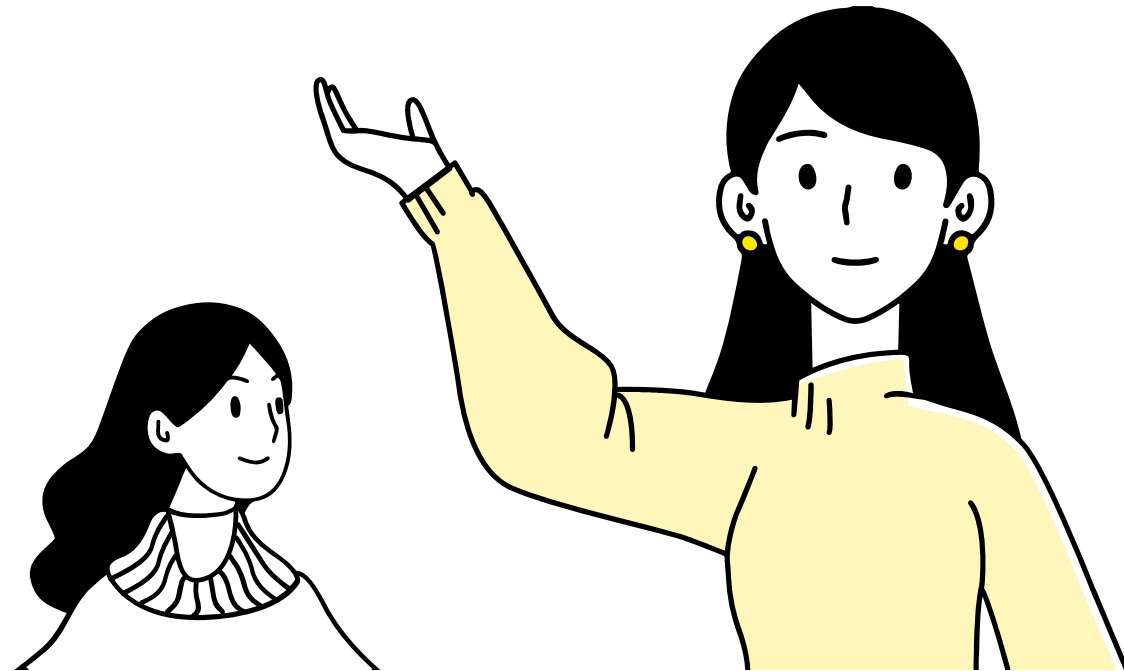
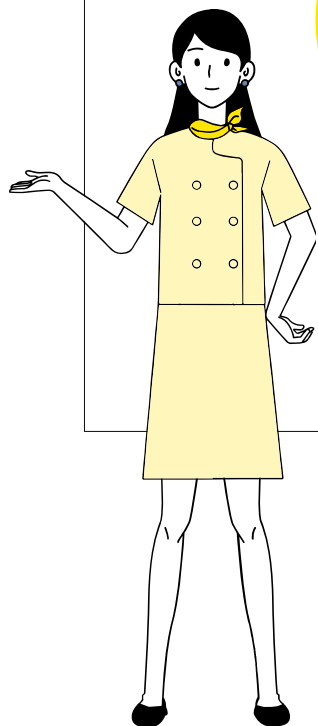


有名になる = 特別になれる という落とし穴



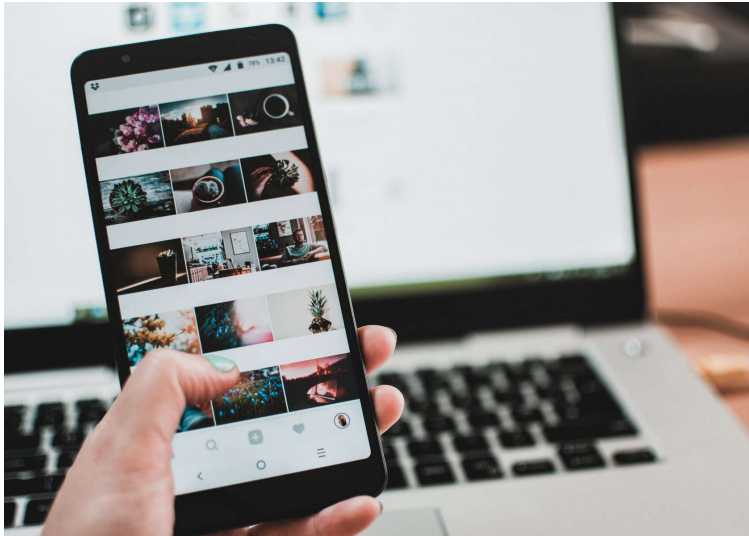


特別な
ノウハウのために
お客様の条件を
絞ろう

- 1.お客様の「願望」
- 2.お客様が抱える「困りごと」
- 3.お客様の「あわよくばの願望」
- 4.お客様の「今の残念な状態（Before）」
- 5.お客様の「理想の未来の状態（After）」

ここまでお伝えしてもなお
陥りやすい落とし穴があるのでお話しします

ややこしい話ですが、ゆるしてください



ややこしいのは
有名になったり知名度が高くなったたりすると
「結果として特別な存在になることもある」
ということです

たとえばYさんは「元有名モデル」



たとえばYさんは「元有名モデル」でした
それゆえに、たくさんの方がもともと
「Yさんはこういう人で、こんな体形で」という
ことをすでに知っているので、
多くを説明しなくても…

たとえばYさんは「元有名モデル」



- 産後の体形を元の体形にしたい（願望）
だけじゃなくて
 - **できればYさんのような体形になりたい!**
（あわよくばの願望）
- ……という人もたくさんいる

Yさんのノウハウは「特別なもの」？！



その人たちにとっては、自然とYさんのノウハウは
「自分のわがままな願望にオーダーメイドされている」
= 「特別なもの」になります



Yさんのノウハウは「特別なもの」

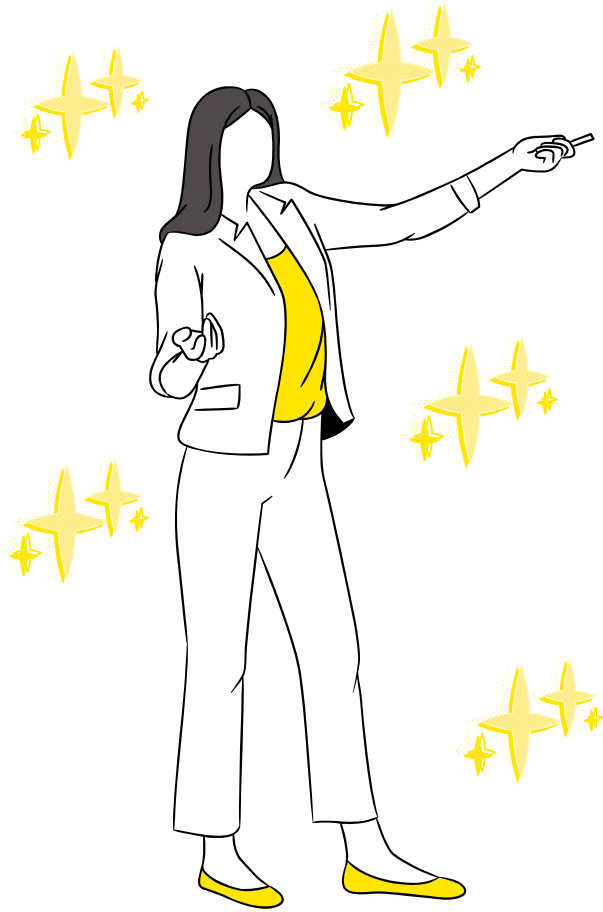


言い換えると

- ①自分が強い輝きを放つような有名人になる
- ②自分を目標としたい！という人（信者）が増える
- ③信者に向けて「自分みたいになれる方法」を伝えると
必然的に「ぴったり」なものになるため
熱心な「実践者」が増える

……という方法です（新興宗教の手法です）

「有名人になる」のは非効率な方法



はっきり言います

この手法は全くもって効率が良いとは言えません

それにそもそもこれで成功できる人は少ないし

トノエルもやりたくありません

「有名人になる」のは非効率な方法



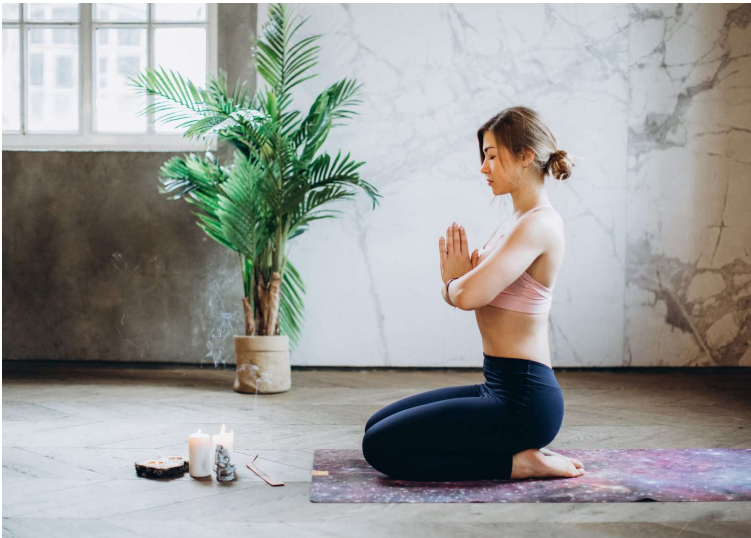
ちなみに……

この方法で稼げることを覚えてしまった起業家は
お客様の状況を丁寧に考えていくよりも
自分にとにかく憧れさせてしまったほうが儲かる
という状況になりがちです

結果としてSNSで過激な発言をしてみたり
キラキラきらきらしてみたりしてしまいます

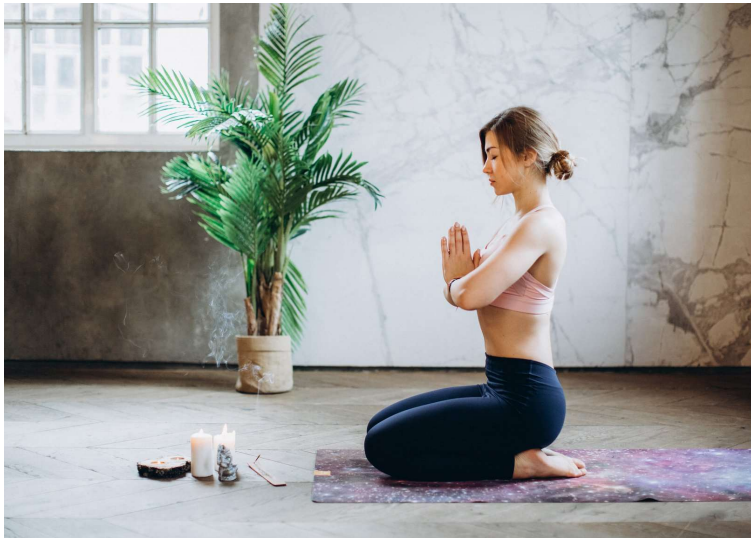


ヨガのYさんのサービスの魅力は？



今回のワークでも、
あなたがインド帰りのEさんではなく
Yさんのノウハウを「特別」と感じた理由は
「オーダーメイド感」の部分にあります

ヨガのYさんのサービスの魅力は？



「オーダーメイド感」は
お客様のことを考えて
お客様にピッタリのサービスを考え抜いたときに
生まれるものであって

「有名になれば特別に感じてもらえるだろう」
……というのは

むしろ雑で効率の悪いやり方なのです

想像してみてください



あなたのお子さんの誕生日に

「特別な価値のあるプレゼントを贈りたい」

……と思ったときに

「とりあえず有名なおもちゃなら

特別な価値があるだろう」

……なんて選び方をしますか？

想像してみてください



絶対にしないはずで

きっと、

- あの子は最近これにハマっているから
- この前こんなことをうれしがってたから

……って、お子さんのことを考えて、想像して、
お子さんが「特別な価値を感じてくれるもの」を
見つけようと思いますよね

もう、おわかりになったと思います



特別な価値を発揮するために
有名になろう！

……という考えは

あなたの大事なお子さんに

「とりあえず有名なおもちゃ」を

選ぶような、とても雑な考え方なのです

有名になるのでも
知名度を上げるのでもなく

お客様の要望に
ピッタリの
「オーダーメイド感」
がある
特別な価値のある
ノウハウをつくる

この方法だと
有名になるよりも
ずっと簡単に
特別な価値のあるノウハウが
つくれます