

**31日間で小冊子を書いて現金化トレーニング**  
11日目 - あなたの小冊子に適切な価格ポイントを選択する  
方法

## 重要なお知らせ

あなたがこのトレーニングコースを自己利用する以外、あなたにはいかなる権利もありません。あなたはこのレポートを無料配布・有償販売・会員制倶楽部への追加など一切できません。ありがとうございました。

あなたが 31 日間で小冊子を書いて現金化トレーニングを CONTENTS LAB メンバーエリア以外からダウンロードした場合、それは海賊版です。

## 31日間で小冊子を書いて現金化トレーニングは小林正寿とbrainers 有限会社の著作物として全世界的に保護された出版物です。

**ALL RIGHTS RESERVED.** 電子的、機械的、カメラによる複写、読み上げでの録音などいかなる形式をもってこのレポートの一部または全部を配布することは禁止します。レポートのコンテンツの引用をご希望の場合は書面で著者に対して許諾を得てください。

**免責事項／法律に関する告示:** この書籍でテーマに取り上げられた情報は出版された日付の時点での著者の見解です。著者は状況の変化に応じて、このレポートで表示した見解とは異なる新しい見解を表現する権利を有します。このレポートのテーマとして取り上げた事項に関し、適切且つ信頼に足る情報を提供することを意図して作成されていますが、いかなる誤り・不正確・不作為に対しても著者・出版元・アフィリエイト・リセラーは一切責任を負うものではありません。また、法律、その他の分野に関する専門的なアドバイスを与える事を保証するものではありません。著者・出版元・アフィリエイトパートナーは利益や特定の目的に対する適合性を保証するものではありません。このレポートの使用・適用によって生じたいかなる結果に対しても責任を負うものではありません。もし、法律、その他の分野で助けが必要な場合はその分野の専門家からサービスの提供を受けることを強く要請します。

**収益に関する免責事項:** 本製品はその可能性を正確に示すよう、あらゆる努力がなされています。このウェブサイトが提供する本書のテクニックとアイデアを利用して収益を上げることについては、何の保証もありません。本書またはページ内の事例は、収益を約束したり、保証したりするものではありません。収益の可能性は、本書、アイデア、およびテクニックに含まれる情報を使用する各個人に完全に依存するものです。お金持ちになれる仕組みであると明示するものではありません。実際の収益、あるいは実際の結果の例を生み出す権利は、要求に応じて確認することができます。サイトで主張している結果の獲得における成功のレベルは、記載したアイデアやテクニックに費やした時間、あなたの財政状態、知識、およびさまざまなスキルによって異なってきます。これらの要因は個人によって異なるため、成功、つまり収益のレベルは保証できるものではありません。またあなたのいかなる行為についても責任を負うものではありません。本書およびウェブサイトの資料には、将来的な出来事を期待させる、もしくは予想させる前向きな文章を含んだ情報が提示されている場合があります。これらの文章は、歴史的事実もしくは現在の事実と厳密に関連していないという事実によって確認することができます。これらについては、予想する、予測する、期待する、予想する、意図する、予定する、信じるなどの言葉やその他、潜在的収益または財務実績の説明に関連した類似する言葉を使用しています。本章内もしくは我々の販売資料に記載したありとあらゆる前向きな文章は、収益の可能性についての意見を明らかにすることを意図したものです。実際の結果の判断においては多くの要因が重要であり、我々もしくは他の誰かと類似した結果を得られることには何の保証もありません。我々の資料に記載されたアイデアやテクニックからどのような結果が得られるかについては、何ら保証をするものでもありません。

## 目次

目次 .....	3
あなたの小冊子に適切な価格ポイントを選択する方法 .....	4
パート2: プライシング .....	4

## あなたの小冊子に適切な価格ポイントを選択する方法

では、はじめましょう！

直近2回に渡り“パッケージング”について学んでいただきました。

今回は2番目のファクター“プライシング（値付け）”について学んでいただきます。

### パート 2: プライシング

わたしは2004年から膨大な商品を開発して販売してきました。これらの商品はデジタル商品・DVD・役務型サービスなど膨大な種類の商品を販売しています。これらの経験を踏まえて断言できますが・・・

プライシングに関しては今だ専門家になり得ていません。

プライシングに関しては膨大な法則が存在していますが、ここではすべてを網羅しません。

なぜなら、すべての法則を学んでも役立つどころか混乱を招くからです。わたしの10年以上の経験に基づき理論ではなく実践から習得したポイントをシェアさせていただきます。

あなたの小冊子のプライシングに役立つ**3**つのシンプルなルールがあります。

**ルール #1: あなたのコンテンツは価格決定に最も重要な要因です。**- あなたの“わたしの小冊子に対していくら請求することができるの？”という質問に対するわたしの回答は“あなたの小冊子はいくらの価値があるの？”

ちょっと考えてみてください：あなた自身**10**ページ程度の小冊子にいくら支払いますか？勿論、あなたの小冊子の情報価値により異なるでしょう。例えば、**10**ページの“ワニのレスリング方法”であれば、きっとそんな小冊子にあまり高額な支払いをする気にはならないでしょう。

一方で、確実に短期間で再現することのできる**100**万円儲ける仕組みに関する**10**ページの小冊子に対しては高い情報価値を感じるはずです。

ポイントはコレ：あなたの小冊子のプライシングは情報の価値に大きく影響を受けます。あなたは真の価値を届けることができますか？

**ルール #2: あなたの競合者の不備があなたのコンテンツにプレミア価値を付加する** – あなたの競合者が類似の小冊子を販売しているコンテンツには掲載されていないあなた独自のコンテンツが加わっていればあなたの小冊子の価格決定に大きなインパクトを与えます。

もし、小冊子のコンテンツがどこでも手に入れることができる陳腐化した内容であれば、小冊子のトピックに関心を持っていても購入する人はいません。

しかしながら、あなたの小冊子のコンテンツが競合者が提供していない秘密・裏口などの情報を含んでいれば一気に優位性が高まり結果としてあなたの小冊子の価値が上昇します。

あなたの小冊子で提供していてあなたの競合者が提供できていない情報は何ですか？まさに競合者の弱点にフォーカスすることであなたの優位性が際立ち見込み客にアピールすることができます。

**ルール #3:あなたの見込み客の期待値・購入習慣・欲求があなたのファイナルアンサーを導きます** – 最終的な“適正価格”はあなたの見込み客の手にゆだねられています。彼らこそがあなたの小冊子に対して喜んで〇〇円を支払うか否かを決めるのです。

あなたの見込み客の購入決断に影響を与える **3** つの要因：

- あなたの小冊子から何を受け取ることができるのかという期待値
- 類似商品に対して彼らが習慣的に支払う金額
- 現在、あなたの小冊子を購入したいという欲求の度合い

良いお知らせ：あなたはある程度上記 **3** つの要因に対して影響を与えることができます。

そして、あなたが具体的にプライシングを行う手助けとなる一般的な検討基準をシェアさせていただきます。

一般的なルールとしてですが、わたしの経験から1ページ辺り75円～100円程度を基礎として小冊子のページ数により価格を決定しています。

小冊子のページ数	小冊子の価格
7～15 ページ	1,000 円
16～20 ページ	1,600 円
20～30 ページ	2,000 円

30 ページを超えるものは小冊子ではなく電子書籍の範疇に入ります。繰り返しになりますが、これらの価格はあくまで一般的なものです。

あなたの小冊子のコンテンツが他では絶対に手に入らない価値の高いものであれば、価格は当然異なることとなります。しかしながら、ほとんどの“小冊子”の価格としては参考に足る基準となります。

あなたがとてつもなく高い情報価値を提供している場合以外はここでの価格を基準として調整すると良いでしょう。

**今日の宿題:**あなたの小冊子の販売価格を決定してください。

次回は、3つ目の要因“ポジショニング”について学んでいただきます。