

高額でも「思わず、欲し〜い」と言わせる商品設計シート①あなたのポジショニング編

1) 売れるポジショニング

貴女の起業のコンテンツはなんですか?⇒

私は、

1. 誰の、.....
2. どんな悩み(夢)を、.....
3. こうやって解決(叶え)します.....
4. その結果、手に入る明るい未来(ビフォー&アフター).....
5. 肩書き.....
6. OO(名前)です。.....

これは〇〇な私にしかできません=ポジショニング.....

マーケティング=売れる仕組み

2) 先ず何番からやるか?⇒

集客の柱

3) 販売の柱

4) 商品の柱

1) インスタ	2) LINE 登録	3) LINE ステップ でメッセージ	4) 集客レター	5) ZOOM セミナー	6) 個別コーチング + 単発個別講座	7) パックエンド商品
インスタの目的は ( )でなく ( )	集客とは=公 式LINEに登録 してもらうこと	Lステップによる 信頼関係を築く	ZOOM セミナー へ動員	1時間で、お客様の 課題を聴きとり、 全体像を伝える	悩み、願望の把握 +お試し体験等= 成約率のアップ	年間コース作成

5) 売上の柱: 1年後の売上シミュレーション=目標売上月間

円/月会費単価 ¥

月人数目標

人 年間 人

	1ヶ月目	2ヶ月目	3ヶ月目	4ヶ月目	5ヶ月目	6ヶ月目	7ヶ月目	8ヶ月目	9ヶ月目	10ヶ月目	11ヶ月目	12ヶ月目
人数												
当月売上												
累計売上												

\*0 戦略ブランディング 売上は「商品力」 集客は「商品コンセプト」で8割決まる。

だから高額でも「思わず、欲し〜い」と言わせる「あなただけの商品設計」が必須。

その結果集客から販売まであなたの商品に釘付けにすることができ、集まらないお悩みも、売れないお悩みも解決できる