

第1話

[[name1]]さん

こんばんは！

コーチ、カウンセラーの「脱・集客」を応援するコーチ、中野です。

改めましてこの度は、

僕のメール講座

「脱・集客メール講座」にご登録いただき、ありがとうございます！

このメール講座では、

「もっと活躍したいコーチ、カウンセラー」のあなたのために、
脱・集客の方法や手段をお伝えしていきます。

まず誰が対象なのかを明確にします。

これから様々なことを順序よく、
実践しやすいようにお伝えしていきますので、
ぜひ、楽しみながらついてきてくださいね！

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

目次

1.

2.

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

目次を入れてあげることで、内容を整理して読みやすくなります。

1.

本来はここに小見出しが入ります。

読みやすくするための大事な要素なので、入れてあげると良いです。

それでは早速、

脱・集客メール講座をスタートしていきましょう！

まずは、脱・集客とはどんな状態なのかを
説明させてください。

脱・集客とは

- ・無理にお客さんを集める必要がなくなる
- ・あなたの望むお客さんが集まってきてくれる
- ・売り込みをしなくてもお客さんの方からお申し込みをいただける
- ・サービス提供に楽しく全力集中できる

こんな状態になることです。

脱・集客ができるようになると、

やりたくない集客方法や、

ポリシーに合わない活動をする必要がなくなります。

そんなことをしなくても、

お客さんの方から集まってきてくれるからです。

だからこそ、
ビジネスを楽しく長く続けていけるようになります。

「これは楽しくてやりがいがある！」と思える
あなたらしいコーチングやカウンセリングを
たくさんのお客さんに届けられるようになります。

なぜなら、
あなたの望む、あなたと相性の良いお客さんが
集まってきてくれるようになるからです。

そして、
集客にエネルギーを使わないで済むので、
お客さんへのサービス提供に全力で集中できるようになります。

そうなれば、
お客さんはさらに結果を出しやすくなり、
喜ばれますよね！

喜んでくださるからこそ、
リピーターになっていただきやすくなったり、
ご紹介をいただけたり、というメリットにもつながります。

さらに、
脱・集客を極められると、
「自動収益化」と呼ばれる状態を実現できるようになります。

つまり、

自分で営業しなくても、
パソコンやスマホを見ていなくても、
あなたがどこにいても、何をしていても、

自動で「お申し込み」「ご入金」をいただけるようになる、
ということです。

もちろん僕たちのようなコーチ、カウンセラーといったお仕事は、
ご入金をいただくことがゴールではありません。
お客さんにセッションや講座で価値を提供することの方が大事です。

ここまでが山を登るメリットです。
山の頂上を具体的に描くことで、登りたい、と思ってもらいます。

だからこそ、
集客やセールスといった営業にかかる労力を
「脱・集客」で少なくして、
価値提供に全力で集中できるのって、すごく重要なことなんです。

脱・集客を実現しないと、
集客活動にエネルギーをたくさん持っていかれるし、
ストレスにもなりやすいです。

そうなれば、
サービス提供にベストコンディションで望めない可能性も出てきます。

それに、
やりたくないことって続けること自体が大変なんですよね。

起業した人の90%以上が5年以内に廃業している、
というデータがありますが、

その中には、やりたくないことをやって、
続けられなくなっちゃった人も多んじゃないかと思います。

だからこそ、
僕はあなたに「脱・集客」を身につけてほしいんです。

ここまでが山に登らないデメリットです。

そのための第1弾として、
今日は「文章を書くときのネタの出し方」
をお伝えしていきますね！

このような感じで、前半と後半を分けますが、
完全に分断するのではなくて、
何かしら橋渡し要素を入れるようにしてあげると、
違う話が始まったという印象を与えにくくなり、
スムーズに読んでもらえます。

2.

コーチやカウンセラーとしてお仕事をしていこうと思ったら、
ブログや facebook などに何かを書く機会が多くなるはずです。

でも、

「何を書いたら効果的なのかわからない」
「文章を書くネタがない」

「無理にビジネスにつなげて書こうとすると売りっ気が強くなりそう」

なんて悩むことってありませんか？

実際そういったご相談って多いんです。

なので、

今日は効果的な文章のネタを見つけるコツをお伝えします。

なぜ今日この話をするのかというと、

文章を書けるって「脱・集客」のためにとっても大事だからです。

文章にすると、それはインターネット上に残ります。

ということは、

いろんな人に繰り返し何度も読んでもらえる可能性がある、

ということですよね！

口頭だとかうちはいきませんよね。

だから文章を書けるのって、脱・集客につながるんです。

ノウハウも常に山の頂上を目指して伝えます。

さて、では、

効果的なネタはどうしたら見つかるのでしょうか？

その方法は簡単です。

まず、あなたのサービスで価値を感じてくれそうな人を一人だけピックアップしてください。

その人はどんなことで悩んでいるでしょうか？
どんな課題がありますか？どんな願望を持っていますか？
それを紙に書き出してください。

そして、その人に喜んでもらうために、
何か1個だけ伝えるとしたら、何を伝えるか、
を考えてみてください。

ポイントは、伝えることは1回に1個だけにすること。

これをやっているとネタがなくならないんです。

それに読み手としても、話が混乱しなくて読みやすいですね。
これは読者さんに対する「おもてなし」でもあります。

もちろん、ずっと同じ人でネタ出しをしなくても大丈夫です。
明日は今日とは違う人を思い浮かべても OK！

こうやってネタに困らずに楽しく文章が書けるようになるだけでも、
集客の悩みってかなり軽減するんですね。

これが僕があなたにお伝えする
脱・集客の第一歩です！

今日は早速、

- ・あなたのサービスで喜ぶ人を一人ピックアップ
- ・その人の悩みや困りごと、願望を書き出す
- ・その人に何を伝えたら喜ぶかを考え、1個に絞る
- ・それを伝えるための文章を書く

これをやってみてくださいね！

日頃からこれを意識して文章を書いていくと、
文章だけで喜ばれる「おもてなし」の文章を
もっともっと書けるようになっていきますよ。

ベイベーステップとベネフィットは最後に必ず伝えます。

次回は、

「楽に伝わる文章構成」をお伝えしますね♪

あなたが書いた文章の、

「読まれてるのかな？」

「あんまり反応がないな」

というお悩みを、解決していくお話なので、

明日も楽しみにしていてくださいね！

次回予告も忘れずに。

ただ予告するだけじゃなく、

どんな問題を解決するのか、

どんなベネフィットがあるのかを伝えましょう。

次回も 21 時にお届けしますね！

読者さんが読むことを習慣にもらうために、
何時に送るのかを伝えておきましょう。

それでは今日はこのへんで。

今日のお話は

1.

2.

でした。

また明日、21 時にお会いしましょう！
ありがとうございました！

第2話

[[name1]]さん

こんばんは！

コーチ、カウンセラーの「脱・集客」を応援するコーチ、中野です。

今日も僕のメール講座を読んでいただきありがとうございます！

前は、

「文章のネタに困らない方法」
をお伝えしました。

前回の振り返りをします。

僕たちみたいなコーチやカウンセラーって、
ただ文章が書ければいいわけじゃないですね。

そこから何か伝わるものがあって、
それが読者さんのより良い未来につながったり、
[[name1]]さんのビジネスに繋がるのが大事。

だからこそ前は、
ただただ書くのが楽になるための話ではなくて、
コーチやカウンセラーとして、
どうやってネタ出しをしたらビジネスに繋がりやすくなるのか
という「目的」に沿った方法をお伝えしました。

振り返りは、前回を読んでいない人が思わず読みたくなるように書きます。

でも、
もしかしたらあなたは、
もともとネタにはそんなに困らないタイプかもしれません。

しかしそうであったとしても、
「私の文章、ちゃんと読まれてるのかな？」
「もうちょっと反応があってもいいはずなんだけどな」
なんて思う時って、きっとありますよね。

今日の話はどんな人のためなのか。

なので、
今日はそこを解決し、
同じ内容の文章を書いているだけなのに、
お客さんの反応や、お客さんの集まり方が変わる、
そんな方法のお話をします！

先にベネフィットを伝えて、この先を読みたいと思ってもらいます。

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

目次

1.

2.

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

1.

どうしたら、同じ内容の文章を書いているだけなのに、
お客さんの反応やお客さんの集まり方が変わるようになるのか。

その秘密は「文章構成」にあります。

なので、今日はまた一步、
[[name1]]さんが「脱・集客」の状態に」近づけるために、
「文章構成」のお話をしていきます。

結論から言うとなんの話なのかを先に伝えます。

僕がなぜ「脱・集客」をあなたに伝えたいのかというと、
「脱・集客」できる人に増えてほしいからです。

そして、ここからなぜそれを伝えるのか、その背景を伝えます。山を登っても
らうための要素です。

それはなぜなのか。

あなたのことを待っているお客さんが、
必ずどこかにいるからです。

あなただからこそできるコーチングを待っている人。
あなただからこそできるカウンセリングを待っている人。

「でも、私の他にもそれをしている人はいるし。。。」
と思うかもしれませんが、
コーチングやカウンセリングって同じ手法でやったとしても、
それを提供する人によって全く違ったものになりますよね？

さらに、コーチやカウンセラーは、
基本的には一人で起業します。

一人でやっているのに、
集客やセールスに時間やエネルギーを使っていると、
お客さんへのサービス提供を全力でできないかもしれません。
それはとても残念なことだと思いませんか？

だからこそ、
できるだけ集客やセールスにエネルギーを使わない
「脱・集客」の状態を実現してほしいんです。

そして、
あなたならではのコーチング、
あなたならではのカウンセリングを待っている人に、
あなたの想いやサービスを
もっともっと届けられるようになってほしいんです。

ここまでで、なぜ読者さんに山の登って欲しいのか、
なぜ読者さんは山を登るべきなのかを、

読者さんのメリットを考えながらしっかりと伝えます。

だから今日は、
その「脱・集客」に近づけるよう、
「文章構成」のお話をしていきますね！

自然と後半につながる文章を前半の最後に入れていきます。

2.

あなたは日頃文章を書いている、

「ちゃんと読まれてるのかな？」

「もうちょっと反応があってもいいと思うんだけどな」

なんて思うことはありませんか？

これって実は多くの人が持っている悩みなんです。

なぜなら、

インターネットで文章をお届けしている時には、
実際に読んでいる人の顔を見ることは難しいからです。

では、
どうしたらもっと読んでもらえて、
もっと反応をもらえるようになるのでしょうか。

実は、そこには非常にシンプルなコツがあります。

そのコツとは、

—————

- ・結論から書く
- ・読者さんのメリットを先に書く

—————

この二つです。

今、インターネット上には大量の情報があります。

だから、読者さんは、
自分にとって「読む理由」がなければ、
読むことはしないのです。

その「読む理由」とは何かというと、
「自分にとってのメリット」
です。

もちろんあなたの思いを文章に乗せて届けるのは、
とっても大切なことです。

だけど、それを伝える前に、

- ・これを読むメリットはなんなのか？
- ・結論から言うとなんなのか？

これを先に伝えてあげる必要があります。

これを伝えるからこそ、

「じゃあ、読んでみようかな！」

と思うわけです。

つまり、この二つを先に伝えることも、

読者さんに喜んでいただくための、

大切な「おもてなし」なんです。

テレビのドラマだったら、

「ハッピーエンド」は最後に訪れますが、

僕たちの文章は「結論」と「読者さんのメリット」が先です。

読者さんにとって身近で考えやすい話題を入れることで、イメージしやすくします。

それから本題を伝えて、

そして最後にも、

結論とメリットをもう一度伝えるようにしましょう。

すると読者さんの記憶には、
「あー、そうだったな」
と残りやすくなるので、
より反応してもらえるようになります。

これも「おもてなし」です。

ビジネスを楽しめる人は、
おもてなしを楽しめる人なんです。

今日お伝えしたことを実践するだけで、
「もっと読まれる文章」
「もっと反応してもらえる文章」
になります。

そしてそれを文章として公開することで、
繰り返しいろんな人に読んでもらえる可能性が上がります。

口頭ではこうはいきません。

つまり、そうやって「おもてなし」を意識しながら
文章を公開していくことは、
それだけでも「脱・集客」につながっていくことになるんです。

ということで、

今日は「文章構成」の大切さをお伝えしました。

結論です。

しっかり実践すると、
同じ内容を書いているだけなのに、
お客様の反応や、お客様の集まり方が変わりますよ。

ベネフィットです。

次に文章を書く時には、
まず

- ・これを読む読者さんのメリットはなんなのか？
- ・結論から言うとなんなのか？

を先に書き出してから、
文章を書くようにしてみてください！

ベイベーステップです。

今回は、
お客さんを無理に集めようと意識しなくても、
集まってもらえる状態を実現していくための、
根本的な土台部分のお話をします。

どうぞお楽しみに！

次回予告をしっかりと。

それでは今日はこのへんで。

今日のお話は

1.

2.

でした。

また明日、21時にお会いしましょう！

ありがとうございました！

明日は何時なのかも伝えましょう。

第3話

[[name1]]さん

こんばんは！

コーチ、カウンセラーの「脱・集客」を応援するコーチ、中野です。

今日も僕のメール講座を読んでいただきありがとうございます！

前は、

「文章構成」に関するお話をしました。

これからはブログやメルマガを書くときには、

ぜひ、

- ・これを読む読者さんのメリットはなんなのか？
- ・今日のお話は結論から言うとなんのお話なのか？

を明確にし、

それを先に伝えてから本題に入るようにしてみてください。

それをしっかり実践するだけで、

同じ内容を書いているのに、

お客さんの反応や、集まり方が本当に変わります！

ぜひぜひ実践してくださいね！

前回の振り返りです。

さてさて、
日頃集客のことで悩んでいると、
「なんとかして集客しなきゃ!!!」
「どうしたら集客できるの？」
なんていうふうに考えてしまいがちですよ。

でも、
それって実は「根本的な部分」
がズレてしまっているからなのかもしれません。

なので今日のお話は、
お客さんを無理に集めようと意識しなくても、
お客さんの方から集まってきてくれる状態を実現していくための、
根本的な土台部分のお話をしていきますね！

先にベネフィットをしっかりと。

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

目次

1.

2.

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

1.

ではさっそく、
お客さんの方から集まってきてもらうための
根本的な土台のお話をしていきますね！

読者さんはノウハウの話を求めているので、あくまでノウハウ提供の話として
スタートしています。

それをしっかりと受け取っていただくためにも、
僕が[[name1]]さんに情報をお届けする上での、
僕自身の根本的な土台の部分について、伝えさせてください。

その上で、山を登ってもらうための重要要素の話を入れていきます。

僕は、
[[name1]]さんに
「ぜひしっかりと読んで、結果を出してほしい」
と思って「脱・集客」のメール講座をお届けしています。

無料でお届けしているからこそ、
さら一っと流し読みしたくなることもあるかもしれません。

でも、
「脱・集客」のために、しっかりと読んでほしいんです。

僕は、
自分のやり方を「これが絶対正しいんだ」なんて言ったり、

押し付けたりするつもりはありません。

もちろん、
僕が知っているやり方や手法、その根本にある考え方などは、
全部このメール講座の中でお伝えしていきます。

でも、だからと言って、
「この方法じゃなきゃダメ！」
「その方法はもう古いからダメ！」
なんていうふうに、一方的に手法を押し付けることはしません。

なぜなら、
手法そのものは何万通りもあるからです。

だから、
具体的な手法をお伝えしつつ、
「なぜこれをやるのか？」
という「考え方」も、一緒にお伝えしていきます。

「脱・集客」の考え方を学ぶと、
他の手法でもいくらでも応用ができるんです。

アメブロ集客→アメブロ以外に使えない

みたいにはならない、ということです。

- ・自分と合わない集客方法は必要ない
- ・あなたの望むお客さんが集まってきてくれる
- ・集客やセールスに使うエネルギーを減らし、サービス提供を全力でできる

こんな状態を実現するのが「脱・集客」です。

ここまでで「目的をもってしっかりと読んでほしい」ということを、相手のメリットとともにしっかりと伝えています。

だからこそ、

「情報を仕入れる」という気持ちで読むのではなく、
あなたのコーチング、カウンセリングを、
「こういう人にこんなふうに届けていきたい！」
という目的をしっかりとって、学んでほしいんです。

この表現は、後半の話とつながっていないようでつながっています。

2.

あなたのコーチング、カウンセリングを、
「『こういう人』にこんなふうに届けていきたい」
という目的をしっかりと持つことは、
とても大切なことです。

こんなふうにつなげることもできる、ということです。

特に、

「どういう人に届けたいのか？」

という、対象者をしっかりと設定するのが大事。

一番お客さんが集まらないのは、

「誰でもいいから来てほしい」

というタイプの人です。

恋愛でもそうですよね？

「誰でもいいから彼女がほしい」

とか言ってる男性に、

近づきたいとは思わないじゃないですか（笑）

主張をしたら、身近な事例を入れてわかりやすくします。

読者さんにとっても、

「あなたが対象なんですよ」

ときちんと伝えてもらえる方が、

「おもてなし」になるんです。

前に、

「文章のネタを出すために、誰に向けて書くかを決めましょう」

というお話をしましたよね？

それも同じように

「対象が誰なのかをはっきりさせましょう」

ということだったんです。

この、

「『どんな人が対象なのか』をはっきりさせること」が
とても大事なんです。

なぜならそれは、

あなたのビジネスの「コンセプト」を支える大切な要素だから。

コンセプトとは、

- ・ どんな人のために
- ・ どんな特徴のあるサービスを提供して
- ・ 相手にどんな良い状態をもたらす
- ・ なんなのか

を言葉で表現したものです。

僕たちみたいなコーチやカウンセラーにとって、
コンセプト＝商品です。

なぜなら、僕たちの商品は、目に見える形がないからです。

目に見えないからには、言葉や文章で説明する必要があります。

そのときに説明する必要がある内容こそが
「コンセプト」なんです。

「コンセプト」がないと、
お客さんから見たときに、
なんだかよくわからないサービスになります。

そして、
「コンセプト」がないと、
自分のサービスを、人に言葉でうまく説明ができません。

「コンセプト」 = 「商品」

それくらい、「コンセプト」が大事なんです。

そして、その「コンセプト」を支えるのが、
「どんな人のために」
という、対象者の設定なんです！

「コンセプト」がきちんと定まると、
お客さんを無理に集めようと意識しなくても、
お客さんの方から集まってきてもらえる
「脱・集客」の状態を実現しやすくなります。

常に山の頂上を目指す表現を入れていきます。
ベネフィットです。

なので今日は、

早速「どんな人のために」

あなたのコーチング、カウンセリングを届けたいのか？

という、「対象者の設定」をしてみてください。

「もうすでにある程度できるよ」

という場合でも、

より具体的にできるとさらに良いですね！

これを宿題として実践していただきつつ、

次回はさらに「あなたならではのコンセプト」にできるよう、

「コンセプト」のお話を深めていきます。

あなたが望むお客さんに集まってきてもらうためのお話なので、

ぜひ楽しみにしていてくださいね！

それでは今日はこのへんで。

今日のお話は

1.

2.

でした。

また明日、21時にお会いしましょう！

ありがとうございました！

第4話

[[name1]]さん

こんばんは！

コーチ、カウンセラーの「脱・集客」を応援するコーチ、中野です。

今日も僕のメール講座を読んでいただきありがとうございます！

前は、

「コンセプト」に関するお話をしました。

その中でも特に、

「対象者」を決めるのが大事ですよ、

というお話でしたね。

これ、とても大事なんです。

なぜなら、みんな忙しいので、

対象がわからない話は

読もうとも聞こうともしないからです。

例えば人混みで

「大迫さん」という知り合いを見かけたときに、

「みなさーん！！！」

って言っても、振り向きませんよね（笑）

でも、

「大迫さーん！」って言ったら
気づいてもらえますよね。

イメージしやすい身近な例を入れています。

「あなたのためのお話なんですよ！」
と、きちんと定めるのが大事。

それができたら次は、
あなたの「どんな特徴」で、
その人に喜んでもらうのかを考えましょう。

世の中ではよく「差別化」と言われる話なのですが、
この「差別化」の考え方が
根本的に間違ってしまっているパターンがとても多いです。

なので今日は、

—————

あなたがあなたらしく楽しくビジネスをしているだけで、
ムリにお客さんを集めなくても、
あなたの望むお客さんが自分から集まってきてくれる。

—————

そんな「脱・集客」状態にまた一步近づくための、
「ムリせず独自のウリを見つける方法」
をお伝えします！

先にベネフィット。

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

目次

1.

2.

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

1.

前回お伝えした「対象者を決める」という話も、
今日お伝えする「独自のUri」の話も、
「コンセプト」を作るためのお話です。

では、

「コンセプト」って、なんのために作るのでしょうか？

ノウハウの話を伝えつつ、ここから山を登ってもらうための重要要素に入ります。

常に、「今日伝えるノウハウ」を伝える背景として伝えると、
読者さんは受け取りやすくなります。

それは、

あなたとお客さんが、
共に実現したい理想の状態を
お互いにとってきちんとわかるように設定するためです。

あなたにもこの無料メール講座を受講することで
何か実現したい「理想の状態」があるはずです。

- ・もっと集客できるようになりたい
- ・脱・集客状態になりたい
- ・もっと思いを届けたい
- ・もっとコーチングカウンセリングで喜ばれたい

こんな感じかもしれません。

そして僕も、
あなたにそうなってほしいと思っています。

なので、
それを実現するために、大切なことをお伝えします。

それは、
「理想の状態の実現のために、お金を使う」
ということです。

なぜなら、
[[name1]]さんも、
お客さんから気持ちよくお金を使ってほしいはずだからです。

これから[[name1]]さんのお客さんは、

理想の状態になるために[[name1]]さんのサービスをお金を払って受けるはずで

そのときに

「お客さんにお金を使わせたら申し訳がない」
と
思ってしまうと、
言葉や表情などに、必ずそれが出てしまいます。

「お金を使わせたら申し訳ない」
という気持ちはどこからやってくるのかというと、
「お金を使いたくない」
という自分の気持ちからです。

あなたが理想の状態になるためにお金を使うことと、
お客さんが理想の状態になるためにお金を使うことは、
イコールの関係なんです。

だからまずは、
あなたが理想の状態の実現のために、
気持ちよくお金を使えること。
これが大事。

そして、その理想の状態を言葉にしたものが
「コンセプト」。

理想の実現のために使う「お金」がガソリンなら、
「コンセプト」はエンジンと言えるかもしれませんね。

前半でしっかりと投資の大切さを伝えつつ、後半のコンセプトの話につなげています。

2.

さて、その「コンセプト」のお話です。

前回は「対象者」を設定するお話をしましたが、
あなたがお客さんから選ばれるためには、
対象が明確なだけで良いのでしょうか？

そうじゃないですよ？

だって、
同じような人を対象にしている人が
他にもたくさんいるからです。

僕は、
「もっと活躍したいコーチ、カウンセラー」のために
この無料メール講座を配信していますが、

同じようにコーチやカウンセラー向けに
情報発信をしている人は他にもいます。

では、対象の次に定めるべきものはなんのでしょうか？

それは
「独自のUri」
です。

例えば僕のUriは、

- ・集客を意識しなくても、望むお客さんが集まってきてくれる
- ・コーチやカウンセラーとしての自分らしい活躍をサポート
- ・集客やセールスに使う時間やエネルギーを極力減らす
- ・お客さんと自分の喜びに全力で集中する

こんな状態を実現するための、
「ノウハウ」と「考え方」を
「脱・集客」というメソッドにまとめていることです。

こう見ると僕って
コーチやカウンセラーのためのサービスを展開している他の人とは、
自然と差別化ができますよね？

(差別化って、ムリにしなくても勝手にできるものなんです)

この「独自のUri」が明確になると、
「脱・集客」の状態にまた一歩近づけます。

では[[name1]]さんの「独自のUri」はなんですか？

「えー、ないよー」

と思うかもしれません。

でも、
[[name1]]さん。

必ず[[name1]]さんだけの独自のものがあります。

それは「経験」です。

- ・ 今までの人間関係上での経験
- ・ 職場での経験
- ・ 家族の中での経験

その他何でも「経験」。

その中に、必ず[[name1]]さん独自のものがあるはずですよ。

それから、
「今までにない組み合わせ」
で「独自のウリ」を作る、という方法もあります。

例えば僕のクライアントさんの一人は、

「個人起業」というありふれた分野に、
「主婦である」 + 「家にいることを大切にする」

という要素を盛り込み、

「丁寧に暮らす、おうち起業」

という「独自のUri」を生み出しました。

特にお子さんのいる女性に大人気になっています。

こんなふうに、今までに無い組み合わせなどからも独自のUriを作ることができます。

「過去の経験」と、

「今までに無い組み合わせ」に着目すると、

必ずと言っていいほど「独自のUri」は見つかります。

それを「対象」として設定したお客さんの喜びと繋がるようにしてみてください。

そうすれば、その「独自のUri」が、

お客さんへの「おもてなし要素」として伝わります。

それだけで、

お客さんの方から興味を持ってくれて、

集まってきてくれる力強い要素になってくれます。

今日はぜひ、遊びでいいので、

あなたが持っている特徴を組み合わせ、

「組み合わせ造語」を作ってみてください。

「おうち起業」もそうだし、
たとえば「ゆるキャラ」とかも
「ゆるい」と「キャラクター」の「組み合わせ造語」ですよ。

女性誌なんか見ると、そのオンパレードです（笑）

実はこれ、
「独自のウリ」をフレーズ化する、
一番簡単なやり方なんです。

「脱・集客」もそうですよね（笑）

さて、次回は、
さらにお客さんが自分から集まってきてくれるようになる
「コンセプト」の最重要要素、のお話です。

どうぞお楽しみに！

それでは今日はこのへんで。

今日のお話は

1.

2.

でした。

また明日、21時にお会いしましょう！
ありがとうございました！

これまでと同じことを心がけて書いています。

第5話

[[name1]]さん

こんばんは！

コーチ、カウンセラーの「脱・集客」を応援するコーチ、中野です。

今日も僕のメール講座を読んでいただきありがとうございます！

前は、

「あなたの独自のウリを作りましょう！」

というお話をしました。

対象者を設定することも大事ですが、

どんなに対象者設定をしても、

「[[name1]]さんが選ばれる理由」がなければ、

お客さんからは選んでもらえません。

お客さんからあなたが選ばれる要素、

それが「独自のウリ」です。

お客さんの方から選んでもらえるようになると、

自分から売り込む必要がどんどんなくなっていきます。

そうすると、

お客さんの方からどんどん集まってきてくれるようになります。

しかも、
あなたの望むお客さんが集まるようになります。

これがまさに「脱・集客」です！

「対象者」も「独自のウリ」も
「コンセプト」の重要な要素です。

今日はさらに「脱・集客」を加速させる
「コンセプト」の最重要要素のお話をしていきます。

どうぞお付き合いください！

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

目次

1.

2.

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

1.

こうしてメール講座を配信していると
読者さんから嬉しいメールを日々いただきます。

中でもよく聞かれるのが、
「こんな有料級の情報をなぜ無料で配信しているんですか？」
という質問です。

この理由はとても簡単です。

たくさんのコーチやカウンセラーに
「脱・集客」を実践してほしいからです。

無料でも有料でもなんでも、
よりたくさんのコーチ、カウンセラーが
「脱・集客」できるためのお手伝いを、
僕はしていきたいと思っています。

コーチ、カウンセラーのような、心を扱う仕事こそ、
提供する側の心のコンディションが重要ですよ？

だからこそ、
やりたくないことをしてまで集客をすとか、
そういうことがあってほしくないんです。

そして、集客やセールスにかかる、時間や労力やストレスを、
できるだけ軽減することで、
お客さんへの価値提供に集中できるようになってほしいんです。

お客さんの喜びに集中し、たくさん喜んでもらえれば、
良い口コミだってたくさん起きるようになります。

そうやって、
自分らしく活躍するコーチやカウンセラーに
もっともっと増えてほしいんです。
だから、無料でメール講座を配信しています。

なぜそういう思いがあるのかと言うと、
大元をたどると、
「自分に子供ができたときに、今の日本の学校システムに入れるのが不安」
だったからです。

なぜなら、
サラリーマン生産工場に見えてしょうがないから。
みんなを同じ価値観にしようとしているように、僕からは見えます。

僕はコーチングを学んだことで、
「自分の人生は自分らしく自分で作ることが大事」
ということを知りました。

自分の子どもにも、今の子どもたちにも
「自分でこの人生を作るんだ」と思いながら、
自分らしく生きてほしい、と思うんです。

そしてそのためには、
学校教育も大事だけど、
自分らしく、魅力的に生きる大人の存在が
何よりも大事だと僕は考えています。

そして、
人が自分らしく魅力的に生きる道をサポートできるのが、
コーチやカウンセラーといった仕事だと思うんです。

だから、もっともっとたくさんのコーチやカウンセラーに活躍してほしい！

それが、
僕がこのメール講座を無料で配信し、
今このビジネスをやっている根本的な思いであり、
コンセプトです。

[[name1]]さんにも、
もっともっと[[name1]]さんらしく活躍してほしい！

なので、ぜひ今まで以上にしっかり学び、
どんどん行動に移していただけたら嬉しいです！

ここで初めて自分の理念をしっかりと伝えています。
読者さんは、当初は自分のメリットに興味があるのであって、
書き手に興味があるわけではありません。

いきなり思いの話をされても重いのです。

でも、理念を伝えることは大切なので、
ある程度の情報共有ができた上で、理念を伝えます。

ということで、

今日もぜひワークに参加してください♪

2.

今日は、
あなたの「コンセプト」の
最重要要素を引き出していくワークです。

「コンセプト」とは、

—————

- ・どんな人のために
- ・どんな特徴のあるサービスを提供して
- ・相手にどんな良い状態をもたらす
- ・なんなのか

—————

ですね！

僕たちみたいな「目に見えない商品」を扱っている場合は、
「コンセプト」＝「商品」だから、
コンセプトを明確にするのが大事、
ということは今までも何度も伝えてきました。

では、その中でも特に明確にする必要があるのは

どんな要素でしょうか？

お客さんが、
あなたの継続セッションなどの商品のお申し込みを検討するとき、
一番気になることってなんでしょうか？

一番気になることは、
セッション回数でもセッションの内容でもありません。

「受けたら自分はどうなれるのか？」

です。

つまり、
「・相手にどんな良い状態をもたらす」
の部分です。

これを、ベネフィット、と言います。

この「ベネフィット」をもたらすことこそが、
お客さんへの「おもてなし」ですよ？

目に見えない、形のない商品だからこそ、
お客さんはそこを一番知りたいんです。

だからこそ、コンセプトの最重要要素。
この「ベネフィット」を一番明確にする必要があります。

例えば僕だったら、

—————

- ・あなたの望むお客さんが集まってきてくれる
- ・お客さんの方から「申し込みたいです」と言ってもらえる
- ・サービス提供に全力で集中できる
- ・理想のライフスタイルを実現できる

—————

こういうのがベネフィットです。

これをはっきりと言葉にするのが大事。

ベネフィットの注意点は、

「あなたが何をするか」
ではない、ということです。

そうじゃなくて、
「お客さんはどうなれるのか」
それがベネフィット。

お客さんはそれを一番知りたいんです。

これをしっかりと表現できるようになると、
自分から売り込んだり、
大量にブログや SNS を更新しなくても、
お客さんの方から集まってきてもらえるようになりますよ♪

なので、今日はぜひ、
あなたのベネフィットを明確にするワークを
やってみてください！

以下の質問に答えて書き出すだけです。

—————

あなたのサービスはお客さんにどんな喜びをもたらすのか

- ・どんなできなかったことができるようになる？
- ・どんな手に入らなかったものが手に入るようになる？
- ・どんななれなかったものになれるようになる？

—————

これらの質問の答えは、
自然とベネフィットになります。
ぜひ挑戦してみてくださいね！

ベイベーステップはできるだけシンプルに簡単にわかりやすくしましょう。

今回は、
ここまで書き出したコンセプトを
さらに吸引力のある「脱・集客コンセプト」として、
まとめ上げていくためのお話です。

これがピタッとはまると、
同じブログや SNS を書いても、
相手への伝わり方がまるで変わります。

更新頻度を半分以下にしながら、
売り上げは倍増、なんていうことも普通にできるので、
ぜひ楽しみにしていてください！

それでは今日はこのへんで。

今日のお話は

1.

2.

でした。

また明日、21時にお会いしましょう！
ありがとうございました！

第6話

[[name1]]さん

こんばんは！

コーチ、カウンセラーの「脱・集客」を応援するコーチ、中野です。

今日も僕のメール講座を読んでいただきありがとうございます！

前は、

コンセプトの最重要要素「ベネフィット」のお話をしました。

もしかしたらあなたは、

日々の僕の「脱・集客メール講座」を受け取る中で、

「コンセプトを作ることと脱・集客がどうつながるんだろう？」

なんて思っているかもしれません。

自分が伝えたいことばかり伝えていると、読者さんを置いてけぼりにしてしまうことがあります。

読者さんはどう感じているだろうか、ということを想像し、

それを先回りして書いてあげることで、より共感される文章になります。

脱・集客ができるようになるためには、

今している情報発信の吸引力を増やす必要があります。

吸引力というのは

「望むお客さんを引き寄せる力」

のことです。

たとえば、今あなたが、
10の時間とエネルギーを使って情報発信をされていて、
そのメッセージの吸引力が10だとします。

これをかけ合わせると100ですね？
これが「集客力」です。

あなたのメッセージの吸引力が、
50になったとします。

そうすると、
情報発信に使う時間とエネルギーを3まで下げても、
「集客力」は150ですよ？

実際にはこんな数字は存在しませんが、
数字にしてあげるとイメージが付きやすくなります。

この「時間とエネルギー」の消費を減らせるのが
「脱・集客」です。

そして、そのメッセージの「吸引力」は何で決まるかというと、
「コンセプト」なんです。

今日は「コンセプト」の吸引力を
さらに上げるためのお話をしますので、
どうぞお付き合いください！

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

目次

1.

2.

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

1.

「コンセプト」がないと、相手に伝わりません。

コーチングやカウンセリングを
もっともっとお届けできるようになりたい！
って考えた時に、

「でも、怪しいって思われたら。。。」

なんて考えてしまったことはありませんか？

結局、怪しくなってしまうのも

「コンセプト」
が不明確だからなんです。

僕は、

もっと胸を張って活躍するコーチやカウンセラーに
もっともっと増えてほしいです。

前回、
それは「子ども達の未来のため」
というお話をしました。

「子ども達が、自分の未来を自分で作っていける世界」

それが、僕が理想とする世界観です。

僕が所属するコーチングファームである
トラストコーチングスクール (TCS) は、
コーチングを教育にとりいれるための活動を
活発にしています。

そんなコーチングファームに所属できることを、
僕はコーチとして胸を張って誇りに思っています。

そして僕は、自分の理想の未来の実現のために、
自分のビジネスで稼いだお金の使い方も、
こだわって使っていきたいと思っています。

ルームトゥーリード、という NPO 団体があります。
アジアやアフリカの、教育機会に恵まれない国々に、
識字教育を届けている団体です。

ただ学校を作る、とかだけじゃなく、
政府と手を結び、教員の育成や現地語の教科書の出版もしています。

僕は、世界規模で見たら、
教育で一番最初に手を入れるべきことは

識字率の向上だとおもいます。

字が読めないと、
人生が制限されてしまうからです。

なので僕は、
ルームトゥーリードの活動を支援しています。

2015年にネパールの震災で壊れた学校の復旧のために
10万円を寄付したことを皮切りに、

2016年、ベトナムに図書室を寄贈（80万円）
2017年、スリランカに識字教育プログラムを寄贈（400万円）

という支援をしてきました。

日本だったら、億単位のお金がかかる内容です。

でも、世界に目を向けると、
僕みたいなビジネスのサイズでも
できることがあるんですよ。

こういう活動を通して、
世界中のみんなが自分らしく生きられるようになったら
きっと世界から戦争は無くなります。

寄付をしましょう、っていう話じゃないんです。

そうやって、
みんなが自分らしく生きていくことをサポートできるのが、

コーチングやカウンセリングというお仕事なんです。

だから、

もっと胸を張って堂々とビジネスする人に増えてほしい！

僕はそう思って、このメール講座を書いています。

この仕事にどんな誇りをもっているのかを、しっかりと伝えています。

ただ誇りや理念を伝えるだけでなく、必ず読者さんの山の頂上につながる話に
しましょう。

その誇りや理念の向かう先が山の頂上になっていることで、
より「この人と登りたい！」と思ってもらえるようになります。

だからこそ、コンセプトを明確にして、

きちんとあなたのコーチング、カウンセリングの素晴らしさを、
人に伝えられるようになってほしいんです。

2.

- ・ どんな人のために
- ・ どんな特徴のあるサービスを提供して
- ・ 相手にどんな良い状態をもたらす
- ・ なんなのか

これがコンセプトなんですよ、
とお伝えしてきました。

この、一番最後の「なんなのか」って、
ちょっとわかりにくいですよ（笑）

これは、
あなたのお仕事を一言で表現した「肩書き」のようなものです。

僕なら
「脱・集客コーチ」
ですね。

ここまで設定してきたコンセプトを、
一言で表現する「お仕事名」を作ってみてください。

お客さんにあなたの「専門性」が、
ずばっと伝わるように作りましょう。

「専門性」なんて言うと、
「いや、私はまだまだ専門性なんて言えるほどではないです」
なーんておっしゃる方がいます。

が、

だまらっしゃい！！（笑）

こういう表現もあります（笑）

あなたがどんな専門性を持っているかを
きちんとわかるようにするのは、
あなたのためというよりも、
お客さんのための「おもてなし」なんです。

あなたが病院に行く時だって、
先生が何の専門のお医者さんかがわからなかったら、
困っちゃいますよね？（笑）

ただ「医者です」って言われても困っちゃうのと同じように、
ただ「コーチです」
ただ「カウンセラーです」
って言われても、お客さんはわからないんです。

きちんとわかるようにすること。
それも「おもてなし」です。

なので、
ぜひあなたの専門性をずばっと表現する「お仕事名」を
考えてみてください。

造語を作ってみる、っていうのもありですね。
「独自のウリ」のところで「組み合わせ造語」を作っていたら、
それを使って、オリジナルな「お仕事名」を作れるかもしれません。

これを作り、
情報発信をするたびに書き記すようにしていくと、
それ自体が吸引力を持つようになります。

僕もいつも、

—————

コーチ、カウンセラーの「脱・集客」を応援するコーチ、中野です。

—————

って、最初に書いてますよね？
(気づいてました？笑)

ぜひあなたもやってみてください。
強力な吸引力が働くようになって、
「脱・集客」にまた一歩近づけますよ♪

そして、
日々堂々とその「お仕事名」を名乗るようになっていきましょう！

次回は、
「あなたの発信する情報をもっともっと読んでもらえる秘訣」
のお話をします。

読まれる確率 10%で週 7 回情報発信するより、
読まれる確率 50%で週 2 回情報発信する方が、
エネルギーも労力も少なくて済むのに、効果が高くなります。

それもまた「脱・集客」につながるわけです。

お楽しみに！

それでは今日はこのへんで。

今日のお話は

1.

2.

でした。

また明日、21時にお会いしましょう！
ありがとうございました！

第7話

[[name1]]さん

こんばんは！

コーチ、カウンセラーの「脱・集客」を応援するコーチ、中野です。

今日も僕のメール講座を読んでいただきありがとうございます！

前は、

あなたの専門性をズバッと表現する「お仕事名」を
考えてみましょう、というお話をしました。

お客さんにとって、

なんの専門家なのかがちゃんと伝わるっていうのは、
すごく大事なんですよ。

それに、これをしっかりと定めておくと、

それだけでも「脱・集客」の力が働きます。

例えば、

あなたがスポーツで体を痛めてしまったとして、

「なんでも治す整体」

と

「スポーツの痛み専門整体」

があったら、どちらを選びますか？

おそらく後者を選びますよね？

このアンケート、93%の人が後者を選ぶんです。

ということは、
あなたも自分の専門性をきちんとわかるようにしておく、
それ自体がお客さんが集まってきてくれる要素になる、
ということです。

集客やセールスにかかる労力を減らすのが「脱・集客」

あなたが一生懸命書くブログだって、
読まれる確率 10%で週 7 回書くよりも、
読まれる確率 50%で週 2 回書いた方が、
間違いなく結果に繋がります。

そこで今日は、
「あなたの発信する情報を、もっともっと読んでもらえる秘訣」
について、お伝えしますね！

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

目次

1.

2.

～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．～．

1.

ということで、
「あなたの発信する情報を、もつともつと読んでもらえる秘訣」
のお話です。

前提として大事なことをお伝えしますね。

――――

読まれる確率 10%で週 7 回書くよりも、
読まれる確率 50%で週 2 回書いた方が、
間違いなく結果に繋がります。

――――

これは間違いありませんよ。

じゃあ

――――

読まれる確率 70%で、週 0 回書く

――――

だったらどうでしょう？

週0回書く、っていう言葉の意味がそもそもわかりませんが、これじゃ結果が出るわけがありません（笑）

何が言いたいのかというと、
学んだらそれを行動に変換してほしいんです。

お金を使ってインプットして
行動でアウトプットをするのがすごく大事です。

そんなの当たり前じゃん、と思うかもしれませんが、
じゃあなんでそんな当たり前のことを
わざわざ伝えているんだと思いますか？

それは僕自身が
「インプット>アウトプット」
という状態になって、うまくいかなかった経験があるからです。

僕には
まだまだ知識やスキルが足りないと思って、
一年間で400冊の本を読んだ時期があります。

もちろん、その学びは無駄ではなかったと思います。

でも、その学びで何かビジネス的に結果が出たかという
と、出ていなかったんです。

なぜなら、
インプットに忙しすぎてアウトプットができていなかったから。

やっぱり、行動に移さないと、
お客さんには伝わらないんですよ。

「このままじゃ望む結果に繋がらない」
って気づいたんです。

アウトプット＝行動が大事。

それがわかり、実践するようになってから、
ビジネスの結果は大きく変わりました。

今こうしてお届けしているメール講座は、
僕にとってはアウトプット。
[[name1]]さんにとってはインプットです。

せつかくインプットをしたら、
それをアウトプット＝行動に変えてほしいんです。

僕は「脱・集客」についてお伝えしていますが、
それはあくまでも「効率を良くする」ためのものであって、
「行動を止める」ためのものではありません。

「あなたの発信する情報を、もっともっと読んでもらえる秘訣」
をお伝えしますが、
「書く」という行動をしなかったら、
望む結果には繋がりません。

望む結果のためには、
アウトプット＝行動が大事。

ぜひ覚えておいてください。

行動の話やお金の話など、
直接的に言うところとちょっといやらしくなりがちなものは、
「自分の経験談」から「自分が得た教訓」として伝えると、
押し付け感がなくなり、かつリアリティがあるので伝わりやすくなります。

2.

前回まででコンセプトを作っていました。
コンセプトを作る、というのも大事な行動ですが、
せっかく作ったコンセプトをアウトプットに繋げなかったら、
やはり望む結果は出ません。

コンセプトは、
完璧に作ろうと思わなくていいです。
まず作り、どんどん発信してみましよう。

例えばブログ記事でも、
コンセプトなく書いていた記事と、
コンセプトに沿って書いた記事なら、
同じ労力でも間違いなく後者の方が吸引力があります。

そして、そうやって書いたブログ記事が、
「きちんと読まれる確率」が向上すれば、
さらに吸引力は掛け算になって向上します！

ブログというと、
「アクセス数」に目がいきがちですが、
それよりも、「きちんと読まれる確率」をあげることが大事です。

素通りでも1アクセスですからね（笑）

僕のアメブロなんか、
1日のアクセス数50~150です（笑）

かなり少ない方だとは思いますが、
でも、ゼー一ぜん問題ありません。

一般的に常識だと思われることを、
実際の事例でやんわりと否定しています。

なぜなら、
高い確率で「きちんと読まれている」からです。
読んでもらえてこそその「おもてなし」です。

「きちんと読まれるかどうか」って、
なにで決まると思いますか？

これ、実は「ブログのタイトル」なんです。

お店で言ったら看板です。

飲食店に入るときだって、
看板とか店構えを見ますよね？
それと同じです。

そして、

「きちんと読んでもらえるブログのタイトル」
ってどんなタイトルなのかというと、
「コンセプトをわかりやすくキャッチーに表現しているかどうか」
です。

「コンセプトをわかりやすくキャッチーに表現」することが、
「あなたの発信する情報を、もっともっと読んでもらえる」秘訣です。

読まれる確率 10%で週 7 回書くよりも、
読まれる確率 50%で週 2 回書いた方が、
間違いなく結果に繋がります。

そうやって、

集客やセールスにかかる時間と労力を減らしながら、
お客さんへのサービスやおもてなしを向上させ、

ビジネス的な結果も向上させていく。

それが「脱・集客」です。

ぜひ今日は、

[[name1]]さんの今のブログのタイトルが、
どの程度[[name1]]さんのコンセプトを、
わかりやすくキャッチーに表現しているかを、
100点満点で自己採点してみてください。

そして、その点数を10点でも上げようと思ったら、
どんな表現に変えることができるか考え、書き直してみましよう。

今日はこのワークを、アウトプット＝行動として、
やってみてください！

もし自己採点ができなかったら、
ブログのタイトルとコンセプトを
僕にメールで送ってもらえれば、
僕が採点します！

遠慮なく送ってくださいね。

メールもらえるだけですごく嬉しいので（笑）

交流のきっかけは常にこちらから作るようにしましょう。

次回は、

これからもっともっと、

「コーチやカウンセラーとしての技術を向上させたい」

「脱・集客になる効果的な文章を書けるようになりたい」

そんなあなたのために、

オススメの本をご紹介します、と思います。

お楽しみに！

第8話で、実際に本を購入してもらおう話をしようと思って、
こういった次回予告になっています。

7話で止める場合にはこういうふうにしなくて良いと思います。

それでは今日はこのへんで。

今日のお話は

1.

2.

でした。

また明日、21時にお会いしましょう！
ありがとうございました！