島、大分、宮崎などの九州各地から、東京、大阪、名古屋、北海道、海外まで多方面でコンサルを行っています。

ブログ集客、メルマガ集客、セミナー集客、Facebook集客、LINE@集客、インスタグラム集客、動画集客、YouTube集客、チラシ集客、ホットペッパー集客、手紙集客、雑誌集客、WordPress、リザーブスなど幅広いコンサルスキルであなたのブランディング、売り出しを徹底サポート致します。

検索に強くなるキーワード設定

【ワーク3】

お客様はどんなキーワードで
あなたに辿り着きますか？

検索回数が多いキーワード
例: サロン、新宿

メインキーワード5個
サブ・お悩みキーワード10個

検索回数が少ないキーワード
例: ニキビ、オールハンド

検索に強くなるキーワード設定

考えたキーワードは
キャッチコピー作成時や
インスタ、Twitterのタグにも
ご活用ください。



サービス価格の決め方



皆さんは
何を【基準】に
値段を決めていますか？

■ お金とは

お金 = 決心料

お客さんが覚悟を決めるところで、しっかりお金を頂く。
金額によってお互いのマインドも大きく変わる。

起業の基礎

■ お金とは

お金 = 決心料

お客さんは、いくら払ったら

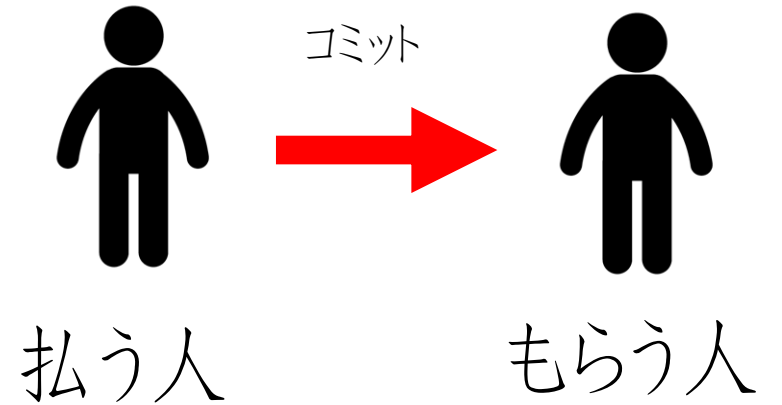
「本気でやろう！ 変わろう！」

と感じて動く金額かを考える。

起業の基礎

■ お金とは

お金 = 決心料



覚悟して払うから
自分事として真剣に捉え、動く
= いい結果を生む

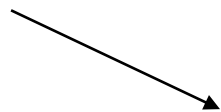
起業の基礎

■提供価格が安いのは誰のため？

【自分】

集客しやすい

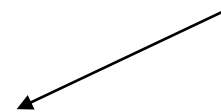
責任:少ない



【お客さん】

参加しやすい

覚悟:小さい



結果は出る？

お客さんに
サービスを提供すること
＝ 仕事

起業の基礎

■提供価格が高いとどうなる？

集客は

【自分】

実績と信頼次第
責任:大きい

【お客さん】

求めている人だけ来る
覚悟:大きい

結果が出やすい！

口コミや紹介も
起きやすい！

お客様の
より良い未来を創ること

＝ 志事

仕事と志事

どっちがやりたいかで
最終的な価格を決める

ただし起業初期は
安くてもいいから沢山の
経験と実績を積むこと！

起業の基礎 継続サービスの金額設定のポイント

- ① お客さんが覚悟を決められる
- ② 自分も安心して受け取れる
- ③ 自分が出し惜しまなくていい金額

起業の基礎

■ お金とは

お金は、
お金より大切なものを
守るためのものである。



起業の基礎

■お客さんが本当に喜ぶサービスなら



個人事業の皆さんが
稼げるようになれば



世の中は確実に良くなる！

自信をもってお金を頂いてください！



既存客をできるだけ減らさない!
値上げ後も集客数が伸びる!

戦略的値上げ必勝法



■ 値上げについて

値上げすると

お客さんが離れてしまうのでは…

だからライバルと同じくらいの値段に…





値上げについて

なぜでしょうか？

その考え方
ヤバいですよ！

■ 値上げについて

値上げしないということは…

価値が

成長していない！？
クオリティが
上がってない！？

Value



上がってない!!?

■ 値上げについて

ライバルと同じくらいの値段ということは…



同じパイの
奪い合い！

■ 値上げについて



【値上げのメリット】

- 良いお客様が増える
- 自分のサービス内容も高まる
- 単価が上がり儲かる
- 値上げのノウハウが身につく
- 単価が上がる分、流れが緩くなるので時間も出来る

■ 値上げについて

値上げ = 転換期

値上げは何度も出来ないのので
1.5倍～2倍をめどにガツンと上げること！

■ 値上げについて

- 既存客はどうする？

既存メニューを一時的に残す。

もしくは回数券を買えば、同じ値段で出来るようにVIP待遇する。



■ 値上げについて



- メニュー構成を変えて値上げ
 - ① 既存メニューを最下位のメニューに。
 - ② 松竹梅で新メニューを作る。
 - ③ 新規客には「松」をセールス。

■ 値上げについて



- ・ 上げる前のテクニック

①こっそりと定価を上げておく。

値上がりしたわけではなく、本来の
値段になったという心理状態に！

■ 値上げについて

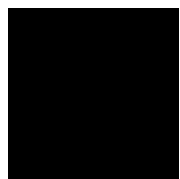


- ・ 上げる前のテクニック

② 翌月分までしっかり販売する。

値上後は必ず流れが緩くなります。

値上げ後もお客さんがいる状態を見せ、
新規が入りやすくする！（価値を見せる）



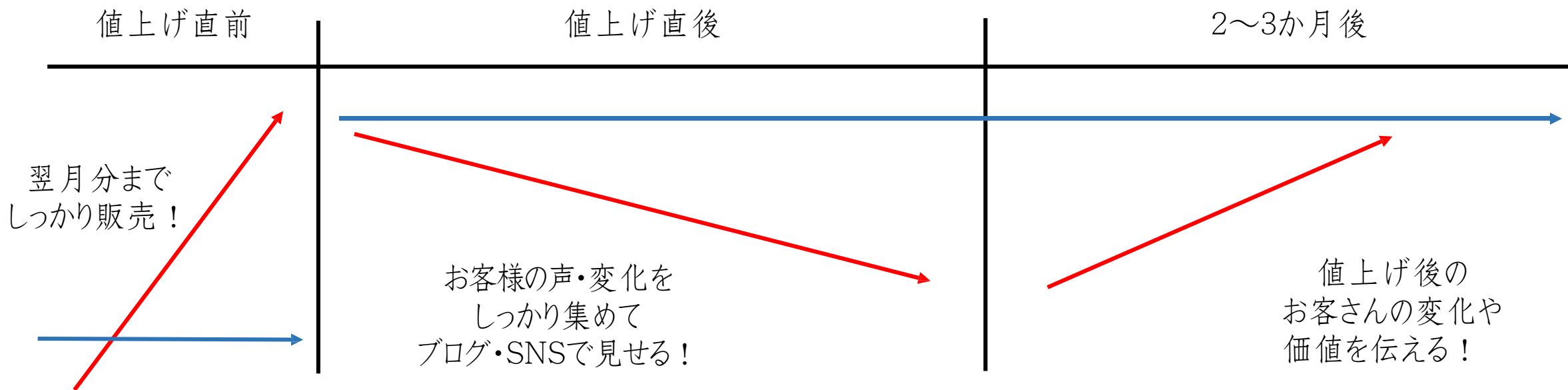
値上げについて

・ 値上げ戦略

青線:客単価

赤線:集客数

値上げしても
お客さんがいる！
値段の価値を伝える！



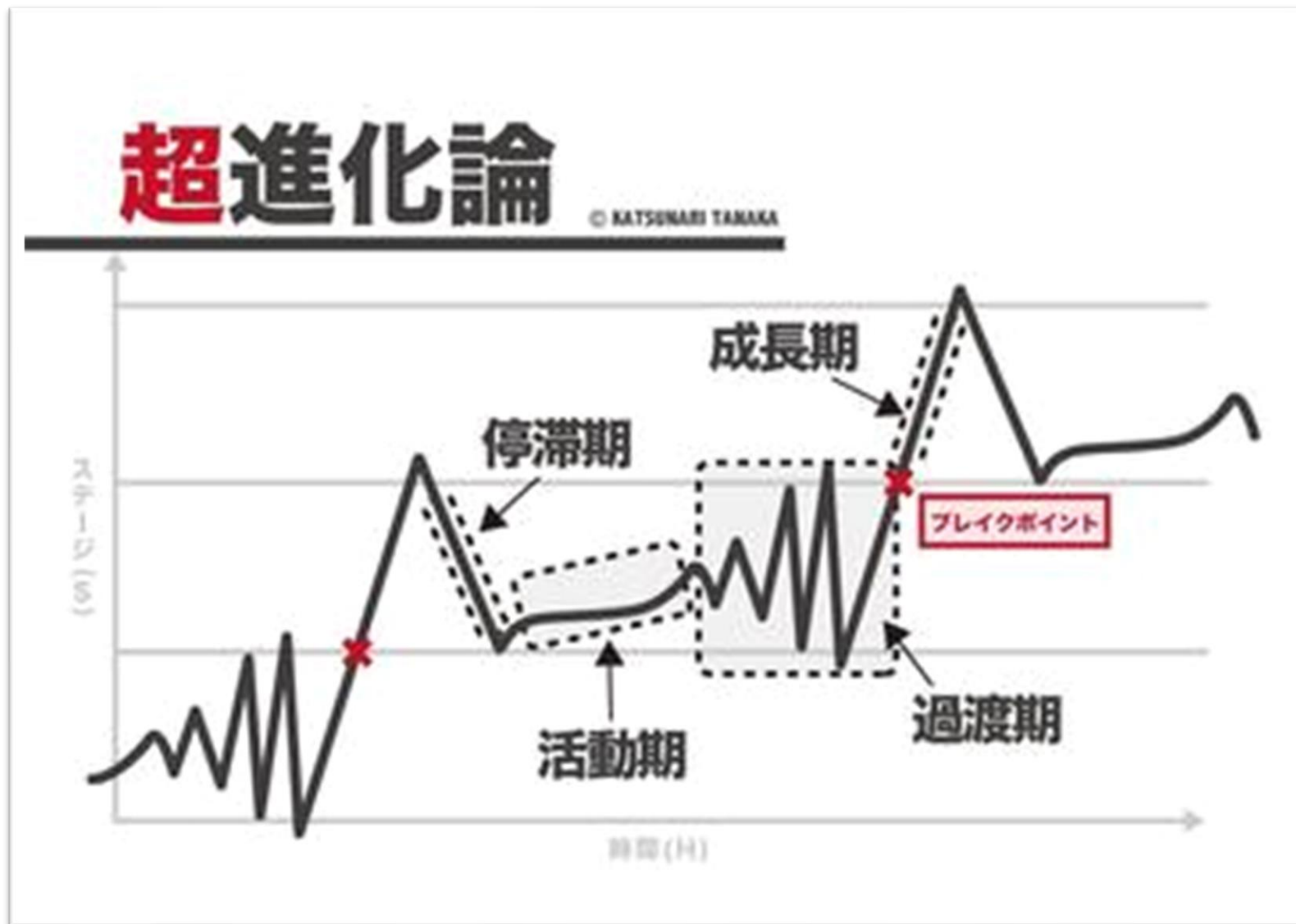
起業の基礎

人生も起業も

バイオリズムがある



起業の基礎



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

起業の基礎

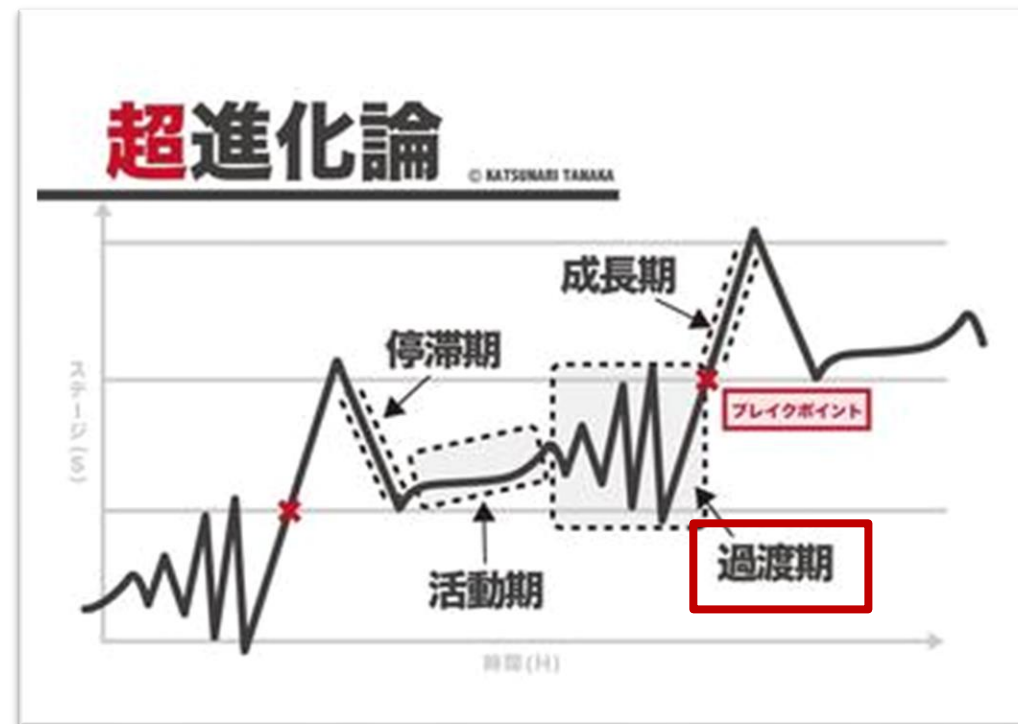
・過渡期

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。

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。



起業の基礎

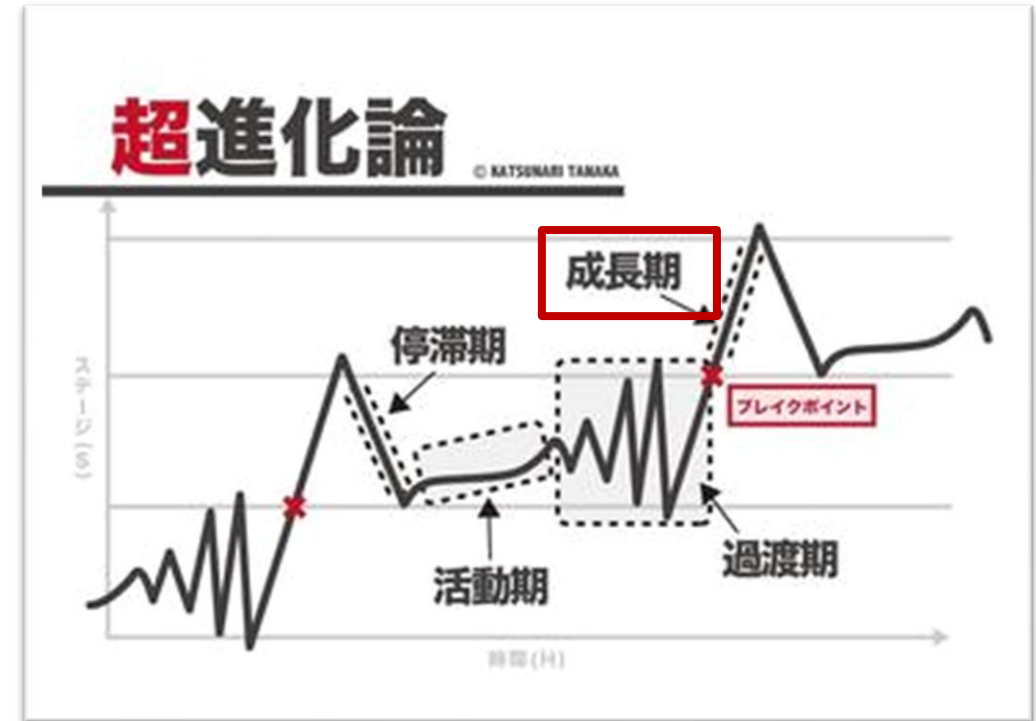
・成長期

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。



起業の基礎

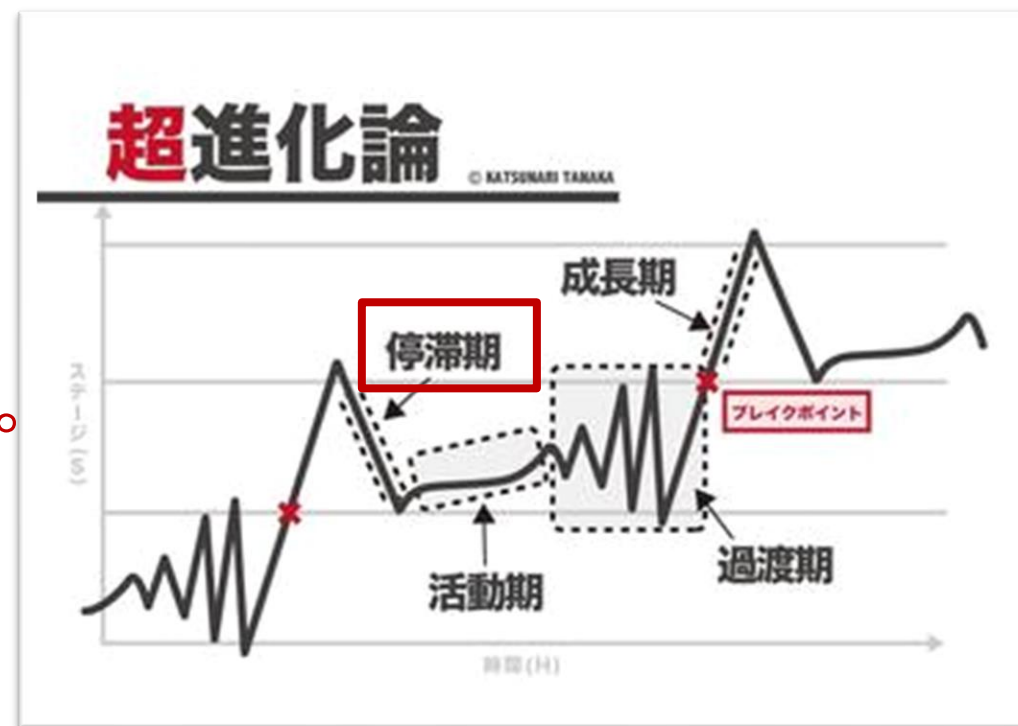
・停滞期

「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人やサービス、コンテンツなど
自分から何かを切り捨てていく。

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。



起業の基礎

・活動期

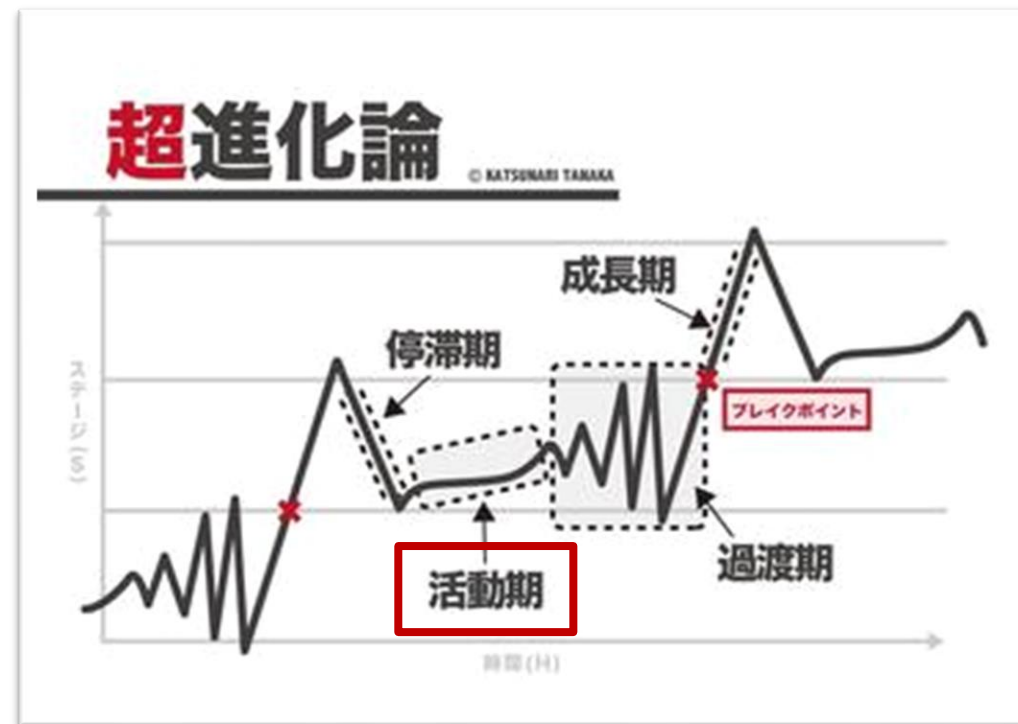
停滞期でだんだん上手いかなくなり、ヤバイ！と焦り出し、色々と手を打ち始める時期。

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。

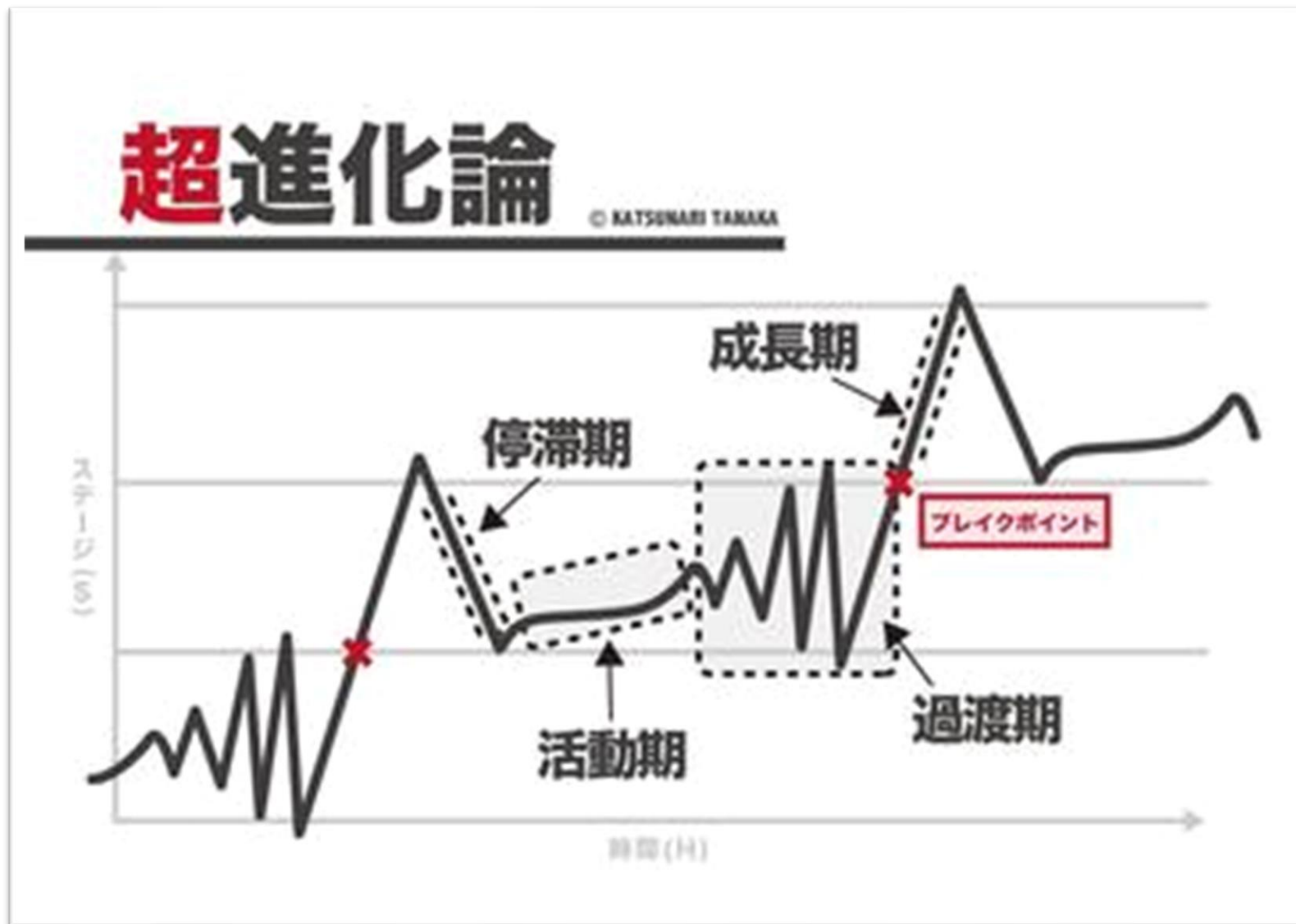
しかし動いてるので、何とかなるだろうと楽観的な状態でもある。人を裁かないように注意。

「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。



起業の基礎



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) きずな出版

【ワーク4】

第一回～第二回の講義を終え
いまやるべき課題や
アクションはなんでしょう？

シェアタイム

以上

おつかれさまでした。

【次回開催:2月14日】

3回目 ブログ集客&ライティング基礎

- アメブロもワードプレスも簡単！ブログ集客
- 書けば売れる！集まる！ライティング心理学
- それが欲しい！と言われる販売記事の書き方
- 超大企業が実践する秘密のSEO講座

