

情報発信ビジネス講座

2

情報発信ビジネスの全体像

■情報発信は教育産業

- ⇒ 自分が発信する情報を分かりやすく相手に伝える
- ⇒ 伝えた上で、相手に行動してもらう
 - ⇒ 行動しないと結果は出ない

受験対策)

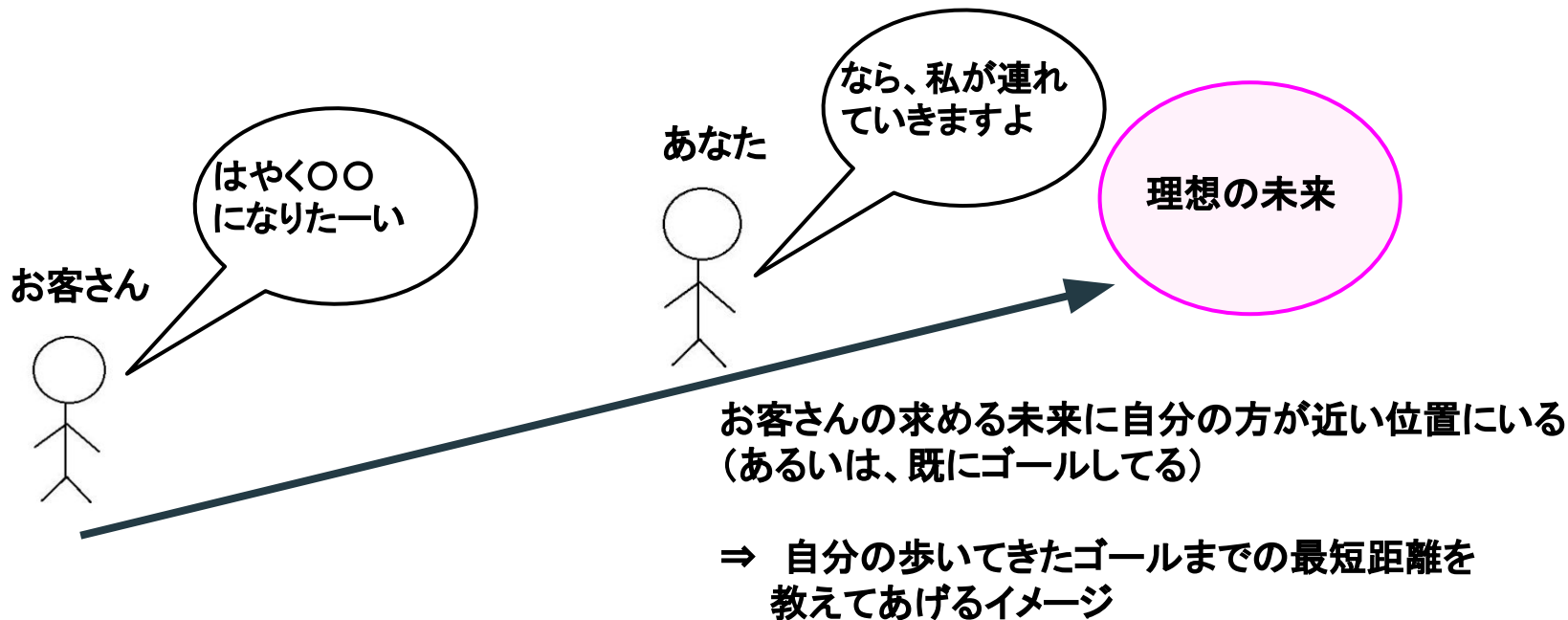
- ⇒ 模試の解き方、勉強法、志望校の対策、自宅学習の進め方を教える
- ⇒ 教えたやり方に沿って、実際に勉強してもらう
 - ⇒ 宿題を出す、予定表を作る

ダイエット)

- ⇒ 内臓脂肪の落とし方の理屈や、メニューを教える
- ⇒ メニュー通りに取り組んでももらう
 - ⇒ 少しずつ運動量を上げる、ジムに来る日を決める

■これが情報発信の全体像

自分はお客さんが求める未来に導く(手助けをする)存在=発信者



■情報発信で商品が売れるときはどんなとき？

お客さんがお金を支払うのはどんな時か？

⇒ 商品を買う「価値を見出した時」

お客さんは価値を確かめに来る

例)コンサート、ライブ

⇒ すでに聞いたことのある曲、TVで見ている顔を見に行く(相場5,000 ~ 30,000)

⇒ チケット代の価値があるかどうか**確かめに来る**

⇒ すでに知っている彼ら(彼女ら)の価値を
ライブという場にお金を払って出向いて、再確認する

⇒ 人は知らない人にお金を払わない

⇒ 人は価値がわからないものにお金を払わない

■情報発信で商品が売れるときはどんなとき？

「価値を再確認する」ということは・・・

- ⇒ 大前提として、すでに何かしらの価値提供ができていなければいけない
 - ⇒ 曲を聞いたことがない。姿を見たこともない人のライブなど誰も行かない

- ⇒ 無料段階の価値提供がとても重要になってくる(情報発信において)
 - ⇒ すでに価値があることを知っている
 - ⇒ お金を払うのだから当然、素晴らしいコンテンツに違いない

無料でどんどん価値を提供していくべき

■情報発信の流れをまとめる



⇒ 自分はお客さんの少し前に立ち、リーダーとしてお客さんを理想の未来に導く存在

⇒ **リーダーと認識されるために、
無料段階で価値提供をしっかり行う**

⇒ ブログ、SNS、Youtube、メルマガ、LINE@などのコンテンツ

⇒ 情報発信の中で商品(コンテンツ)とは、
「理想の未来を実現するうえで困難な壁を超えるためのアイテム」

人は自分が全く知らない人、モノに
お金を払わない

試食品が激マズの商品を誰も買わない
価値ある情報発信者だと思ってもらうために無料で出し惜しみしてはいけない