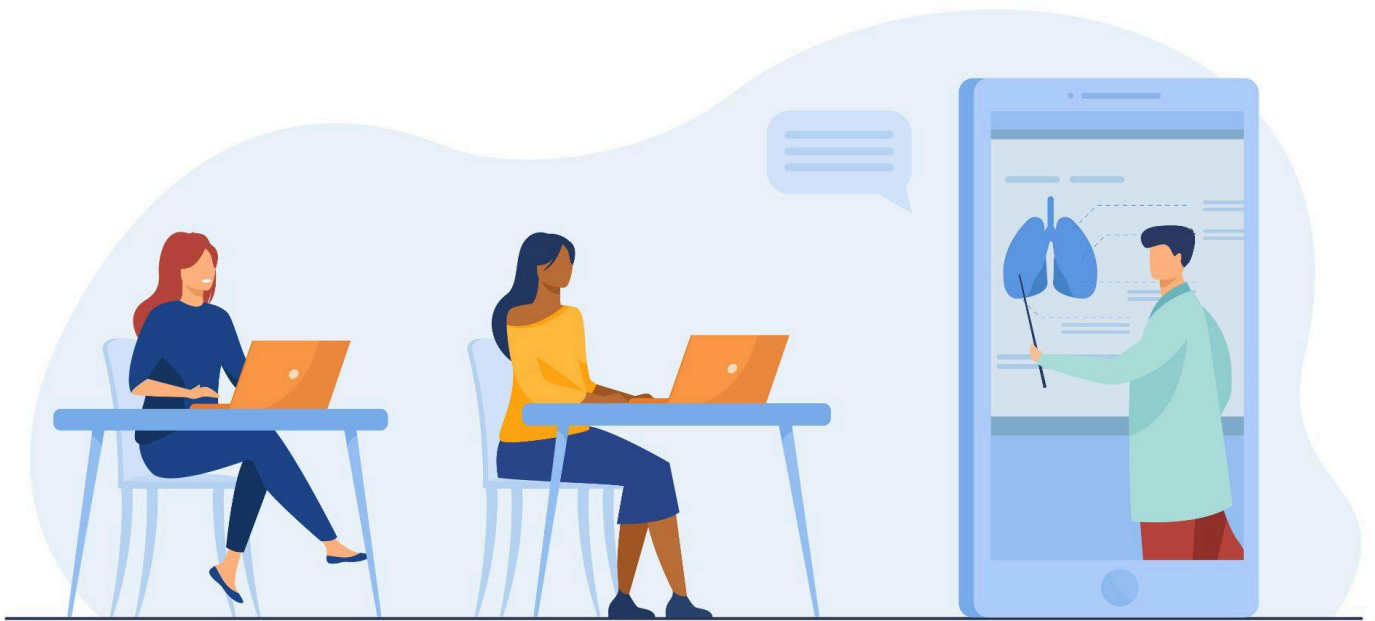


# 講座の作り方

～自分の人生を振り返り、唯一無二の商品を作ろう～



@プロフェッショナルマーケティング株式会社

# 【特典】講座の作り方



## 自分の棚卸し

講座を作りあげるには、まず自分のことを深く知ることが重要です。

自分の今までの人生を振り返り、自分の理解を深めることで、「あなたらしさ」を見つけることができます。あなたらしさを理解することで、「ありたい自分」が見えてきます。

自分の棚卸しをすることは、「あなたらしさ」と「ありたい自分」を発見し、過去のあなたが抱いていた、理想と現実の「ギャップ」を埋める方法を言語化する作業でもあります。あなたの魅力が詰まった講座を作りあげるために、まずは次の3つのステップで、講座の土台を作りあげましょう。

### ◎1.自分の過去のエピソードを掘り下げる

自分の生い立ちやこれまでの経験を振り返り、学んだことや成し遂げたことを洗い出します。

まず、幼少期から今までの「経験」を書き出してください。

書き出す際には、箇条書きをお勧めします。ここで言う幼少期とは、「自分の記憶にある一番小さな頃」です。

経験とは、部活動、アルバイト、ハマったことなど、自分が今まで過ごしてきた中で起こったこと、とにかくなんでも書き出します。ビジネスに関する失敗や成功についても思い出せる限り細かく書き出してみてください。

次に、その事柄に関連する「感情」を書き出します。

心に問いかけ、その当時どんな感情で過ごしていたか、良いことも悪いことも全て書き出しましょう。

最後に、自分に影響を与えた「人」や「できごと」について掘り下げてください。

幼馴染、先生、友人などその人に出会ったことで自分に何かしらの影響を与えたと思う人や、この出来事がきっかけで自分に転機が訪れたという出来事をピックアップします。

特に、あなたに影響を与えた人が客観的にあなたを評価してくれたような言葉があれば、しっかりと思い出して書いてください。

## ◎2.棚卸しした自分のキャリアからストーリーを見つける

講座を作るときに重要なのは、感情を動かしたり参加者の共感を引き起こすあなたのストーリーです。感情や共感は、人の心に響きやすく、抽象的な考えを具体的にする力を持っています。

例えば、失敗談を取り入れることで、参加者は過去のあなたの姿に共感を抱き、あなたの人間性をより身近に感じることができます。親近感と共感を抱くことで緊張感が和らぎ、より良い学びの環境が育まれます。

さらに、成功体験は専門知識のスキルや信頼性を高め、参加者はあなたからノウハウを学ぶ魅力や必要性を感じることができます。

また、全てのストーリーには必ず「ビフォー・アフター」の変化を入れましょう。

もっとも参加者が知りたいのはあなたの「ビフォー・アフター」のストーリーです。過去のあなたと同じ悩みを持つ参加者が、現状況から講座を受けてどのような成長や変化を遂げられるのかという「未来」を具体的に示す指標となります。

同じ課題や悩みを抱える参加者が、「自分も成功できる」という未来をどれだけ強く、具体的にイメージできるかが講座への参加意欲を高めるポイントになります。

### ◎3.何を教える講座にするか「テーマ」を決定する

理想の未来像を実現するためのテーマを決めてから講座を作成していきます。

テーマを決める理由は、まず自分が何を伝えるかを明確にし、講座を一貫性を持って進行するためです。そして、テーマは受講者に講座の必要性を伝え、興味を引く役割も果たします。要するに、テーマは参加者の理解と関心を深めるために不可欠です。

過去のエピソードを掘り下げ、自分のキャリアからストーリーを見つけることで「あなたらしさ」と理想と現実のギャップを埋める「課題」が細かく言語化できたと思います。

その中から、課題を解決するためのテーマを1つ選び、あなたらしさをプラスした「唯一無二の講座」にしていきます。



### かみしばいテンプレートに入れる材料を明確化

かみしばいテンプレートに入れる材料を明確にすることで、顧客理解を具体化することができます。具体化ができると、講座の軸がブレずに芯が通ったものになり、講座を進めていく上であなたの説得力が増し、参加者も購入までスムーズに辿り着くことができます。

### ◎ペルソナを決める

講座を作る際には、顧客のニーズや悩みを理解することが重要です。

そのために、まずターゲット層の中から更に詳細な、理想的な顧客像「ペルソナ」を決めます。

ペルソナとは、商品やサービスを販売する際、設定する架空の人物です。

ターゲットとの違いは、ターゲットは「実在している集団」、ペルソナは「個人であり、実在しなくても良い」というのが大きな違いです。

ペルソナの決め方は求める客層により異なりますが、今回は「自分の内面」「過去の自分」を設定します。

重要なことは、どれだけリアルな人物像を作れるかということ。価値観やライフスタイル、環境の捉え方や今後の行動を一人の視点から深く考えることを通して、ペルソナ自身がまだ気づいていない課題を発見し、解決策を提供することができます。

## ◎かみしばい式商品作成テンプレートの4ステップで 商品特徴を整理

商品は4つの要素から構成されており、商品作成に役立つテンプレートを用いて、以下の要素を整理します。

### 1. お客様の悩み：

心の痛み、苦悩、不安、悲しみ、自信がない、などをお客さん自身の言葉で引き出していく。

### 2. 理想の未来：

解決、痛みからの解放、なりたい自分、ワクワクする未来、などをお客さん自身の言葉で引き出していく。

### 3. 3つの課題：

できない理由・原因・問題を顕在的なものから顕在的な課題になるよう順に3つの課題をお客さん自身の言葉で引き出していく。

### 4. 3つの解決策：

3つの課題が解決できない理由・原因・問題の解決策をお客さん自身の言葉で引き出していく。

## ◎内容を整理

講座の構成を明確にするため、以下の要素を整理します。

・ **現状の悩み：**

悩みをランダムに書き出していき、似たものはグルーピングする。そこから深刻度、重要度の高い順に書き出していく。

・ **理想の未来：**

ランダムに悩みを書き出していき、似たものはグルーピングする。そこから深刻度、重要度の高い順に書き出していく。さらに、時間軸を伸ばして遠い未来も掘り起こす。

・ **課題や立ちはだかる壁：**

できない理由・原因・問題を解決したい順番にする。

・ **未来への3つのステップ：**

シンプルな方法で解決できるようにする。各階段で参加者がどうなったら嬉しいか？どんな「感情」を持てるのか？感情が動く瞬間を見逃さない。

## ◎ **現状の悩みと理想の未来に「差」を付ける**

「現状の悩み」と「理想の未来」の差が大きければ大きいほど、参加者は「決断」をするようになります。また、現状から大きく飛躍できる未来を提示することで、「価格差」も大きくすることができます。

現状と未来の差を広げる方法は大きく分けて2つ

### **1. 理想の未来を高く設定する**

### **2. 現状を掘り下げ「潜在的な悩み」を引き出す**

購入を決断させるためには2をしっかりと参加者にヒアリングすることが大切です。

参加者自身が気づいていない悩みを引き出して現状の深刻さを自覚させることで感情的な「痛み」がプラスされ、より未来と現実の差を実感することができるようになります。

STEP  
03

## かみしばいテンプレートに材料を流し込む

講座の中身を具体的に構築するために、紙芝居テンプレートを使用します。このテンプレートを使用することで参加者の現状から未来までの道のりをリアルに想像させながら1つずつ階段を登っていくイメージを与えるようになっています。参加者自身が自ら登っていくことで感情が動き、バックエンドへ繋がりがやすくなります。

### ～紙芝居の全体像～

#### 起

- ①ベネフィット
- ②プロフィール
- ③事例、実績、体験談

#### 承

- ①あなたの一番の悩みは何ですか？
- ②解決したらどんな未来を手に入れたいですか？

#### 転

- ①共通の敵
- ②本当の原因
- ③キラーコンテンツとなる解決策
- ④シンプルな3ステップ
- ⑤ベネフィット、メリットの再提示

#### 結

- ①詳しい商品説明
- ②一人ではできない、先延ばしのリスク
- ③ベネフィットとお客様の実績の再提示
- ④価格の提示
- ⑤本日限りの特別価格と特典
- ⑥決断の重要性
- ⑦最後の言葉

## ◎起

参加者の不安や疑念を取り除き、真剣に取り組む気持ちを引き出すために、次の要素を組み込みます。

### ・ベネフィット：

理想の未来を参加者が具体的にイメージできるようなメリットをシンプルかつ具体的に伝えること。商品は手段であり、参加者が欲しいのは「理想の未来」です。

### ・プロフィール：

参加者の方が「欲しい情報」を載せる。「この人は私を未来に連れて行ってくれるのに相応しい人」と認識させる。

### ・お客様の事例：

ビフォーアフターのギャップが大きいものを選ぶ。。実績がなければあなたのストーリーや参加者の方が「欲しい情報」を載せましょう。

## point!

### 「この先生の話の間かなければ」と思わせること

ベネフィットには2つ種類があり、

「機能的なベネフィット」・・・売上げが上がる、肩こりが治るなど

「感情的なベネフィット」・・・理想の未来が手に入ると、どんなに嬉しいか

基本的にどちらも欲しいが、参加者が最も欲しいのは「感情的なベネフィット」です。その理想の未来へ連れて行ってくれるのはこの先生だ！と思わせるためにも、プロフィールや事例を「参加者が欲しい情報」のものにすることが重要です。あなたの自己開示をするとより効果的です。



## ◎承

参加者が自分ごと化しやすいように、悩みや願望を共感を持って受け止めるために次の要素を提示します。

- ・あなたの一番の悩みは何ですか？
- ・解決したらどんな未来を手に入れたいですか？

2つの質問をしていく中で、声のトーンや表情から「感情的に話している部分」を特に深掘りしていくことがポイントです。そうすると、参加者自身が気づいていない悩みや未来を引き出すことができます。

## point!

### 問題の根本原因は参加者本人に気付いてもらう

参加者の方が気づいていない抱えている問題の「根本の原因」に自ら気づいてもらうことが重要。「承」で、成約しない最大の原因を完全除去します。

2つの質問をすることで、参加者の主体的な気づきを誘発します。気づいてもらうためには、参加者が自発的に発言することでイメージができ、「解決したい！」という気持ちが強くなります。

あなたが話をする時も、「同情」ではなく「共感」をしながら参加者の話を聞くことです。ここでは、参加者に「正しい答え」を与えるのではなく、「気づき」を与えます。

## ◎転

参加者に、現状を変える必要性、今行動する重要性を感じさせるために次の要素を盛り込みます。

- ・ **共通の敵**：「あなたは悪くない！」と別の敵を作る。
- ・ **上手くいかない原因**：たったひとつの原因を説明する。
- ・ **圧倒的な解決策**：キラーコンテンツとなる圧倒的な解決策をシンプルに提示する。

- ・ **3ステップ**：「参加者は手法に興味がない」ことを前提に解決策をできるだけシンプルにまとめる。
- ・ **ベネフィット、メリットの再提示**：「起」と同じ内容を提示する。
- ・ **課題解決しなかった時の地獄**：参加者の問題意識、課題を育てる。

## point!

### 参加者のイメージの中で、「直面している問題意識、課題を育てる」

「課題を放置した場合の不本意な未来（地獄）」を認識させます。  
天国と地獄の差が大きければ大きいほどお客さんの決断力は強くなります。  
直面している課題を育て、不本意な未来を見せることでその差を大きくしていき、「今すぐ現実を変える」という決断に導きます。

参加者の地獄とは具体的には、「感情的に痛みを感じるもの」をいいます。

## ◎結

参加者に行動を促し、「チャンスを逃したくない！」と実感する商品説明と価格提示をします。どうやって現実を変えるかという思考を行動に導きます。ここに至るまでも行動しない言い訳を払拭してきましたが、以下の順番に提示することで、さらに未来だけに意識を集中させます。

### 【参加者の決断を促す7つのステップ】

- ・ 詳しい商品説明
- ・ 先延ばしのリスク
- ・ ベネフィット、メリットの再提示（起と同じ内容）
- ・ 価格提示
- ・ 本日限りの特別価格
- ・ 決断の重要性
- ・ 最後の言葉

## point!

### 「買わない理由」を排除して「決断」を促す

ここで重要なのは「買わない理由」を根こそぎ排除すること。現状の痛みから逃れるために満足させるのではなく「決断」をしてもらうことが重要です。

**ただ講義を聞いて**満足させるだけだと、「あー先生もよかったし為になる話聞けてよかった！」と離脱してしまい、購入まで辿り着くことはありません。

脳科学でも証明されていますが、人は「痛み」を回避するとき、自分を守る為に大きな力を無意識に発揮します。

あなたの商品やサービスを受け入れる決断をしなければ、「困るのはお客さん」です。「セールス＝貢献」という考え方が大事です。

上記の提示順番の仕組みとして、「吊り橋効果」に似たような構成になっており、「快樂」と「痛み」を正しく活用することによって決断を強めます。

最後に、お客様の決断をサポートする**最後のひと押し**をしていきしょう。そのために「限定性の心理トリガー」を使います。

重要なのは、**価値が価格の2倍以上になるよう**にしっかりとしたサポート内容を作り込むことです。

そして最後に参加者に「あなたが頑張ることが前提ですが、私と一緒にやれば、あなたはできます！」としっかりお伝えすることが重要です。そうすることで「この人に会えて本当によかった」と信じてもらえます。結果、決断へとつながるのです。

最後に、具体的に買わない理由を排除する例をご紹介します。

・自分に講座が合わなかったらどうしよう

→30日間の返金保証もついていますので、まったくのゼロリスク。ご満足いただければ、全額返金いたしますのでご安心ください。

・時間がなくてできるか心配

→ただ、あなたのビジネスや商品の内容とターゲットの情報を入力するだけでいいんです。1日たった30分です！

・途中でどうしたら良いのか分からなくなったらどうしよう

→お申込み者された方限定で定価10万円のオンラインコンサルティングセッションを特別にプレゼントいたします！



まとめ

ここまでの手順を実行することであなただけの魅力的な講座を作り上げることができます。これをきっかけに自分でも気づけなかった「ありたい自分」や「顧客理解」を深め、自分の経験やストーリーを活かして、参加者に最高の未来を提供してください。