

Soul Work

Work Sheet

ソウルビジネス構築術
基礎講座
ワークシート

Core

あなたのコアは何か？

Q.人生のターニングポイントは何か？

(例：若すぎる母の死、音楽、ビジネスとの出会い)

Q.そこから分かる怒り（愛と正義）は何か？

(例：人はいつ死ぬかわからないのに、不本意なものに縛られ不自由に生きるしかない社会、仕事の仕方、考え方に憤りを感じる)

Q.あなたのビジネスでその怒りをぶつける『悪』は何か？

(例：＜ビジネス系市場＞発展のためにビジネスをするという大前提こそ悪)

Q.その『悪』を共有する仲間（or 顧客）は誰か？

(例：志の高い起業家、型にとらわれないアーティストやクリエイター)

Q.あなたの顧客の悩みは何か？

(例：集客や労働に疲れている、儲からない、心から嘘のない仕事がしたい等)

Q.彼らに約束できる未来は何か？

(例：自分のコアからビジネスをする戦略の提供)

Q.顧客の悩みを作り出している『悪』は何か？

(例：発展推進派、成功が前提になっている価値観によって経営理論を間違っ認識)

Q.つまり、顧客とあなたの共通の敵は何と言えるか？

(例：発展のためのビジネスという考え方)

Worldview

世界観プレゼンを作る

Q.共通の悪の間違った主張、手法、価値観、など、否定すべきモノは何か？

(例：有名になる、拡大する、多く作る、多く売る、多く働く、搾取する、嘘をつく)

Q. 【Objection】 共通の悪に対しての、あなたの反論は何か？

(例：発展しようとするビジネスは世界を苦しめるものである)

Q. 【Reason】 その理由は？

(例：我々は幸せであるために生まれてきたのだから)

Q. 【Evidence】 その証拠は？

(例：発展を続けた先に地球資源はどうなりますか？人生はローンの支払いに追われることになります。こんなデータもあります)

Q. 【Solution】 新たな方法として顧客に何を提案したいのですか？

(例：発展ではなく循環をすべきです。)

Q. 【Action】 その方法をやるのに、顧客はどんな行動をとるべきですか？

(例：魂からビジネスをすることです。世界観、付加価値、ストーリーから、魂を込めたビジネスを作っていきましょう。まずはSoul Workのサイトから無料メール講座に登録してください)

Mission・Vision

ミッションとビジョン

Q.顧客は、数ある商品サービスの中から、なぜあなたを選んだのか？

(例：人生のヒントをくれるから)

Q.顧客があなたを選んだ理由は「共通の悪」を倒すためになっているか？

Q.顧客はそれによって何を得たのか？

(例：本物のビジネス、本当の生き方)

Q.【ミッション】顧客にとってのあなた（商品サービス、会社・お店・あなた自身）の存在意義は何か？（例：魂のビジネスを一緒に作る仲間）

Q.その存在意義は、あなたのコアに合致していますか？

(合致していない場合は、ビジネスがコアに基づいていないため、これから全面的なリニューアルをしていきましょう)

Q.ミッションを達成している時、顧客にとってあなたはどのような役割ですか？

(例：魂のビジネスの先導者)

Q.【ビジョン】役割が最高潮に達している未来、どんな結果をもたらしているか？

(例：魂のビジネスをする起業家が増え、太い循環をするビジネスが増え、ビジネスに関わる顧客、従業員、すべての人たちが幸せなライフスタイルを手に入れている未来)

Inovation

イノベーション

Q.顧客は、どんな問題を解決するために、どんな欲求を満たすために、あなたの商品・サービス・作品を購入していますか？単価とリピートの高い優良客を調査してください。

(例：ヘアカラーが綺麗に問題なく染まるお店がここしかないから)

Q.なぜ顧客は、他の会社・お店・商品・サービスでは、その問題・欲求は解消に至らなかったのでしょうか？顧客リサーチをして、顧客の他での失敗（ボトルネック）を抽出しましょう。

(例：他のサービスではカラー後に髪がバサバサになってしまった)

Q.その失敗（ボトルネック）を解消する魔法のアイデアは何か？

(例：カラー後に髪がバサバサになる理由は、〇〇な方法を取っているからです。そのためには〇〇というやり方にすれば解決します)

Q.本質的に同じ価値を生んでいる他の業界の成功事例は何か？または、対象顧客がその問題・欲求を解決するためにお金と時間を使っている他の業界の人気のあるものは何か？

(例：エステサロン、オーガニックシャンプー)

Q.その成功事例・人気要素と自分の会社・お店、商品サービス・作品を組み合わせた『新しく見えるコンセプト』を作れないか？

(例：オーガニックヘアカラーエステ)

Q.基本コンセプトは？

(例：〇〇が失敗するのは△△という問題があるから。▲▲というアイデアによって△△を解決し、〇〇を成功させるコンセプト■■■■■■)

Positioning

ポジショニング

Q. 【Who】 どんな困りごとを持った誰が？

(例：ヘアカラー後の髪の傷みに困っている女性が/大量の音楽CDが)

Q. 【Method】 どんな方法で？

(例：独自のヘアカウンセリングとオーガニックヘアカラーによって/デジタルコンテンツの販売サイトとデジタルプレイヤーによって)

Q. 【Benefit】 どの範囲まで、どう変化する？

(例：美しいヘアカラーを維持し続けられる/大量の音楽を手軽に持ち運べる)

Q. コンセプトを言語化する

(例：美髪カラー専門店/1000曲がポケットに)

Q. プロジェクト化する

(例：〇〇(誰)が〇〇(方法)によって〇〇(価値)になるプロジェクト)

Product

商品設計

■集客用商品（無料オファー含む）を作る

A.自社商品で個数として一番売れている商品サービスは何か？（新規事業でまだ商品がない場合は）同じ顧客層を扱っている同業他社 or 他の業界でもっとも売れている商品の要素は何か？
（例：ヘアカラー商品の○○）

B.見込客が商品購入時に、最初につまずいている問題、同業に不満に思っている問題は何か？
（例：新しいお店でヘアカラーをして失敗したら嫌だ。試してみるだけなのに1万円以上は高い etc…）

Q.ニーズ（AとB）に対して自分のリソースを加工してオファーを作る
（例：○○人が利用している当店一番人気のヘアカラー○○が初回限定『半額』/無料メール講座「○○を手に入れて△△を手に入れる方法」）

Q.提供形式を検討する
（例：リード獲得→小冊子、DVD、デジタルコンテンツ、メール講座などの情報を伝える無料オファー/商品販売→人気リピート商品の初回限定価格、お試しセット）

Q.商品ネーミングを作る
（例：ベネフィット+総称/美髪カラーヘアエステ）

Q.商品キャッチコピーを作る
（例：○○を手に入れて△△を手に入れる/「魂から世界観のあるビジネスを作って、熱狂的ファンを獲得する」/「白髪染めでボロボロになった髪を健康に戻し、美しい髪を手に入れる○○」）

Business Model

ビジネスモデル設計

■ストーリーを作る（リピート設計）

Q.悩んでいる顧客は最初（商品に出会う前）、どんなことを言っているのでしょうか？

（例：カラーで髪がボロボロで最悪！仕事も家事も調子が出ない……。でも、新しいお店も良いかどうかわからないし……）

Q.その顧客が200%ハッピーな未来、どんなことを言ってるか？

（例：明るくてサラサラな髪で気分もスッキリ！毎日が楽しくなった！これも〇〇さんにいつもカラーをしてもらって、元気になる素敵な言葉を教えてもらったおかげです！いつもありがとう！これからもよろしく！）

Q.顧客の状態を悪くしている悪はなんですか？また、その悪を倒したことで得られるメリットと、悪を放置することで起きるリスクはなんですか？

（例：カラーの材料と間違ったやり方の問題。それを改善することでカラーで起きていた問題が解決する、さらにメリットとして美しい髪でいながら明るいカラーを維持できる。放置すると、髪の傷みだけでなく頭皮の〇〇というトラブルが起きる）

Q.顧客の未来のエンディング、そして、ストーリーを進めるメリットと進めないリスクを一番最初に知ってもらう方法はなんですか？

（例：初回診断で伝える、メール講座で伝える、初回に配るパンフレットで伝えるetc..）

Q.顧客が最初の第一歩として登る階段はなんですか？

（先ほど作った集客用商品がそれに該当していますか？）

Q.顧客が初回で得られた成果は何か？次回得られるメリットは何か？

（例：初回だけでマイナス状態は解消している、次回からはさらに良い状態に持ち上げていく）

Q.顧客にその事実を知ってもらう方法はないか？

(例：施術後のアフターカウンセリングで話す、顧客がどう変化していったか成功ストーリー集を作るetc..)

Q.顧客が次回、その成果の段階からゲームを再開するための工夫はあるか？(例：次回の予約はいつにしますか？/早割/初回のみハガキ/再来店促進のクーポンetc…)

■プライシング（客単価設計）

Q.自社の商品サービスの価格は一般相場以上になっているか？なっていない場合は、相場価格まで本日中に引き上げましょう

(例：忙しいのに利益が全く出ていない場合は、1.3倍～2倍の値上げが必要でしょう)

Q.どの程度の価格で販売できる商品サービスがあるのが理想的か？

Q.その価格で販売できる収益化商品があるか？ない場合は以下から作っていきましょう。

■収益化商品・収益安定化商品を作る（客単価設計2）

Q.顧客があなたの商品サービス作品を買う前に、必要になるもの、コトはなんですか？

(例：前・自宅でカラーができるカラー剤、オススメのお店ややり方の情報)

Q.顧客があなたの商品サービス作品の購入後に必要になるもの、コトはなんですか？

(例：後・お手入れ方法・施術後に効果的なシャンプーなど)

Q.それらをストーリーの前後に設置しましょう。

Q.自分のコアの価値を『モノ化 or サービス化』できないか？
(例：当店オリジナルのヘアケアグッズ)

Q.自分のコアの価値を『バンドル化』できないか？
(例：お手入れ3点セット、ヘアエステ特別コース)

Q.自分のコアの価値を『代行化』できないか？
(例：面倒な〇〇代行サービス)

Q.自分のコアの価値を『教育化』できないか？
(例：〇〇教室、〇〇セミナーetc…)

Q.自分のコアの価値を『デジタルコンテンツ化』できないか？
(例：PDF、音声、動画、写真、etc…)

Q.自分のコアの価値を『マッチング化』できないか？
(例：〇〇紹介サービス、仲介、自社ニュースレターに広告掲載etc..)

Q.自分のコアの価値を定期販売、会員制にできないか？
(例：今月の〇〇、消耗品の定期購入、オンラインサロンetc..)

Q.自分のコアの価値を同業他社に提供できないか？
(例：卸売、同業者向けコンサル、ツール販売、セミナーetc..)

Marketing

マーケティング設計

Q.適切なマーケット（どんな悩み欲求を持った誰に対して）

イノベーション設計、ポジショニング設計、商品設計で出た「対象者（優良顧客と彼らの購買動機）」をもう一度明確にしましょう。

（例：「欲求：髪を明るく染めたいけれど」「課題：他店でヘアカラーに失敗して苦しんでいる」「人物像：30代～40代の〇〇にお住いの主婦」）

（例：「欲求：子供に手に職をつけさせたいからパソコンのプログラムを勉強させたい」「課題：楽しく通えないと続かない」「人物像：全国の中高生の子を持つ40代の親」）

Q.適切なメディア（見込客が利用しているどの媒体を通して）

彼らはどの媒体を通じてあなたを知ったでしょうか？また、彼らと同じ顧客層は、どういう媒体に接しているでしょうか？

（例：フリーペーパーの〇〇、新聞折込チラシ、ライン、スマホ検索）

（例：全国のためネット検索が主）

Q.適切なメッセージ（どんなメッセージ・オファーを伝えれば見込み客の共感を得られるか？）

商品名・キャッチコピー・オファー、を使って、メッセージを構築する

（例：〇〇人が利用している当店一番人気のヘアカラー〇〇が初回限定『半額』）

（例：遊んで学べる中高生向けサマーキャンプ型プログラミング教室、期間限定募集）

マーケティング構築アクションステップ

■マーケティング構築＜オフライン編＞

【集客の仕組みを作る】

- 1) 優良顧客の購買動機リサーチに基づいて、既存の広告訴求の内容を変える
- 2) ポジショニングと集客用商品のオファーに基づいて新規チラシを作る
- 3) 置きチラシを様々な場所に設置する

【リピートの仕組みを作る】

- 1) アンケートを取る
- 2) 信頼関係構築ツール・予約動線を作る
- 3) 世界観に基づいたカタログ・パンフレットを作る
- 4) 初回の手紙を作る
- 5) ニュースレターを作る
- 6) 休眠客向けDMを作る
- 7) 紹介ツールを作る

【自己紹介を作る】

- 1) 商品サービス名・キャッチフレーズ（例：〇〇というサービスを提供している〇〇です）
- 2) ビフォーアフター（例：〇〇な人が〇〇になって、〇〇を手に入れていくためのサービス・プロジェクトです）
- 3) メソッド（例：具体的には〇〇という物を使ってサービスを提供しています）
- 4) 理由。他者との違い（例：こんな実績があり、その経験があるため。or 通常は〇〇ですが、〇〇というボトルネックがあります、しかし、そのネックを解消する魔法のアイデア〇〇を取り入れているために実現可能なんです。）
- 5) まずどういう行動をすべきか（例：その場で無料診断いたします/〇〇と検索して私のサイトを見てメルマガに登録してください）

■マーケティング構築<オンライン編>

Q. 「対象者」がネット検索しているキーワードを想定し、キーワード利用回数を調査する
<https://adwords.google.co.jp/KeywordPlanner>

【無料メディアを作る】

- ・wordpressを作る
 - 1) サーバを借り、独自ドメインを取得しwordpressをインストールする
 - 2) ポジショニングに沿ったタイトルをつける
 - 3) キーワード、世界観プレゼンに沿った価値観をひっくり返す記事を書き続ける
 - 4) 自分のソーシャルで記事をシェアする
 - 5) シェアと検索流入でアクセスを増やす
 - 6) 全ての記事から見込み客獲得システムへ誘導する

- ・アメブロを作る
 - 1) ポジショニングに沿ったタイトルをつける
 - 2) キーワード、世界観プレゼンに沿った価値観をひっくり返す記事を書き続ける
 - 3) SNS集客ツールでアクセスを増やす
 - 4) 全ての記事の最下部から見込み客獲得システムへ誘導する

- ・SNSを作る
 - 1) facebookページなどを用意する
 - 2) ブログにfacebookページのいいねボタンを設置する
 - 3) そのfbページで自分の記事をシェアして、いいねしてくれた人へ更新情報をお知らせする

【見込み客獲得の仕組みを作る】

- ・メルマガを企画する
 - 1) ポジショニングに沿ったタイトルとキャッチコピーを作る (〇〇する方法)
 - 2) 登録後に渡す、無料コンテンツ (メリット) を作る (pdf、ビデオなど)
 - 3) ステップメールの原稿を8通程度、作る
 - 4) 間に購買動機調査のアンケートを入れる、コンテンツのプレゼントを用意する
 - 5) 最後に商品や、無料面談などの初回のオファーを入れる
 - 6) メルマガ登録ページを作る
 - 7) 上記のページへ無料媒体、トップページ、有料広告から誘導する

【顧客転換の仕組みを作る】

・販売ページを作る

- 1) アンケートで一番多い意見を元に商品設計をする
- 2) PASONAで原稿を書く、限定、緊急性
- 3) ペライチなどでランディングページを作る
- 4) ステップメールからこのページへ誘導する

※リード獲得目的のお試し商品ならば、ここにいきなり広告を投入して良い

【集客の仕組みを作る】

・集客動線を作る

- 1) SEO対策する→キーワード調査のワードを入れた記事を書く
- 2) 記事をシェアしてもらおう→主に刺さる記事を書くことのみ
- 3) 無料ブログは集客ツールを使う
- 4) ソーシャル広告→fb広告などからランディングページへ誘導
- 5) リスティング広告→キーワード調査のワードで出稿する

6) 基本的に集客は、顧客獲得コストがいくらなのか？というだけなので、売れなければ集客以前の問題に立ち返ること。色々試して低予算で集まる手段を持つておくこと（無料媒体が育てば全体の獲得コストも下がる）

<ツール紹介>

以下のツールを導入しないならWEBで売上を上げることは諦めてください（笑）必須です

■キーワードプランナー

https://ads.google.com/intl/ja_jp/home/tools/keyword-planner/

↑まずはマーケットリサーチしましょう

■エックスサーバー

<https://www.xserver.ne.jp>

↑超簡単にWordPressが自動インストールできます。

■杉村が使っているWordPressのテンプレート

https://sugimuratakashi.com/wp_template/

↑テーマを買ってWordPressにインストールすれば最初からSEO対策も、デザインもされていて簡単です。

■無料写真素材

<https://pixabay.com/ja/>

↑WordPressでの情報発信には写真は欠かせません。

■無料ロゴデザイン

<https://logo-maker.stores.jp>

↑サイトに無料でロゴマークをつけられます。他にもいろいろあるので探してください

■杉村が使っているSNS集客ツール

<https://ci-s.net/amebaking2/>（アメブロ）

↑アメブロで集客するのはしっかりとした世界観のブログを作って、対象者を集客ツールを使って呼び込むことです。手動では絶対に続きませんが、ツールなら放っておいてもアクセスを集めてくれます。3ヶ月も毎日動かすと読者がかなり増えます。

■杉村が使っているメール配信ツール

<https://www.jidoumail.com>

↑メール配信ツールはビジネスに必須アイテムです。利益が出てない人は顧客リストを持たずに、メールの重要性を理解していない人だけだと思います。持っていないならすぐに登録しましょう。めちゃくちゃ安く、マーケティングを熟知した人が考えられた機能がサポートしてくれます。

■杉村が使っているLP作成ツール

<https://peraichi.com>

↑噂のペライチ。すごいです。LP作るのに、30万はかかりますが、これは無料です。これで1時間で、すごいちゃんとしたページができて、すぐに申し込みの受付が開始できます。

そして、このページをfacebook広告で宣伝すれば、一気にリストが取れますし、上記のステップメールのメール内に差し込めば、自動で販売できてしまいます。WordPressで自力でLP作れる人は不要です。