

企画コンセプト 設計

 Avance



目次

Contents

- 1 はじめに
- 2 ネーミング決めの手順

- 第 1 章 -

はじめに



そもそも企画コンセプトとは

企画で活用する コンセプトのこと

ローンチの手法によって異なる

今回皆さんが行うのは

「個別相談ローンチ」

「個別相談ローンチ」のコンセプト例

事例1

あなた専用のオリジナル！
完全オーダーメイド型
0→100ロードマップ作成会

事例3

理想の人生を叶える！
完全オーダーメイド型
プレミアム個別勉強会

事例2

“なりたい”を叶える
完全オーダーメイド型
プレミアムキャリア相談会

事例4

理想の溺愛ライフを手に入れる
完全オーダーメイド型
プレミアム恋愛相談会

なぜ企画コンセプトを作るのか

ユーザーからの反応率が大幅に変わる



売上に繋がる

ネーミング決めの手順

STEP1



フレームワーク
の理解

STEP2



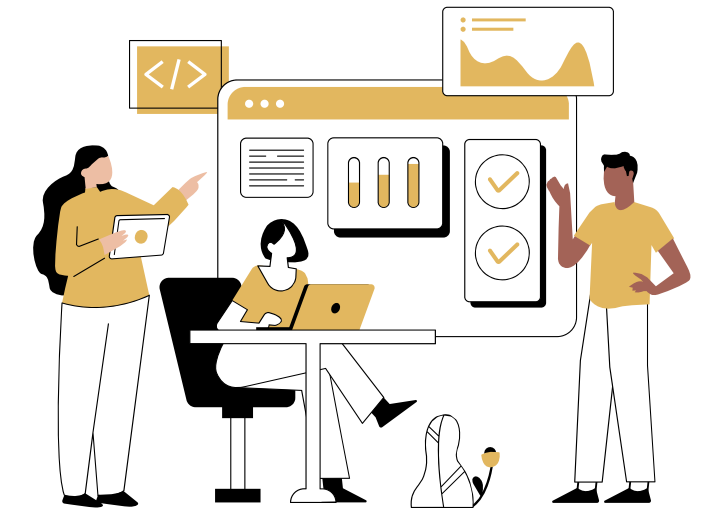
ベネフィット
を決める

STEP3



テーマ・形式
を決める

STEP4



キーワード
を決める

本講義のゴール

企画コンセプト設計を理解し
実際に作り切る

- 第 2 章 -

ネーミング決めの手順



ネーミング決めの手順

STEP1



フレームワーク
の理解

STEP2



ベネフィット
を決める

STEP3



テーマ・形式
を決める

STEP4



キーワード
を決める

STEP1：フレームワークの理解

フレームワーク（解説）



ベネフィット



テーマ・形式



キーワード

個別相談コンセプトの例

事例1

あなた専用のオリジナル！
完全オーダーメイド型
0→100ロードマップ作成会

事例3

理想の人生を叶える！
完全オーダーメイド型
プレミアム個別勉強会

事例2

“なりたい”を叶える
完全オーダーメイド型
プレミアムキャリア相談会

事例4

理想の溺愛ライフを手に入れる
完全オーダーメイド型
プレミアム恋愛相談会

サムネ映えを意識する

ベネフィット

理想の溺愛ライフを手に入れる

テーマ・形式

完全オーダーメイド型

キーワード

プレミアム
個別相談会



STEP2：ベネフィットを決める



抽象的なベネフィットにする

▶ 具体的にするとターゲットが少なくなる

ここで1つ質問です！



STEP2：ベネフィットを決める

例えば

フォームをマスターする
完全オーダーメイド型
プレミアム体験セッション

理想の身体を手に入れる
完全オーダーメイド型
プレミアム体験セッション

だめなコンセプトはどちらでしょう？





フォームをマスターする
完全オーダーメイド型
プレミアム体験セッション

理想の身体を手に入れたい人は多い

筋トレフォームを学びたい人は少ない

▶最も抽象的な理想の未来にまで昇華させること

正しい・間違えはないのですが、
筋トレフォームだと限られた人になってしまうので
ローンチには向かないよねって考え方です。

STEP3：テーマ・形式を決める



個別相談コンセプトなので



完全オーダーメイド型

が最も反応が良い



STEP4：キーワードを決める



体験会



相談会



体験セッション



個別カウンセリング



ロードマップ作成会

ジャンルによって文言を変えること

ターゲットの捉え方が全然変わる

フレーミングに気を付ける

植物性のバターなのにも関わらず

マーガリン



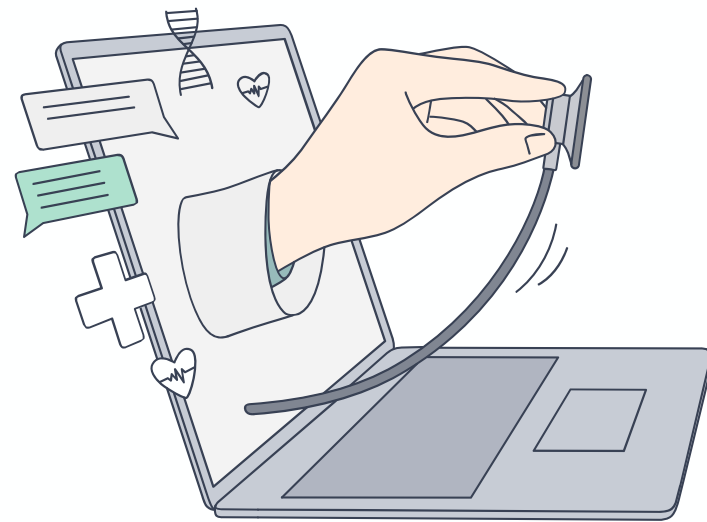
ソイバター



ネーミング次第で印象が変わる

フレーミングに気を付ける

脳死で見て魅力を感じるの？



無料相談会



プレミアム個別勉強会

フレーム！

同じものでも見せ方によって、ぜんぜん変わるといふ訳ですね

ただの「ハイチュウ」と「プレミアムハイチュウ」みたいなもんです。



ジャンル別ネーミング集

子育て

「個別相談会」 「ロードマップ作成会」

ビジネス

「個別相談会」 「ロードマップ作成会」

筋トレ

「ロードマップ作成会」 「体験セッション」

コーチング

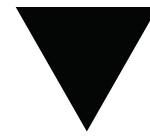
「個別コーチング」 「体験セッション」

課題



課題

個別相談コンセプト設計し提出する



※コメント権限をONにする