

Brain 特典

# 「コンセプト設定のしかた」



まや

はじめに

この度は、私経由でなみさんの Brain をご購入いただき、ありがとうございます。

このレポートでは、「コンセプト設定」についてまとめています。

コンセプトについて、私はじえいさんの教材「システムマーケティングプロジェクト」で学びました。じえいさんは、「最初にコンセプト設定をしっかりとやることが重要」と最初のオリエンテーションの段階で話しています。

教材で学んだ後、じえいさんに確認していただき、コンセプトを設定しました。ここに時間を割いたため、後からビジネスコミュニティに入ってきた仲間と同時期のメルマガリリースとなってしまいました。

リリースまでに時間はかかりましたが、しっかりコンセプト設定をしてから、メルマガを書き出してよかったと思っています。発信の軸がぶれることなく、ステップメールを書くことができたからです。

コンセプトの設定をしっかりやってから、メルマガの構成や執筆するのをお勧めしたく、レポートにまとめました。

ちょっと大変かもしれませんが、ご一読いただき、実際にコンセプト設定を試みていただければと思います。

## もくじ

### 1、コンセプトとは？

### 2、コンセプト設定の前に決めること

1)ジャンル

2)ペルソナ

### 3、コンセプト設定の手順

1)ターゲットの悩みリサーチ方法

2)悩みの選定

3)ライバルチェック

4)言語化してみる

5)良し悪しのチェック

## 1, コンセプトとは？

コンセプトとは、販売したい商品の特徴をまとめたもの、つまり「誰の何の悩みを解決する商品なのか」を表したものです。

コンセプトは、最終的にお客さんを連れて行く「ゴール」であり、そのゴールに向かうために逆算した「ステップメール」を作ることになります。

## ◆コンセプトを設定することのメリット

- ・見込み客を集客できる
- ・成約率が上がる

もし、コンセプト設定をしないで発信すると、商品の特徴、その商品が「誰の何の悩みを解決するのか」が見込み客に伝わらないため、成約しにくくなります。

また、コンセプトを初期でしっかり固めないと、発信内容の軸が定まらず、矛盾が生じることがあります。情報発信をした後で、コンセプト設定したり、コンセプトをガラッと変えると、最初に作ったメルマガを根本から書き直す必要もあり、かなりの重労働になります。

## ◆コンセプトを作る際に意識するポイント

- 1、同じ商品または同じような商品を販売するライバルと「差別化」を図ること
- 2、需要があること
- 3、わかりやすいこと

「ライバルとの差別化」ですが、ライバルとかぶらないコンセプトを考えるのは結構大変だと思います。もしライバルと似たコンセプトを打ち出すときは、ライバルのコンセプトと表現を変えてみたり、視点をずらすようにします。

## 2、コンセプト設定前に決めること

コンセプト設定の前に、発信するジャンル(販売する商品)と、ペルソナ(販売する人)を決めます。

### 1)ジャンル

まず、ご自身が発信するジャンルを決めます。

もし、ビジネス系の発信で仕組み化教材を販売したいのであれば、「ビジネス」でいいのかもしれませんが、「ネットビジネス」「SNSマーケティング」など、できるだけ専門的(ニッチな)内容の発信の方が強いです。



「ビジネス全般」など広義になりすぎると、高いレベルの情報発信を求められるからです。ある程度専門的な発信の方が、高いレベルを求められません。

#### 【まやの発信ジャンル】

ネットビジネス

→教育とすごく悩みましたが、特に何か実績があるわけでもないのでひっこめました。

ただ Twitter でちょこちょこ教育について発信してしまい、発信の軸がぶれたのが失敗でした、、、

## 2) ペルソナ

商品を販売する人を設定します。

ターゲットとは、「40代前半の主婦」など、年代、性別などを大まかな属性を表した「集団」。

これに対して、ペルソナとは「37歳、首都圏に家族4人で住むワーママ。仕事は事務。年収は300万円」など、細かいプロフィールを設定した「一人の架空の人物」。

ペルソナを設定し、その人に向けた発信をすることで、より刺さる発信になります。

## ◆ペルソナを設定するメリット

- ・架空の人物を想定することで、共感を得られる商品やサービスを作ったり、情報発信がしやすくなる。

→ペルソナに近い属性の方に発信が刺さり、成約に結びつきやすくなる。

- ・1人の人物に宛てた発信のため、リアリティがあり、結果的に、ペルソナの属性以外の方の心も動かすことができる。

ex.花嫁の手紙は、花嫁が両親に対して書いた手紙だが、両親でない結婚式参列者も感動する。

※下記、まやのペルソナを参考に、作ってみてください。

【まやのペルソナ】

- 年齢→37 歳
- 性別→女性
- 職業→事務系会社員
- 年収→300～400 万円
- 家族構成→旦那さん※、本人、子供 2 人(未就学児、もしくは上の子が小学校低学年)

※旦那さんはいるけど残業ばかりでワンオペ状態。実家も離れていて頼れない。

### 3、コンセプト設定の手順

#### 1) ターゲットの悩みリサーチ方法

ターゲットの悩みを解決するのが「コンセプト」のため、ターゲットの悩みをリサーチします。

特に、自分とターゲットがイコールの場合、自分の頭で考えて書き出す人もいます。それもいいのですが、そこにプラスして、徹底的に「リサーチ」してターゲットの悩みを挙げていきます。

リサーチする場所は、

- ・SNS
- ・Yahoo 知恵袋
- ・ネットサーフィン
- ・YouTube(再生回数が多い動画)

・クラウドワークス(ターゲットに1人数十円でアンケート)

つまり、ターゲットに悩みを直接聞くということです。

### 【まやの研究】

Twitter、Yahoo 知恵袋、ネットサーフィン YouTube  
を見まかった。

## 2) 悩みの選定

1) で書き出した悩みから、需要の多い悩みを選びます(その中でさらに、自分の教えられる悩みであればより良いです)

### 【まやの悩み選定】

ワーママの悩みが多かったのが、「仕事と育児の両立」だったので、ここにフォーカスすることにしました。

YouTube 動画で人気を集めていたのも「家事を時短で進める」コンテンツが多く、いかに「仕事と育児の両立が大変か」を物語っていたからです。

### 3)ライバルチェック

ライバルで同じような悩みを解決している人は、どんな言葉を使ってコンセプトを掲げているのか、リサーチしてみましょう。

## ◆ライバルチェックのしかた

ご自身の情報発信する媒体で、ライバルチェックします。

例えば、アメブロで発信するならアメブロをチェック。その後で、できたら他の媒体(Twitter、YouTube など)でもチェックする流れです。

例えば、、、

選んだ悩みが「時間がない」

⇒ライバル A さんのコンセプト「ネットビジネスで自由になり、時間を得る」

⇒「自由になる」は、発信者の方々がよく使う言葉。

そのような言葉は使わず、もっと言葉を変えてみるようにします。



### 【まやのライバルチェック】

ママで、主にネットビジネスの発信をしている方、  
20 人以上の LP を Twitter 経由で見ました。

「お金と時間が自由になる」

「ママもわがままでいい」などがコンセプトでした。

更に、仕組み化のことを「楽、楽」言い過ぎている  
のが気になりました。

みんな同じような発信で、差別化できてないよう  
に感じる以上に、その発信者を信用できないし、  
ネットビジネスへ胡散臭ささえ感じました。

そこで、「お金と時間が自由になる」のワードは絶  
対使わないことにしました。

## 4) 言語化してみる

1)～3)をやった後で、コンセプトを端的な言葉にしてみます。

### ◆言葉にするポイント

- ・他者と差別化できている言葉か？
- ・需要のある言葉か？
- ・わかりやすい言葉か？

自分の頭から、最適なワードはなかなか出てきません。

ご自身でボキャブラリーを増やしていく必要があります。

## ◆ボキャブラリーの増やし方

日ごろから、広告のキャッチコピー、本、雑誌のタイトル、見出しなどで、「いいな」「心が動いた」と思ったものを見つけたらメモを取っておくといいです。

また以下のことをやってみるといいでしょう。

### ①本屋へ行き、ワードを拾う

本、特に雑誌を見てみると

- ・自分の使わない言葉に出会う
- ・今の風潮やトレンドを反映した言葉を拾うことができる

というメリットがあります。

また、見つけた言葉と言葉を組み合わせて、コンセプトのワードを作るのもいいですね。

特に、設定しているターゲットやジャンル以外の雑誌を見てみるのが、ライバルと差別化できるワードを拾えるので、お勧めです。

#### 【まやの話】

最初は、ビジネス誌、女性誌を見ていましたが、健康雑誌、男性誌、スポーツ雑誌、音楽雑誌にも手を広げてみました。

## ②企業の LP を見てみる

企業は、お金を出して LP を作り込んでいます。個人の発信者の LP よりも参考になるものが多いです。

## ③ライバルのコンセプトをまねる

ライバル発信者のコンセプトの表現や、別の単語を置き換えてみるのもよいです。

## 5) 良し悪しのチェック

4) で言語化したコンセプト(ワード)がよいかどうかをチェックしてみます。

### ◆チェックポイント

- ・その言葉を聞いたときに興味を持てるか？
- ・ライバルとの差別化が図れているか？
- ・人に聞いてもらって興味をもってもらえるか？

### 【まやのコンセプト設定】

ターゲットであるワーママの悩みが「仕事と育児の両立」から、「育児も仕事も中途半端になって、自己嫌悪に陥り、モヤモヤしている姿」が浮かび上がりました。

⇒この悩みは、

「時間と場所にとらわれないネットビジネスで解消する」と考えます。

⇒「ネットビジネスで、育児も仕事も思う存分にできる新しいママの働き方」を提案し、これをコンセプトにすることに。

### 【ライバルチェック】

「ママでも自分の人生を諦めない」

「ママだって欲張りでもいい」をコンセプトにしている方がいました。

私のコンセプトと微妙に込められた意味が違って  
いましたが、この言葉を避けることにしました

「仕事も育児もガチる」

→「ニューノーマルなママスタイル」

→「新ノーマルなママのワークスタイル」

→「育児も仕事も思うままに」

まだ、このコンセプトの良し悪し、ワードが最適か  
は確認中です。