

本書はシステムアフィリエイトプロジェクト特別特典です
二次配布の禁止は固く禁じております

「売れる」商材とターゲットが
サクッと決まる！

もう迷わない！ゼロからはじめる
情報発信の方向性を決める
3ステップ

実績ゼロの主婦が
情報商材販売者になれた理由

作成者:佐竹
<https://cwrst.com/>



● はじめに

【推奨環境】

このレポート上に書かれているURLはクリックできます。できない場合は最新のAdobeReaderをダウンロードしてください。（無料）

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。

下記の点にご注意戴きご利用ください。

このレポートの著作権は●あなたのお名前に属します。

著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。このレポートの開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。

このレポートは秘匿性が高いものであるため、著作権者の許可なく、この商材の全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを手にとっていただき、誠にありがとうございます。



はじめまして、佐竹と申します。

ブログとメルマガを組み合わせた仕組みを作り、
自社情報商材を販売している二児の母です。

メルマガを始める前は

- ・まともな情報商材を買った経験がない
- ・アフィリエイトをまともに実践した経験なし
- ・アドセンスブログを3か月で飽きて放置

という、場違い感満載の主婦でした。

ところが…

実績ゼロの状態から半年で情報商材の販売をスタートし、
初セールスで108,000円の収入を得ることができました。

なぜ、私がこんな仕組みを構築することができたのか？

無料レポートって何？Googleアルゴリズムって何？レベルの私が
なぜ情報商材開発、メルマガセールスで結果を出すことができたのか？

私が実績ゼロから商材販売者として収入を得られるようになった理由。

それは…

「方向性」を明確に設定したからです。

方向性とは、ビジネスの設計図です。

- ・誰に
- ・何を
- ・どうやって
- ・なぜ売なのか？

佐竹はこの「方向性」を情報発信の仕組みを作る前、一番最初に決めました。

一番最初にこれを決めたことで…

- メルマガを書く前からターゲットの気持ちが分かる
- 提供すべき商材が明確なので、自社商品を簡単に作ることができる
- 設計図に沿って作業するので、作業ペースが落ちない

という、

「あとはやるだけ」

で稼げる状態が出来上がったのです。

方向性というレールが敷いてあるので、あとはアクセルを踏むだけでOK！
迷うことなく進めます。

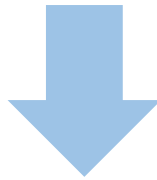
このレポートではそんな方向性を詳しく解説し、あなたにも一歩踏み出して
いただけるノウハウを詰め込みました。

- 方向性とは何か？
- 自分に合った情報発信のジャンルを引き出すワーク
- 超具体的な方向性の決め方手順
- 【実録】佐竹が決めた方向性
- 方向性から決めた仕組みの全て

佐竹がゼロから一歩踏み出したノウハウを、包み隠さず公開します。

方向性を決める前

- 何を情報発信したらいいかわからない…
- 何から作業を始めたらいいいかわからない…
- 作業の途中で手が止まってしまう…
- 何がしたいかわからなくなって迷子



方向性を決めた後

- 自分の進むべき方向性がわかる
- ターゲットが明確になる
- ターゲットに「売れる」ものがわかる
- 作業が止まらなくなる
- 軸がぶれない

あなたの情報発信の元となる「方向性」…

一緒に決めていきましょう♪

● 方向性とは？

ネットビジネスにだけでなく、全てのビジネスで成功するには

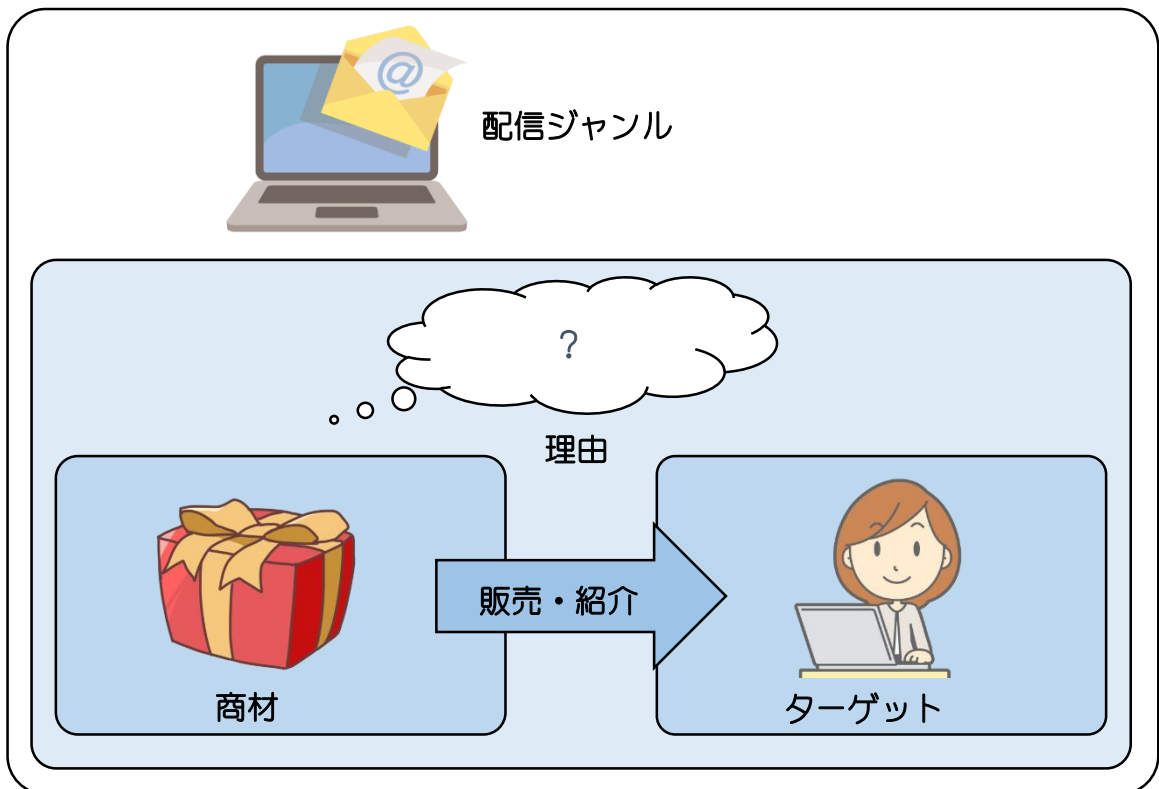
「方向性」を決める必要があります。

ビジョンやミッションとも呼ばれ、

- ・ 誰に何を提供するか
- ・ どんな思いを持って消費者と向かい合うのか

を明確にすることで、読者との信頼関係を得られるようになります。

以下に方向性を図解で示しました。





配信ジャンル

まずは発信ジャンルを決めます。
興味関心を元に、大まかな方向性を決めていきましょう。



商材

あなたが提供する商品やサービスです。
世の中には星の数ほどの商品やサービスがありますが、
あなたはそこから「売れる商材」を見つけなければ
いけません。



ターゲット

あなたが商品を買う相手である「お客様」です。
ここが明確になっていないと、お客さんがいない、
全く売れない状態になってしまいます。

理由



商材をターゲットに売るのはなぜか？
なぜ売りたいのか？
理由がなければ人は動きません。
理由がなければ作業の手が止まります。
4つの軸の中でも一番大切なものがこの理由です。

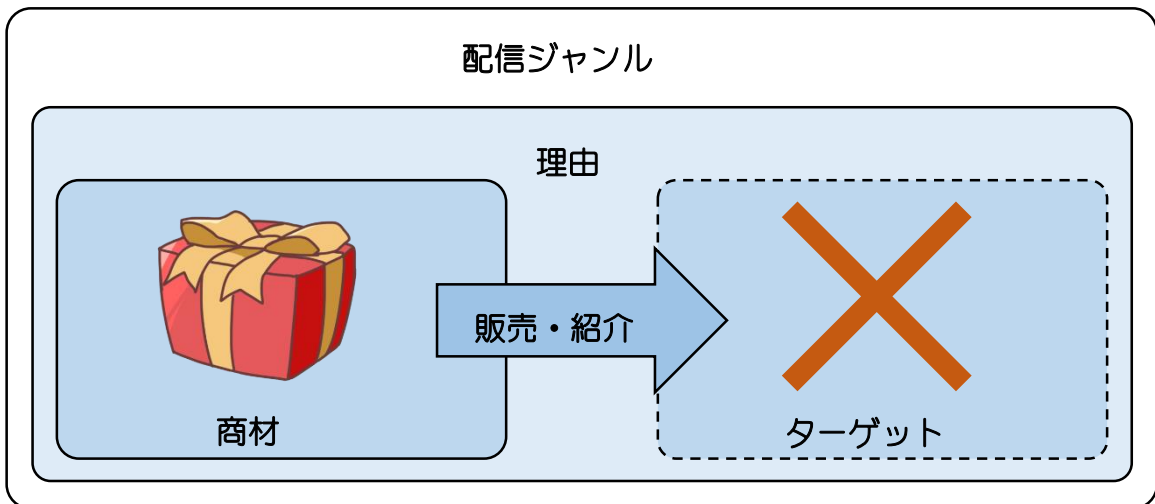
● 稼げるかどうかの決め手は方向性

方向性が決まらないと、作業を進めても稼げません。

稼げない理由①ターゲット設定ミス

ふと思い浮かんだだけの間違ったターゲット像では、実際のターゲットとずれてしまいます。

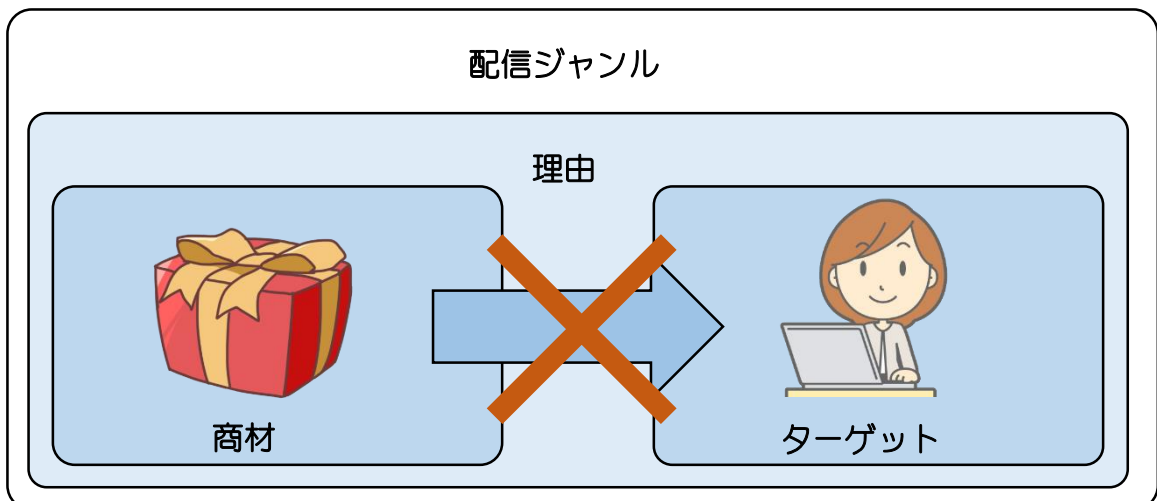
商材を売ろうとしても「お客さんがいない」状態になってしまいます。



稼げない理由②商材が魅力的ではない

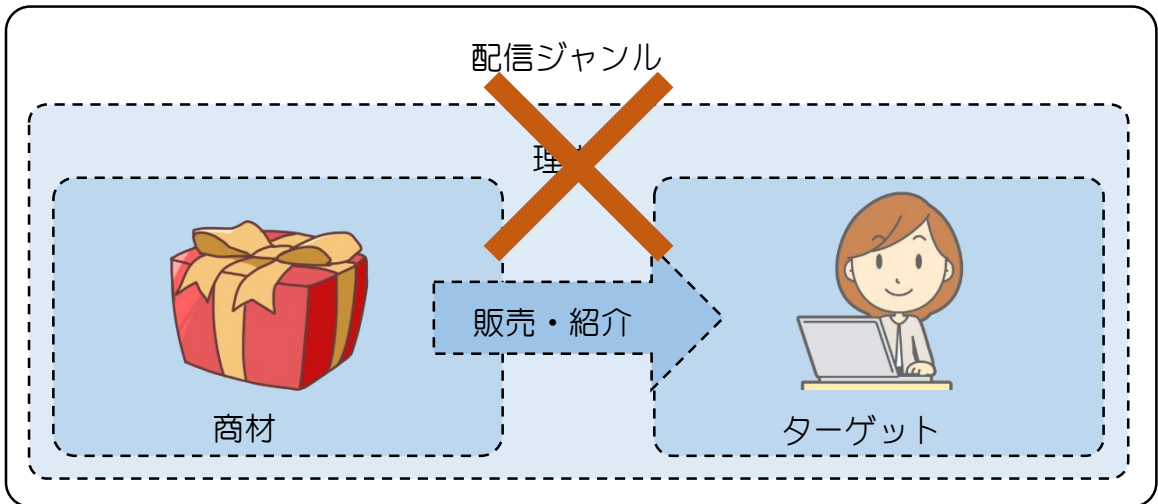
ターゲットが明確になっていても、オススメする商材が魅力的ではなかったら売れません。

商材の事がよく分かっていないままオススメするとターゲットに不信感を与えてしまいます。

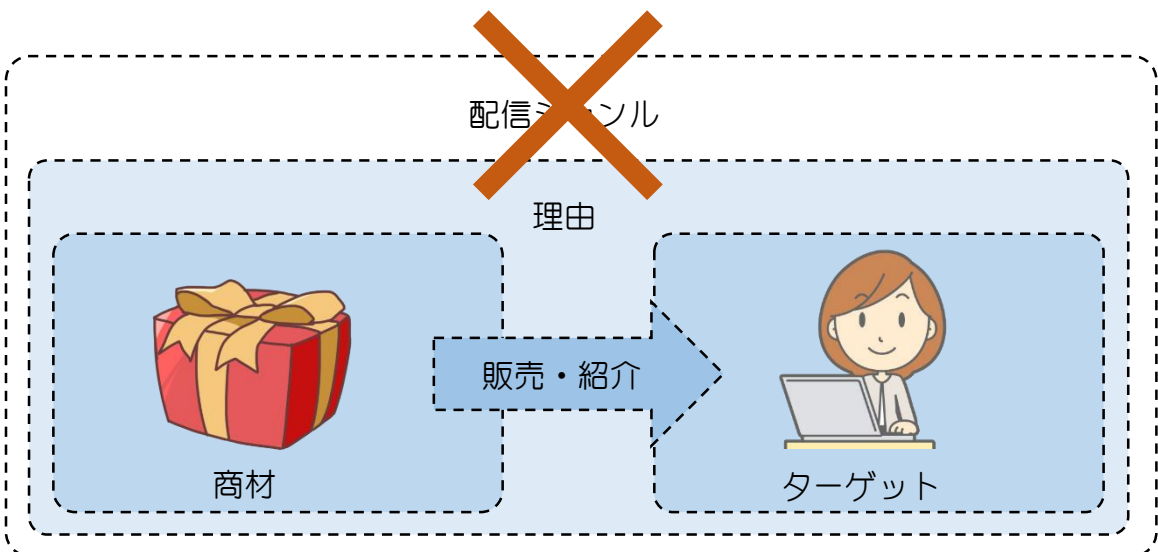


稼げない理由③軸がぶれる

商材をターゲットにオススメする理由が明確でないと、商材とターゲットがマッチングせずに売れません。



そもそも配信ジャンルが明確になっていないと、やりたいことが何だったのか、あいまいになってしまい全ての作業が滞ってしまいます。



① 方向性を決める手順

方向性を決めるために、以下の①～③の手順を進めていきます。

①興味関心を書き出す

方向性を決めるために、まずは興味関心を書き出します。
ここで出たアイデアを元に、おおまかな方向性を決めていきます。

②ターゲットと商材を決める

商材とターゲットの案出し、候補を絞り、検証していきます。

③理由を明確にする

商材とターゲットをマッチングし、オススメする理由を明確にします。

情報発信の方向性が決まる

- ・ 情報発信をするターゲットが決まる
- ・ セールスする商材が決まる
- ・ オススメする理由が明確になり、発信がぶれない

方向性を決めていくにあたり、些細なことでも思いついたことはどんどんメモしていきましょう。

方向性を考えていく過程は、その後のセールスにも大いに役立ちます。

商材を深掘りしていく過程はレビューやコンテンツ作成に使えますし、ターゲットを深掘りしていく過程は、そのまま訴求に使えます。

方向性さえ決まれば、ステップメールは
すぐに書けますよー！



● 興味関心を書き出す

まずは4つの軸を決める前に、自分の興味関心や、自分の強みを整理していきましょう。

思いつかない…という方も多いと思うので、以下にワークをご用意しました。



興味関心を探るワーク①

以下の項目を最低でも10個以上書き出してみましょう

- 問1) 好きなこと、得意なこと
- 問2) 興味のあること、これからやってみたいこと
- 問3) これまでの仕事や人生で得た実績や成果
- 問4) 過去に悩んでいたが解決できたこと、できるようになったこと
- 問5) 人から良く褒められること
- 問6) 何の制約も無かったらやりたいこと



興味関心を探るワーク②

これまでの体験や経歴を時系列で書き出してみましょう。

- ～小学生時代
- 中学高校時代
- 大学時代
- 社会人時代～

複数の項目で重複している内容があったら、それが方向性のヒントです。
そこから取り組むジャンルを考えます。

例1)



興味関心を探るワーク①

問1) 好きなこと、得意なこと

掃除、家事を早く終わらせること

興味関心を探るワーク②

社会人時代～

結婚出産後は専業主婦になる

ポイントサイトでお小遣い稼ぎをする

案1・主婦向けに毎日の家事を活かしたアドセンスサイトや、
アフィリエイトに挑戦して、それを情報発信したら？

⇒稼ぐ系の情報発信

案2・家事を早く終わらせることを活かして、時間管理術を商材にしたら？

⇒コンサル系の情報発信

例2)



興味関心を探るワーク①

問3) これまでの仕事や人生で得た実績

アフィリエイトで月1万円

興味関心を探るワーク①

問4) 過去に悩んでいたが解決できたことや、
できるようになったこと

ノウハウコレクターで商材に50万以上

つぎ込んだが、稼げるようになってきた。

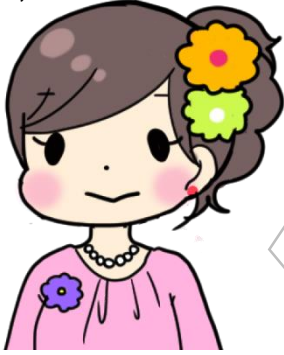
案1・ノウハウコレクターの経験を生かして、アフィリエイトを
知らない人や稼げない人へ情報発信をしていけるかも。

⇒稼ぐ系の情報発信

案2・過去に購入した商材の良いところや悪いところを参考に、
商材を見分ける指南書ができそう。

⇒稼ぐ系の情報発信

例3)



興味関心を探るワーク①

問1) 好きなこと、得意なこと

恋愛の話

問5) 人から良く褒められること

恋愛相談で聞き上手だとよく言われる

問3) これまでの仕事や人生で得た実績

コーチングの資格を取得

興味関心を探るワーク②

社会人時代～

美容や心理学など学び、自分を磨く

仲が悪かった夫とよりが戻る

案1・コーチングやコミュニケーションスキルを生かして
夫婦仲で悩む人たちへアドバイスをしたら？

⇒恋愛系の情報発信

誰に何を提供するかというところは、今はぼんやりしていても大丈夫。
今はまだアイデア出しをするきっかけになるタネを書き出していく段階
です。

この興味関心をしっかりと書き出しておくことで、4つの軸を決める以外
にも、特典作成やブログ記事のネタなどいろいろなことに使えます。

軸が決まった後も定期的に興味関心を書き出して自分の棚卸しをするこ
とで、新たなアイデアが浮かびます。

定期的にやってみましょう。

【実録】佐竹が決めた方向性①

実際に佐竹が方向性を決めた過程で考えた「興味関心」の案をご紹介します。

案1・デザインの仕事をしていた経験
絵を描くのが好き

⇒デザイン系の情報発信

案2・アフィリエイト、アドセンスの経験
お金を稼ぐことが好き

⇒稼ぐ系の情報発信

案3・クラウドソーシングサイトでライターをしていた経験

⇒稼ぐ系の情報発信

この3案で考え、稼ぐ系の情報発信に決めました。
この段階では、まだ商材やターゲットはぼんやり
としか見えていませんでした。



● 商材決め① リサーチ

大まかな方向性とジャンルが決まったら、商材を決めていきます。

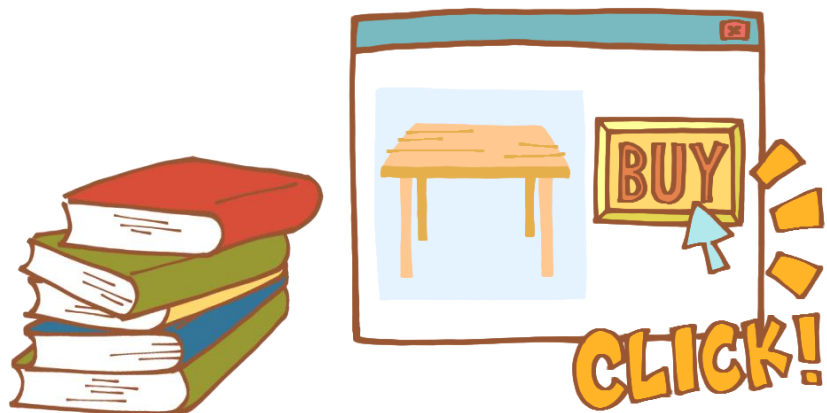
まずはリサーチ

決めたジャンルに関する商材を、幅広くリサーチします。

例) 稼げる系商材

- ・ 情報商材（アフィリエイト・転売・仮想通貨）
- ・ 投資信託
- ・ 株やFx
- ・ アルバイトととして働く
- ・ 正社員として働く
- ・ 職業訓練所
- ・ 起業支援サービス
- ・ アフィリエイトについて書かれている書籍
- ・ 不動産投資
- ・ ポイントサイト
- ・ クラウドソーシングサイト
- ・ ココナラ
- ・ 資格取得ができる通信教育

市販されている商品、webサービス、書籍、教育機関など、思いつく限り挙げてみましょう。



● 商材決め② 候補選び

リサーチで書き出した商材の中から、候補を選んでいきます。
候補を選ぶ基準は以下です。

買ってよかったもの

自分が購入して良かったもの、効果を感じられたもの、便利だったものを商材として扱うのが一番王道です。
情報商材であれば、自分が実践して実際に稼げたことで再現性も証明され、おすすめしやすくなります。

自信を持ってオススメできるもの

まだ購入したことはないが、良さそうなもの、効果があると評判の商品を商材にする方法もあります。
権威のある人がおすすめしていたり、効果数値がはっきりと表れているものなどは、紹介しやすいです。

愛着のあるもの、好きなもの

思い入れのあるものは、おすすめするときにも感情を込めやすく、相手の心を動かしやすいものになります。

自分のスキル

自分の持っているスキルや知識を販売する、新たに商材を作ったりコンサルを作っていく方法です。
実際に提供できるかどうかは置いておいて、こんな商材あったらいいなという案でも箇条書きにしてみましょう。
特典を作るときにこのアイデアが役に立ちます。

● 商材決めー③ 理解を深める

商材の候補がいくつか出たら、その商材の特徴や、どんな問題を改善できるのかを考えます。

- ・ 特長
- ・ 良い点
- ・ 悪い点
- ・ 向いている人
- ・ 向いていない人
- ・ どんな問題が解決できるのか
など

候補の特徴が書き出せたら、リサーチで書き出した商材リストと比べてどんなところがおすすめなのかを比べてみましょう。

他にも

- ・ 実際に購入した人のレビューを見る
- ・ 実践する
- ・ 販売ページを熟読する
- ・ 販売者に質問する

など、思いつく限りのことをやってみるとセールスのヒントにもなります。

稼ぐ系の情報商材であれば、教材通りに進めて稼げるようになってみる。ダイエット、恋愛、他ジャンルでも同じように商材を購入して手に取ってみましょう。

その際には、実践内容のメモだけではなく、商材を手に入るまでの経緯なども細かくメモを取っておきます。

サイトやブログでレビュー記事を書くときに役立ちます。

メモは時系列に沿って書いておくとそのまま実践記録としてブログや情報発信に役立ちます。

メモする内容一例

- ・実際にやったこと、やった理由
- ・やらなかったことの、やらなかった理由
- ・実践前に準備したこと
- ・実践前と後の比較
- ・あらかじめ知りたかった内容
- ・やることの順番
- ・かかった時間

など

以下の3つの問いに答えられるようになるのが理想です。

01 その商材を一言で言うと？

02 その商材がほかの商品に真似できないことは？

03 その商材が提供できる価値は？

【実録】佐竹が決めた方向性②

実際に佐竹が方向性を決めた過程で考えた「商材案」をご紹介します。

リサーチで調べた稼ぐ系商材

- ・アドセンス情報商材
- ・アフィリエイト情報商材
- ・ポイントサイト
- ・ライティング情報商材
- ・ユーキャンなどの稼げる資格
- ・投資信託
- ・書籍
- ・自社商材（自分で教材を作成）

候補商材

①アドセンス情報商材

特徴

- ・アドセンスを知っている人向け
- ・サーバーやドメインなど、知らない人からしたらハードルが高い

②ライティング情報商材

特徴

- ・セールス全般に応用できるかも
- ・イメージしにくい

③ライター情報商材（自分で教材を作成）

特徴

- ・クラウドソーシングサイトを利用した稼ぐノウハウ
- ・自分で作成するので、内容は自分次第

まだまだぼんやりしていますが、少しずつ自分のやりたいことが見えてきた気がします。
自分の求める商材がなかったので、自作しようか悩んでいました。



● ターゲットを決めるー① ターゲットとは？

記事を書くのにも、サイトを作るのにも、アフィリエイトをするのにも、ネットビジネスだけではなく全てのビジネスに総じて必要なものは「ターゲット決め」です。

ターゲットが決まっていないと…

買ってくれる人がわからない
↓
見当違いのセールスしかできない
↓
売れない

ターゲットが決まっていると…

買ってくれる人の事が想像できている
↓
買ってくれる人の悩みを解決する方法を提案できる
↓
売れる

例えば…

レストランにカレーを食べに行く人をターゲットとします。
あなたはレストランのオーナーです。どうしましょうか？

- ①すぐにカレーを提供する
- ②今からじっくりコトコト2時間かけてカレーを煮込んで提供する

①ですよね？

ターゲットは
レストランに訪れる人＝お腹が減っている

という、こんなに簡単なことでも、いざネットビジネスとなると多くの人はPC画面の向こう側のターゲットの事を忘れてしまいます。

あなたも無駄に、2時間煮込んでいませんか？

●ターゲットを決めるー① 案出し

ターゲットは、年齢性別だけではなく、その人の価値観や願望を想像して考えなければなりません。

全くのゼロから想像していくのは難しいので、ターゲットに想定しやすいヒントをご紹介します。

初心者・自分よりレベルの低い人

自分が持っているスキルや能力を生かし、初心者やレベルの低い人に提供するというターゲット案です。

過去の自分より幅広くなります。

- ・アドセンスで稼いだ実績を元に、アドセンスで稼げない人へ情報発信する
- ・海外留学の経験を生かして英語が苦手な人へ英語を教える

レベルは必ず数値化します。

例1のターゲットであるアドセンスで稼げない人であれば

- ・どのくらいの実績があるのか
100記事書いた
トレンド系の記事に挑戦したが興味が持てず書けなかった
育児系のお悩み解決記事が得意
- ・稼げないとはどの程度なのか？
月500円程度
- ・どのくらいの期間稼げないのか
1年
- ・どのくらいの知識とスキルがあるのか
ブログ運営の知識
アドセンスの基礎知識

NG例)



超初心者

初心者

中級者

上級者



具体的な要素がなにもわからない！

OK例)

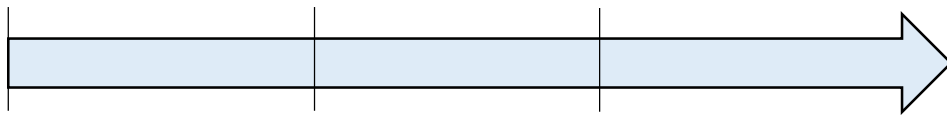


未実践

月500円

月1万円

月10万円



サイト運営している

トレンド記事挫折

ターゲット

1日1記事書くのが苦痛

毎日記事が書ける

複数サイト運営

外注化



身近な人

家族や友人はなど、身近な人を想定するのもおすすめです。
身近な人であれば実際に合って悩みや欲しいものを聞き出すこともできます。

- ・住宅ローンで苦しむ同僚に、副業を紹介
- ・出産を機に仕事を辞めてしまったママ友に、ネットビジネスを紹介

過去の自分

過去に悩んでいて、それを克服した経験から、過去の自分をターゲットにして商材を訴求します。

例)

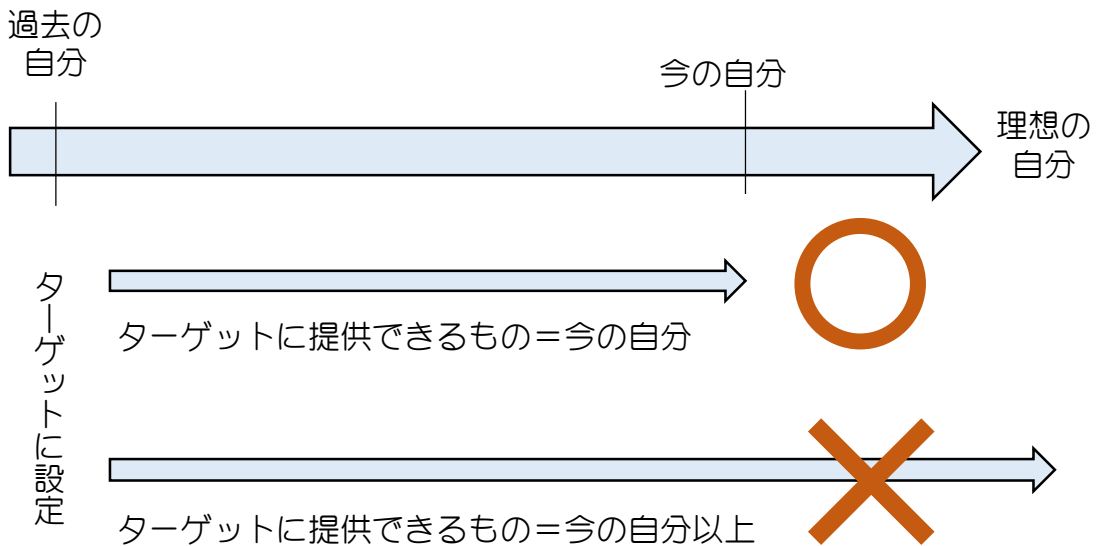
- ・何をやっても稼げない、ノウハウコレクターだった過去の自分
- ・ダイエットしてもリバウンドを繰り返し痩せられなかった過去の自分

注意点

ターゲットと自分を重ね合わせすぎてしまうと視野が狭まります。
過去の自分だからターゲットの全てがわかるわけではありません。

ターゲットは自分とは別人の他人です。
思い入れしすぎると、ターゲットに提供したいものも見誤ってしまいます。

例) ターゲットに提供できるものと自分の理想を混合してしまうとNG



● ターゲットを決めるー③ 明確にする

ターゲットがなんとなく見えてきたところで、本当にそのターゲットでいいのか検証していきましょう。

そのためには、改めてターゲットのことを知る事が大切です。

ターゲットのイメージが頭の中でできた程度では、まだターゲットが明確になってはいません。

まずはそこを自覚してください。

あなたは今、パートナー、友人、両親が誕生日プレゼントに欲しいものを明確に当てられますか？

明確に答えられる人はほとんどいません。

身近な存在の人の気持ちですら、ほとんどの人はわかっていません。

案出しの段階では「ターゲットはこんな人だろう」と思い込んでしまっている状態です。

「本当にこんなターゲットはいるのだろうか」
「ターゲットの不満や願望の元は、何なのだろうか」

これを突き詰めていきましょう。



● ターゲットを深める要素

属性

年齢・性別・年収・家族構成・職業・居住地・学歴など

「ターゲット」と聞いて一番に思いつくのがこの「属性」ではないのでしょうか。

「20代女性」「30代サラリーマン」などのことです。。

ここはあまり絞らなくても大丈夫ですが、属性を全く決めずにいると後述する他の項目をイメージしにくくなってしまうので、

「30代女性、子供あり、主婦、夫の年収は300万」

程度の属性を仮で決めておきましょう。

価値観

- ・大切に思っているものや考え
- ・生理的に受け付けないものなど

お金も大切だけれども家族が一番大切、怪しいビジネスに手は出したくないなど、どんな価値観を持っているかを考えます。

また、ターゲットの金銭感覚を知ることで「いくらなら出せるのか」がわかります。

稼ぐ系の情報商材を取り扱う場合は、どのくらい稼ぎたいのかも考えましょう。

- ・年収や月収
- ・将来必要な金額
- ・何にお金を使っているか

スキルや知識

そのジャンルでターゲットができることや知っていること

スキルや知識を考えることで、これから商材を提案するにあたりどのレベルの情報なら理解できるのか、どのレベルの商材なら理解できるのかを判断できます。

不満や願望

解決したい悩み
抱えている不満や問題点
かなえたい夢、目標

不満や願望は、一番大切な項目です。
ターゲットは、自分の不満を解消し、願望を叶えられることに一番魅力を感じます。

一番重要なことは、ターゲットの悩みや不安です。
現状の何に不満をいだいているのか、将来の不安は何か、ストレスを感じているのは何なのかを深掘りしていきましょう。

イメージしている商材の関する不安はもちろんですが、そこからさらに深掘りし、ターゲット自身も気づいていないその先ある悩みや不安を探ります。

●ターゲットへの理解を深める方法

直接会う

ターゲットを知る一番の方法は、ターゲットに近い人物と会って話を聞くことです。

知人や友人に協力してもらったり、ターゲットに近い世代が集まるイベントに足を運んでみるのもいいですね。

直接会いに行くことができない場合は人間観察をするだけでも参考になります。

通勤電車の中や、スーパーでの買い物の途中で「この人はターゲットに近いのか？」と意識して見てみましょう。



知恵袋で調べる

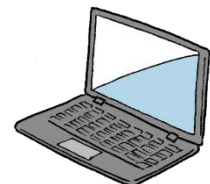
ネットでターゲットの声を拾うには、知恵袋が役に立ちます。

稼ぐ系であれば、

主婦 お小遣い稼ぎ
サラリーマン 副業 簡単
など検索をしてみると

- ・なぜお小遣い稼ぎや副業に興味を持ったのか
- ・お小遣い稼ぎや副業にどういったイメージを持っているのか
- ・どのくらいの知識やスキルを持っているのか
- ・ネットビジネスと何を比較しているのか
- ・何に不満を抱いているのか
- ・いくら稼ぎたいのか

などなど、質問から不満や願望などいろいろなことがわかります。



ターゲットの属性を変えて考えてみる

ターゲット属性を狭めすぎてしまうと、固定概念が生まれターゲットの本質が見えてきません。

主婦で子供がいるという属性だとしたら、子供という要素は本当に必要なのか？

副業サラリーマンで30代という属性だとしたら、30代という要素は必要なのか？性別が男である必要はあるか？

など、はじめに仮で決めた属性を考えなおしてみると、ターゲットに必要な最低限の属性がわかります。

また、ターゲットのパートナーはどう思うか？
逆の立場だったら、どう思うか？

など、全く違う視点から考えてみると答えが見えてくることもあります。

【実録】佐竹が決めた方向性③

実際に佐竹が方向性を決めた過程で考えた「ターゲット」をご紹介します。

属性

- ・女性、子供あり
- ・将来の子供の教育費が心配
- ・ママ友とのランチ代や子供服を買い浪費している
- ・ブログは書いたことがない
- ・子供がいることを理由にしがち
(子供がいるから旅行は無理、子供がいるから外食はファミレスなど)

まずは自分に近い状況のターゲットが思い浮かびました。

子供がいることでいろいろなことをあきらめていることを不満に感じているが、どうしたらいいかわからない…そんなイメージです。

価値観：仕事に関して

- ・結婚出産をきっかけに退職し、現在は主婦
- ・仕事はずっと事務をやっていたため、スーパーのレジ打ち、コンビニ店員等のバイトには抵抗がある
- ・子供の世話をしたいのでフルタイム勤務は無理
- ・自宅でネイルサロン経営をしている知り合いや、在宅のデザイナー職などがうらやましい
- ・特別な資格は持っていない

仕事に関して深掘りしてみました。

自分の経験にプラスして、実際に主婦の友人から話を聞いてみたり、Yahoo!知恵袋で検索した結果を参考にしています。

価値観：金銭感覚

- ・夫の給料月29万円～33万円
- ・月の食費は6万（月4回は外食）
- ・ローン返済月11万
- ・子供服は毎月3着は買う（単価3～4000円）

不満・願望：稼ぎたい理由

- ・住宅ローン返済・子供の教育費を貯めたい
（具体的にいくら、というわけではなく、漠然としたお金の不安）
- ・夫の給料ではなく、自分が自由に使えるお金が欲しい
- ・稼ぐ＝わかりやすいメリット、お金があれば諸々の不安がなくなる、
幸せになれる
- ・収入がない＝劣等感を感じる、自己肯定感が希薄
- ・月1万程度稼げたらいいなと思っている。

お金に関することをさらに深掘りしました。
収入や支出から、どんな生活をしているかイメージできます。

稼ぐ系の商材を予定していたので、ターゲットが稼ぎたい理由も深掘り。

ターゲットのイメージと自分の過去の経験から、とにかく漠然とした不安を抱いているのではないかと考えました。

お金に対してターゲットが感じているイメージやメリットも、セールス時に参考になるので考えておきましょう。



不満・願望

- ・外で働けないから今の環境では仕事はできない
(と思い込んでしまう)
- ・育児中で我慢ばかり。
やりたい事ができず愚痴ばかりになってしまう。
- ・自分のやりたいことって何？と考えるのも無意識に我慢している。
- ・収入が高いと思われる知り合いがうらやましい。ねたんでいる。
- ・漠然としたお金の不安がついて回る。お金がないと夫にネチネチ言う。
- ・夫のお金を使うことに抵抗があり、自分のことにお金を使いつらい。

不満・願望：未来について

- ・子供が小学校に入るまでに在宅で収入を得たいと思っている
(自分のお小遣い・ちょっとした貯金になる月1万円程度)
- ・小1の壁（小学校入園に際して、子供のケア等で忙しくなる時期）
を過ぎた頃にお勤めの仕事を始めたい
- ・子供の予定に合わせて収入や仕事をコントロールしたい

⇒理想の未来

- ・自分の予定に合わせて仕事量や収入をコントロールできる自由な仕事
- ・夫の収入が増える
- ・自分に自信が持てる

⇒最悪の未来

- ・夫がリストラされる
- ・住宅ローンが返せない
- ・子供の教育費が工面できず、進学をあきらめさせてしまう
- ・ずっと主婦として収入を得られず、世の中から置いていかれてしまう

ターゲットの将来・未来についてを深掘りしました。
深掘りすることで、稼ぐことで自信を取り戻したいという深層心理がある
のではないかと想像できました。

スキル知識：

知らない事、言葉：

ドメイン・サーバー・ワードプレス・商材・アドセンス・
クラウドソーシング・ライティング・せどり・マッチングサイト
HTML・見出し・キーワード
納期・外注・ネットショッピングサイトの商品登録・定型文登録
PCスペックの詳細

知っている事：

SNS全般・コピーペースト・メルマガ（購読したことがある）
ワード（文章打つだけ）・GMAIL・LINE・ネットショッピング
小児科医院のネット予約・育児全般。家事全般・子供向け番組
ネットサーフィン

言葉だけ知っていて内容は知らない、やったことがない事：

在宅ワーク・ブログ・ライター・知恵袋に投稿

ターゲットのスキルや知識を書き出しました。
セールスのときに、知らない言葉は使えません。

実際に出産を機に退職したママ友に会いに行き、
今の不満点を聞きました。
働きたい意欲はあるが、きっかけがない、自身が
ないという人が多かったです。



● 理由を明確にする

まずは、候補を出していた商材とターゲットをマッチングします。

ターゲットを深掘りしたことで、商材が合うか合わないか、オススメできるかどうかが明確になったはずです。

- ・ターゲットの不満や願望をどう解決するのか？
- ・ターゲットのスキルや知識に見合った商材か？

この段階で商材とターゲットが合わなければ、商材とターゲットをもう一度考え直します。

マッチングと同時に、

「なぜ」その商材をターゲットに売りたいのか

という「理由」を明確にしていきます。

つじつまを合わせただけの商材・ターゲット決めでは、ターゲットの心は動かさません。

理由があいまいだと、作業が進むに商材とターゲットのマッチングやつじつまが合わなくなります。

●なぜ理由① ターゲットへの思い

まずはあなたがターゲットに対する思いを、何でもいいので箇条書きしてみましょう。

- ・ターゲットに将来こうなってほしい
- ・ターゲットに将来こうなってほしくない
- ・ターゲットのどんな不満や未来を解決したいのか
- ・なぜ解決したいのか

稼ぐ系であれば

- ・どのくらい収入を増やしてほしいか
- ・増えた収入を何に使ってほしいか
- ・こんなストレスを軽減してあげたい

過去の自分に近いターゲットをイメージしている人は、自分の過去を振り返ってみます。

過去の自分と似た状況のターゲットを助けるようなイメージです。

文章化する・人に説明する

理由は一人で考えていくと行き詰ります。
文章にして、

- ・ターゲットを決めた理由
- ・商材を決めた理由
- ・なぜそのターゲットにその商材をおすすめしたいのかの理由

理由を深めるには

- ・ひたすら自問自答を繰り返す
- ・商材やターゲットの視点を変えたり深めていく

これまで紹介した内容を繰り返し考えていきます。

【実録】佐竹が決めた方向性④

実際に佐竹が方向性を決めた過程で考えた「理由」をご紹介します。

商材とターゲットのマッチング

商材：在宅ライター商材（自作）

ターゲット：方向性③のターゲットから変わらず

理由：ターゲットのネットビジネスに対する知識を考慮すると
アドセンスやアフィリエイトはハードルが高すぎる。
まずはネットでお金を稼ぐことができる第一歩を提供したい。

ターゲットに教材を合わせました。
情報商材をいちからつくることにはじめはビビッ
てましたが、ターゲットの人生を変えたい！と熱
意が勝りました。



自分の体験から…

仕事を辞めるかもしれないと考えたとき、お金の不安だけでなく精神的な不安が大きかったです。

アドセンスは数百円の収入でしたが、それだけでも収入があることの喜び・達成感を大きく感じました。

在宅ワークでは作業した分結果がすぐ出て、より実感が大きかったです。

クライアントという相手があることで社会と関わっている実感、いい意味での責任感・緊張感もありました。

⇒続く

月何十万と稼がなくても、五千円でも稼いだ経験があるだけで「いざとなったら稼げる」「何とかなる」という心の支えになります。

ターゲットが感じている、漠然としたお金の不満、我慢しているストレスを「仕事ができる」というきっかけで解決できます。

ハードルが低い在宅ワークをきっかけに、正社員の有給や待遇の重要性を感じ、本業でも働くことに意欲的になりました。

在宅ワークのきっかけがなかったら、いつまでも不満を抱えながらお勤めして、愚痴や迷惑をかけて家族や同僚を不快にさせていたと思います。

在宅ワークをおすすめする理由の根底には、漠然とした不安の解消、仕事ができないことに納得できず、周囲に不満を巻き散らかしている状況を打破させたい！という気持ちがあります。

このときの理由、思いがあったからこそ、商材を完成させることが出来ました。

今でも読み返すと当時の自分の気持ちや、ママ友たちの困っている姿を思い出す、私にとって大切なメモになりました

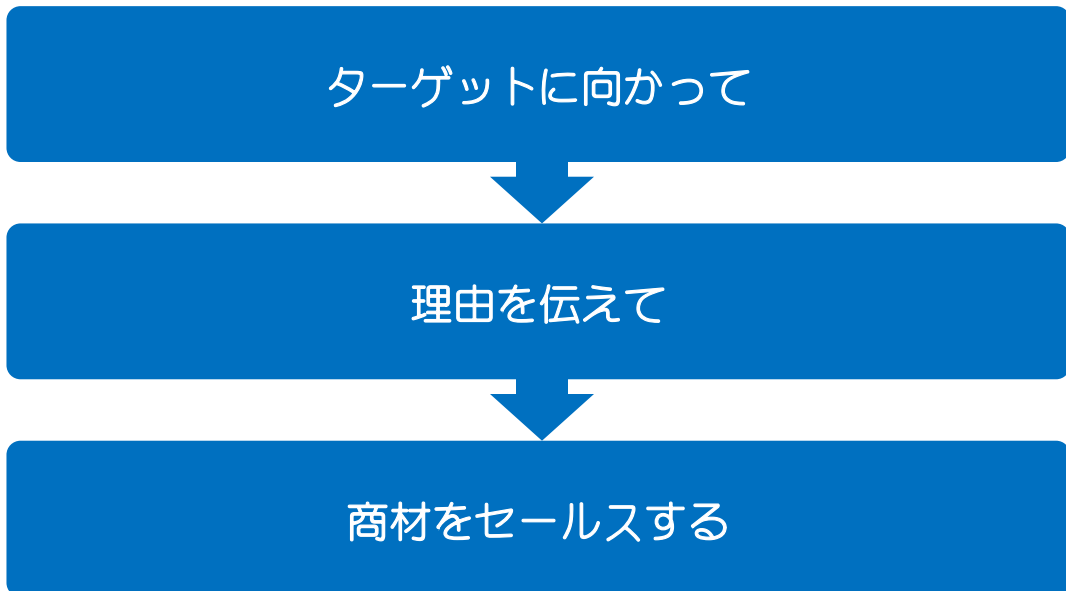


① 方向性が決まったら

これまでご紹介した

- ①興味関心を書き出す
- ②商材とターゲットを決める
- ③理由を明確にする

という3つの手順を進め、方向性が決まったら…



情報発信のステップメールでも、ブログでも、対面販売にも応用できます。

【実録】佐竹が作った仕組み

佐竹は今回決めた方向性で情報商材を開発し、メルマガを使って収益化しました。

【実録】佐竹が決めた方向性①～④でご紹介した方向性から実際に作った仕組みも全て公開します。

メルマガ

メルマガ「在宅ライターメールマガジン」

⇒<http://stknm.com/l/u/07mm>

登録するとステップメールが稼働し、方向性で決めたターゲットへ、理由を伝え、商材をセールスします。

情報商材

ゼロから在宅ライターになれる報酬サポート付マニュアル
「クラウドライターステップ」

⇒<http://stknm.com/l/u/07lp>

ネットビジネスを知らない人でも稼げる一歩を実現しました。

アフィリエイトもできますので、同じく初心者向けにセールスをしたい方はぜひお問い合わせください。

● おわりに

レポートにお付き合いいただき、本当にありがとうございました。

ただの主婦が教材を一から作り、収益を得るまでの最初の一步を踏み出せた理由は、この「方向性」に他なりません。

【実録】佐竹が決めた方向性①～④に至るまで、私は情報商材販売者になるとは、夢にも思いませんでしたが、

方向性決定後はやるべきことが明確になり、道に迷う事なく半年で仕組みを完成。

今もなおこの方向性はブレていません。

方向性を決めるこのノウハウを応用することで、さらに他にもいくつか商材開発を進めています。

まずはあなたも興味関心ワークをやってみて下さい。

- ・商材も、ターゲットも、決められない…
- ・興味関心から先に進めない…

という方へ、期間限定プチコンサルも行っています。
ワーク内容をコピーペーストして送ってください。

お申し込みはコチラから

⇒<http://stknm.com/l/u/07consulting>

あなたの方向性を待っています。

このノウハウで、収益を得るビジネスを生み出しましょう。



● メルマガについて

こちらのレポートをご請求いただいた際に、私のメルマガに代理登録させていただいております。

メルマガでは

- ・方向性を決めた後、佐竹が何をやったのか
- ・ステップメールで書いたこと、書かなかったこと
- ・読者の心を揺さぶる要素

など、情報発信に役立つノウハウを配信しています。

<https://cwrst.com/lp/mmm/>

ぜひ、今後もメルマガでお付き合い頂けましたら嬉しいです。

最後まで読んでいただき、本当にありがとうございました。



本特典作成者

- 👤 作成者名 :佐竹
- 📄 ブログ :<https://cwrst.com/>
- ✈ メルマガ :<https://cwrst.com/lp/mmm/>
- ✉ メール :satakentm@gmail.com
-