

# 商品設計 マスター講座

 Avance



目次

# Contents

---

- 1 はじめに
- 2 全体像の解説
- 3 商品設計の注意点
- 4 フレームワークの解説



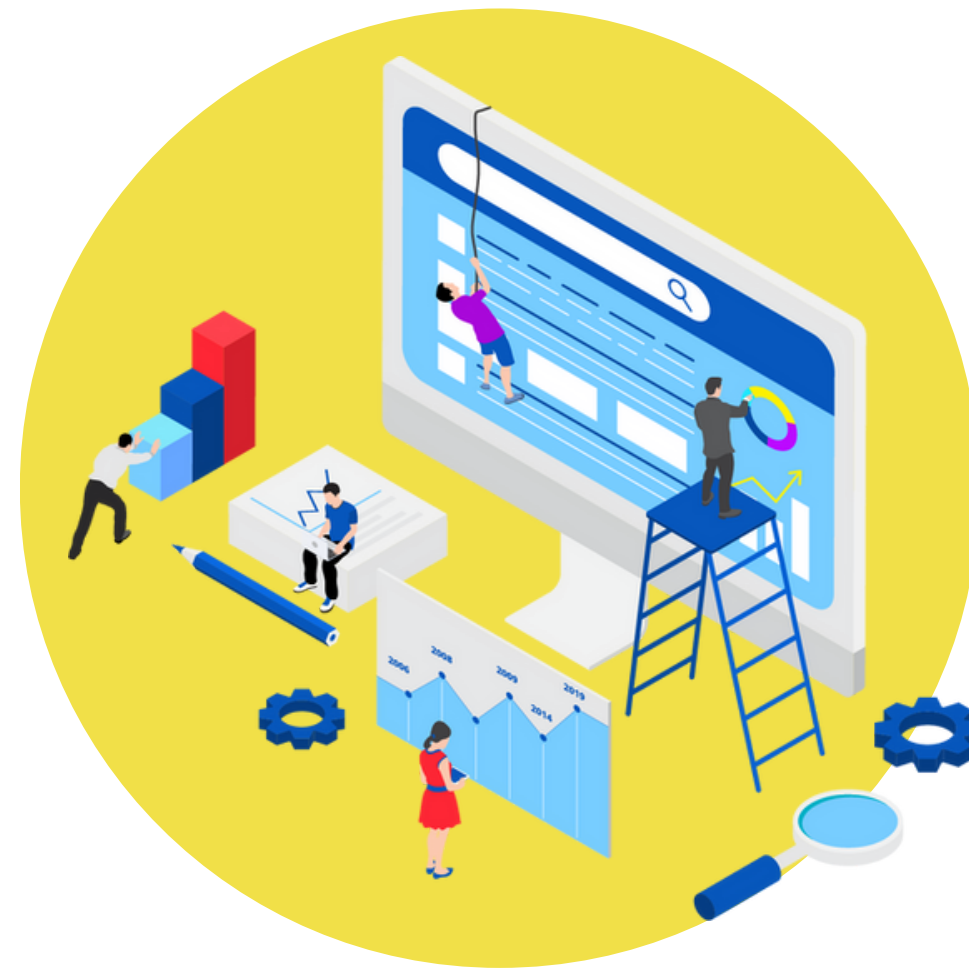
-第1章-

はじめに



# 商品設計の大前提

商品コンセプト通りに商品を設計していくこと



当たり前のように思えるかもしれませんが、  
この部分が非常にできない人が多いんです…

なぜなら、

せっかく商品コンセプトを作ったのに  
そのコンセプトと設計を  
分離して考えてしまう人が多いという訳です。

とにかく商品コンセプト通りに  
設計していきましょう！

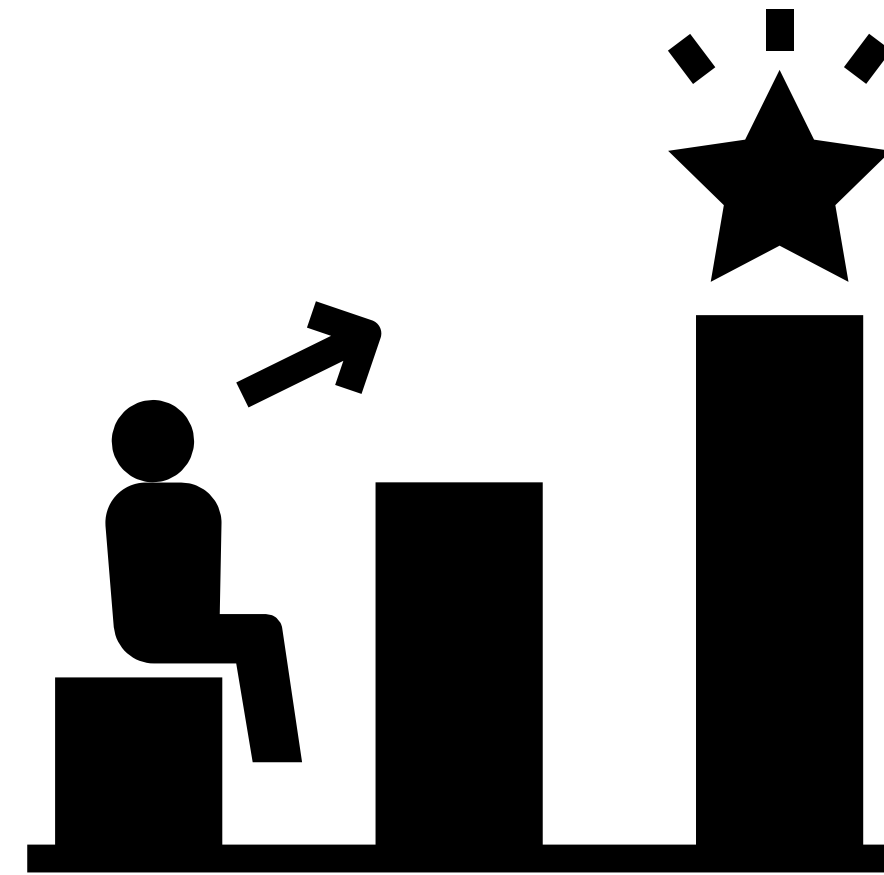


## 必ずゴールを達成させること

- ① 3ヶ月でニキビを消し去る
- ② 6ヶ月で50万円稼げるようにする
- ③ 6ヶ月で大手企業に転職させる
- ④ 10日で案件を獲得させる
- ⑤ 2ヶ月で理想の身体を手に入れさせる

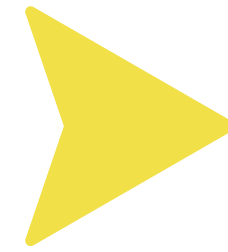
## 商品設計でやること

商品コンセプトで決めた  
ゴールを『最短で』  
達成させる のため  
『具体的な流れ』  
を作り込んでいくだけ。



# 0⇒1の商品設計について

0⇒1の段階での商品設計は  
「超簡易的なもの」でOK



0⇒1の時は  
「必ずマンツーマンコンサル」に  
すること





# 0⇒1はキュレーションでOK

キュレーションとは

いろいろな情報を包括させて  
必要な部分のみを  
ギュッとまとめる作業



このまとめる際には、  
「無料情報」「競合の有料情報」  
「書籍の内容」などを  
「商品コンセプト通りに」  
ギュッとまとめて  
商品にするイメージです。



ネットで売られている無形コンテンツは全て  
「キュレーション＋自分の知識・経験」で  
できるときはあります。





結局、初めはみんなそうなんです。

このキュレーションでできています。

で、やっていくうちに  
オリジナリティが生まれてくるんです。

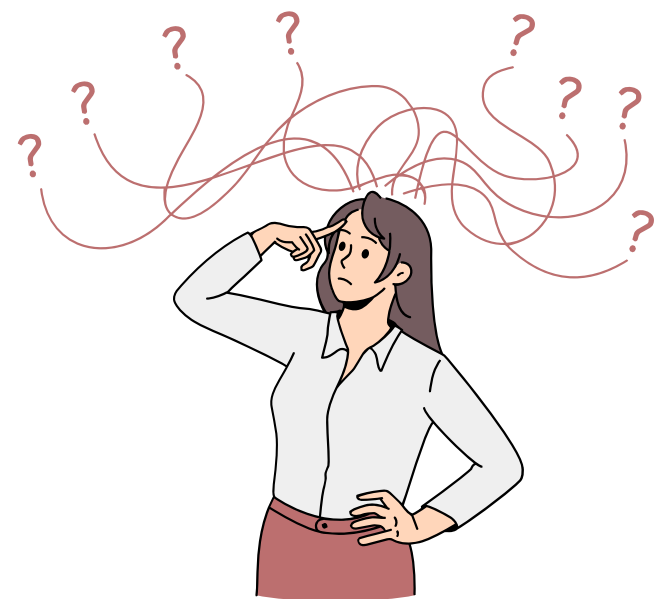
僕も同じで、

お金を出して情報を買ったりして  
いまここにたどり着いたわけです。



## 0⇒1はキュレーションでOK

情報過多によって消費者が正しい情報に辿り着けない  
この時代だからこそ・・・



キュレーションで「正しいノウハウだけを届けること」  
が多くの消費者にとって役に立つ。

0⇒1の商品はこれだけで良い

「これだけやれば結果出るよ」と  
「必要な情報のみ」を教えてあげ、



実際に顧客が手に入れたい理想を手にするまで  
マンツーマンでサポートしてあげること。

という訳で、

情報を集めて、キュレーションで  
ギュッとまとめて

必要な情報だけをサクッと作って！

0 → 1 達成という  
収益化に向かっていきましょう。



# 1⇒100はしっかり構成を作る

最初から完璧には作らなくて良いがある程度

ロードマップ



カリキュラム



を設計すること。

-第2章-

# 全体像の解説



## 商品設計のロードマップ

**STEP 1**

目次と提供内容の洗い出し

**STEP 2**

コンテンツ内容の設計

**STEP 3**

ロードマップ化・タスク化

**STEP 4**

提供スタイルの決定

**STEP 5**

価格設定

商品設計のロードマップ

# STEP.01

目次と提供内容の洗い出し



## 目次と提供内容の洗い出し

この段階で「大まかな商品の全体像」を設計すること  
(0⇒1はここだけでも良い)



## このフェーズでやること



商品コンセプトの結果をより「最短」で達成するための「具体的な流れ」を考えること

### 例えば・・・

- ✓ 完全未経験から180日で月7桁稼がせる
- ✓ ニキビのひどい状態からツルツルにさせる
- ✓ 60日で-7キロ痩せさせる



# 目次出しの全体像

結果を最短で出させるための

① 大目次

② 中目次

③ 小目次

この3つを書き出すだけ！

# まこ社長の具体例

大目次	中目次	小目次
インスタ0→1必達プレミアムコース		2-6.いいね周り施策編
		2-7.インスタリール作成講座
		2-8.インスタストーリー作成講座
	第3章：販売前の事前準備マスター講座	3-1.ローンチの全体像
		3-2.企画コンセプト設計
		3-3.提案資料設計
		3-4.決済システムの準備
	第4章：特典設計マスター講座	4-1.特典設計 講義編
		4-2.特典設計 内容編
		4-3.特典設計 実践編
		4-4.特典設計 サムネ編
	第5章：企画販売マスター講座	5-1.企画概要動画 講義編
		5-2.企画概要動画 台本編
		5-3.企画概要動画 撮影編
		5-4.企画概要動画 編集編
	第6章：ストーリーローンチマスター講座	6-1.ストーリーローンチ 講義編
		6-2.ストーリーローンチ 台本編
		6-3.ストーリーローンチ デザイン編
		6-4.当日告知投稿 台本編
		6-5.当日告知投稿 デザイン編
		6-6.ストーリーローンチスケジュール編
		6-7.ストーリーローンチ実践編
	第7章：フロント集客LP設計マスター講座	7-1.フロント集客LP 講義編
		7-2.フロント集客LP 台本編
		7-3.フロント集客LP デザイン編
		7-4.フロント集客LP ダウンロード編
		7-5.フロント集客LP 埋め込み編
		8-1.LINE導線 講義編
8-2.LINE導線 用語理解編		
8-3.LINE導線 全体像理解編		

# 大目次とは

大目次は「その講座の総称」のようなモノ



## 例えば・・・

- ① インスタ×コンテンツ販売0→1必達コース
- ② インスタグラムマスター講座
- ③ キャンバデザインマスター講座
- ④ インスタ集客完全マスターカリキュラム

# まこ社長の具体例

大目次
インスタ0→1必達プレミアムコース

## 中目次とは

「結果を最短で達成させるための  
『大枠の』ロードマップ」に当たる部分



ここで抽象度を少し上げた  
目次の設計をしていきます。





# まこ社長の具体例

中目次
第3章：販売前の事前準備マスター講座
第4章：特典設計マスター講座
第5章：企画販売マスター講座
第6章：ストーリーローンチマスター講座
第7章：フロント集客LP設計マスター講座

## 小目次とは

「中項目の中で実際にどんなことを教えていくのか？」

▷ さらに具体的な目次の部分



主にここが結果を最短で達成させるための具体的なステップにあたります。



# 大まかな流れでOK

「この手順を進めれば最速で結果を出せる！」  
という流れを大まかで良いので体系化する。



「大体こんな感じでOKかな」  
くらいの完成度で設計する

▶ 最初から作り込みすぎないこと

ほんとに初めは、  
大まかでいいんです！

はじめからできる人なんていないんです！

そこに時間をかけるのはもったいないし  
やりながらじゃないと分からないことが多いです。

やりながらブラッシュアップしていくのが  
確実に効率がいいです！



# まこ社長の具体例

## 小目次

2-6.いいね周り施策編
2-7.インスタリール作成講座
2-8.インスタストーリー作成講座
3-1.ローンチの全体像
3-2.企画コンセプト設計
3-3.提案資料設計
3-4.決済システムの準備
4-1.特典設計 講義編
4-2.特典設計 内容編
4-3.特典設計 実践編
4-4.特典設計 サムネ編
5-1.企画概要動画 講義編
5-2.企画概要動画 台本編
5-3.企画概要動画 撮影編
5-4.企画概要動画 編集編
6-1.ストーリーローンチ 講義編
6-2.ストーリーローンチ 台本編
6-3.ストーリーローンチ デザイン編
6-4.当日告知投稿 台本編
6-5.当日告知投稿 デザイン編
6-6.ストーリーローンチ スケジュール編
6-7.ストーリーローンチ 実践編
7-1.フロント集客LP 講義編
7-2.フロント集客LP 台本編
7-3.フロント集客LP デザイン編
7-4.フロント集客LP ダウンロード編
7-5.フロント集客LP 埋め込み編
8-1.LINE導線 講義編
8-2.LINE導線 用語理解編
8-3.LINE導線 全体管理編

目次が中々思い浮かばない場合は、

「絶対に必要な目次と提供内容」を  
とりあえず羅列してみる

「書き出した目次と提供内容」を元に  
「具体的なロードマップ」に並べ替える

「中目次」と「小目次」を  
頑張って設計してみる



マンツーマンコンサルで自分の知識にある程度  
自信があるのであれば、ここだけでもOK。



目次を決めたけど、その内容を教えられる  
レベルではないのであれば  
次のステップを行ってください。



商品設計のロードマップ

**STEP.02**

コンテンツ内容の設計



# コンテンツ内容の設計

ここでは「小目次」の中身を設計していただくだけ



# まこ社長の具体例

小目次 (中目次の中で話す内容)
0-1. 開始準備編
0-2. Avanceの歩み方とルール
0-3. ビジネスマインド構築
1-1. ビジネス基礎マスター講座
1-2. SNSビジネス基礎マスター講座
1-3. SNSで稼げる大ジャンル選定の極意
1-4. 自社分析マスター講座
1-5. 競合分析マスター講座
1-6. ポジションメイクマスター講座
1-7. 商品コンセプトメイクマスター講座
1-8. 商品設計マスター講座
1-9. 公式LINE初期設計マスター講座
1-10. 公式LINEとエルメの連携講座
2-1. アカウントジャンルの認識講座
2-2. インスタプロフィール設計講座
2-3. インスタハイライト設計講座
2-4. インスタ投稿企画作成講座
2-5. CanvaPro登録のすすめ編
2-6. いいね周り施策編
2-7. インスタリール作成講座
2-8. インスタストーリー作成講座

3-1. ローンチの全体像
3-2. 企画コンセプト設計
3-3. 提案資料設計
3-4. 決済システムの準備
4-1. 特典設計 講義編
4-2. 特典設計 内容編
4-3. 特典設計 実践編
4-4. 特典設計 サムネ編
5-1. 企画概要動画 講義編
5-2. 企画概要動画 台本編
5-3. 企画概要動画 撮影編
5-4. 企画概要動画 編集編
6-1. ストーリーローンチ 講義編
6-2. ストーリーローンチ 台本編
6-3. ストーリーローンチ デザイン編
6-4. 当日告知投稿 台本編
6-5. 当日告知投稿 デザイン編
6-6. ストーリーローンチ スケジュール編
6-7. ストーリーローンチ 実践編
7-1. フロント集客LP 講義編
7-2. フロント集客LP 台本編
7-3. フロント集客LP デザイン編
7-4. フロント集客LP ダウンロード編
7-5. フロント集客LP 埋め込み編

8-1. LINE導線 講義編
8-2. LINE導線 用語理解編
8-3. LINE導線 全体像理解編
8-4. LINE導線 構築編 (素材準備)
8-5. LINE導線 構築編 (ライティング準備)
8-6. LINE導線 構築編 (テンプレート作成)
8-7. LINE導線 構築編 (ステップ作成)
8-8. LINE導線 構築編 (タグ設定編)
8-9. LINE導線 構築編 (流入アクション編)
8-10. LINE導線 構築編 (配信予約)
8-11. LINE導線 構築編 (カレンダー予約)
8-12. LINE導線 構築編 (疎通テスト)
8-13. LINE導線 構築編 (既存リスト)
8-14. LINE導線 配信数の拡張編
8-15. LINE導線 垢BAN対策編
9-1. 個別セールス 講義編
9-2. 個別セールス 全体像理解編
9-3. 個別セールス トークスクリプト編
9-4. 個別セールス 契約書編
9-5. 個別セールス 金策編
9-6. 個別セールス ロープレ編
9-7. 個別セールス 最終確認編

# コンテンツ内容設計の全体像

01

各講義のラフを  
設計する

02

ラフを体系化する

03

コンテンツ内容を  
清書する

04

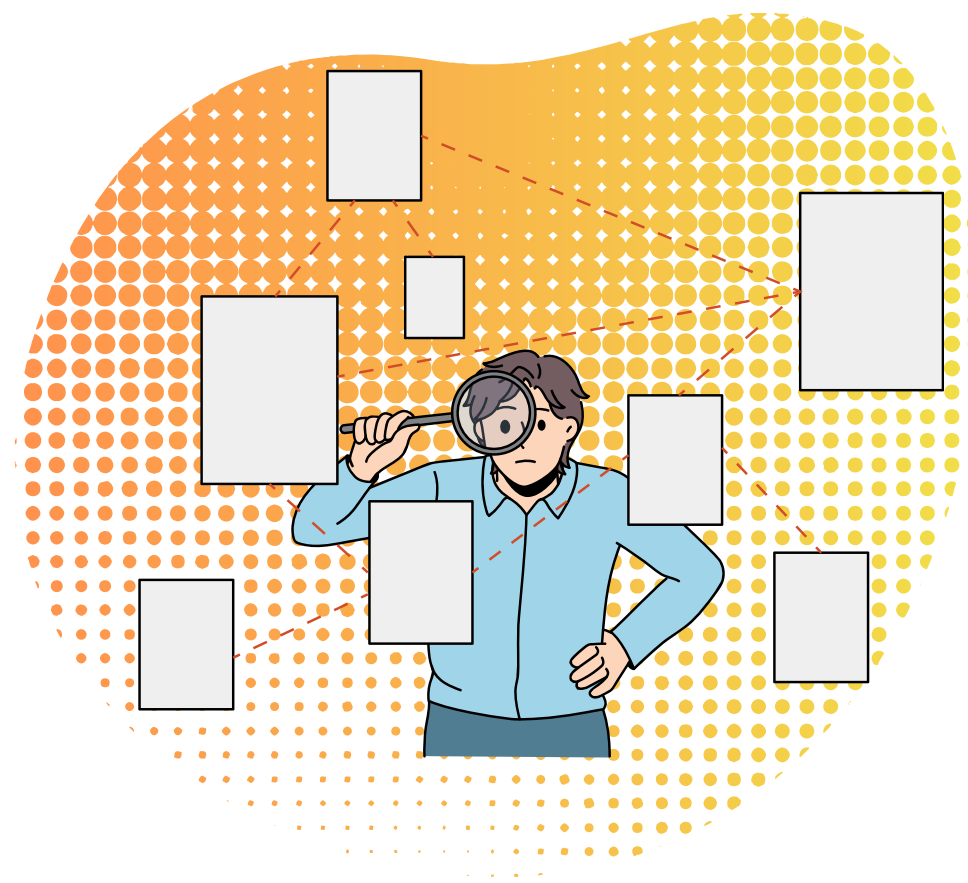
スライド化・記事化・  
動画化をする

05

テンプレやフレームワークを  
設計する

# 01 各講義のラフを設計する

情報をキュレーションして  
各講義の大まかな内容のラフを設計する



# 各講義のラフを設計する

小目次の中身を作るための情報を



- ① 数千円の書籍
- ② GoogleやSNSの各種無料情報
- ③ 自分が持っている知識やノウハウ

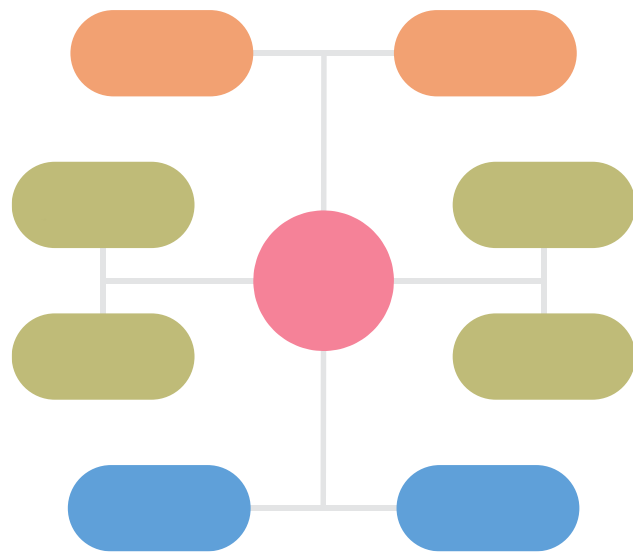


を元に情報収集し、それをキュレーションする

# ラフ設計のオススメ

”

マインドマップ



”

Googleドキュメント スプレッドシート



”



僕はマインドマップで作っていました！



# ラフ設計のイメージ





これあくまでも、  
自分の知識がない人が  
キュレーションするということです

知識のある人は、  
自分の知識で作ったほうが絶対にいいですし  
確実に早くできます！





## 02 ラフを体系化する

ラフに書き出した内容を「体系化」していく

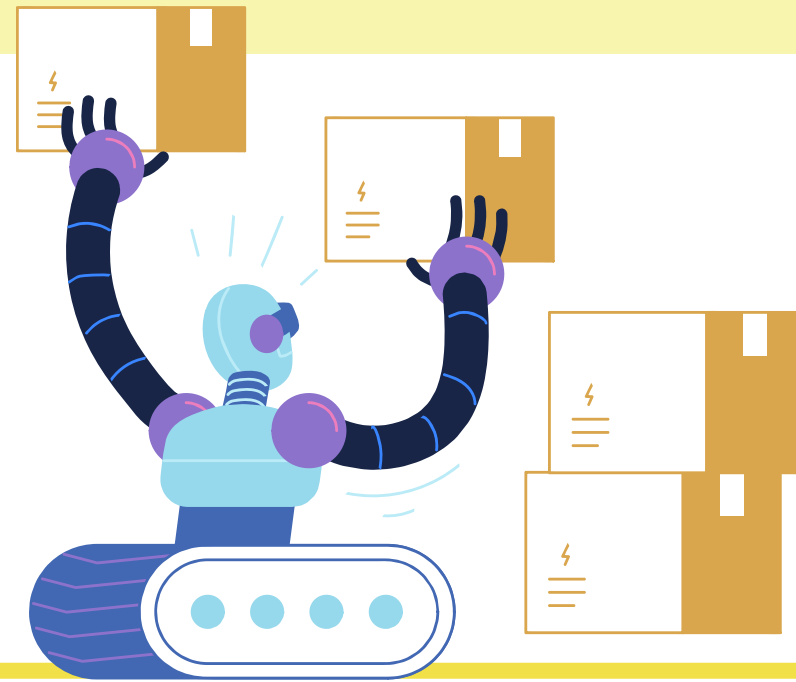


体系化されていないラフのままだと  
流れがバラバラなのでわかりにくいです。



## ラフを体系化する

要するにバラバラの状態になっているラフを  
順序立てて説明できるように並び替える



## 体系化する際のポイント

- 1 はじめに（導入）
- 2 全体像把握（結論）
- 3 全体像を1つずつ解説（本編）
- 4 その他補足（補足）

ぼくの作るモノって  
はじめに～から、はじまるんです。

ライティングと同じで  
体系化しているということです

導入～結論～本編～補足  
自分自身もわかりやすいんです。



# まこ社長の具体例



## 03 コンテンツ内容を清書する

各講義のラフを体系化したら「清書」をする



ここは体系化したラフを  
完成版に仕上げるだけです！



## 清書のポイント

- ① 変な部分があれば修正
- ② 足りない部分があれば付け足す
- ③ 誤字脱字がないかを確認する



などの作業を行って清書を完成させる。



## 04 スライド化・記事化・動画化をする

清書が完成したら次に  
「**綺麗にする**」という作業を行う。



スライド化・記事化・動画化

**0⇒1では必要ない**

0⇒1でも大きくローンチする（講座）の人は  
この作業は必要になる。



**上級者の話です。**



# スライド化のオススメ



Canvaスライド



Googleスライド



keynote



僕はCanvaが超オススメです！



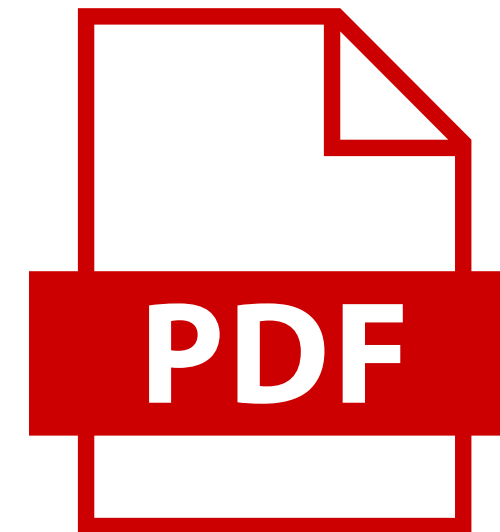
## 記事化のオススメ



noteの限定公開



Googleドキュメントの  
PDF化



# 動画化のオススメ

画面録画ツール



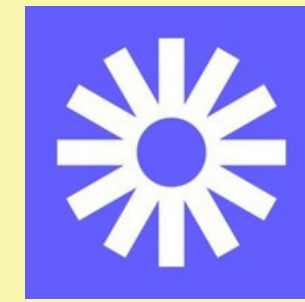
QuickTime  
Player



Canva Video



Loom



格納先



YouTube  
限定公開



Vimeo



ぼくのオススメは、  
他の画面が映らないけどCanva Videoです。

僕の資料もお渡しできますしね！

格納先は、  
多くの方は有料ですが、Vimeoがいいようです。

YouTubeは、ビジネス目的で  
限定公開すると動画消されるリスクがあるようです。

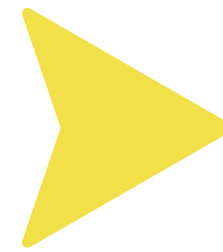
ちなみに僕の格納先は専用サイトに格納しています。





# 動画化をする際に最も楽なのは

スライドだけ制作をし、  
zoom録画を撮る



それを動画コンテンツにする





## 05 テンプレート・フレームワークの設計

これはできる人のみのお話

マンツーマンコンサルは  
正直なくとも自分が直接教えて  
添削すれば良い。



# テンプレやフレームワーク設計の極意

ステップバイステップで  
進められるようにすること



商品設計のロードマップ

# STEP.03

ロードマップ化・タスク化

# ロードマップ化・タスク化

マンツーマンコンサルをする際の

顧客のカリキュラムを「ロードマップ化」し  
「各章ごとのタスク」を考える



結局なにがしたいのかというと

「進め方の順番を作っておく」

「これやったら、次はこれやってください」  
いわゆる「ロードマップ化」ということです。

それを「タスク化」しておくと良いです。

0→1の人も必要ですね！



# Avance進捗シート

	講義	課題	課題提出	進捗
第1章	1.1.ビジネス基礎マスター講座	講義のアウトプットを200文字以上で行う	なし	<input type="text"/>
	1.2.SNSビジネス基礎マスター講座	講義のアウトプットを200文字以上で行う	なし	<input type="text"/>
	1.3.SNSで伸びる大ジャンル選定の極意	大ジャンル選定のフレームワークを完成させる		<input type="text"/>
	1.4.自社分析マスター講座	自社分析のフレームワークを完成させる		<input type="text"/>
	1.5.競合分析マスター講座	競合分析のフレームワークを完成させる		<input type="text"/>
	1.6.ポジションメイクマスター講座	ポジションメイクのフレームワークを完成させる		<input type="text"/>
	1.7.商品コンセプトメイクマスター講座	商品コンセプトを完成させる		<input type="text"/>
	1.8.商品設計マスター講座	商品を完成させる		<input type="text"/>
	1.9.公式LINE初期設計マスター講座	公式LINEの初期設計を完了させる		<input type="text"/>
	1.10.公式LINEとエルメの連携講座	公式LINEとエルメの連携を終わらせる		<input type="text"/>
第2章	2.1.アカウントのジャンル認識講座	ジャンル認識を意識した運用を開始する		<input type="text"/>
	2.2.インスタプロフィール設計講座	プロフィール設計を完了させる		<input type="text"/>
	2.3.インスタハイライト設計講座	ハイライト設計を3つ完了させる		<input type="text"/>
	2.4.インスタ投稿企画作成講座	①伸びてる投稿を30投稿リサーチする ②1投稿高稼働依頼を出す ③同じ要領で10投稿の企画台本を制作する		<input type="text"/>
	2.5.CanzaPro登録のススメ編	キャンパカを登録する		<input type="text"/>

# ロードマップ化のメリット

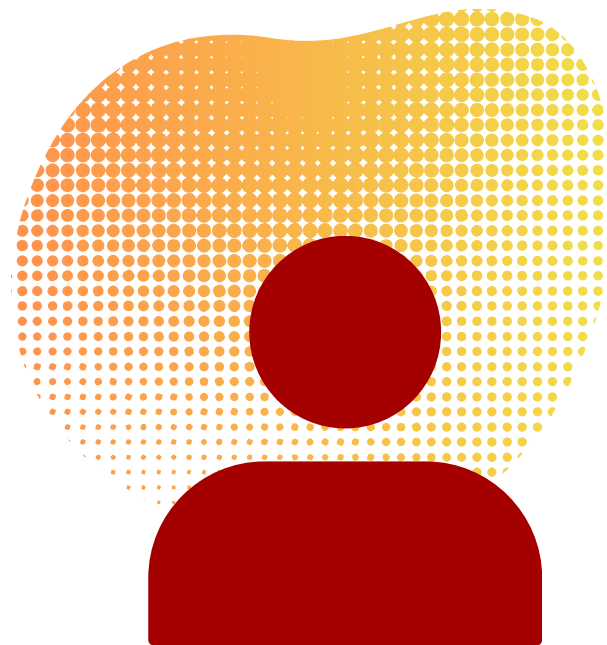
”

自分もサポートを  
進めやすい



”

顧客も  
進めやすい



”

サポートが  
最低限で済む



”

成約率が  
上がる



あたりまえですが必須です！



商品設計のロードマップ

**STEP.04**

提供スタイルの決定



## 提供スタイルの設計で決めること

1 保証の設計

2 限定特典の設計

3 分割決済の設計

4 サポート体制の設計

これやらないと売れません。



# 提供スタイル決定のメリット

- ✓ 成約率の向上
- ✓ 顧客満足度の向上
- ✓ 顧客の成果確率の向上



# 01 保証の設計

”

成約率



”

顧客が成果を出す確率



こちらが向上するので必ず入れていきましょう。



# 01 保証の設計

オススメの保証としては

- ✔ 講座代金回収保証
- ✔ 0→1必達保証
- ✔ 永久サポート保証

などの「アフターサポート系」が良いです！



# 01 保証の設計

## アフターサポート系保証のメリット

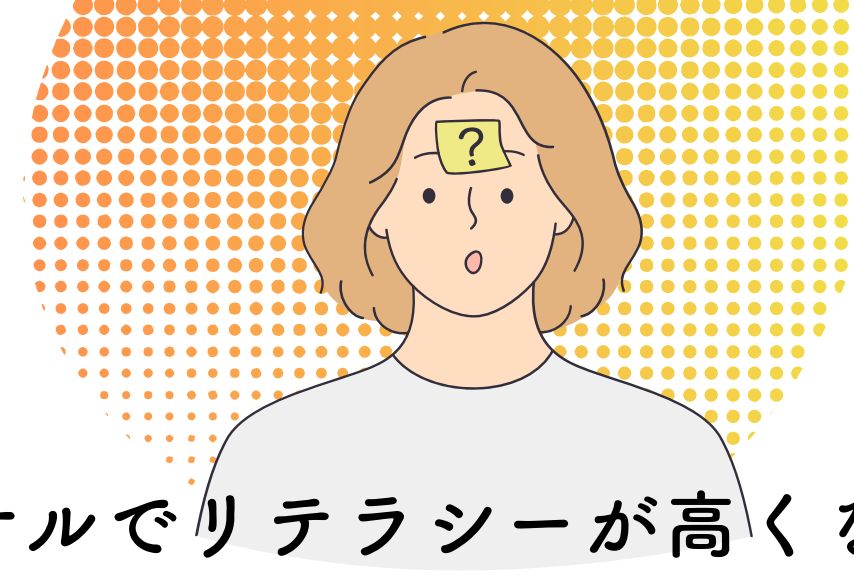
”

期間終了後はほとんど  
質問が来なくなる



”

万が一来たとしても  
「軽い質問」しかこない



(コンサルでリテラシーが高くなるから)

# 01 保証の設計

## アフターサポート系保証のメリット

- ✔ 対談動画の撮影
- ✔ 講師への引き上げ
- ✔ 提携事業
- ✔ 情報の共有

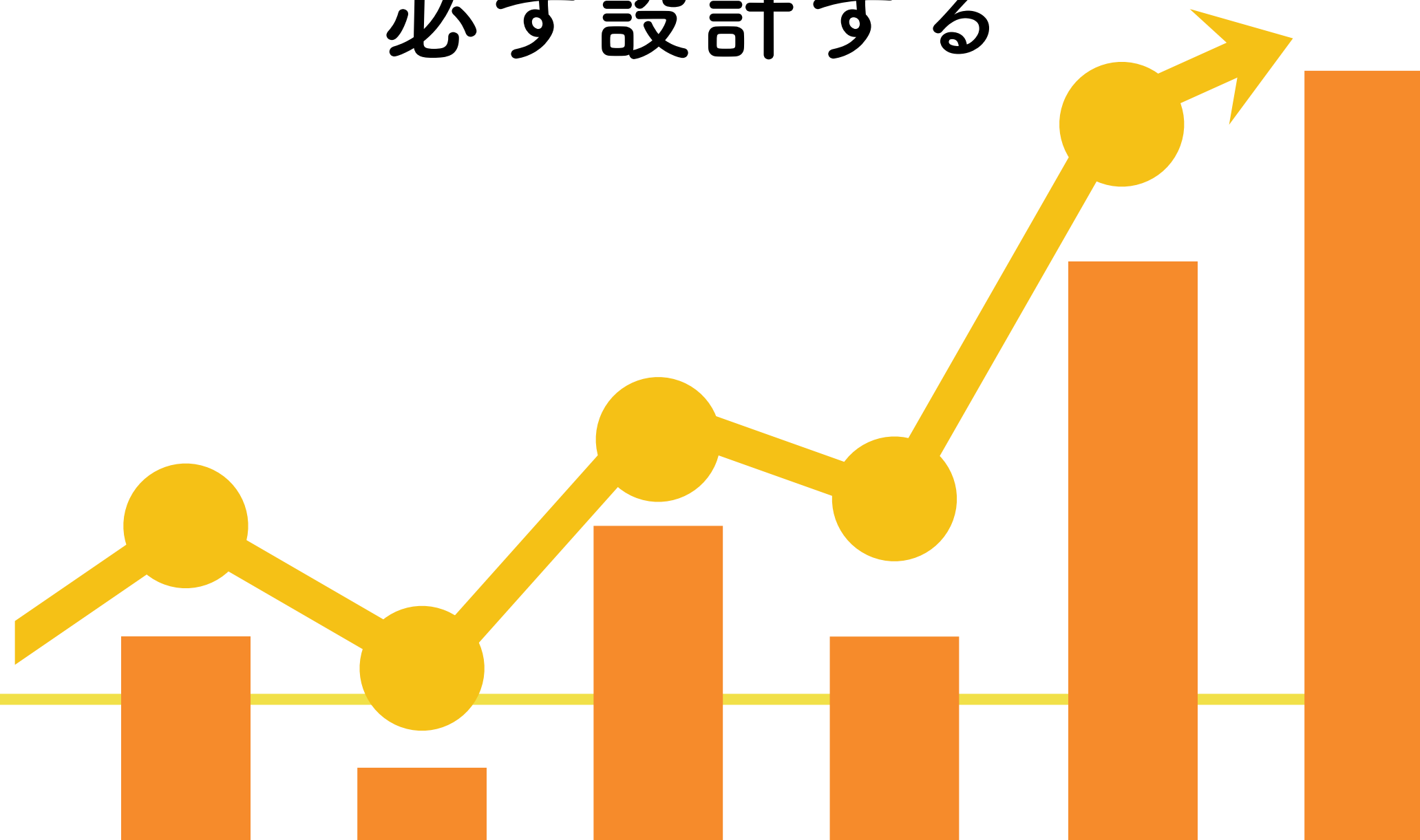
ロイヤル顧客になるので  
長期的に見てもメリットしかありません。





## 02 限定特典の設計

成約率が圧倒的に向上するので  
必ず設計する



## 02 限定特典の設計

### 特典設計のポイント



- ① メインコンテンツの弱点を補うようなモノ
- ② メインコンテンツに負けないクオリティのモノ
- ③ 特典単体でも商品を購入したいなと思ってもらえるようなモノ

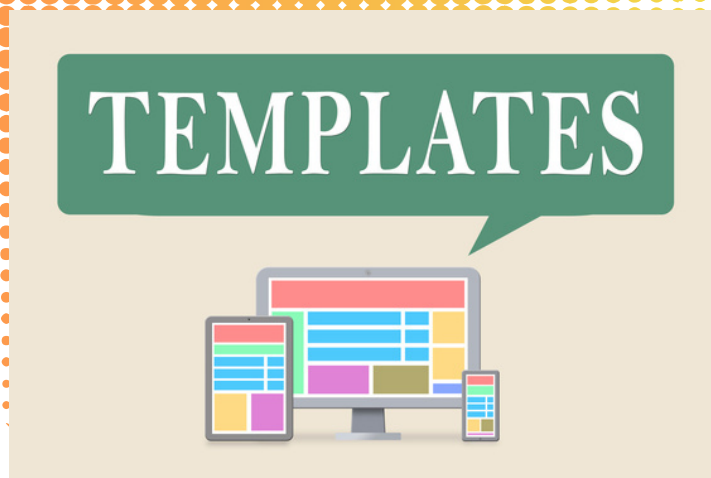


## 02 限定特典の設計

### 特典設計のオススメ

”

テンプレートなどを  
特典に入れる



”

工数がかからないものを  
特典に入れる



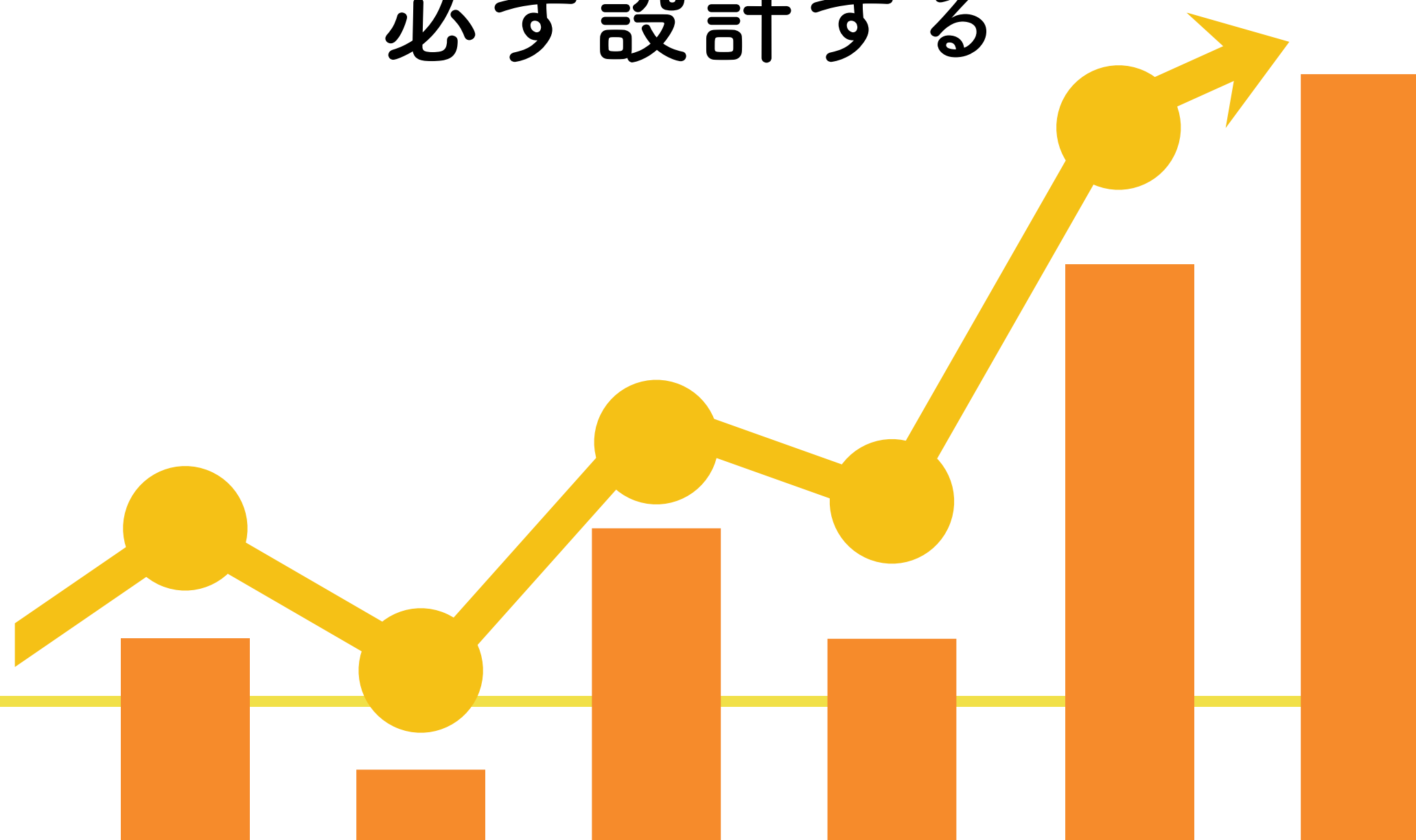
特典設計で重要なことは・・・

「喉から手が出るほど欲しいであろう」モノ  
を特典として設計をすることじゃ！



### 03 分割決済の設計

これも成約率が圧倒的に向上するので  
必ず設計する



## 03 分割決済の設計

オススメの分割回数

30万以上の商品なら

24分割まで入れたほうが良い



## 03 分割決済の設計

オススメの決済会社

”

エキスパ



”

ストライプ



別の講義で解説していきます！



## 04 サポート体制の設計

”

成約率



”

顧客が成果  
を出す確率



こちらが向上するので必ず入れていきましょう。





## 04 サポート体制の設計

”  
チャットサポート

”  
講義形式  
フィードバック

”  
各種個別添削

”  
タスク管理

”  
月1/2回の  
zoomコンサル

”  
講義の録画を  
全配布

マンツーマンコンサルなら  
これらはマストで入れることです。



## 04 サポート体制の設計

その他に入れる場合

- ✓ 顧客の成果により早く繋がるサポート
- ✓ 顧客が「あったら嬉しいな」と思うようなサポート
- ✓ 競合のデメリットを補強するサポート

競合分析をして  
いいサポート体制を  
見つけ出す！



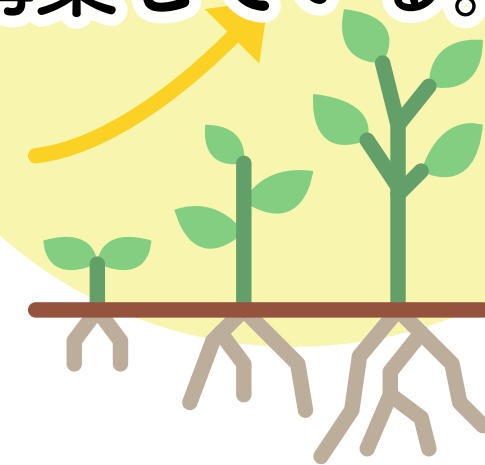


# サポート工数を最大限減らす方法

質問の仕方のルールを定め、  
尚且つ具体的にさせることで  
自分自身も回答しやすくなるので  
時短できる

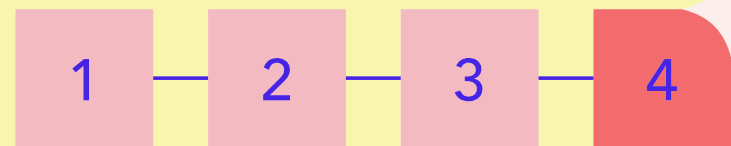


フレームワークとロードマップを  
用意しているので、  
自発的に行動できるカリキュラムを  
構築している。



# サポート工数を最大限減らす方法

テンプレートとタスク管理によって  
「添削工数が最小限」で  
良いので楽



チャット対応は極力抑え、  
ボイスメッセージや動画形式の  
フィードバックをするので  
タイピングの時間が取られないのに  
顧客満足度が高い。



商品設計のロードマップ

**STEP.05**

価格設定

価格設定の大前提

高単価商品一択



# 高単価商品のメリット

サポート人数が少なくて済むので  
「自分も楽」だし「顧客の成果も出やすい」



# 高単価商品のメリット

20万円で5人に販売して  
100万円



50万円で2人に販売して  
100万円

- ① 3人分のサポート工数の削減に繋がる
- ② リソースが分散されないので成果に繋がりやすい
- ③ 長期的にみて実績も貯まるので稼ぎ続けられる



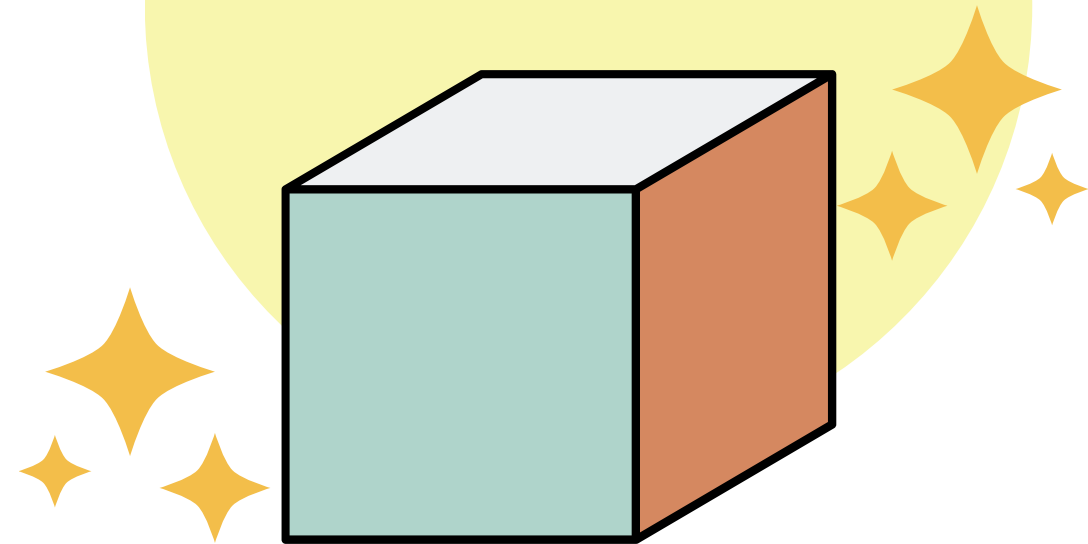
5人をサポートするより2人にサポートしたほうが  
結果にコミットしやすいですね！  
自分にも顧客にもメリットがあるのが「高単価商品」です。



# 低単価商品のデメリット

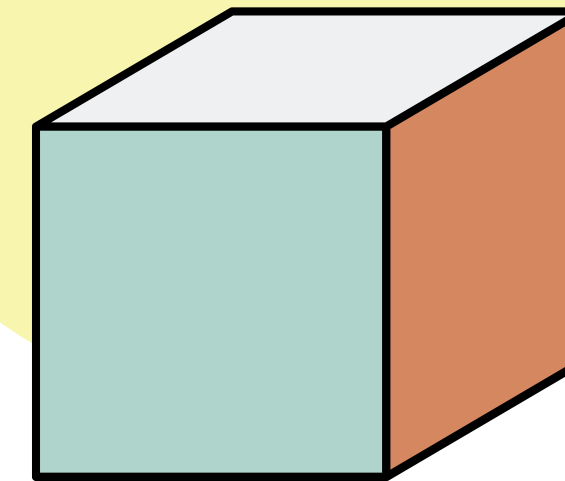
商品の質が高すぎても  
満足されてしまうので

バックエンド商品に繋がらない



商品の質が低すぎても  
満足されないので

バックエンド商品に繋がらない





# 高単価で販売するには

購買意欲額の高い需要を  
満たせるように  
「スキル・実績」をつける



ファン化させて  
「あなたからどうしても学びたい」  
という感情にさせる



日々のブランディングや  
マーケティング施策の粒度を高める



# 価格設定の全体像



1 業界の相場感

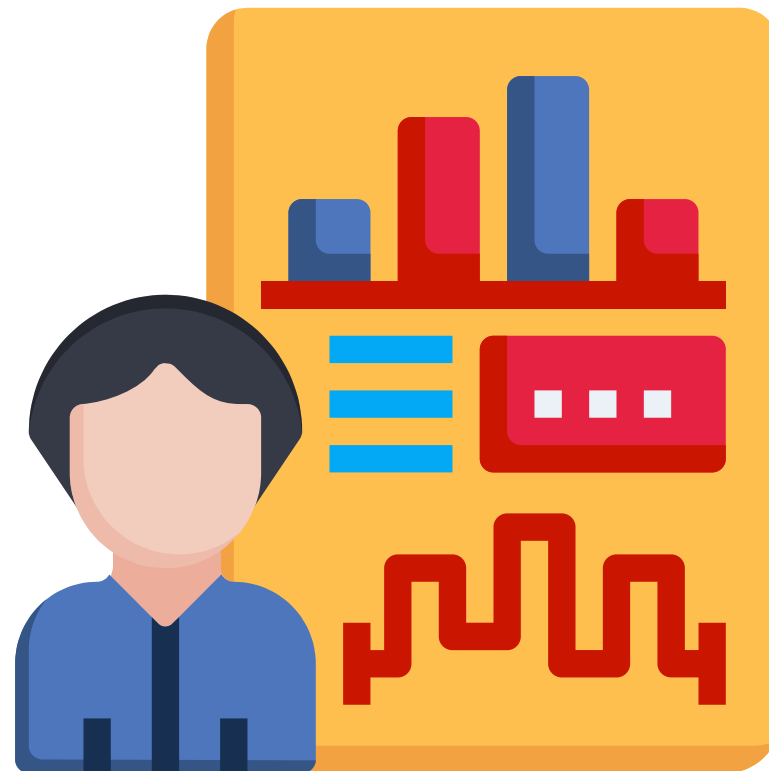
2 投資対効果

3 モニター価格



# 01 業界の相場感

その業界の相場や顧客の  
イメージ価格によって決める方法



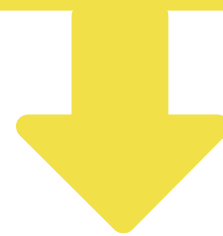
手に入る「結果」に対して払う価格の相場です。



# 01 業界の相場感

例えば・・・

業界シェアNo.1のライザップは  
2ヶ月で40万円



ライザップの類似サービスの価格も  
2ヶ月で25万円・3ヶ月で40万円くらい



## 02 投資対効果

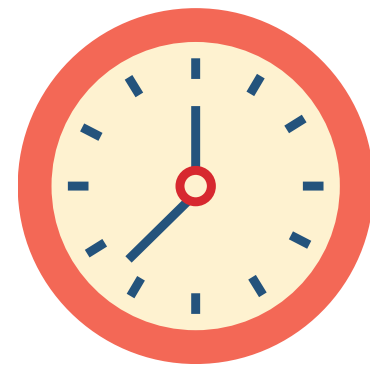
「顧客が将来いくら得をするのか」  
という視点で価格設定をする方法



## 02 投資対効果

具体的に表現すると・・・

今現状で使っている  
「時間・労力・お金」を  
自分のサービスを購入することによって  
どれほど節約することができるのか。



## 02 投資対効果

例えば 美容の市場なら

その市場の見込み客は  
美肌を維持するために

「毎月高級美容グッズに5万円」

「1日2時間のスキンケア（毎月60時間）」

「年間換算で美容に60万円と720時間」

かけているとする。



## 02 投資対効果

例えば 美容の市場なら

でも自分が開発した「美肌メソッド」を使えば

美肌を維持するために

「毎月美容グッズに2万円」と

「1日30分のスキンケア（毎月15時間）」

「年間換算で美容に24万円と180時間」

しかかからないとする。





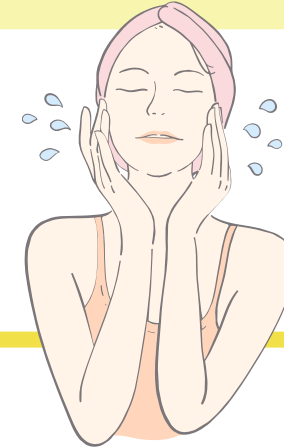
## 02 投資対効果

例えば 美容の市場なら

年間換算で美容に  
60万円と720時間



年間換算で美容に  
24万円と180時間



同じ結果を得られるにも関わらず  
「36万円と540時間の節約」  
に成功できる未来が約束できるんです。





この場合だと

そのサービスの価格は  
「30万円～60万円」くらいで  
販売できるのじゃ!!!



この方法は「**将来のリターンに対する対等な価値**」を  
約束できる場合には特に効果的です。

500万円払っても確実に2000万円に  
なて返ってくるとしたら払いますよね？



## 03 モニター価格

「モニター価格」として  
通常価格よりも安価に設定する方法



## 03 モニター価格

0⇒1の場合は  
必ずモニター価格で販売すること



### 03 モニター価格

1・2のどちらかで設定した通常価格の

「10分の1」

90%

OFF

「5分の1」

80%

OFF

「2分の1」

50%

OFF

で設定する。



-第3章-

# 商品設計の注意点



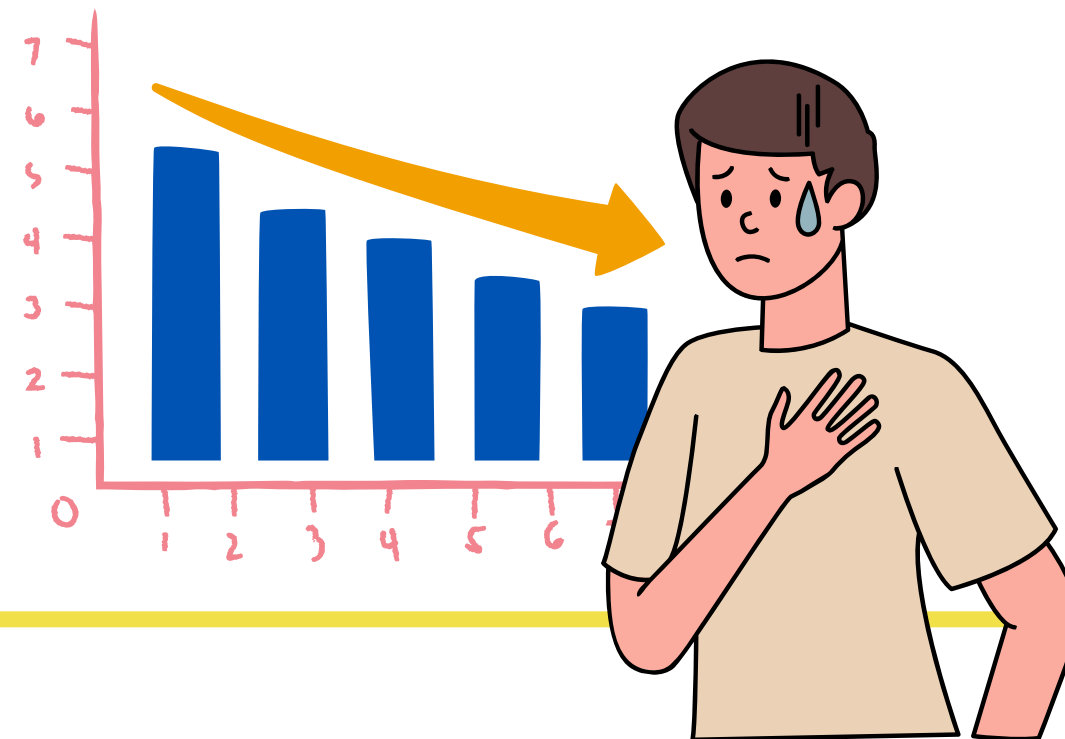
## 注意点5つ

- 1 初級者ほどバックエンド商品から設計する
- 2 初級者は最初から作り込みすぎない
- 3 自分の作りたいものを作らない
- 4 商品の良し悪しを決めるのはお客様
- 5 稼ぎたいという欲望で商品を作らない



# 01 初級者ほどバックエンド商品から設計する

- ⚠️ 少ないリスト数なので売上が最大化できない
- ⚠️ 低単価商品を販売するデメリットが大きい
- ⚠️ 初級者こそ最初の実績作りが大切



この講座を見ている人は  
バックエンドしかないと思いますが  
あなたの売るメインの商品ということです。

安い商品をまず売って…  
これはやめましょうということです。



## 02 初級者は最初から作り込みすぎない

「絶対にスモールスタート」で商品を作ること

- ✕ スライドのデザインにとことんこだわったり
- ✕ 専用サイトなどの見栄えに力を入れたり
- ✕ 講義数を大量に用意してボリュームミーにしたり



やりがちですが、やってはいけません。



## 03 自分の作りたいものを作らない

作るのは

- ✦ お客様が求めています、
- ✦ お客様が悩んでいます、
- ✦ お客様が今すぐにでも欲しいモノ

## 04 商品の良し悪しを決めるのはお客様

自分が時間をかけて作った商品は  
可愛く見えるけど・・・

顧客の声には真摯に向き合うことが大切！

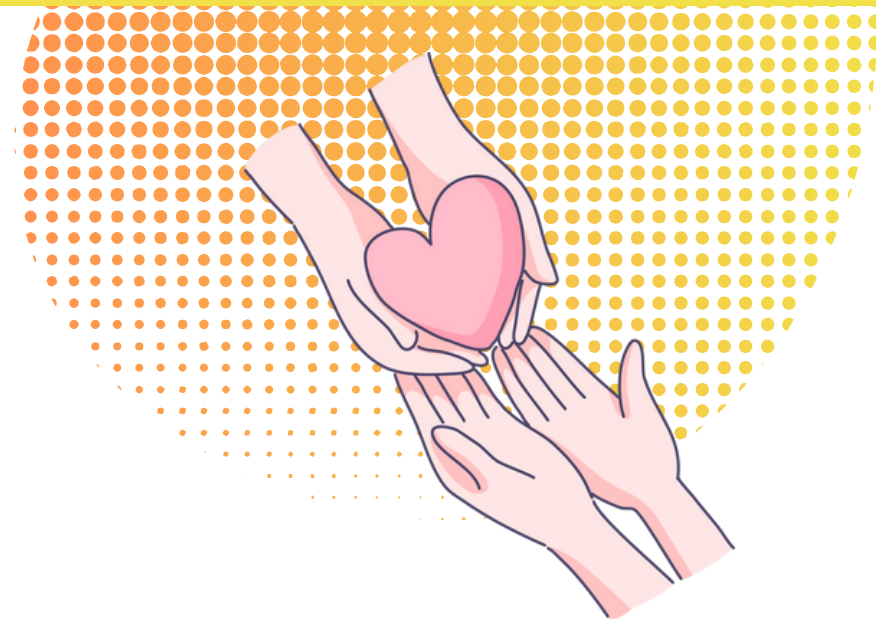


# 05 稼ごたいという欲望で商品を作らない

「稼ごたい」という欲望まみれで  
ビジネスを始めると  
価値提供してれば  
大抵の場合失敗する。



なぜなら  
「ビジネスの本質は価値提供」だから。  
価値提供してれば  
勝手に稼げるようになる。





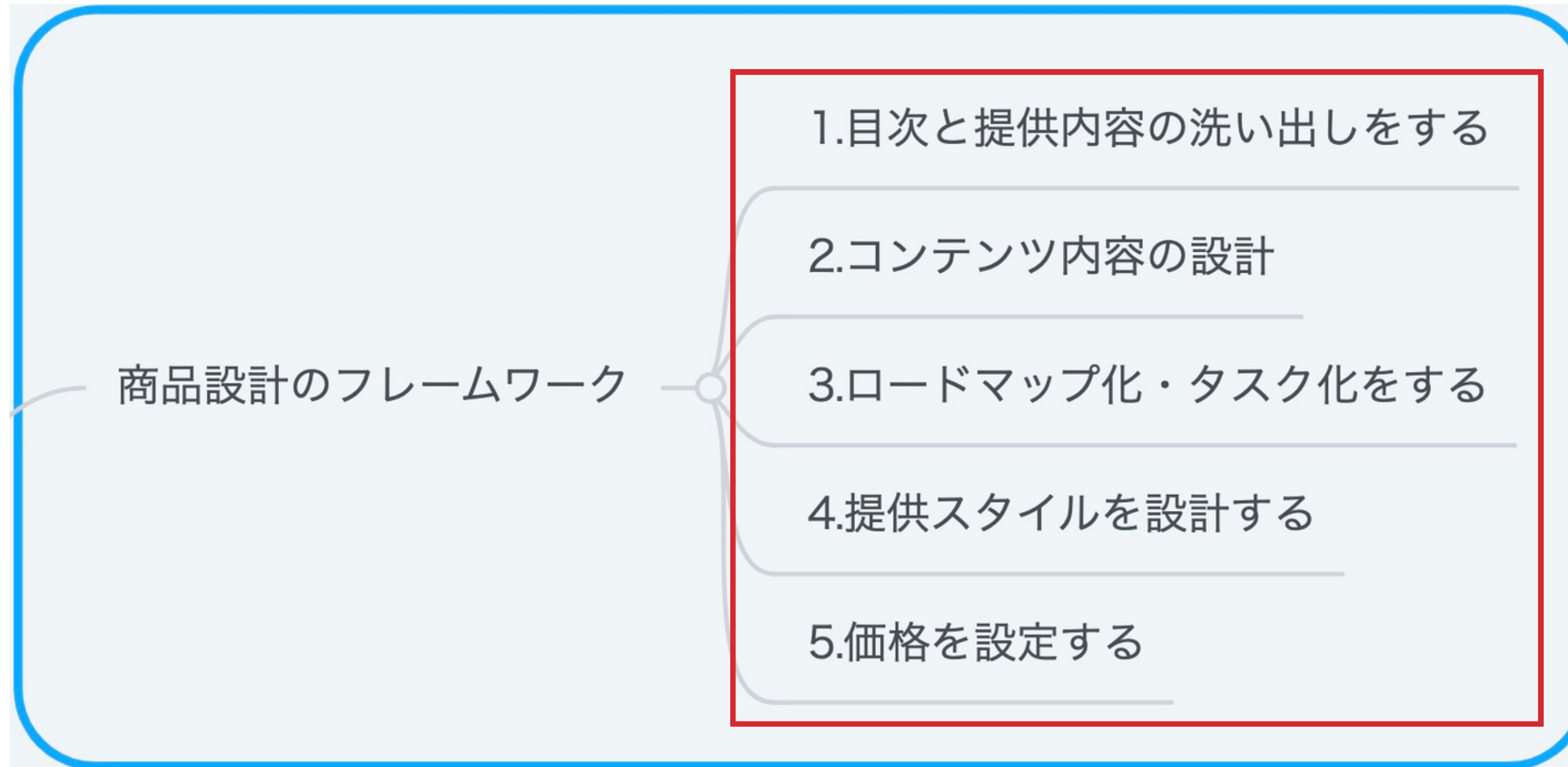
-第4章-

# フレームワークの解説





# 商品設計のフレームワーク



上記のフレームワークを把握したら  
テンプレートを作り上げていきましょう。

テンプレートは矢印のリンクボタンからリンクを開いて  
「必ずコピー」してから進めていきましょう。



# 【目次と提供内容の洗い出し】

商品設計テンプレート ☆ ☰ ☰  
ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール 拡張機能 ヘルプ

🔍 🔍 100% 🔍 閲覧のみ

	B	C	D
2	商品コンセプトを記入		
3	大目次 (講座名)	中目次 (全○章構成)	小目次 (中目次の中で話す内容)
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			
22			
23			
24			
25			
26			
27			
28			
29			

☰ 目次と提供内容の洗い出し ▼ コンテンツ内容の設計 ▼ ロードマップ化・タスク化 ▼ 提供スタイルの決定 ▼ 価格設定 ▼

# 【コンテンツ内容の設計】

The screenshot shows a spreadsheet application interface. At the top, there is a title bar with '商品設計テンプレート' and a menu bar with 'ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール 拡張機能 ヘルプ'. Below the menu bar is a toolbar with various icons for search, undo, redo, zoom, currency, and text formatting. The main area is a grid with columns labeled B through M and rows numbered 4 through 19. Each cell in the grid contains a small square checkbox. A large pink arrow points from the bottom of the grid to the 'コンテンツ内容の設計' menu item in the bottom navigation bar. The navigation bar also includes '目次と提供内容の洗い出し', 'ロードマップ化・タスク化', '提供スタイルの決定', and '価格設定'.

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
4				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
5				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
6				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
7				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
8				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
9				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
10				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
11				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
12				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
13				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
14				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
15				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
16				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
17				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
18				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
19				<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

Bottom navigation bar: 目次と提供内容の洗い出し | **コンテンツ内容の設計** | ロードマップ化・タスク化 | 提供スタイルの決定 | 価格設定

# 【ロードマップ化・タスク化】

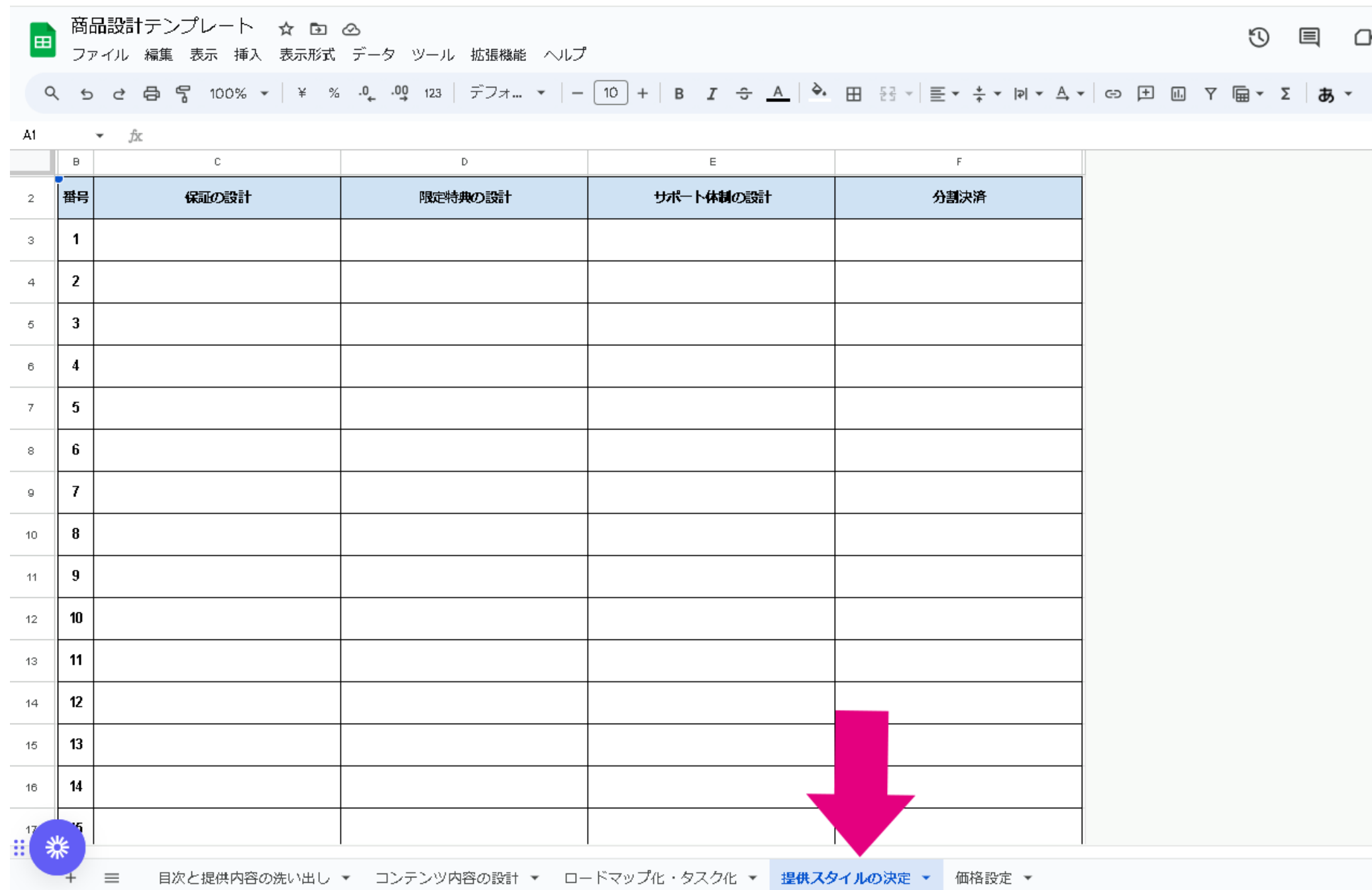
商品設計テンプレート ☆ 田 ☁  
ファイル 編集 表示 挿入 表示形式 データ ツール 拡張機能 ヘルプ

100% | ¥ % 123 | デフォ... | - 10 + | B I U A | 田 ☒ ☓ | ≡ ☒ ☒ | A | ☒ ☒ ☒ ☒ | Σ | あ

2	期間	日付	講義内容 (小目次)	タスク (課題)	進捗
3	1ヶ月	1			▼
4		2			▼
5		3			▼
6		4			▼
7		5			▼
8		6			▼
9		7			▼
10		8			▼
11		9			▼
12		10			▼
13		11			▼
14		12			▼
15		13			▼
16		14			▼
17		15			▼

目次と提供内容の洗い出し | コンテンツ内容の設計 | **ロードマップ化・タスク化** | 提供スタイルの決定 | 価格設定

# 【提供スタイルの決定】



The screenshot shows a spreadsheet titled "商品設計テンプレート" (Product Design Template). The table has the following structure:

	B	C	D	E	F
2	番号	保証の設計	限定特典の設計	サポート体制の設計	分割決済
3	1				
4	2				
5	3				
6	4				
7	5				
8	6				
9	7				
10	8				
11	9				
12	10				
13	11				
14	12				
15	13				
16	14				
17	15				

At the bottom, a navigation menu contains the following items: 目次と提供内容の洗い出し, コンテンツ内容の設計, ロードマップ化・タスク化, **提供スタイルの決定**, and 価格設定. A pink arrow points to the "提供スタイルの決定" menu item.

# 【価格設定】

The screenshot shows a spreadsheet application interface. At the top, there is a title bar with the text '商品設計テンプレート' and various icons. Below it is a menu bar with options like 'ファイル', '編集', '表示', '挿入', '表示形式', 'データ', 'ツール', '拡張機能', and 'ヘルプ'. A search bar and a toolbar with various icons are also present. The main area contains a table with the following structure:

	B	C	D
2	業界の相場感	投資対効果	モニター価格
3			
4			
5			
6			

Below the table, there is a text input field with '1000' and a '追加' button. At the bottom, there is a navigation bar with several menu items: '目次と提供内容の洗い出し', 'コンテンツ内容の設計', 'ロードマップ化・タスク化', '提供スタイルの決定', and '価格設定'. A pink arrow points to the '価格設定' menu item.



参考例として僕のテンプレートありますので  
矢印のリンクボタンからリンクを開いてご参考に！

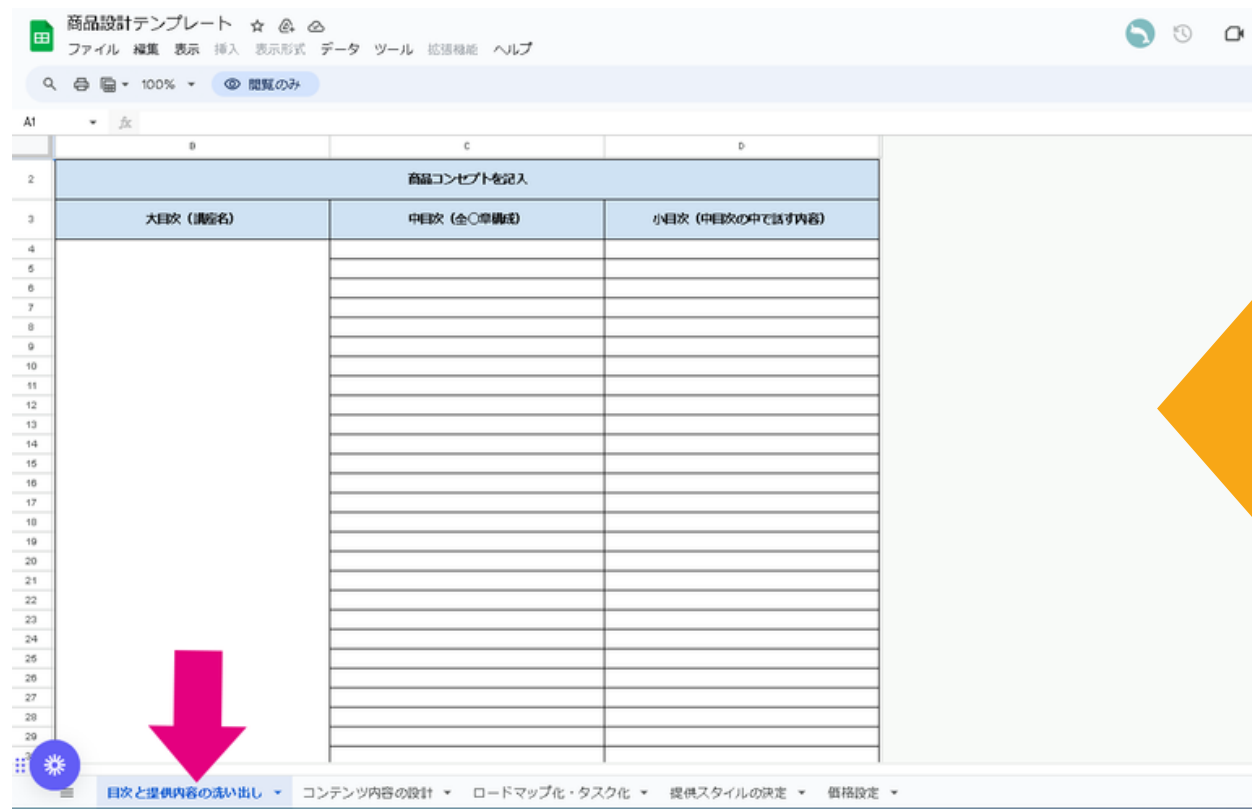


この5つを埋めていくテンプレートになっていますが、  
マンツーマンコンサルの人全部やらなくていいです！

このテンプレートは  
上級者まで網羅できるようになっています。



# 目次と提供内容の洗い出しとラフを作る



商品コンセプトを記入		
大目次 (調査名)	中目次 (全○準備)	小目次 (中目次の中で扱う内容)

目次と提供内容の洗い出しである大目次・中目次・小目次を作れば必然的にロードマップも出来上がります。

ラフはマインドマップで作る！



# ラフはマインドマップで作って清書する。



参考例のようにマインドマップでラフを作って清書する。

**これを基に解説していく！**

これが講座の代わりになりますし  
0→1、7桁余裕でいけます！

マジでめちゃくちゃ時間かかるのでオススメはしませんが  
僕がやっているように講座形式でやりたい人や上級者の方は  
作り込んだほうが稼げます。



この商品設計は  
コンテンツ販売の初めに商品を作るべきという  
重要な部分でありこれがないと稼げません。

ご不明点あればSLACKでもなんでも  
聞いてください。

Zoomコンサルも遠慮なく！

