



CA マーケティングレポート 2012.10



株式会社 Catch The Web

a-works 株式会社

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>

■免責事項■

- ・本レポートは、その記載内容について保障するものではありません。
- ・本レポートの情報をご利用いただく場合、全て自己責任にてご使用いただきますようお願いいたします。
- ・本レポートに記載されている内容をご利用いただいた場合に、いかなる損害が発生したとしても、一切の責任を負いかねますのでご了承願います。

■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下さい。

本CAニュースレターの著作権は株式会社Catch The Web、a-works株式会社に属します。

著作権者の許可なく、このPDFファイル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、公開等することを禁じます。

このPDFファイル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PDFファイル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。

また、法的解決となった際には、その協議を大阪地方裁判所で行うものとします。

著者に同意を求めず、インターネット上で公開すること、知人に送ることを禁じます。

もし無断でインターネット上で公開、知人に送付した場合は一律200万円、a-works株式会社へ支払うものとします。

契約に同意できない場合は、作成者にその旨を通知し、本PDFファイルの返却と削除を求めます。

その際に返金に応じることはできませんのでご了承ください。

このPDFファイルに書かれた情報は、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PDFファイル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。

CA マーケティングレポート 2012.10

<今月号の目次>

1. あなたの人生を変えるために始めるべき3つのビジネスタイプ
2. ニッチ業界でビジネスを構築する方法
3. 売れる商品を作るためのプロダクト攻略
4. 顧客に商品売るためのマーケティング攻略
5. ビジネスで大切な時間管理のヒント
6. 今すぐ行動するためのアクションプラン
7. ビジネスを強くする人間関係の作り方

こんにちは。横山です。今月はサラリーマンが個人で起業するときに重要な話をしていきます。今の時代は不況でいくら働いても稼げないと言われていますが、インターネットの出現によって副業がしやすくなって、むしろ自由に簡単に稼ぎやすくなったと思っています。僕はアフィリエイトで副業を始めましたが、その収入が会社の給料を大きく超えたので起業しました。このように、無理のない範囲で副業を始めて、副業で収入を増やしていくという考え方が必要です。

逆にいつまでも会社の給料だけで生活しようとする、いくら頑張ってもお金は貯まらないし、努力も評価されないという辛い人生になってしまいます。みんなと同じことをしていても何も変わりませんが、副業を始めることで少しずつ人生を上向きに向けていくことができます。

今の時代は不況なのではなく、多様な働き方ができる時代なのです。考え方を改めて、副業に取り組める人だけが自由な人生を歩むことができます。第二の収入を手に入れましょう。では、今月も収入の選択肢を増やすためのヒントをあなたにお届けしていきます。

1：人生を変えるために始めるべき3つのビジネスタイプ

あなたは何を求めていますか？それは、あなたが人生に求めるものによって大きく変わってきます。他人の成功に合わせるのではなく、自分にとっての理想を追求するためにビジネスを始めましょう。

あなたがビジネスで求めているものを探すには、

- ・ なぜインターネットマーケティングに惹かれたのか
- ・ 成功したら何をしたいか

を書き出してみてください。自由や幸せなどでもいいですし、別荘や高級車などの具体的なものでもいいです。

多くの人は自由をもとめてビジネスを始めますが、途中で奇妙なことが起こります。成功して裕福になると、高級車や宝石など、モノを求めるようになります。次にそれらをもっと買うために、ビジネスをもっと大きくしようと働きます。途中で、モノは幸せにしてくれないことに気づき、また自由を求めるようになります。こんなサイクルに嵌まりやすいので、自分が書き出したリストを見て確認してください。

この悪い循環に陥らないためには、あなたの活動の本当の目的は何なのかを見極めることです。顧客が求めるものを提供し、どのくらいの収入が必要なのか、ビジネスを成功させた後にどうなっていたいのか、ビジネスが忙しくなる前に自分が望む人生のイメージを描きましょう。際限なくお金を稼ぐためにビジネスを始めるのではなく、自分が望む人生を手に入れるためにビジネスを始めましょう。

ストレスが少ないビジネスを始めるなら、やはりインターネットが適しています。費用も少なくてすみずみ、地理的な制約も少ないですからね。インターネットビジネスでああなたの理想の人生・生活を手に入れるには、3つのビジネスタイプがあります。

- ・ アフィリエイト
- ・ ニッチビジネス
- ・ コンサルティング

この3つはストレスがあまりない状態でビジネスを成長させやすいので、どれが自分に適しているかを考えるといいでしょう。

アフィリエイトが最も始めやすいと思いますが、当然ながら長所も短所もあります。長所を挙げると、資金や顧客リストなどのリソースがなくても始められることと匿名でビジネスができることです。逆に短所は、商品の値段を調整したりできなかつたり顧客の名簿が持てないことや商品の販売者からの支払を待たなければならないなどがあります。

次はニッチビジネスについてです。ニッチビジネスの長所は、商品を作るのが比較的楽なことや集客や販売を自動化できることや顧客の連絡先を集められるなどがあります。逆にニッチビジネスの短所はというと、顧客を集めるのが難しいことや良いコピーが必要になることがあります。ニッチビジネスの長所と短所を見ると、セールスコピーを書けたり書く気がある人や商品制作のアイデアがある人などが適していると思います。

最後にコンサルティングについてです。コンサルティングの長所は、利益率が高いことや余裕がある人が顧客になりやすいこと、ビジネスの維持にコストがあまりかからないことなどがあります。逆に短所は、実際に顧客と話さなければならないことや顧客のビジネスの大きな部分に関わることになることが挙げられます。コンサルティングでは何より顧客に結果を出させることが大切です。習慣を変えたりする必要があったりするので、1週間に2時間くらいは時間を確保して、電話でもいいので定期的にコンサルティングをしましょう。顧客を集めてライブウェビナーをするのもいいです。顧客を集めるには勧誘を控え、既存顧客に紹介してもらったり、無料コンサルを開いたりしましょう。

コンサルティングだけでなくニッチビジネスでもそうですが、人が欲しいのは結果です。DVDやCDやマニュアルや書籍ではありません。サービスを提供する側は、提供するものがたくさんあると良いように考えがちです。しかしDVDをたくさんもらっても、それで顧客が望む結果が出せなければ無価値です。マニュアルも、長いと全部読まれにくくなるので、顧客が結果を出させるには短い方がいいくらいです。

どんなビジネスをするにせよ、あなたは顧客からお金をもらうことになります。だからその金額にあった商品やサービスを提供しなければなりません。初めての方には商品やサービスを作るのは難しいと思われがちです。しかし商品やサービスを作る作業を細かく分けると、意外と完成するのが容易になります。

商品やサービスを作る上で最も重要なのは、顧客が欲しい物を提供することです。欲しい物を提供すれば購入してくれます。勘違いされやすいのは、あなたから見て顧客に必要だと思うものを提

供することです。もちろん顧客にとって必要で、それをまだ顧客が気づいていないことはあるでしょう。しかしそのような商品やサービスは売れにくいです。顧客が欲しがっていて、かつ顧客が望む結果が出るものを提供しよう心がけましょう。

商品やサービスを作る際は、簡単な絵を描きましょう。横に1本線を引き、右端をスタート、左端をゴールとします。その間に、やるべきことを細分化して配置します。例えばこんな感じです。

- ・ マーケット調査
- ・ そのマーケットで人が購入したくなるものを探す
- ・ どのくらいの人が購入しそうか、どれくらいの価格にできそうか調べる
- ・ その商品やサービスについてのサイトを作る
- ・ オプトインページを作る
- ・ セールスレターを書く
- ・ トラフィックを呼び込む

このような流れです。作る商品やサービスや対象顧客などによって異なるので、何をすべきか自分で考えましょう。商品等を自分で作るのではなくコンサルティングをするなら、結果が出るようにこれらの作業を顧客に教えて、週1回くらいでコンサルしながら詳細を決めていきましょう。

コンサルティングにおいては、トラフィックはそれほどいりません。少数であってもターゲット層の人を呼び込むことが大切です。ターゲットをしぼり、強いニーズがある人を呼び込むだけで十分です。またターゲットを絞るほどトラフィックにかかるコストは低くなる傾向があります。トラフィックを呼び込む前に、セールスの準備をしておきましょう。

コンサルティングの集客では、無料レポートでの集客はあまり適していません。無料レポートからリストを構築するやり方は、たくさんの人を集めてたくさん売るタイプのビジネスです。コンサルティングは基本1対1です。その人専用にメッセージを書いたり、プログラムを作ったりして、顧客が望む結果を手に入れます。

コンサルティングは信用が大切です。信頼関係がなければコンサルティング業務は発生しません。助けてくれると思うから依頼するわけです。だから助けを求めている人を探し、その人に対して、あなたはその人を助けられることをデモしたり証明すれば良いのです。売り込まなくて良いです。

コンサルティングは従来のマーケティングやセールスとは少し異なります。

コンサルタントが集めるべき顧客は、以下の条件を満たしている人です。

- ・ 問題があり、解決策を探している人
- ・ 解決のモチベーションがある人
- ・ 解決にお金を払う気がある人
- ・ 解決策を実行する気がある人

コンサルティングの集客のコツ

- ・ どんな問題を解決できるのかを前面に出す
- ・ 客観的なデータ、公式の統計データなどを使う
- ・ これまで使っていた方法がダメになったら、素直にそのことを伝え、より良い方法に変えること
- ・ 顧客に必要な解決策をオファーすること

全体的な流れを言うと、助けを求めているターゲットに対してウェビナーを開催し、顧客にある程度の結果を出させ、もっと大きな結果が欲しい人を顧客にするのが基本となります。無料や低料金のウェビナーで結果が出せれば、売り込まなくても顧客は自然と次の商品が欲しくなります。

顧客に結果を出させる無料ウェビナーの構成

- ・ ウェビナーの目的と対象についての説明
- ・ そのセミナーでどこからどこへ行けるのか
- ・ 参加者が抱えている問題の確認
- ・ 問題が解決されたらどうなるか、その未来のイメージ
- ・ 問題解決に到達するためのステップを説明する
- ・ 問題解決に使えるツールや考え方を紹介する

- ・ いくつか問題解決を実演する
- ・ もっと高度な商品やサービスやコンサルティングなどを最後に紹介する

注意すべきは、ウェビナー中でセールスしすぎないことです。「こんな結果が欲しい人は参加してください」「早く参加を決めてくれた方にはディスカウントします」くらいがいいです。

一番稼げるのは、商品販売です。商品制作に時間がかかりますし、プロモーションを準備したり先行の無料コンテンツを作ったり大変です。制作費やアフィリエイトへの支払いで手元に残るのは30%くらいかもしれません。しかし上手くいったら、1日で1000人以上の顧客を手に入れることもできます。

2: ニッチ業界でビジネスを構築する方法

正しいニッチを見極め、1 からビジネスを作っていく方法について学んでいきます。

1. 成功する確率が高いニッチの見分け方
2. 顧客になりえる人達と話し、そのニッチが良いものかテストする方法

ニッチ戦略のマインドセット 1:

- ・ ニッチはあなたが選ぶものではないし、あなたが求めるものでもない
- ・ ニッチは顧客が決めるもの
 - ニッチとは顧客の望みを叶えるのを邪魔している障害であり、あなたが顧客の欲しがっている物を獲得させる方法のこと

ニッチ戦略のマインドセット 2:

- ・ ニッチは商品やサービスを基本に考えるのではなく、顧客が求めている願望をベースに考えるべき
- ・ エビンは商品を作るとき、以下の点に注意します
 - 顧客のモチベーションを上げるか
 - 顧客を行動させるか
 - 顧客の不満や恐れや望みや希望に対応しているか
- ・ 顧客のニーズを理解していれば成功できる
- ・ 新規事業や商品を作るときは、満たしていないニーズを探すこと
 - ターゲットのグループが何を求めているかを探り、彼らの望みを叶えよう
 - マーケットを探すというより、人が恐れていることや願いを探そう
- ・ 顧客を中心にビジネスを考えよう
 - あなたの顧客は誰ですか？
 - あなたの顧客の望みは何ですか？
 - 顧客の望みを叶えさせるには何が必要ですか？
 - 顧客が望みを叶えるよう行動させるには？
- ・ あなたの顧客が興味あるのは、あなたの商品やサービスではありません
- ・ 顧客が興味あるのは、どうしたら彼ら自身の願いが叶うか、です

ニッチ戦略のマインドセット 3:

- ・ ニッチとは、誰かが選ぶものではありません
- ・ ニッチとは顧客の心の中にあるものです
 - 人の中にある、満たされないニーズを発見しましょう
 - 顧客自身が気づいてないかもしれませんし、顧客が口にするとは異なるかもしれません
 - 顧客の中にある本当のニッチを探しましょう
- ・ ニッチビジネスの例
 - ビジネス:「デート相手を2倍にする方法」の教材販売
 - ◇ 一番安いのは30ドルで、一番高いのはトレーニング付で1万ドル
 - ◇ このビジネスで1000万ドル以上の売り上げ
 - ビジネスの教材販売
 - ◇ ビジネスの作り方を教えるオンライン講座で、1ヶ月500~1000ドル
 - ◇ 300万ドル以上の売り上げ
 - ◇ 多くの人がビジネスを大きくする方法(情報)を求めていることに気づく
 - ◇ 顧客に情報ビジネスに興味あるかニーズ調査をして、商品を立ち上げる
 - ◇ さらに顧客に情報ビジネスをする上で何が怖い、何が不満かなどを調査する
 - ◇ 顧客は時間管理や生産性についての不満を持っていたので、それらに対処するコンテンツを作る
 - ◇ その後も顧客の不満などを調査してはボーナス特典として配信したり、新規ビジネスに使ったりする

ニッチを見つけてビジネスを始めたいなら、自分で探すのではなく、人に何を求めているか質問しよう。

- ・ 人はどんなことに強い不満を持っているだろうか？
- ・ 自らその不満を解決する方法を探しているだろうか？
- ・ 彼らは解決策を見つけただろうか？

ある程度の数の人達があることに強い不満を持っていて、自分たちで解決法を探していて、しかも解決策を見つけていないなら、それが正しいニッチとなります。彼らの不満がそれほど強くなかったり解決策を探していないなら、それほどニーズはありません。また他に解決策があるなら、ライバルとの競争に勝たなければなりません。たくさんの人数がいなくても、彼らに解決策を提供できる唯一の人になりましょう。

ある程度の人数の悩みを知りたいなら、チャットグループやフォーラムや掲示板などを利用するのが一番手軽です。そこではいろいろな人がいろいろな書き込みをしています。彼らの書き込みから、何に強い不満や悩みを持っているのか探りましょう。

3: 売れる商品を作るためのプロダクト攻略

成功するビジネスには、価値がある商品やサービスがあります。顧客は解決したい悩みがあり、解決策や解決した後の状況を手に入れるための対価(お金)を持っています。顧客は悩みの深さと価格を比べ、納得したら購入します。何よりもまず商品が魅力的で顧客の問題を解決するものでなければならぬので、ここでしっかりプロダクト戦略を学びましょう。

顧客側の視点:

- ・ 支払う金額より顧客にとって価値がある物を購入します
- ・ なるべく条件がいい取引をしようとします

販売する側としては、なるべく大きな利益が生み出せて、しかも顧客が良い取引だと思えるサービスや商品を作るのが基本となります。

もしあなたがまだ販売する商品やサービスを作っていないなら、まず調査しましょう。あなたが知ってる分野で何かニーズがないか調べるのです。ニーズの調べ方が分からないなら、アフィリエイトを始めるのも1つの手です。あなたが詳しい分野で売れてる商品があるなら挑戦してみるのもいいですし、見つからなければ Amazonなどで始めるといいでしょう。商品数が多いので、あなたが詳しくて人気がある商品が見つかるでしょう。一番大事なのはニーズです。

プロダクト・マインドセット1:

- ・ 商品を売るのではなく、商品が持つ利点や使用後の結果を売りましょう
- ・ コレクターを除くと、顧客は商品よりも使った結果や利便性などを求めています
- ・ 顧客が求めている結果や利便性などは、ときどき非合理的であることがあります
- ・ 利便性や機能性を無視して、他人からの羨望などを求める場合もあります

プロダクト・マインドセット2:

- ・ 顧客の願望達成の障害物を取り除くのがあなたの商品です
- ・ 厳密には、あなたの顧客はあなたの商品が欲しいわけではありません
- ・ 顧客が欲しているのは、自身の願いをかなえることです
- ・ あなたが作りたい物を作るのはやめましょう

プロダクト・マインドセット3:

- ・ 営業しなくても売れる物を作りましょう
- ・ 売れやすい商品のポイント:

- 商品を試してもらったり実演している
- 商品に何が入ってるか説明している
- どうすれば成果が得られるかを説明している
- 分かりやすく、混乱や勘違いさせない表現で説明している

商品制作の考え方 1:

- ・ 顧客にそれが欲しいと思わせられるか
- ・ 人は必要でないものを買うことが多々ある
- ・ 人が本当に必要な物はそれほど多くない
- ・ 人はより便利なものや快適になるものを求める
- ・ 人は自分の願いが叶うと思えば購入する
- ・ 人は使い方や効果を思い描けないと購入しない
- ・ 人は多くのことができないと思っているし、多くの物が手に入れられないと思っている
- ・ 人は手に入れられると思って初めて行動する
- ・ 人は基本的に新しいことやコストがあるものに挑戦するのを避ける
- ・ 人は成功できることを確信してから購入する

商品制作の考え方 2:

- ・ パッケージをプロのレベルに仕上げよう
- ・ 人はカバーで中身を判断する
- ・ パッケージにあまりお金をかけるのは避けた方がいい

商品制作の考え方 3:

- ・ 一度聞いたら忘れないネーミングにすること
- ・ 多くの人は奇をてらった、分かりづらい名前にしてしまう
- ・ 顧客が求めているものがイメージできる名前にしよう
- ・ コカ・コーラなど音がリピートしてる名前が良い

商品制作の秘訣:

- ・ 顧客のイメージをしっかり作ること
- ・ 顧客を知らずにビジネスで成功するのはとても難しい
- ・ 顧客が何を望んでいるかが分かれば、売れる商品が作りやすい
- ・ ターゲットのグループを見つけたら、彼らの悩みや彼らのプロフィールを調べよう
- ・ 彼らの悩みやプロフィールを並べ、最も多い共通点をベースにして顧客イメージを作ろう

顧客と話せば話すほど、彼らのプロフィールや抱えている悩みが分かってきます。多くの顧客と話

すほど、彼らのイメージが鮮明になりやすく、その結果彼らが欲しがる商品を作りやすくなります。

4: 顧客に商品売るためのマーケティング攻略

マーケティングとは、顧客に商品を買ってもらうまでのプロセスを最適化することです。マーケティングの考え方がなければ、どこでマネタイズ(収益化)するかがわからず、無駄にコストを出してしまうこととなります。押し売りではなく、顧客に行動させて商品を買ってもらい、お金を支払ってもらって、いかに満足してもらうかがマーケティングなので、しっかりマーケティングの基本を押さえておきましょう。

マーケティングのマインドセット 1:

- ・ マーケティングの基本は、顧客に行動させることです
- ・ 顧客はニーズを満たしてくれる良い商品を購入します
- ・ ただ品質が良かったり機能的というだけでは購入しません
- ・ 顧客のニーズを満たすか、購入したら顧客が望みを叶えたり不満を解消するために行動するかがポイントです

マーケティングのマインドセット 2:

- ・ マーケティングの判断基準は、売れるかということです
- ・ 売れるマーケティングをするために、まずは顧客と1対1で話しましょう
- ・ マーケティングで重要なステップは、顧客の話を聞いてニーズを掴むことです
- ・ 顧客の購買理由をよく理解するには、1対1で話を聞くことが最適です

マーケティングのマインドセット 3:

- ・ 顧客のニーズを満たしているかを知るには、販売してみるのが一番分かりやすい
- ・ 顧客は自分のニーズを満たしている商品を購入するので、買わないのであればニーズを満たしていないこととなります
- ・ 販売者が思っているニーズと顧客のニーズのズレが大きいほど売れません
- ・ 顧客と話してニーズを掴んだと思っても、売れなければニーズが正しくないのです

マーケティング戦略 1:

- ・ あなたの会社や商品を、何かの分野やテーマで第一人者にしましょう
- ・ 第一人者にするというポジショニング戦略は、商品やサービスなどとは別話です
- ・ ポジショニング戦略は、顧客の頭の中に作るイメージです
- ・ ポジショニングとは、「～にはAの商品」「～を解決するにはBのサービス」など、ニーズと商品やサービスを顧客の頭の中でつなげることです
- ・ 第一人者になるには、顧客のニーズを探し、他の人がやっていない方法でそのニーズを満た

すことです

マーケティング戦略 2:

- ・ まずは低コストで始めよう
- ・ 無料コンテンツやサンプルを作り、手にとってアクションを起こしてもらおう
- ・ 無料で良いのは、レポートやコンサルやトレーニングや本など

マーケティング戦略 3:

- ・ 顧客が正しい判断をするために必要なものを全てあげよう
- ・ コンサルや商品のプレゼンをするなら、質問には全て答えよう
- ・ 顧客の行動を妨げる要因は全て排除しよう

マーケティング戦略 4:

- ・ 良質の無料コンテンツやサンプルを配ると、購入意欲がある顧客を集めやすくなる
- ・ 無料のもので効果を実感させると、有料の物だとさらに効果が高いと認識するため

マーケティング戦術 1:

- ・ 顧客が彼らの問題や悩みを表現するときに使う言葉をメモしよう
- ・ その言葉は彼らの感情を刺激して関心を引きやすい
- ・ 彼らが使う言葉を使うので、彼らの悩みなどを理解していると認識されやすい

マーケティング戦術 2:

- ・ 誰にでも分かりやすい表現を使うこと
- ・ 人は理解しないと説得されない

マーケティング戦術 3:

- ・ 顧客が負うリスクをゼロにしよう
- ・ お試しの無料サンプルを使ってもらったり、有料なら返金保証などをつけよう
- ・ 顧客のリスクがどれくらいあるか分かりやすく説明しよう

マーケティング戦術 4:

- ・ 購入方法や支払い方法を明記しよう
- ・ 質問もどの方法で送れるのかも書こう

マーケティングの秘訣:

- ・ 商品やサービスを使ったらどうなるか、体験談や未来予想図を示すと、顧客になってくれる人

を集めることができます

5: ビジネスで大切な時間管理のヒント

時間管理はビジネスをする上で最も大切な問題です。やるべきことが増えれば増えるほど、自分の時間が消えていきます。売上につながる仕事に集中することが時間管理の基本です。自分がやるべきではないこと、誰かに任せられることは全て任せて、自分が集中すべき仕事に時間を投資しましょう。

時間管理のヒント1:

- ・ マルチタスクをやめる
- ・ やることがたくさんあるときは、スケジュールを組もう
- ・ 時間を区切って、1つのことに集中しよう
- ・ タイマーやスケジューラーを使って、余計なことで集中を妨げられないようにしよう

時間管理のヒント2:

- ・ タスク達成を妨げる要因を排除しよう
- ・ 電話やメールの返信など、突発的に仕事が邪魔される要因がたくさんある
- ・ 仕事を妨げるメールや電話などを切ろう
- ・ 緊急用のメルアドなどを作り、それ以外は後でまとめて対処しよう

時間管理のヒント3:

- ・ 邪魔されない仕事の環境を作ろう
- ・ 最低1時間単位で仕事に集中できる時間を作ろう

時間管理のヒント4:

- ・ 価値が高い仕事を先にやろう
- ・ 価値が高い仕事とは、顧客のニーズ調査や商品制作や販売など
- ・ 価値が高い仕事は緊急性が高くないものが多いため、後回しにされやすい
- ・ 価値が高い仕事をするための時間を、毎日の予定に組み込もう

時間管理のヒント5:

- ・ 良い習慣を身につけるための流れを意識的に作ろう
- ・ 意思の力は限られていて、普通は悪い習慣が身につけてしまう
- ・ 人間は習慣の生き物で、良い習慣を身につければ長期的に得をします
- ・ 習慣を作るのは難しいので、まず決まった時間にすることを1つ決めましょう
- ・ それが1ヶ月続いたら、習慣となって身につけていこう

時間管理のヒント 6:

- ・ 新しい習慣を作るなら、意思の力があるうちに始めること
- ・ 新しい習慣をセットするなら、午前中や朝が良い
- ・ 仕事の開始前にする習慣があると、仕事が快適にスタートできる
- ・ どんな習慣を作っているかわからないなら、健康を良くする習慣を作ろう
- ・ 体と心はつながっているので、体調がいいと心の状態も良くなりやすい

時間管理のヒント 7:

- ・ 価値が高い仕事に集中できる環境を作ろう
- ・ 仮にビジネスで利益を上げたいなら、まず周りを片付けよう
- ・ 周りが整理されていると仕事が進みやすく、結果としてビジネスが上手く回ります
- ・ ごちゃごちゃしている仕事場は、集中するのが難しくなる傾向があります

6: 今すぐ行動するためのアクションプラン

何事も行動が一番大変です。多くの人は素晴らしいビジネスアイデアを持っていながら、行動に移せないためにビジネスを始めることができません。しかし、マーケティングの世界において、失敗とはただのテストです。自分の感情を傷付ける必要すらありません。テストして間違っていたら、違う方法を試す。このくり返しで修正していき、ビジネスを構築していくことが大切です。

アクション・マインドセット 1:

- ・ 人は行動したときに多くを学ぶもの
- ・ 何かを見たり読んだり考えるより、行動を通して学ぶことの方が多
- ・ 学んだことを一端忘れて、行動を通して発見したことを元にビジネスを作ろう
- ・ トライアルとエラーを繰り返し、顧客の声を聞き、商品を作ろう
- ・ 結果を予想して行動した気になるのではなく、行動を起こして成長することを学ぼう

アクション・マインドセット 2:

- ・ ほとんどの人は行動しない
- ・ 競合と思っても、ほとんどが競合にならない
- ・ 予想以上にライバルは少ない

アクション・マインドセット 3:

- ・ ビジネスで起こる悪いことは、ほとんどが行動しないことで起こる
- ・ 計画はするけど、行動はしない
- ・ 5年後に今と同じことをしていたら、今より収入は落ちているだろう
- ・ ビジネスで利益を上げるには、顧客の声を聞いて商品を作ること
- ・ 行動して失敗したらそこから何かを学べるが、行動しなければ何も学べない

アクション・マインドセット 4:

- ・ 正しい方法ではなく、より良い方法を探そう
- ・ 正しい方法かどうかは実践しないと分からないし、正しい方法だと認識したら改善しなくなってしまう
- ・ 顧客のニーズを聞くためのより良い方法を探そう
- ・ 日本のエレクトロニクスが発達したのは、より良い方法を模索し続けたから
- ・ アメリカは彼らにとっての正しい方法に固執し、改善しなかった
- ・ 一度成功するとコンフォート・ゾーンから抜け出しにくくなるので注意すべき

行動するためのヒント 1:

- ・ 実践やテストまでのスピードを早くしよう
- ・ 実践やテストすると成功や失敗や改善点が見えてくる
- ・ 良いアイデアがあっても実践しなければ意味がない

行動するためのヒント 2:

- ・ 最初は完璧を目指さず、試作品から始めよう
- ・ 失敗してもそれほど落ち込まなくてすむので、行動が鈍くならない
- ・ 顧客のニーズを更に学びながらバージョンアップしていこう

行動するためのヒント 3:

- ・ すごいものを目指そう
- ・ 完璧なものを目指すのはやめよう
- ・ 完璧さを目指す、あらゆることを分析して想定しなければならなくなる

行動するためのヒント 4:

- ・ 顧客の期待に応えよう
- ・ 顧客が何に期待しているのか、どのくらいの期待をしているのか聞き出そう
- ・ 顧客の期待を裏切るとトラブルの元になる
- ・ 顧客が必要としている以上の情報を出すくらいで丁度良い

7: ビジネスを強くする人間関係の作り方

良い人材、適切な資質を持つ人を集めることは長期的なビジネスにおいてとても重要なことです。人間ひとりでは大したことはできません。たかが知れています。ニッチな世界でビジネスを始める人ほど、自分にできないことはその道のプロに協力してもらって、お互いの短所を補い合い、逆に長所を提供し合うことでお互いのビジネスを拡大させる人間関係が大切です。

人間関係のマインドセット 1:

- ・ ビジネスというのは、人の力を借りないと作れないものです
- ・ スキルや性格などの側面から見て、正しい人材を集めましょう
- ・ 人は周りから影響を受けるので、良い人材を集めるとチームの力が更に向上します

人間関係のマインドセット 2:

- ・ 顧客は数が多ければ良いのではなく、良い顧客を集めるべき
- ・ 良い顧客とは、あなたの商品やサービスを良く理解して購入してくれる人のこと
- ・ ビジネスパートナーとはお互いに利益がある関係を築くべき
- ・ 相手を出し抜こうとか利益をなるべく多く取ろうという考えは捨てるべき
- ・ チームメンバーの質は妥協してはいけない
- ・ 良いメンバーがいるチームほど成果を出しやすいし、そのようなチームに良い人材が集まりやすい

人間関係のマインドセット 3:

- ・ 人をあなたのビジネスに入れる前に、一緒に働いて資質を見極めよう
- ・ 顧客もパートナーもメンバーも投資家でも同じこと
- ・ 長期的に見てあなたのビジネスに得になるか考えよう

人材戦略 1:

- ・ 優秀な人材だけを獲得するようにしよう
- ・ ただ仕事をしてくれる人を探すのではなく、トップ数%の人材を求めよう
- ・ 10人のチームに1人よくないメンバーがいたら、やがてそのよくないメンバーのレベルに落ちてしまう
- ・ 優秀な人材の定義は様々ですが、以下のポイントは押さえるべきです
 - 結果を出すことに関して個人的に責任として受け取ること
 - 壁にぶつかったときに怯んだり落ち込んだりしないこと
 - 正しいゴールや目的を認識できる

人材戦略 2:

- ・ 短期間ではなく、数ヶ月くらいは人材の評価を保留すべき
- ・ あなたの価値観やビジネスの目標がスタッフに染み渡るには時間がかかる

人材戦略 3:

- ・ 言葉より、厳然たる結果に注目しよう
- ・ 口が上手い人はいるもので、失敗を失敗でないように見せかけられる
- ・ 口が上手い人と実行する人はたいてい異なる
- ・ 物事を実行する人が洗練されたイメージを持っているとは限らない

人材戦略 4:

- ・ 自分とは違った人をチームに入れよう
- ・ 起業家はアイデアタイプの間が多い
- ・ あなたもアイデアタイプなら、例えばアクションタイプの人を引き入れよう
- ・ タイプが異なると物事を別の面から考えることができます
- ・ 異なるタイプの人を入れるときでも、優秀であることが肝要です

人間関係の戦略 5:

- ・ 人は期待されるほど結果を出すようになります
- ・ 行動させるには権限とリソースが大事で、行動の自由と資材や情報を与えることが必要になります