

31日間で小冊子を書いて現金化

31日間で小冊子を書いて現金化トレーニング
12日目 - 大成功するあなたの小冊子のポジショニング方
法 - Part 1

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
大成功するあなたの小冊子のポジショニング方法 - PART 1.....	4
パート3：ポジショニング	4

大成功するあなたの小冊子のポジショニング方法 - Part 1

では、はじめましょう！

これまでにあなたの小冊子のパッケージング方法とプライシングについて学んできました。今回は **3** 番目の要因であるポジショニングについて学んでいただきます。

パート 3: ポジショニング

“ポジショニング” について深く掘り下げるとかなりの長さになり小冊子の作成方法の全体像を見失う恐れがあります。

そこでここではあなたの “**USP**” (ユニークセールスプロポジション) の組立方法にフォーカスすることにします。

提議：“ユニークセールスプロポジション”

競争優位性を確保するためあなたをその他から意図的・明確に視覚化して区別することです。あなたをその他から分ける優位性です。あなたがその他に比べて見込み客が優れていると知覚することです。これが “ユニークセールスプロポジション” です。

USP を分かりやすく理解していただくためストーリー仕立てでお話しします。

最近、わたしは深刻な運動不足で体形が崩れてきたので何とかしなければとショッピングモールへ出かけてエクソサイズ器具を探しにでたのですが、ある棚に目が行きました・・・

わたしが見つけたのは・・・同じサイズの水色のエクソサイズボール 4種類です。

これら 4種類のボールはまったく同じサイズです。それぞれのエクソサイズボールには全く同じ黄色の空気ポンプが付いています。

そしてエクソサイズボールに穴が開いたときに修理をするためのビニールと接着剤が付いているのですが、これらもまったく同じものでした。

4種類の内で 3種類はどれも 1,260 円で販売されていました。残りの 1種類は 1,680 円の値札が付いていました。

わたしはためらうことなく 1,680 円のエクソサイズボールを購入することにしました。

なぜ、全く同じスペックの商品 4種類の中から一番高額なエクソサイズボールを購入すると決めたとおもいますか？

- 商品 A・商品 B・商品 C は商品名が“商品 A エクソサイズボール”・“商品 B エクソサイズボール”・“商品 C エクソサイズボール” というものです。

これら 3 種類の商品が入っている箱は基本的に同じエクソサイズをしている人のさまざまな写真を掲載していました。さらにほぼ同じベネフィットが印刷されていました。

- 商品 D の商品名は“驚嘆のアブエクソサイズボール”というもので商品箱には腹筋が強化されている写真が大きく掲載されていました。

同一の“商品”、異なる“フォーカス”でゲームオーバー！

このストーリーから学ぶ 3 つのレッスンは・・・

レッスン #1: “同一商品をあなたの競合者よりも高い価格で販売することができます。” - 競合者よりも価格を下げるべきだというアドバイスはナンセンスであり真実でもありません。

販売価格を下げればより売れるというのは机上の空論です。真実はその真逆であり販売価格を上げることでより売れるのです。その方法は・・・

レッスン #2: “より高い価格で販売するカギはポジショニングにあります” - すべてはどのようにオファーをパッケージングするかにかかっています。

これがポジショニングです。アメリカでのお話ですが、マクドナルドのクォーターパウンダーは 2 ドルで販売されています。マクドナルドは”お手頃ファーストフード”です。

一方で同じクォーターパウンダーハンバーガーが **Red Robin** では **9.95** ドルで販売されています。彼らは”グルメハンバーガー“を提供しています。これがポジショニングです。

レッスン #3: “儲けるポジショニングを行う簡単な方法はニッチにフォーカスする。” ジャック・トラウトはポジショニングの第一人者ですが、ポジショニングについて2つの事柄を教えてくださいました。(実際はもっと多くの学びがありました但しここでは2つに絞り込んでいます。)

1つ目は、あなたの見込み客にあなたが業界で1番だと認知されることが重要です。2番も10番も同じように認知されてしまいます。

2つ目は、あなたがビジネスを推進しているカテゴリーで1番になれない場合、新しいカテゴリーを生み出して下さい。つまり、1番になるまでニッチを細分化してゆくサブニッチ化を行います。

先ほどお話しした“驚嘆のエクソサイズボール”がサブニッチ化の見本です。わたしが購入を決めた“驚嘆のエクソサイズボール”は業界ではじめて販売されたエクソサイズボールではないでしょう。

しかし、わたしが知る限り腹筋にフォーカスしたはじめてのエクソサイズボールでした。あなたが1番になれるサブニッチマーケットにフォーカスすることがポジショニングです。

結論:あなたが提議した特定のニッチにおいて1番になるようポジショニングすることでもっと売ることができます。

今日の宿題はお休みです。今回と次回のポジショニング
Part 2でポジショニングの全体像を学ぶことができます。
お楽しみに！