

31日間で小冊子を書いて現金化トレーニング
13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 2

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 2..... | 4 |

大成功するあなたの小冊子のポジショニング方法 - Part 2

では、はじめましょう！

前回、ポジショニングと売上に与える影響について学んでいただきました。今回はポジショニングに関する残りの半分を学んでいただきます。

“UPS”を組み立てるときさまざまな側面がありますが、2つの簡単な事柄を学んでいただきたいと思います。これら2つの事柄は、あなたがビジネスを推進するニッチにおいて圧倒的な優位性を確保して群衆から際立つ“USP”を組み立てる大きな助けとなります。

1. 特定のベネフィットにフォーカスする - あなた以外誰も持っていないものは何ですか？ 特にあなたの小冊子は何が“特別”なのですか？ どこが違うのですか？ 何が他にはないものですか？

- そのトピックをテーマにした唯一の小冊子ですか？
- 類似の小冊子に比べてより多くのアイデアがシェアされていますか？
- 類似の小冊子のステップ仕立てをより細分化していますか？

- 類似の小冊子ではシェアされていない何かがありますか？
- 類似の小冊子より初心者でも理解できる言葉を使っていますか？
- 類似の小冊子より顕著に役立つスクリーンショットを掲載していますか？
- 類似の小冊子ではシェアされていないほとんど知られていない真実または秘密の戦略をシェアしていますか？
- 類似の小冊子では実現できないほど驚異的な結果を出している情報をシェアしていますか？
- 小冊子のテーマに対して類似の小冊子とは完全に異なるアプローチをしていますか？
- 最新情報またはアップデートしたアイデアが含まれていますか？
- “トップシークレット” を開示していますか？
- 他では手に入らない完全な情報が含まれていますか？
- 類似の小冊子と比べてより詳細に説明していますか？

- 既存のメソッドを実践するための数多くの選択肢を含んでいますか？
- 小冊子の中で読者にブレインストーミングエクソサイズをするための情報をシェアしていますか？
- 何らかのフォームやワークシートを含んでいますか？
- “上級者” に特化したコンテンツですか？
- 既存のコンセプトをより発展させたものですか？
- 類似の小冊子より簡単または迅速に特定のタスクを達成することができますか？
- 何らかの問題に対して類似の小冊子とは異なるソリューションを提供していますか？

いくつか質問をリストしましたが、重要なポイントはあなたの小冊子を“特別”なものにする何かを明確化してください。

あなたの小冊子を類似の小冊子の中から際立たせるものはどのようなものですか？

そして2番目にフォーカスすべきものは・・・

2. 特定の群衆にフォーカスする – これはあなたの小冊子を特定の人口統計学的に分類したグループに向けてポジショニングすることです。このアプローチでは小冊子の中

で何を教えるのかということより誰に教えるのかによりフォーカスしています。

これは“驚嘆のエクソサイズボール”のもう1つの側面です。このエクソサイズボールは腹筋を鍛えたい人にフォーカスしています。

このアプローチを効果的に行う方法は・・・

経験度合いまたはスキルレベルに基づく - 特定の群衆の経験またはスキルレベルに基づきあなたの小冊子の情報にフォーカスしてください。

言い換えれば、あなたの小冊子は“初心者”または“上級者”に特化することです。あなたの小冊子を特定のレベルをクリアした人またはクリアしていない人に特化することです。

事例：あなたが“空手”を題材として小冊子を書く場合、例えば“黒帯3段”を持っている人をターゲットに定めることができます。

このように特定のグループに特化することであなたの小冊子を差別化することができます。黒帯3段に特化することで経験またはスキルの特定レベルにフォーカスすることができます。

“経験とスキルレベル”に基づいた特定の人口統計学グループをターゲットにすることであなたを差別化する1つの方法です。もう1つは・・・

区別に基づく - 特定の群衆を表す何らかの“形容詞”にフォーカスするアプローチです。今一つピンとこない人のために事例でお話ししましょう。

事例 #1: “スクラップブックのやり方”を題材として小冊子を書くとき、クリスマスに関心のある群衆をターゲットとして“クリスマススクラップブックのやり方”として書くことができます。

事例 #2: “ファンドレイジング（資金調達）”を題材として小冊子を書くとき、“教会関係者”または“学校関係者”または“市民グループ”などファンドレイジングに関心を持つ人の中から特定のグループにフォーカスして書くことができます。

このアプローチの考え方は群衆の中から特定の基準で区分したグループを識別し、彼らに特化した小冊子を書くというものです。

一般的に言えば、あなたの競合者は大衆をターゲットとして小冊子を書く傾向にあります。あなたが競合者より絞り込んだ人口統計学グループをターゲット化することであなたの小冊子を際立たせることができます。

今日の宿題: あなたの小冊子のポジショニングに使いたい1つの要因を選択して小冊子をポジショニングしてください。

次回からあなたの小冊子を販売するためのセールスレターを書く方法を学んでいただきます。