

理想のお客様設定

たった1人に向けて、情報発信をすることが
人の心にささるコンテンツ（文章など）を生み出し、
行動を促すきっかけになります。

- ・ 年齢
- ・ 住んでいるところ
- ・ 学歴
- ・ 家族構成
- ・ 年収
- ・ 趣味
- ・ 好きな雑誌
- ・ 1ヶ月のお小遣い
- ・ 平日の過ごし方
- ・ 求めているライフスタイル

困りごと解決がビジネスの基本

お客様が

- ・ 悩んでいること
- ・ 求めていること

あなたが

- ・ どう解消できるか
- ・ 何をどんな形で提供できるか

キャッチコピー作成方法

● 誰向けか ● 何ができるか ● 何の専門家か ● 実績

これらの要素からまとめていく。

広く、一般向けではなく“これってまさに、私が求めていたものだ！！”と
ピンポイントで心に響かせられるような内容であることが大事！

★地名も入れる！ ★小学生でも理解できる内容か ★同業他者との違いはあるか

ホームページやブログで どんな情報発信をしていけばいいか

【サイト訪問者の心理】

1. 役に立つ情報

♡こんなに情報提供してくれるなんて！この人すごい！

2. 必要性を感じてもらおう

♡フォローしよう！

3. 自分の価値が上がる

♡考え方が好き、共感できる！

4. 人気が出る

♡この人から習いたい！買いたい！

上の図が、ブランディングのプロセスです。

この中で、1番目の【役に立つ情報】のステップで、つまづいてしまったり、ネタ切れになってしまい、情報発信が続かないパターンが多いですが、、

情報発信の継続自体があなたの価値を高めることにつながります！

スキルのこと、知識のこと、自分の経験でこれはよかった！と思うことを

どんどん【自分の言葉】でシェアしていきましょう！

訪問者の方に**希望を与えるテーマ**もオススメです。

ここで忘れてはいけないポイント！

商品や効果の説明よりも大事なのは、**あなたの理念・想いを発信**することです。

それが【**3. 自分の価値が上がる**】につながります。

あなたから習いたい、買いたい、というお客様が増えていきます。

これこそが、大手企業には真似できない

個人サロン、個人事業主にとって一番大事な強みなのです。