

高額商品構築チェックシート



どのように売る(how)より、なにを売る(what)のか？

【コンセプト】

■ターゲティング(アバター)

- 理想的な顧客を1人思い浮かべているか？
- 理想的な顧客はお金を払ってくれる人か？
- 他業界でうまく言っているモデルを、ターゲットだけ変えることはできないか？

■ポジショニング(ニッチ)

- 人気の市場の中における小さなポジションをとれているか？
- ライバルに比べて強い実績があるか？
- その商品は市場にある需要の隙間を狙えないか？

■ベネフィット(トランスフォーメーション)

- その商品が解決する一番の問題は明確か？
- この商品が約束できることは明確か？
- ベネフィット A を得ることでベネフィット B の未来が得られると明確に定義できる

か？

- ベネフィットは数値化できているか？
- なぜ、多くの競合他社商品はその問題を解決しきれていないのか語れるか？
- 本当に顧客視点でのベネフィットになっているか？

■ノウハウ(解決策)

- ライバルに比べて、どこが秀でたノウハウなのか？
- 今までの市場にない斬新なノウハウ(顧客目線で)にできないか？

■テーマ・切り口

- うまくいっているモデル・人の商品を改善できないか？
- 他業界のモデルを移植できないか？

■脳が情報を焼き付ける要素(SUCCESS)

- 単純明快である(Simple)
- 意外性がある(Unexpected)
- 具体的である(Concrete)
- 信頼性がある(Credible)
- 感情に訴える(Emotional)

○物語性(Story)

■商品名・企画名

○効果や、商品の特徴がわかるような名前を付けられないか？

○ゴロが良いか？

【オファー】

■ニーズ

○以下の6ヒューマンニーズを満たせる商品にできないか？

- ・安定感
- ・不安定感
- ・自己重要感
- ・愛と繋がり
- ・成長
- ・貢献

■成果物

- その商品を購入することで、明確に得られる成果物はないか？
- テンプレートなどの資源提供を通して効率化させられないか？

■価格

○パッケージ化して(セッションを複数回にする、オプションを付けるなど)高単価化して

るか？

- 開発費や開発期間など価値を高めるストーリーはないか？
- 価格には限定性を付けられないか？
- 価格の3倍ほどの価値を商品に載せられているか？
- 決済には複数のルートを用意できるか？

■特典

- もらわないとバカだ！と思われるような特典は作れないか？

- 8つ以上特典を用意し、脳が認識できないレベルの個数の特典を作れないか？
- 特典自体に、価格が付けられるような価値のあるものを用意できないか？
- 特典には期限を定めて、限定性を付けられないか？

■保証

- リスクを下げる保証内容を用意できないか？（返金、効果保証など）
- 保証条件を明確に定めているか？