

M Magazine

The Response

ザ・レスポンス・マガジン



第1特集

なぜ、リッチ・シェフレンは 起業家やマーケッターの心を惹きつけるのか？

第2特集 戦略型起業家6つの秘密

第3特集 リッチ・シェフレンの「戦略的起業家養成」ビジネス戦略コーチングセッション

第4特集 インターネットビジネスマニフェスト

2015年
5月号

➤ TheResponse

CONTENTS

02 第1特集

なぜ、リッチ・シェフレンは 起業家やマーケッターの心を 惹きつけるのか？

04 リッチ・シェフレンのナビゲーター中谷さんに聞く
ビジネスを仕組み化して
自由な時間を手に入れる方法

08 第2特集

戦略型起業家6つの秘密

10 成功する「戦略型」起業家への道

14 パワフルな戦略型起業家になるための3つの柱①
「勝てる分野で勝負する」

16 パワフルな戦略型起業家になるための3つの柱②
「絶対不可欠なものだけに取り組む」

18 パワフルな戦略型起業家になるための3つの柱③
「実行スピードを上げる」

20 第3特集

リッチ・シェフレンの 「戦略的起業家養成」 ビジネス戦略コーチングセッション

20 「経験」をマーケティング？

21 年商600億円のマーケティングの秘密

23 夢のビジネス構築までの距離

24 シンプルだけど最高の3つのセールス手法

26 第4特集

インターネットビジネス マニフェスト

27 「インターネットビジネスマニフェスト」から
「真のビジネス」を作るための2つのワーク

①あなたの時給を知る

30 ②自分の強みを知る

Who is Rich Sc

なぜ、リッチ・シェフレンは 起業家やマーケッターの 心を惹きつけるのか？

第1特集

今回は、ビジネス戦略構築の専門家、
リッチ・シェフレンの大特集！
世界No.1コンサルタントと呼ばれるジェイ・エイブラハムが
困ったときに相談するのがリッチ・シェフレンだと言われ、
推薦文をほとんど書かないことで有名な
世界の億万長者メーカー、ダン・ケネディも
リッチのことを推薦しています。
そんな世界中の起業家やマーケッターの心を惹きつける
リッチ・シェフレンが明かす、
ビジネスを成長させるための秘訣を大公開！！

リッチ・シェフレンは、ビジネス戦略の構築を得意とする米国の起業家です。

インターネットマーケティングの第一人者として知られ、世界トップレベルの名声を持ち、

グーグルやマイクロソフト、ヤフーなどの大企業から、

小規模の起業家のマーケティングコーチまで幅広く活動をおこなっています。

彼が個人的にコーチングした人は、

各業界のマーケティングのエキスパートと呼ばれるような有名人たちで、

なんと8ヶ月で平均1億6000万円の売上をアップさせました。

また、オフラインのビジネスでも成功を収めています。

彼がインターネットビジネスに参入する前は、

ファッション関連ビジネスや催眠治療センターなどを経営して成功。

ちなみにそのファッションビジネスでは、彼の元スタッフがその後、

プラダの副社長やディーゼルの社長になったりしていることを考えても、

どれだけ成功していたかが窺えます。

現在は、ジェイ・エイブラハム、ダン・ケネディ、

ジョン・カールトン、ヤニック・シルバーといったマーケティング界の

超有名な大御所（グル）たちとパートナーシップを組み、

いくつものプロジェクトを成功させています。

そんな経歴があることから、

リッチはグルズ・グル（Guru's Guru=大御所のなかの大御所）と呼ばれることもあるほど。

その活躍は「ウォール・ストリート・ジャーナル」に特集され、

ABC、CBS、NBCを含む主要なTVネットワークに登場し、

全米の多くのメディアで紹介されているのです。



リッチ・シェフレンのナビゲーター中谷さんに聞く ビジネスを仕組み化して 自由な時間を 手に入れる方法

リッチとの出会いによって、
中谷さんは今までできなかったビジネスを仕組み化する方法を学び、
自分のビジネスを根底から変えることができたと言います。
現在ではリッチ・シェフレンのナビゲーターまで務める中谷さんに、
リッチ・シェフレンの魅力とその考え方を通じて、
ビジネスを仕組み化するヒントについて語っていただきました。

リッチ・シェフレンとの 衝撃的な出会い

桑原 そもそも、中谷さんのリッチ・シェフレンとの出会いは何だったんですか？

中谷 僕はずっと仕事が順調で、極端な話、1ヶ月に5日ぐらいしか働いてなかったんですよ。時間だって、5日間べったりという感じじゃなくて、何ていうかな……。もう1日でマックス4～5時間なんですよ。

桑原 うらやましいお話ですね。

中谷 そんなふうに1ヶ月に5日しか仕事してない状態でも、収益は立っていたんです。自分自身が設定する「最低限必要な収入」というのがあるじゃないですか。その「最低限の収入」を出さなきゃいけないというのは教えられていたんで、そんな状態でも十分にその収入をクリアしていたんですよ。でもそうしたら、困ったことに、自分のなかで仕事に対するモチベーションがものすごく下がってしまった。

桑原 収入には困らないけど、逆にそれによってモチベーションが下がってきてしまったということですね。

中谷 はい。そのときのことを考えると、「目標が低かった」ということなのかな、と思います。だから一応、それを打開しようと、自分なりに動き出してはいたんですよ。例えば、自分が尊敬する経営者の方に話を聞きに行ったり、どういうモチベーションで仕事をやっているのかを聞いたり、仕事に対する考え方や根本にあるものを聞いたりしていました。

リッチ・シェフレンのマニフェストの動画を観たのは、ちょうどそんなときだったんです。自分の知りたいことが、まさに言語化されていると感じました。「パチン」と来たんですね。

桑原 言語化とは、どういうことですか？

中谷 例えば、リッチの言葉でいう「不労所得」というものがあるんです。リッチ流に考えれば、僕にもある程度、不労所得状態があったはずなんです。でも、「これが不労所得だ」という認識はなかったんですよ。「不労所得とは、不動産を持ったり、組織を作ったり、株式に投資したりして作るものだ」という概念しか持っていなかった。働きながら不労所得状態になるという概念は何も持っていなかったんです。でも、リッチの動画によって「あっ、その状態って作れるんだ」という認識が、すごくすんなりと自分のなかに入ってきたんですね。

桑原 働きながら不労所得を作る状態ですか？

中谷 今の自分の仕事の状態をもっと広げていくためには、こうすればいいというのが、リッチの言う不労所得イメージですね。僕は仕事好きやし、月に5日間しか仕事をしていないという状態に、やっぱりなんか満足してなかったんですね。「俺このままでいいんだろうか……」と。かといって、今の会社は10年目ですが、この10年間やってきたことを、また繰り返して10年やるというのも想像がつかなかった。でも、他の方法が明確には見つからなかったんですね。

いろんな人の話を聞いてみて、やっぱりモチベーションの持ち方とか目標の設定の仕方というのが悪かったんだな、というのは分かりました。過去には、稼ぐためにイヤなお客さんとも仕事をしていましたが、この先のことを考えるとそんなことをしてまで

リッチ・シェフレン ナビゲーター

中谷佳正（なかつたに・よしまさ）

1977年、大阪府河内長野市生まれ。ITベンチャー企業のトップセールスマンを経て、26歳でウェブ系会社の立ち上げに参加。スタッフ24名になるまで1人でセールスを担う。28歳で独立、ウェブ制作会社「WINKS」を起業。現在、スタッフ1名あたり2000万円以上の利益実績がある。

ビジネスを大きくしたいとは思わなかったんですね。そんな迷っていた自分に、前に進むための多くの要素をリッチが与えてくれたんです。

キーワードは「不労所得」と「自分の強み」

桑原 そんなときにリッチと出会われたんですね。

中谷 はい。リッチは「自分の強みになることをビジネスにしたほうがいいよ」、ということを言っているんですね。僕自身、自分の強みが何なのかということは、じつはリッチに会う前から自分のなかで考えていたことなんですよ。遡って過去の自分を振り返ってみると、小学生ぐらいのときになんかこう、別に金銭とか発生しなくても、自分が楽しんでやっていたこととかあるじゃないですか。

桑原 例えば、どんなことが楽しかったんですか？

中谷 僕、小学校のとき、児童副会長という職務をやっていたんですよ（笑）。中学のときも生徒会副会長。さらにサッカー部の副キャプテン。高校のときもサッカー部の副キャプテン。で、大学に入っても同じような立場でやっていました。小学校の同級生に連絡して聞いてみたら、僕は他人が嫌がることを押し付けられても、イヤとは思わず進んでやっていたと。そういうタイプなんですよ。

桑原 優等生のサポートですか？

中谷 生徒会長と聞くと、結構、優等生みたいな感覚でしょ。そ

うじゃないんですよ。ケンカしたりとかね、トップのヤツがもうメチャクチャ、やんちゃなんですよ。筋が通っているけど、ちょっと“やんちゃくれ”みたいなタイプ。そんなやんちゃな子と、まじめな生徒や先生を、仲介する役みたいなことをするのが僕。

今も僕の周りには、経営者の人たちのなかでも、“濃い”人がめっちゃ多いんですよ。でも、僕、普通におれるんですよ、その人たちと一緒に。別に誰かに左右されるわけでもなく、そんな人たちに対しても意見が言えて、普通に一緒におれるんです。そういうスーパースターの参謀みたいなポジションというのを、僕はもともと小さいころからやっていた。それが自分の強みだと思って、そういう仕事を去年から少しずつ増やしていったんです。そういう人たちが僕のクライアントになってくれたりする。そのポジションというのが、僕がもっとも得意とすることちゃうかなと思って。

桑原 成果はすぐ出ましたか？

中谷 例えば、不動産業界でいま飛ぶ鳥を落とす勢いで伸びている会社で、30歳前半の若手の社長の方がいるんですけど、その社長のところへ行って、「俺を参謀に付けませんか？」と話をしたら、即、契約が取れたりしました。

桑原 それはすごい。

中谷 やっぱり「自分の強み」というのと、「不労所得」という言葉をより意識するということ。リッチは、それを実現させるためのフローというか、自分が今まで感覚的にやってきたことを言語化して、明確にして教えてくれたわけですよ。そうやって自分のなかに落としこんで仕組み化すれば、今よりもっと成長できるんじゃないかなと思ったんですね。

誰もが自分の理想の人生を手に入れられる!

中谷 リッチのセミナー動画を観て、すぐに感覚的にびったりだなと感じて、「インターネットビジネス маниフェスト」(リッチのレポート。第4特集を参照)を手に入れたんです。自分に必要な情報やなど、すごく感じた。それって、今までと全然違う感覚で……。それぐらい、マニフェストに引っ張られた感じがしましたね。

桑原 リッチのコンテンツが自分のビジネスに役立つと。

中谷 それまで僕は、人によって「絶対的に勝てるポジション」というのがあって、つねに思っていたんですよ。企業もそうだし。それを掘り起こして、ビジネスに転換していくのがいいだろうと思っていた。個人事業主なんかは特に、そのポジションを得るだけで、十分に勝てると思っていたんですよ。リッチの方法は、僕がそうやって漠然と考えていたことをさらに強化して、具体化してくれるんです。自分の人生を賭けて絶対的に勝てるビジネスの仕組みが作れるだろうと思ったんです。

でも、みんながやろうとしているのは、自分がどうしたいのかが定まらないままに、やみくもに儲かる方法に飛びつくこと。それは、自分のビジネスプランという、なりたい自分ありきではないですね。

桑原 いわゆるノウハウコレクターですね。

中谷 そう。戦術はもちろん大事だけど、自分がなんぼ収益が欲しいのかとか、どういう客と付き合いたいのとかとか、そういうビジネスプランのほうが大事じゃないですか。リッチのセミナーに



中谷さんがリッチのセミナー動画を観たあと、矢も盾もたまらなくなってすぐ手に入れた「インターネットビジネス マニフェスト」。英語圏のインターネットマーケティング界では誰も知らない人がいないと言えるほど有名なこのレポートは、全世界で100万人以上に読まれ、多くの起業家たちの財政状況を変革し、伝説となった。

も、そういうことが書かれています。ビジネスで勝つにはスキルがないとダメだとか、知識を持っている人しか勝たれへんみたいな、そんなことじゃないとずっと僕は思っていた。そんなことだったら、金持ちになれないヤツがいっぱいおるやろうなと思ったんで。

桑原 そうですね。

中谷 でも、僕のなかには、誰でも勝てるはずだという認識があるんです。あれはアカン、これはアカンじゃなくて、誰もが自分の理想とする人生を歩む方法があるはずだと。そのためのツールとして、リッチの方法は最適だと思うんです。

「自分がいなければ回らないビジネス」は無責任!?

桑原 中谷さんに一番響いたリッチのメッセージって何ですか？

中谷 何だろう……。僕に響いたのは、これは一番最初にあったからよく覚えているんですけど、「自分がいなければ回らないビジネスをしているのって無責任だよ」という言葉。これに衝撃を受けました。

ウチは正直、僕がいなくてもある程度会社は回るんですけど、でもやっぱり、僕がいなくて高利益体質にはならないんです。僕はずっと少人数体制でやってきたんです。周りの経営者を見ると、自分がコントロールできない要素を持ち過ぎている人が多いなと感じていたんで、自分はコントロールできる範囲内で組織を作って、事業を回していくべきだろうと。それが経営者としての最高の責任だと思ったんですよ。会社が潰れれば、お客さまにも迷惑かかるし、スタッフにも迷惑かかるし、自分自身の人生もよくなってしまふ。お客さんもスタッフも、自分がコントロールできる範囲のキャパで経営する。それが社長の人生としての責任の取り方だと思い込んでいた。でも、リッチは「いや、おまえがいなくて回らない会社って無責任や」って言ったんですよ。

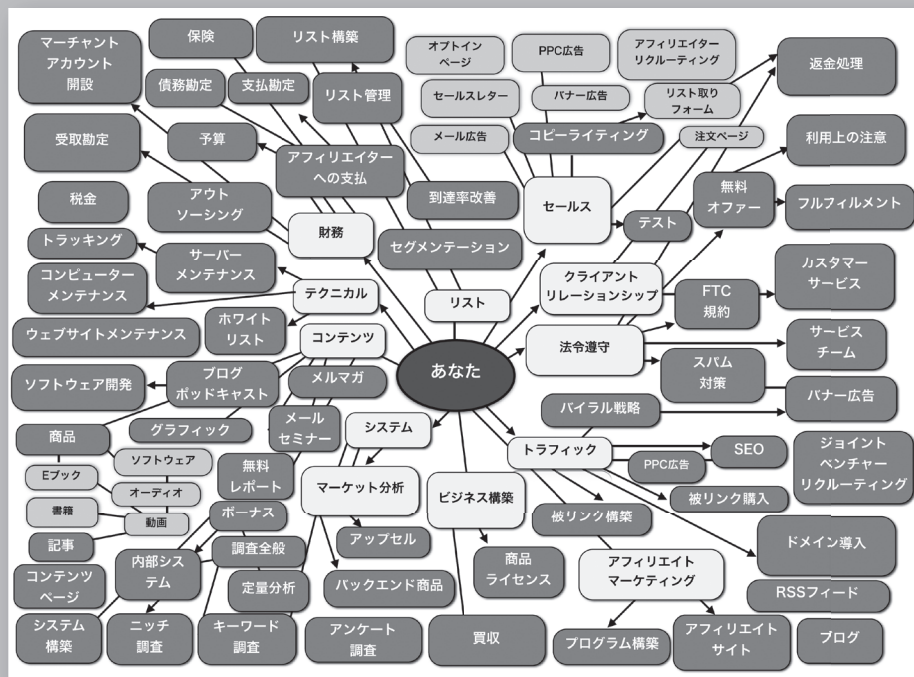
桑原 グサッと響いたんですね。

中谷 「ちょっと待って」みたいな(笑)。俺が10年間やってきたことは、無責任の連続やったんやと思って、それがショックでね。「なんか変わらなあかんわ」っていう。だからその言葉で、僕は会社のビジネスモデルも変えたし、自分自身の考え方もやっぱり変えたし、その他にも「変えよう」と思ったことが結構いろいろあったんですよ。

桑原 具体的に、どこを変えようと思ったか教えていただけますか？

中谷 自分自身でしかできない仕事の取り方とか、利益のあり方とか、仕事のやり方を変えました。ウチはホームページを作ってお客さんに利益を上げてもらうということが、一番メインの仕事です。ですから、経営的なこと、マーケティングやコピーの

「インターネットビジネスマニフェスト」の表紙にも使われたチャート。「セールス、リスト、ファイナンス、技術、コンテンツ、システム、市場分析、ビジネス構築、アフィリエイトマーケティング、トラフィック、法律＆コンプライアンス、顧客との関係構築……すべてあなたがいないと回っていきませんよね？」というのを、ひと目で訴えかける。



is Rich Schefren?

ことから、人の動かし方まで、僕がある程度、指示してやらないと高利益体質にはならないビジネスモデルの組み方をしていたんです。そのために、僕が入らないと「イエス」と言ってくれない経営者が多かったんですね。

桑原 「中谷さんがやってくれるから、仕事をお願いしてるんだ」ということですね。

中谷 それはそれで1つよかったのかもしれないけど、でもそれじゃ、再現性がないですからね。

桑原 中谷さんがいなければ仕事が進みませんもんね。

リッチのおかげで10年スピードが早まった!

桑原 じゃ、中谷さんはリッチを知らなかったら、どうなっていたと思いますか?

中谷 どうなっていたんでしょうね。確実に言えるのは、リッチを知ってからは、自分のやりたいことを見つけるスピードが早くなったということです。リッチを知らなくても、多分、ゆくゆくは見つけてたと思うんですけど、そのスピードが劇的に早く

なった。リッチは具体的なロジックを教えてくれるし、それまで感覚的で漠然としていたことを言語化してくれるから、めちゃくちゃスピードが早まったんだと思います。

桑原 スピードが早まった。

中谷 そう。正直いうと、リッチを知らなくても、いずれは何らかの方法でたどり着いていたように思うけれども、それにはまた10年かかったかもしれないですね。でも、このコンテンツを学ばった数日でそれができたというのは、やっぱりすごいことだと思います。

桑原 リッチを学んでなかったら、今の中谷さんになるのが10年後になっていたかもしれませんね。

中谷 はい。10年後になっていたかもしれない。

桑原 10年あったらだいぶ変わってそうですね。

中谷 絶対変わりますよね。ビジネスマンとしての鮮度がやっぱり全然違うし、ここからの10年って、僕らはまさに働き盛りの年代やから。仕事して、遊んで、仕事して。すごく仕事に打ち込める年代だと思うから、その10年が短縮されるのは、めちゃくちゃデカイ価値やと思いますね。「不労所得」を早めに手に入れられるって、やっぱりデカくないですか?

桑原 超いいですね。

戦略型起業家 6つの秘密

Rich Schefren

第2特集

ビジネス戦略の構築を得意とするリッチ・シェフレン。
彼のマーケティング戦略は、自らのビジネスはもちろん、
たくさんのクライアントを成長させてきました。
その世界トップレベルのパワフルなメソッドを大公開!!
あなたのビジネスをガラリと変える秘密がここにあります。

Illustration 祖田雅弘



FROM FRUSTRATION TO FREEDOM

“リッチはビジネスの運命を変革させるプロである”



リッチはマーケッターの人生、ビジネスの運命、経済状態を変革させるプロである。私自身も彼を尊敬し、ことあるごとに賞賛している。オンラインマーケティング、戦略的ビジネス構築の分野に関して、注目に値する極めて稀な人物だ。

——ジェイ・エイブラハム
(世界 No. 1 マーケティングコンサルタント)

“リッチは正真正銘のエキスパートだ”



リッチは、ビジネスを効率化させ、急拡大させる正真正銘のエキスパートだ。世界中の著名なマーケッター、ビジネスの世界の名だたる有名人たちが、彼の能力にアドバイスを求めてくる。

——ダン・ケネディ (世界の億万長者メーカー)

“有名な企業が彼にアドバイスを求めている”



Yahoo、Microsoft、CNN など、有名な企業が彼にアドバイスを求めてフィーを支払ってきた。彼は企業の規模に関わらず、売上を大きく、そして素早く伸ばす方法を誰よりも知っている。私が知っている限り、誰よりも多くのオンラインマーケター達をミリオネアにしてきた。

——ジェイ・コンラッド・ロビンソン
(ゲリラマーケティング発案者)

“次のブレイクスルーをもたらしてくれる人”



リッチは本質的な知識を教えてくれる。事象の背後にあるセオリーやパターンを分析して、我々に分かりやすく提示してくれるのだ。彼の話を聞くだけで、こちらも表面的なノウハウなど必要なくなり、自分で考えて事業を構築できるようになる。彼があなたに次のブレイクスルーをもたらしてくれるだろう。

——小川忠洋 (ダイレクト出版株式会社 代表取締役)



成功する「戦略型」起業家への道

こんにちは、リッチ・シェフレンです。すでにご存じだと思いますが、私はこの7年間で何万人ものインターネット起業家の手助けをしてきました。彼らに自分のビジネスから何を学べたいのかと聞くと、こう言います。

やりたいことを自由にできるビジネスを築きたい。旅行をしたり家族や友人と時間を過ごしたい。経済的な悩みをなくし、好きなものを好きなときに買ったりできる自由が欲しい。自分の未来を自分でコントロールできるようなビジネスを築きたい。興味があるもの、熱中しているものに時間を費やせるビジネスを築きたい。自分自身を誇りに思えるようなビジネスを築きたい。世界に自分の能力を見せつけたい。

ですが、こう答えた起業家の現状はというと、理想とは異なるものでした。今の状態では目指すものが一生手に入らないと悩み、どうすればその状態を改善できるかわからない状況でした。

多くの起業家がこのように苦しむのはなぜでしょう。なぜ目標を達成するために前に進めないのでしょうか。そして成功する少数の起業家と成功できない大多数の起業家の違いは何でしょう。

今日、あなたはこれらの質問の答えを学びます。私が理想のビジネスとあなたの現状の違いをお教えするからです。これらの戦略は、あなたが今まで学んだこととはまったく違います。ですが、インターネットビジネスの成功につながるもっとも重要な鍵です。成功の裏には、隠れた戦略があるのです。

でも、あなたは現在の方法をほんの少し変えるだけです。あなた自身を利用するので、新しい戦略を学ぶ必要はありません。私が講演をするたびに起業家からよく聞く言葉は、「もっと早く知ることができた」です。あなたもそう思うでしょう。

「チャンス追求型の起業家」から「戦略型の起業家」に

私がストラテジックプロフィッツ (STRATEGIC PROFITS) を立ち上げてから持つ揺るぎのない唯一の焦点は、苦しんでいる起業家を、「成功する起業家」へと変えることです。それが私たちの仕事です。来る日も来る日もそれが私たちの仕事です。

そのためには「チャンス追求型の起業家」を「戦略型の起業家」に変える手助けをします。重要なポイントなのでメモしてください。「チャンス追求型」を「戦略型」の起業家に変えるのです。

私たちのクライアントの素晴らしい成果や輝かしい成功は、す

べて1つの事実に基づいているのです。チャンス追求型は苦しんで失敗し、戦略的起業家は成功する。戦略型の起業家になることでチャンスを探す際、すべてが驚くほど簡単に見えてきます。

ビジネスを戦略的に考えることができれば、周りのさまざまなチャンスや好機に気をとられたり圧倒されたりすることはなくなります。その代わり、次にとるべきステップが明確になり、どんな結果が期待できるかわかるようになります。あなたがこれを本当に理解して応用できれば、あなたは成功します。

ではまず、私がこの発見をしたときのことをお話ししましょう。

私は8歳のときから自分のビジネスを築こうと思っていました。大金を稼ぐのにもっとも確実な方法だからです。夢に見るような生活と自分の未来を自分でコントロールする自由があるからです。私はいつもビジネスに夢中でした。子どものころは成功した起業家の父から学び、大学では会計学を学びました。その後は1年間、アーサー・アンダーセンとアクセンチュアのトップコンサルティング部、ストラテジックサービスで働きました。

22歳のときには起業家になる心の準備ができていました。最初のビジネスでは年間1億5000万円の損失を出していたビジネスを復活させ、まず売上を4億5000万、その翌年には7億円まで伸ばしました。まだ26歳になる前の話です。

2つ目のビジネスはゼロから始めました。催眠療法センターのチェーンを開業し、ゼロから1億3000万円の売上と100人の従業員まで伸ばしました。

でも、自慢しているわけではありません。その反対なのです。私は30歳になる前に2つのビジネスを成功させたにも関わらず、初めてインターネットビジネスを始めたときは大失敗をしました。以前の実績があればインターネットでも成功できると思うでしょう。でも、そうではありませんでした。私がしたことをあなたが繰り返せば、あなたも失敗するでしょう。

人生最悪の期間を経て3つの発見にたどり着いた！

まず、私はインターネットライフスタイルというものに魅了されてしまったのです。ビーチでリラックスしながら1日1時間ぐらいパソコンをチェックすれば、魔法のように利益が出ると。

でも、結局はパソコンの前で人生をムダにただけでした。寝ても覚めても、どうすれば成功できるのか、何が間違っているの

か悩んでいました。そして情報過多の状態になっていました。見渡す限り、情報の山でした。

すべての方法が言われているよりも難しく、効果がないように見えました。買ったときは簡単だと思ったのに、購入後はその方法では成功できませんでした。夢を捨てるのが嫌だったので、絶対に効果がないと思うようなバカらしいものまで買うようになってしまいました。宝くじを買う人のように。

妻のデヴィに、私のどこが悪いのだろう？ 他の成功した人たちと同じ能力があるはずなのに、なぜうまくいかないのだろう？ 自分に非があるはずだと、何度も愚痴をこぼしていました。心の底では、このままだと一生わからないのではないかと本当に怖かったのです。そして、そのうちお金が底を尽き、家族を養えなくなると思っていました。もしかしたら自分で思っていたより、頭が悪いのかもしれないとも思いました。人生の最高の時期はもう過ぎ去ってしまって、昔のような成功はもう二度とないのかもとも思いました。今考えると人生最悪の時期でした。

また、これはよくある話だということもわかりました。これはインターネットでビジネスを立ち上げようとする起業家によくある経験なのです。でも、どんなに惨めでも私は諦めませんでした。行き詰まった状態を突破する瞬間はいつやってくるかわからないのです。毎晩、私は日誌に自分の問題を分析し、一体何がいけないのか、解決方法を探していました。すると急に、日誌を書いているときに、1週間で3つの発見をしたのです。

25人のクライアントがたった18ヶ月で40億円もビジネスを拡大！

1つ目は、成功へと導くはずの私の特性が、私を失敗させているというショッキングな発見。2つ目は、そのよいはずの特性がなぜ悪いものになってしまったのか。3つ目は、では何をすればよいのか、でした。

この発見がすべてを変えました。そしてあなたのすべても変えるのです。この3つ目の発見は、インターネットで成功を目指す起業家すべてが知るべきことです。それらの発見を細かく説明して、どう利用すればあなたのビジネスを改善できるかをお教えます。その前にもう少し私の話を聞いてください。

その後、数週間、発見したことをビジネスに応用したところ、すべてが変わりました。その発見のおかげですべての悩みが消え、もう二度と悩まされることはありませんでした。そのうち、セミナーやフォーラムで出会った、私のように苦しんでいた友人が助けを求めてきました。私も辛い経験があったので、彼らを助けたい、と思いました。彼らは私ほどビジネスの経験を持っていなかったで、1つ1つのステップを説明しなくては行けませんが、すべてを理解して応用できるようになった途端、目覚ましい成果が生み出されました。

多くの人が私の評判を聞き、お金を払ってでも私にコーチをしてほしい、どうにか助けてほしいとお願いしてきました。最初は

ノーと言いました。でも、自分の抱いていた悩みと友人たちの成功、彼らを助けられた喜びを考えた末、私は25人のクライアントと小さなコーチングプログラムをすることにしました。初心者もいれば、知識がある人もいました。レベルが混ざっていたので、経験の有無が成果に関係あるかを見ることができました。

まったくの初心者でも、すぐに新しいビジネスを築くことができました。25人のクライアントたちは、たった18ヶ月で40億円もビジネスを拡大できたのです。平均で1人1億6000万円です。

もしあなたがその25人の1人だったら、今のあなたの人生にどんな影響があるか考えてみてください。その後、私が素晴らしい評価を受けたのも驚きではありません。

奮闘している人、苦しんでいる人、まだビジネスを始めていない人に「変化」を！

私は今までしてきた何よりも、起業家を助けることが楽しくなっていました。人生で初めてクライアントたちの人生に大きな変革をもたらしていることに感激しました。そこでEブックのビジネスをやめ、ストラテジックプロフィッツを始めたのです。

このコーチングプログラムを立ち上げた最初の1ヶ月で、2つの無料レポートをリリースしました。両方とも急速に広まり、最初の1年で7億4000万円も売上げました。それ以来、ビジネスは成長するばかりですが、いまだに私たちは「チャンス追求型」を「戦略型」の起業家に変える唯一の会社です。

そして時を今日まで早送りしてみましょう。今日、私は理想的な素晴らしい生活を送っています。暖かいフロリダに住んでいます。毎朝、美しい妻デヴィとともに目覚め、2人の娘と朝食を食べます。その後、デヴィはマセラティで2人を学校に送り、私はポルシェでビーチに向かいます。そこで数時間考えたり、いろいろ書いたりします。その後、オフィスで私のチームとミーティングをし、数時間デスクで仕事をします。そしてお昼か2時ごろには1日が終わります。残りの時間は好きな人と好きなことをできます。どこでも、どのようにでもできるのです。

仕事をしている時間は、あなたのようなチャンス追求型を助けたり、大きな企業のコンサルティングをしています。時給25万円から250万円です。去年はマイクロソフト、グーグル、ヤフーほか、大規模なインターネット企業で1時間のプレゼンテーションをするのに250万円を受け取りました。でも、起業家と仕事をするほうが楽しく、やりがいがあるのです。

チャンス追求型を戦略型の起業家に変えると、どうなるか知っていますか？ サクセスストーリーが生まれるのです。グーグルのような大規模企業に戦略を教えるのも面白いですが、チャンス追求型を戦略型の起業家に変え、成功を見守るほうが、10倍やりがいがあります。特に初心者はそうです。それが、私がこのウェブセミナーをしている理由です。奮闘している人、苦しんでいる人、まだビジネスを始めていない人に変化をもたらしたいのです。



あなたにも こんな特性、ありますか？

それでは私のビジネスのすべてを変えた3つの発見をお教えしましょう。先ほどお話したように、1つ目の発見は、私を成功に導いたはずの特性が、私を失敗させていたことです。

ある夜、どうしてうまくいかないのか悩んでいたとき、急にひらめいたのです。私が最悪だと思っていた状況は、以前、私がビジネスに成功するために培った私の特性から生まれていたと。おかしいと思うでしょ？ 説明しましょう。

どのマーケティング戦術を使ったらいいかわからないということは、最善の事例を探し、応用しようとしているということです。インターネットで時間を費やしているということは、何をしても成功したいという気力から来ています。情報過多は、自分の教育に自分で責任を負っているということです。すべてが思ったより難しいのは、困難のなかでもプラス思考で考えられるということです。魔法のような一攫千金を狙う講座を購入するのは、新しいアプローチを試してみる意欲を示します。望んでいる結果が出ないのは、自分で希望を作り出せるということです。自分に非があると責めてしまうのは、結果に対して責任を持っているということです。家族をガッカリさせたくない気持ちは、家族のために頑張っているということです。自己不信、自己疑念に悩むのは、現実的な思考を持っているということです。わかりますか？

これらの特性は、じつはビジネスを成功させるために必要なもののなのです。ただ、誤った方向にそれが向かっていただけなのです。では、この特性を持ちながら失敗するのと、これらの特性で成功することの違いは、一体どんなものなのでしょう。もし真剣にインターネット起業家としての成功を望むなら、このポイントを理解しなければなりません。

私は、インターネット起業家として成功するためのすべての特性を持っていました。でも、チャンス追求型の思考だったため、失敗しただけではなく惨めで行き詰まった状態だったのです。私が成功したときも、私の特性は同じでした。特性は何も変わっていないけれども、戦略型の思考によってすべてが変わったのです。

そこで重要なポイントですが、これをメモしてください。「問題は自分ではない、自分のアプローチだ。あなたのアプローチを変えれば結果も飛躍的に変わる」。

あなたも、ここまで来たのだから成功の特性を持っているはず。もしなければ、ここまで来ていないでしょう。ということは、この小さな変化で私のように成功できるのです。チャンス追求型から、戦略型の起業家の思考に移れるのです。

たった1人で生地買い付けから縫製、 レジでの会計までこなすのと同じ

さて、あなたはなぜこれらの成功の特性が破壊的なものになっ

てしまうのか、疑問に思っているでしょう。その答えを今からお教えします。

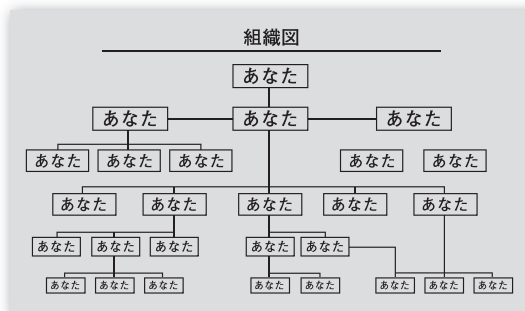
第1の発見をした後、なぜそれが起こっているかを探れば、私はずっと探していた解決法が見つかると思いました。

まず、現在のアプローチを分析してみました。インターネットビジネス全般を見て、いろいろな要素を分析しました。コンテンツ、リスト、財務、テクニカル、システム、販売、トラフィック、クライアントとの関係、市場分析、ビジネス構築、法律、アフィリエイトマーケティング。これは一部にすぎません。

これらをさらにサブグループに分けました。コンテンツの下には記事、商品、Eブック、書籍、オーディオ、ビデオ、ソフトウェア、コンテンツページ、グラフィックス、無料レポート、Eコース、Eマガジン、ボーナス、ブログ、ポッドキャスト……山のようにはありました。

リストなら、リスト拡大作業、リストマネジメント、セグメント化。財務ではアフィリエイト会社への支払い、マーチャントアカウント管理、ベンダー、予算、保険、税金、給与支払い、売り掛け。セールスではコピーライティング、その下にセールスレター、オーダーページ、アフィリエイト求人、ペイパークリック課金広告、バナー広告、Eメール、オプトイン、ネームキャプチャー、テストなど。

これは、私がこなさなくてはならないと思っていた仕事のほんの一部なのです。私の日誌にでき上がった図はこんなものでした。



こんなふうになっていたのです。そのときに何が起きているかやっとわかりました。見てください。

これが小売店だったら、自分1人で生地を買って、服をデザインして、服を作って、売って、レジで会計をして、すべてをしようなんて、何てバカらしいでしょう。

成功するためには
他人の戦略を利用してはいけない

しかもこれはソーシャルメディアが流行る前の話です。私が悩んでいたころにはまだなかったのに、今はそんなものまであるのです。あなたが進歩なく挫折していたり、やることが多過ぎて圧倒されて疲れ切っている理由はもう一目瞭然ですよ。

すべてを外注したとしても、その対処さえも手に負えないでしょう。これは人手の問題ではありません。戦略の問題です。覚えてください。人手の問題ではなく、戦略の問題なのです。それがあなたのよい特性を悪い状況に変えてしまっているのです。

チャンス追求型のアプローチは
今すぐストップ、ストップ!!

しかも、本当におかしいのはこのポイントです。先ほどの図はほとんどのチャンス追求型が利用している方法ですが、彼らがほとんどの時間を費やしているのは何だか知っていますか？ 先ほどの図に、さらにつけ足すための新しい戦略や方法を探すことです。おかしいですよ。

だから、自分に問いかけてください。「やることが多過ぎる状況の解決法は、やることをさらに増やすことではない」。

すでに手が回らない状況なのに、さらにやることを増やすために時間を費やす必要がどこにあるのでしょうか？ 値段の高いローンチプロダクトの購入をやめたら、どんなに時間とお金の削減になるか考えてください。これらの商品は、あなたの“やるべきことリスト”を拡大していくだけです。

集中するポイントが少なければ、利益も増え、仕事は減り、ビジネスと人生をもっと楽しめるでしょう。

これは戦略がない人の図、チャンス追求型の図なのです。この図に新しいものをつけ足すたびに、あなたはよりチャンス追求型になってしまいます。あなたもこうした方法で戦略を実行しているとしたら、それはまったく間違った戦略です。だからストップ、ストップ。やめてください。この道を進み続けても理想の利益、理想のライフスタイルは達成できません。単純に不可能なのです。

私が出会うチャンス追求型は、どのようにやればいいのか、どうすればいいかに捉われ過ぎて、一体何をしたらいいのかはつきりさせていないのです。最初にはつきりさせなくてはいけないこと、目標に導くような少ないことでもいいのに、それを忘れてしまっているのです。理想のビジネスを築くためにマスターしなければならない要素を忘れてしまっているのです。

戦略を追加しても、あなたの問題は解決できません。すべてを実現してくれる魔法のボタンはないのです。あなたのサイトに来訪者を呼び込む戦略や、新しいコンバージョン戦略では、あなたの問題を解決できません。3日間、枕の下に敷いて寝れば億万長者になれるというEブックを買っても何も解決しません。

「しないこと」をはっきりさせるまでは、戦略はできあがりません。売らないもの、売らない客、開発しない商品、使わない戦術、これらを明確にさせて初めて戦略ができるのです。

そして最後に3つ目の、もっとも重要な発見です。単に戦略が必要だけではなく、「あなた」はあなたのビジネスにおいてもっとも重要な資産なので、あなた独自の戦略が必要なのです。本当のあなた、本当にあなたが得意なことを生かした戦略です。これがチャンス追求型と戦略型の違いです。

つまり、インターネットビジネスで成功するには、やることを減らし、自分独自の戦略を立てればいいのです。私のひらめきの瞬間は、インターネットビジネスで成功するにはオフラインのビジネスで成功したのとまったく同じ方法だと気づいた瞬間でした。

私が服飾店のビジネスをしていたとき、他の成功している店と同じ戦略を使っていたら絶対に失敗していたでしょう。1つも優位性がないからです。ですが、私はクラブの常連で、クラブシーンをよく知っていたし、クラブ服専門店が他にはなかったので、クラブシーンに集中した戦略を作って、伝説的な成功を遂げました。催眠療法ビジネスでも同じやり方でした。

インターネットでは、特に何億人もの見込み客と無料でやりとりをするチャンスがあります。でもそれと同時に、世界中の似たようなビジネスと競争もしています。そこで質問です。

インターネットで勝利を遂げるための、あなたの独自の戦略は何ですか？ インターネットでは、あなたの競争相手はすべて1クリックでつながっています。あなたを競争相手と差別化でき、見込み客にとって、あなたを理想の選択肢にする戦略が必要なのです。あなた自身とあなたの知識などを活用する戦略です。

成功するために重要なポイントとは、他人の戦略を利用してはいけないということです。他の人用にカスタマイズされた戦略は、彼らにとって理想のもので、あなたにとって理想ではありません。あなたを無理やりあなた以外の誰かにするのではなく、あなた自身を使う方法。それ以外にインターネットで成功できる方法はありません。

難しそうに聞こえるかもしれませんが、そうではありません。これからそれをお教える前に、まずは4つの重要なポイントをおさらいします。

情報過多、働き過ぎ、自己疑念などの否定的な状況があれば、あなたがチャンス追求型になっているという証拠です。

また、現在の失望感は、じつは成功の特性から来ているということです。その特性をうまく使えば成功できるのです。

さらに、戦術は問題の解決法ではなく、問題そのものです。

最後に、インターネットビジネスで成功するためには、自分独自の戦略が必要ということ。





パワフルな戦略型起業家になるための3つの柱

①「勝てる分野で勝負する」

それではどうすれば方向転換ができるのでしょうか。どうすれば戦略型の起業家になり、成功を取められるのでしょうか。じつは、パワフルな戦略型の起業家になるためには、3つの柱があります。それは、①勝てる分野で勝負する。②絶対不可欠なものだけに取り組む。③実行スピードを上げる、です。

柱その①「勝てる分野で勝負する」というのは、戦略の基盤で、自分の得意分野で活躍することです。勝てる分野を正しく選択すれば、すべてが簡単に、確実に達成できます。

チャンス追求型の問題は、勝てる可能性が低い分野で勝負をしてしまうこと。その上、自分が苦手なことばかりやろうとしてしまいます。だから、毎日ビジネスに時間を費やすことがとても辛くなります。どうしたらいいかわからないことが多過ぎます。どうしたらいいかわかることでも、自分の得意分野ではないので、仕事をするのにどんどん抵抗が出てきます。こういう症状が出ていたら、間違った分野で間違った仕事をしているという証拠です。

その点、戦略型の起業家はまったく異なる経験をします。働くことに抵抗や先延ばしの気持ちが起こらず、朝起きてすぐに仕事を始めたいという気持ちになります。障害物にぶつかってばかりではないので、波に乗って成功と夢に近づいているような気持ちになるからです。取り組むこと、やることリストのすべてが簡単にこなせ、しかも楽しみながらできます。

想像してみてください。あなたのニッチや市場の人々があなたとあなたのビジネスを尊敬しています。あなたのコンテンツはすぐに注目を集め、褒め立てられています。顧客はあなたの大ファンで、インターネットであなたの評判を広めます。あなたの勢いは誰にも止められません。正しいときに、正しい場所で、正しいことをやっていると自分でも感じ、産まれてきた意味がわかったような気がします。想像を超えるスピードでお金も湧いてきます。毎月、口座の明細書を見るたびに驚いてしまいます。

夢のように聞こえるかもしれませんが、そうではありません。私の仕事はそうだし、他の何千人もの戦略型の起業家もそうです。彼らが優位性を持っていること、得意なことが、ニッチや市場が欲していることと一致しているからそれが可能なのです。

戦略型の秘密1

あなたの強みを活かす

この柱その①を実行し、理想の戦略型の起業家の人生へ移り変

わるための戦略的秘密をお教えしましょう。

まずは戦略型の秘密その1です。それは、自分自身の強みを活かした戦略で、有力な利益を作り出すこと。言い換えれば、あるがままのあなたのおかげで、ビジネスが成長していくのです。

インターネットビジネスを営む起業家は、みんな同じ間違いを犯します。他人がしているのと同じことをしてしまうのです。そしてさらに時間と労力を費やしています。それは戦略ではなくて狂気です。不満足な結果のレシピとも言えます。面白くないし、強みにもなりません。成功することもほとんどありません。

チャンス追求型は強みがないのです。ただ単に群れを追っているだけです。すべきことを自分の中ではなく、外ばかり見て探そうとするからです。そのせいで、他人と差別化できる唯一の要素、自分自身の独自性が犠牲になってしまうのです。自分の強み、経験、才能を活用すれば、ライバル企業より有利なはずなのに。

それに比べて、戦略型の起業家はまず自分の強みを理解します。強みとは、あなたの才能、経験、教育、そしてスキルの組み合わせです。これがすべて交わって強みが生まれます。

戦略型の起業家とチャンス追求型の違いは、強みを理解し、それが活用できる分野でだけ勝負をしているかどうかなのです。

例えば、私はポーカーが好きです。何回かトーナメントにも出ました。でもテニスはあまり上手ではありません。私のクライアントのジーン・カルロは、テニスプレーヤーで起業家ですが、ポーカーでは平均的なプレーヤーです。ジーンは私よりテニスがうまい、私は彼よりポーカーがうまい。もしお金を賭けるとしたら、私はポーカーで、ジーンはテニスで勝負したいでしょう。

ビジネスとは、お金を賭けた大きなゲームなのです。それなら自分が得意なゲームで勝負するほうがいいですね。

私が出会うほとんどのチャンス追求型は、勝てないゲームで勝負している、もしくは勝負しようとしています。私がテニスで生計を立てるとしたら、大失敗に終わるでしょう。

あなたはどうでしょう。あなたがしていること、しようとしていることはあなたの得意分野ですか？ 多分、そうではないでしょう。なので、それをすぐに修正する必要があります。

バスケットをやるマイケル・ジョーダンと 野球をやるマイケル・ジョーダン

マイケル・ジョーダンは、世界一のバスケットボール選手の1

人ですね。彼には生まれつきの才能がありました。でも、彼の経験、教育、スキルも、すべてバスケットにつながるものでした。なので、彼は野球選手としては成功できませんでした。彼の才能は他の野球選手と張り合うレベルまで洗練されていなかったからです。同じ人間でも、違うゲームをするとそうなるのです。

あなたはバスケットボールをやっているマイケル・ジョーダンですか？ それとも野球選手のマイケル・ジョーダンですか？

もし、あなたの得意分野が何かわかっていない場合は、今すぐはっきりさせる必要があります。残念ながら、多くの人が自分の長所を知りません。ピーター・ドラッカーはこう言いました。「失敗するほとんどの起業家は、自分の強みを知らない。聞いてもぼかんとしているか、知識について間違った答えを返すだけだ」。

自分1人で自分の強みを見つけるのは難しいことです。木の前に立ちながら、森の全体図を見ようとしているような状態です。

私たちは、学生時代から自分の弱みに集中するように教えられてきました。また、強みというのは自分がいつも当たり前のように持っているものなので、気づきにくいのです。他の人も簡単に当たり前に行えることだと思い込んでいます。最後に、強みは楽しいものなので、無視しがちなのです。

考えてみてください。今、あなたがしていることよりもっと楽しい仕事ができるのです。その楽しい、そして簡単な仕事が、あなたのビジネスをさらに拡大し、利益を増やし、理想の人生を送らせてくれます。それが理解できれば、ビジネスで成功するために強みを活用することがどれだけ重要かわかりますよね。

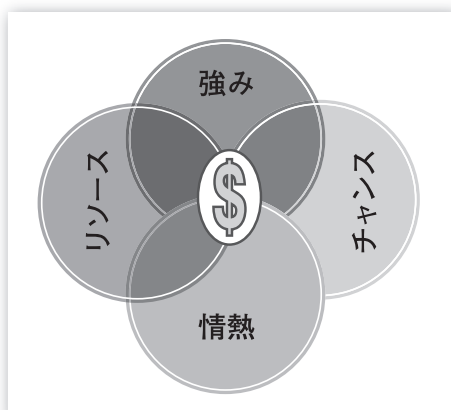
戦略型の秘密2

スイートスポットで勝負する

それでは戦略型の秘密その2に移りましょう。強みが見つかったら、その得意なことを利用して、あなたのビジネスを理想のニッチに位置づけます。そうすれば得意分野で勝負でき、利益はすぐに爆発的に上昇します。

あなたの情熱、強み、リソース、チャンス、すべてが重なる場所です。あなたのスイートスポットは、あなたの理想のニッチです。あなた自身とあなたの得意分野に基づいた場所なのです。

スイートスポットの見つけ方



あなたが強みを活用していなければ、スイートスポットではありません。そして、もしそれをスイートスポットとする起業家があらわれたら、あなたはすぐに負けてしまいます。あなたにとって難しいことは、彼らにとって単純だからです。

私の会社ストラテジックプロフィッツが爆発的に成長したのは、この円の中心に当たったからです。私の強みはビジネスを早く成長させること。私はどんな業界でもそれを達成し、何万人もの起業家を助けてきました。私の情熱は昔からビジネスでした。

コーチングプログラムを始めたときの私のリソースは、私の今までの業績でした。ストラテジックプロフィッツを始めたときは、前のクライアントの素晴らしい成功談でした。今では数え切れないほどのクライアントの成功談です。

市場でのチャンスもありました。誰もチャンス追求型を戦略型起業家に変えるビジネスを持っていなかったからです。

わかってきましたか？ このおかげで、ゼロからすぐに爆発的な売上を遂げたのです。

スイートスポットを見つければ 仕事がガラリと変わる!!

あなたが今、何よりもしなくてはいけないことは、まず強みを見つけ、それを競争優位性として活用できるスイートスポットを見つけることです。

私が服飾店を引き継いで、7億円まで売上を伸ばした話をしましたね。私は世界でも巨大な服飾店と競争していました。でも、これらの大きな競争相手と、彼らの分野で勝負するつもりはありませんでした。成功するためには私のスイートスポットを見つける必要がありました。

私は22歳でクラブの常連でした。なので、私の独自の強みはクラブ文化とクラブの常連客をよく理解していること。情熱はクラブそのものでした。クラブで聞く音楽、服など、すべてに興味がありました。リソースは店の場所とその雰囲気。店をクラブのような内装にしました。DJが生で演奏する店は私の店が初めてで、音楽がいつもガンガン鳴っていました。中は暗く、服だけがステージライトで照らされていました。

本当に変わった店でしたが、クラブの常連客にはぴったりの店でした。その上、マンハッタンにはクラブ客のための店はなかったので、大きなチャンスでした。クラブ文化に集中することで、自分のスイートスポットに移動できたのです。

チャンス追求型が苦しみ、多くの障害にぶつかって失敗するのは、彼らのせいではなく、彼らがしていることのせいです。あなたのせいではないのです。

あなたはただ負けるに決まっているゲームで勝負をしているだけです。あなたが強みとスイートスポットを見つければ、仕事がガラリとよい方向に変わります。私はこれがすべての起業家の成功に欠かせないと信じています。



パワフルな戦略型起業家になるための3つの柱

②「絶対不可欠なものだけに取り組む」

では、柱②に進みましょう。「必要不可欠な要素にのみ集中し、不可欠ではないことはしない」。

チャンス追求型は、ほとんどの時間、必要でないことばかりしています。チャンス追求型は何に集中したらいいのかわからないのです。正しい道を進んでいるのか確信が持てず、不満足な結果に混乱しています。

なぜなら、絶対に必要なものと、まったく必要のないものを見極められないからです。何が重要かわからなければ、時間と労力をムダにしてしまうことになります。

チャンス追求型が労力をムダにする一方、戦略型の起業家は、つぎ込む努力の分だけの見返りを受けています。戦略型の起業家は、目標までの近道を知っています。そのため、本当に重要なことだけをします。目標を達成するために必要ではないことに時間や労力をムダにしないので、仕事の量が減ります。

もし、あなたが今までつぎ込んだ努力の成果をすべて味わうことができたらどうでしょう。勉強したことをすべて実行し、実行したすべてが成果につながっていたらどうでしょう。そして、ビジネスに関する考えごとが重要なことだけに集中されていたらどうでしょう。答えは簡単ですよ。

あなたのビジネスはもっと進んでいるはずです。目標を達成しているかもしれません。労力もっと少なくて済むのです。チャンス追求型と戦略型起業家の違いはとてつもなく大きいのです。

戦略型の秘密3

需要を作り上げるマーケティング戦略

ここで、本当に重要なことに集中し、目標を早く達成するための戦略的ステップをお教えしましょう。戦略的秘密1「強みを見つける」、2「スイートスポットで勝負する」は、すでに話したね。そしてこれからお話するマーケティング方法を使えば、今までよりパワフルなマーケティングが可能になります。

その前に質問です。マーケティングとは何でしょう？ これを聞くのも、チャンス追求型はこの質問に正しく答えられないからです。マーケティングとセールスの違いを知りません。

マーケティングの目的とは、市場があなたの商品やサービスを欲するように仕向けることです。ただのマーケティング戦略の寄せ集めではありません。

例えば、私が無料レポートを1～2週間かけて書くことはマー

ケティングです。ストラテジックプロフィッツを始めてから、7つほどレポートを書き、全部合わせて20億円以上の売上になりました。さらにこの4年間で100万人以上の起業家がこれらのレポートをダウンロードしました。つまり、見込み客が100万人も増えたということです。しかも、これらのレポートはいまだにお金を生み出しています。毎日、何百人もの新しい見込み客がレポートを受け取るために登録しているのです。一度、数週間かけてレポートを書いただけで、何年後にもまだ利益を得られます。

このアプローチが、あなたが現在使っているものと比べてどんなに簡単かわかりますか？ ピーター・ドラッカーはこう言いました。「マーケティングの目的はセールスを不要にすることだ」。マーケティングが正しくおこなわれれば、セールスをする必要がないということです。需要がどこからともなく湧くのです。

私のホームページのセールスレターはセールスですが、無料レポートやビデオはマーケティングです。私が売り込まなくても進んで商品を購入してくれるファンを増やしているのです。しかも私が書いたレポートが、レポートを書く前には存在しなかった商品やサービスの需要を作り上げたのです。

新しい需要を作れば その市場をひとり占め！

例えば「インターネットビジネスマニフェスト」を書いた当時、戦略型の起業家にならなくてはいけないと思っている人は誰もいませんでした。でもリリースした途端、インターネット上の起業家が「そうならないといけない」と思い始めたのです。

レポートを書くことが私の得意分野の1つで、チャンス追求型を戦略型起業家に変えることが私のスイートスポットなので、ストラテジックプロフィッツを立ち上げるには、それ以上は必要ありませんでした。検索エンジン最適化、ペイパークリック、バナー広告、そんなことは何もせず、私が得意なことだけしたのです。

今まで需要がなかったものに新しい需要を作り上げると、あなたはその市場をひとり占めにできます。その商品やサービスを提供している人はあなたしかいません。あなたは市場のリーダーとなり、ビジネスは成長し、利益は上昇します。

無料レポート、ブログ、ビデオなどを使って、あなたが提供している商品を買うことが当たり前だ、簡単だと見込み客に信じさせるのです。そして見込み客があなたの商品を買わない理由に反

論し、なぜ今すぐ買う必要があるのか理由を挙げます。

もちろんこんなに単純ではありませんが、最初の一步を踏み出すにはよい方法です。これを正しく実行すれば、売上は急上昇するでしょう。

戦略型の秘密4

ゴールまでの近道を探る

これまで話した3つの秘密「強みを活用する」「スイートスポットで勝負する」「需要を作り上げるマーケティング戦略を使う」というアプローチは、あなたが今まで使っていた方法や、他の人が勧める方法よりはるかに強力です。だからこそ戦略型の起業家が成功するのです。でも、あなたはまだ3つの秘密しか見ていません。やっと私が勧める戦略がなぜあなたの利益を上昇させ、仕事の量を減らすかわかってきましたね。では進みましょう。

秘密その4は、私が考えたプランニング方法です。あなたの目標とする利益を達成する近道になります。あなたが今重要だと思っていることが、じつは重要ではないということにもつながります。あなたは自分で自分の進歩と成功を遅くしているのです。

あなたは自分のビジネスでいくら稼ぎたいか、はっきりわかっているとしたら。それでは、なぜまだそれが達成できていないのでしょうか。

答えは、あなたと目標の間に障害物があるからです。最初のステップは、その障害物を見つけること。それがあなたの目標を早く達成するヒントです。メモしてください。ステップ1は、今立ちどかっている障害物を見つける、特定すること。

私がストラテジックプロフィッツを立ち上げたとき、私の目標は月1500万円を稼ぐことでした。そして、ステップ1の答えはこうなりました。1、新しい見込み客を引きつける安い商品がない。2、利益を出し、アフィリエイトをわくわくさせるような中・高価格帯の商品がない。3、売り込むための見込み客リストがない。4、ストラテジックプロフィッツも私も、世の中に知られていない。5、買い手が欲しがるような幅広い商品がない。6、最初に売るもの、次に売るもの、3つ目に売るものが決まっていな——つまり製品ファネルがない。

これらが当時、月1500万円を稼ぐ目標に立ちどころ私の障害物でした。

障害物を一挙に解消できる 効率のよい方法はないか？

ステップ2は、これらの障害物を目標に変えることです。

そのためには、見つけた障害物を、もうすでに成し遂げたかのように書き換えます。例えば私の場合、すでに新しい見込み客を引きつける安い商品がある。利益を出し、アフィリエイトをワクワクさせるような中・高価格帯の商品がある。売り込むための大きな見込み客リストがある。ストラテジックプロフィッツはイン

ターネットビジネスのエキスパート、そして私自身も第一人者として知られている。さまざまな買い手のニーズに合う幅広い商品がある。そして商品ファネルがあり、顧客にさらに商品を購入してもらうシステムがある。

ステップ3は、これらの目標に順番をつけること。私がこれを行ったときは、3の見込み客リストが2番目に来なくてはならないと気づきました。見込み客を引きつける商品と中・高価格帯の値段の商品の間ですね。4番と5番も順番を変えたほうが良いと思うので、5番を4番に持っていきましょう。6番はそのままでもいいでしょう。これで全部正しくできました。

そうしたらリストをもう一度見て、こんな質問をします。もしこれらを4分の1の時間でやらなくてはならないとしたら、何を変えなければいけないか。また、私の目標がこの5倍だったら、何を変えなければいけないか。それについても考えます。

次に、これらの目標はすべて必要なのか、それとも全部達成しなくても最終的な目標にたどり着けるのか。最後に、これらの障害物を避けること、近道をすることは可能か。

このような質問を自分にするのです。すると近道が見えてきます。私がこの方法を利用したとき、私はすべての障害物を取り除ける2つの近道を見つけました。

例えば、新しい見込み客を引きつける安い商品がない、見込み客リストがない、ストラテジックプロフィッツも私も無名、は、無料レポートで解決しました。そして残りの3つについては、ハイエンドのコーチングプログラムで解決しました。

つまり、素晴らしい無料レポートを書いて、よいコンテンツとマーケティングを提供して、ハイエンドのコーチングプログラムを商品にすれば、アフィリエイト会社に宣伝してもらえるということに気づいたのです。その過程で私は有名になり、自分のリストも作れ、大きな利益を短い時間で得られます。

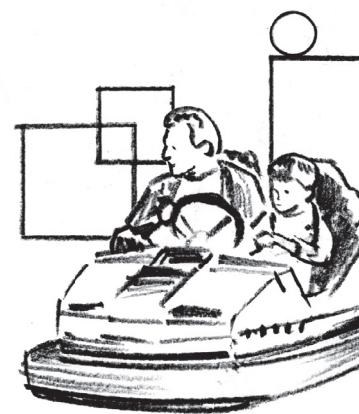
駆け足で説明しましたが、やるべきことの全体図が見えてきたと思います。この方法は簡単ですが、唯一、これが困難なケースは、障害物と近道をすべて見つけるためのビジネス知識が足りない場合です。そのため、あなたはビジネス知識を身につける必要があります。そうすればこの方法を利用できるようになるのです。





パワフルな戦略型起業家になるための3つの柱

③「実行スピードを上げる」



では、柱③に移りましょう。戦略型の起業家の柱③は、実行スピードを上げることです。仕事をつねに早く、間違いなく、言いわけなくこなすということです。

チャンス追求型は、仕事が遅いので、利益も少ししか入ってきません。道につねに減速するためのコブがあるようなものです。いつも決まった方法で仕事をしないので間違いが絶えません。取り組むプロジェクトすべてが遅れ、つねにいくつものプロジェクトを抱えています。

戦略型の起業家はその反対で、何をするにももっとも効率よい方法でこなします。仕事の姿勢が正しいので、間違いが起こっても、二度と起こることはありません。取り組むプロジェクトすべてが締め切り前に終わります。その結果、利益がさらに増えます。

ではどうしたら、のろのろペースからハイスピードのペースに変えられるでしょうか？ 答えは、戦略型の起業家がやっていることをするという事です。戦略的秘密その5とその6を活用することです。でも、その前にこれを理解してください。

ビジネスには、大抵2種類の仕事があります。システムとプロジェクトです。チャンス追求型はこれに気づいていません。戦略型の起業家であるということは、ビジネスのシステムを作り、つねに最適化しながら少数のプロジェクトを効率よくこなすということなのです。戦略型の起業家は、ただ利益を生むだけのビジネスでは満足しません。利益があっても四六時中働いていたなら、それは給料がよい仕事を持っていることと同じだからです。

戦略型秘密5

仕事をシステム化するプロセスマップ

あなたの目標は、あまり働かなくても多くの利益を得ることです。そして仕事と人生を楽しむこと。自分が望む自由を得るには、システムがなくてははいけません。そうすることで、仕事をするかしないか選ぶことができるのです。

秘密その5は、ビジネスの成長を自動化し、システムやプロセスを作ること。

エドワード・デミングは、品質についての第一人者で、第二次世界大戦後の日本の経済成長や、世界のビジネスのあり方に影響を及ぼした人物です。彼は、「自分のしていることをプロセスとして説明できなければ、あなたは何をしているのかわかっていない」と言いました。私もそう思います。

意味のあることを成し遂げるには、プロセスが必要です。戦略型の起業家になるにもプロセスが必要です。医者、弁護士、会計士になるためにプロセスがあるのと同じことです。このウェブセミナーを通して、私はあなたにチャンス追求型から戦略型の起業家になるためのプロセスを紹介しているのです。

システムを作り、最適化するもっとも簡単な方法は、プロセスマップを作ることです。プロセスマップはとても簡単です。たった4つのシンボルでできています。楕円はプロセスの最初と最後を示します。なので2回しか使いません。長方形はアクションやアクティビティ、ダイヤモンド型は決断を示します。矢印はシステムやプロセスの方向をあらわします。そして人ごと、部署ごとに、垂直で作成します。

プロセスマップのいいところは、ビジネス内の業務をこれらのシンボルを使って表せること。システムを計画するのに最適です。また、ビジネス内の業務を最適化するのも簡単です。プロセスマップはあなたのビジネスを能率的にするために貴重な、そして不可欠なツールなのです。

すべての業務に プロセスマップを作ろう

ストラテジックプロフィッツでは、ビジネス内すべての業務にプロセスマップを利用しています。新しい従業員を訓練したり、外注先の人に業務を能率化するように説明するのが非常に簡単になるからです。プロセスマップは私たちの非常に貴重な財産です。

右の図は、私がストラテジックプロフィッツを立ち上げる前に作ったプロセスマップです。

このプロセスには4人の人がいます。私とアシスタントのシーラ、ゴーストライターとオフィスのテクニカル部分を任せていたアレックスです。何が起きているか、一目瞭然でしょ？

このマップを見れば、自分の業務がプロセスの全体図にどのように関係しているかよくわかりますよね。さらに、この図を見れば、誰が誰から何を受け取るかわかります。また、どうしたら自分の作業を改善できるかもすぐにわかります。

だからこそ戦略型の起業家は、このようなプロセスマップを使って、システムを作っているのです。

```
graph TD
    subgraph RichLane [リッチ]
        R1([ニッチを選ぶ])
        R2[ドメインを調達した + トップ5のキーワードを選んだ]
    end
    subgraph SheilaLane [シーラ]
        S1[キーワード検索終了]
        S2{よいニッチか?}
        S3[ドメイン + トップ25のキーワード (数字も一緒に)]
        S4[商品を見直した]
        S5[グラフィックスを発注した]
    end
    subgraph GhostwriterLane [ゴーストライター]
        G1[商品を作成した]
        G2[商品を改良した]
    end
    subgraph AlexLane [アレックス]
        A1[サーバーにドメインを設定した]
        A2[プレースホルダーページをアップロードした]
        A3[トラッキングソフトをインストールした]
    end

    R1 --> S1
    S2 -- "いいえ?" --> R1
    S2 -- "はい?" --> S3
    S3 --> R2
    R2 -- "ドメイン設定シート" --> A1
    R2 -- "商品作成シート" --> G1
    G1 --> S4
    S4 --> G2
    G2 --> S5
    S5 --> A2
    A1 --> A2
    A2 --> A3
```

図 10-10-1 新ウェブサイト構築のワークフロー

このワークフローは、4つの役割（リッチ、シーラ、ゴーストライター、アレックス）に分かれて実行されます。

リッチの作業:

- ニッチを選ぶ
- ドメインを調達した + トップ5のキーワードを選んだ

シーラの作業:

- キーワード検索終了
- よいニッチか? (判断)
- ドメイン + トップ25のキーワード (数字も一緒に)
- 商品を見直した
- グラフィックスを発注した

ゴーストライターの作業:

- 商品を作成した
- 商品を改良した

アレックスの作業:

- サーバーにドメインを設定した
- プレースホルダーページをアップロードした
- トラッキングソフトをインストールした

ワークフローの進行:

- リッチがニッチを選ぶ。
- シーラがキーワード検索を終了し、よいニッチかどうかを判断する。
- もしいいえなら、リッチが別のニッチを選ぶ。
- もしはいなら、シーラがドメインとトップ25のキーワード（数字も一緒に）を選択する。
- リッチがドメインを調達し、トップ5のキーワードを選んだ。
- アレックスがサーバーにドメインを設定する。
- ゴーストライターが商品を作成する。
- シーラが商品を見直す。
- ゴーストライターが商品を改良する。
- シーラがグラフィックスを発注する。
- アレックスがプレースホルダーページをアップロードする。
- アレックスがトラッキングソフトをインストールする。

プロジェクトの利益と 完成スピードを最適化する

通常、利益が出るのはプロジェクトが終わったときからです。

あなたが新しいプロジェクトを引き受けるたび、現在進めているプロジェクトから得られる利益を先延ばしにしているのです。

これからあなたのビジネスにおいて変えることはただ1つ。それは、そう、あなたです。「あなた」を変えれば、あなたの人生とビジネスがガラリと変わりますよ。

リッチ・シェフレンの「戦略的起業家養成」 ビジネス戦略コーチングセッション

第3特集

「経験」をマーケティング？

今日は、あなたのマーケティングのコンテンツについて、お話ししたいと思います。

具体的に言うと、「あなたが作るコンテンツを、シンプルかつ非常に重要・ユニークに考える方法」についてです。

この視点の変化の目的は、あなたが売っているもののニーズを刺激すること。これを正しくおこなえば、今までニーズが存在しなかった場所に、ニーズを生み出すことさえ可能になります。

よって、これはあなたが考えるべきもっとも強力なコンセプトの1つであり、あなたがおこなうすべてのマーケティングのあらゆる側面に取り入れられるべきものであることは、間違いありませんよ。

マーケティングの基礎

マーケティングについて少しでも知識がある人は、マーケティングコンテンツが、商品・サービスに関するもの以上であるべきことを知っているはずですよ。

こんな話をすると、あなたはこう思うかもしれません。
「はいはい、特徴とベネフィットの話でしょ？ それならもう充分知っているさ」

でも、私が今話しているのは、それとはまったく別のことなのです。

あなたが作るマーケティングコンテンツは、見込み客と顧客に対して「経験（エクスペリエンス）」を届ける必要がある、ということです（ついだから、忘れないようにこちらもメモしてください。あなたのビジネスが持つもっとも大きな資産は、あなたの顧客です。つまりあなたは、見込み客のいる市場だけではなく、既存顧客に対してもつねにマーケティングするべきなのです。一

度販売したあとは、その顧客のことを忘れてしまう起業家が多すぎます）。

あなたのコンテンツが届ける「経験」の話に戻りましょう。

ここでの「経験」とは、見込み客があなたの提供している商品の忠実な顧客になるための、もっとも簡単なロードマップになるものです。あなたはそれを作る必要があります。

見込み客や顧客が、あなたが提供する商品・サービス等を、あなたから買いたくなるような「経験」。そんな「経験」を顧客に届けましょう。

「経験」をマーケティングする

少々難しく聞こえたかもしれないので、例を挙げてみます。

少し前に、私のコーチングのQ & A コールで、クライアントの1人が売れ行きの不調について不満を漏らしたことがありました。

そのクライアントは、自分の商品の市場がどこにも見つからない、と感じていたのです。彼は、メッセージを届けるための広告メディアをありとあらゆる場所で買いましたが、どこで試してみても、結果は「よくて、まあまあ」でした。

私は、彼が何を売っているのか、そしてどのようなマーケティングをおこなっているかを尋ねてみました。

すると彼は、「アウトソーシングについてのオンライン講座」を販売していると答え、今まで試したマーケティングメッセージの例をシェアしてくれました。ここからが面白いところですよ。

私たちがこの会話をしたのが、ちょうどティム・フェリスの『The 4-Hour Workweek』（邦題『週4時間 だけ働く。』／青志社刊）が注目的になっていたころだったのです。ご存知の

方もいるかもしれませんが、これはアウトソーシングについての書籍なのです！ 人生のすべての部分をアウトソーシングしよう……という内容で、しかも大ベストセラーになりました！

私のクライアントが理解していなかったのは、ここです。彼のマーケティングコンテンツは、すべて「アウトソーシング」についてでしたが（たくさんの特徴とベネフィットを伝えていた）、彼の市場は、アウトソーシングの「経験」についてはまったく気にしていなかったということです。

一方、「週4時間だけ働く」が伝えていた経験は、完全に別世界でした。新鮮かつ独自のアイデアで、多くの読者を魅了しました。アウトソーシングをすることで、週に4時間しか働かないライフスタイルを提案していたのです。

「正しい経験」を届けば マーケティングが簡単に！

さて、これはどちらかというと、あなたのマーケティングを抽象的に見る方法です。しかし「正しい経験を届ける」という考え方を完全に理解すれば、あなたのおこなうすべてのマーケティング

の結果を、劇的に変えることができます！

1つ、明確にしたいことは、非常に多くの起業家が「マーケティング」と「セールス」を混同してしまっていることです。

マーケティングの目的が「ニーズを刺激することにより、セールスを不要にすることだ」という事実を忘れてしまっているのです（ちなみにこれは「セールスをしない」という意味ではありません。セールス、つまり「行動の喚起」はつねに必要です）。

あなたのマーケティングは、あなたがオファーしている商品やサービスに対するニーズを創出し、刺激し、導く必要があります。どの市場に対して販売しよう……？ とニーズを模索することの逆です。これこそが、あなたが届ける「経験」の目的なのです。

ここで、忘れないでほしいことがあります。

あなたの市場が、あなたがオファーしている商品を今すぐ欲しているかどうかに関わらず、市場にいる人々は、あなたがあなたの商品とつながりを作れそうな何かに対する欲求をつねに持っているということです。あなたが届ける経験は、その欲求に火をつける必要があるんですよ。

次の項目では、あなたの見込み客の頭の中から、すべての疑念を取り払うためのヒントを教えたいと思います。

年商600億円のマーケティングの秘密

私のコンサルティングを受けているダイレクトレスポンスの巨大企業アゴラ・パブリッシングは、年商600億円を超える勢いですが、その成功の大半は、今回私がシェアするテクニックのおかげです。この効果抜群のテクニックを使えば、あなたも今ある資産を最大限に活用できるようになりますよ。

インターネットマーケティング界では、プロモーションが成功しなくなって、新しいプロモーションの必要性を感じた起業家は、普通、そのプロモーションに合った新しい商品を作ります。つまり、「新しいプロモーション＝新しい商品」ということです。

しかし、アゴラのやり方はまったく異なります。

新しいプロモーションが必要になるたびに、新しい商品を作るのではなく、アゴラでは同じ商品を使い続け、その商品のプロモーションを新しく作っているのです。

必要な場合は、見込み客の必要なこと・望むこと・求めていることと結びつくような新しいオファーや何らかの特典を作り、それを商品にリンクさせることもあります。

これはシンプルに聞こえるかも知れませんが、じつはそうではありません。アゴラが大成功した主な秘訣は、何度も何度も同じ商品をプロモーションしているにも関わらず、新しいプロモーションを作るたびに、見込み客が「新鮮で面白い」と感じていることなのです。

「買いたい」という気持ちを 掻き立てるコツ

では、アゴラでやっている方法をあなたに教えましょう。

そのために、かなり長い「25のコツ」を後ほど紹介します。「買いたい」という気持ちを掻き立てる25のコツです。

こうした人間の欲求や願望については、あなたも前に聞いたことがあるかもしれないし、今から紹介する項目のすべてがあっと驚くような内容ではないかもしれませんが、でも、あなたをあっと言わせることが、ここでの私の目的ではありませんからね。

私の勘では、もしあなたがこれから紹介するようなコツを見ることがあるなら、そのときはざっと目を通すだけで、毎日のビジネスに適用する努力はほとんどしなかったのではないかと思います。つまり、これらのコツの本当の価値を、あなたは引き出せなかったのではないのでしょうか。

だから、今回あなたにやってもらいたいことは……

25のコツの無限のパワーを活用する

ということです。まず、なぜこれから紹介するコツにそんなに

価値があるのか、そしてこのコツを使ってあなたに何ができるのかを説明したいと思います。

新人のマーケッターなら、これから紹介するコツをコピーして、デスクの上のコンピュータの隣に置いておくかもしれません。そうして、最終的に忘れてしまうでしょう。

もう少し経験豊富なマーケッターなら、新人みたいに印刷したものをコンピュータの隣に置いたあとで、商品をプロモーションするときに利用できる項目を1つか2つ選ぶでしょう。これは確かに新人マーケッターのアプローチよりは素晴らしいですが、ブログが与える影響の大きさに比べたら、足元にも及びません。

では、あなたが今すぐに自分のマーケティング・スキルを向上するためにできることを教えましょう。

あなたにやってほしいのは、単にコツをメモして、活用できそうな項目を1つか2つ特定することではありません。

毎日、これらのコツのなかから人間の欲求や願望をいくつか選んで、ブレインストーミングをおこない、あなたの商品を使ってそれを実際に満足させる方法を、できるだけたくさん考え出して欲しいのです。即座に実行できる理解しやすい方法が、すぐに心に浮かばなくても構いません。

言い換えると、これらの人間の欲求や願望、望むことを使って、あなたの脳に刺激を与えて欲しいのです。あなたが提供するものと、人々が望むこととのつながりが何か、考えて欲しいのです。

では、ざっと以下に25のコツを紹介して、そのあとで簡単な例を見てみます。

マーケティング・スキルを上げるための25のコツ

人の欲求や願望や望むことをまとめた短いリストを紹介するので、これを使って上手にブレインストーミングをしてください。

毎日、このなかから2つか3つの項目を選び、時間をとって、それらの項目とあなたの扱っている商品とをつなげるにはどうしたらいいか考えてください。そうすれば、マーケティングで攻撃を仕掛けるべき角度がいろいろとわかると思います。

- 1 人生にもっと楽しみを加えること
- 2 人から批判を受けたり、面子が潰れるのを避けること
- 3 肉体的苦痛から逃れること
- 4 よい親になること
- 5 もっと効率的に物事を進めること
- 6 もっと健康になること
- 7 ファッションナブルになること
- 8 自立すること
- 9 好奇心を満たすこと
- 10 もっと人気者になること

- 11 今持っているものを誇りに思うこと
- 12 権威として認められること
- 13 エゴを満たすこと
- 14 恥ずかしい思いから逃れること
- 15 パーソナリティやクリエイティビティを表現すること
- 16 冒険という空想を満たすこと
- 17 自信をつけること
- 18 知識を得ること
- 19 時間、またはお金を節約すること
- 20 仕事を減らすこと
- 21 他の人たちより一歩先に出ること
- 22 障害を克服すること
- 23 自分と家族を守ること
- 24 退屈を紛らわすこと
- 25 活力とエネルギーを取り戻すこと

これは「短い」リストなので、決してすべてを網羅しているわけではありません。私はこういう、人間が必要とすることや望んでいることのリストアップなら何時間でも続けられますが、スペースに限りがあるので、ここでは短いリストにしました。

簡単なブレインストーミングの例

私が「ブレインストーミング」と言うときは、「一見、“使えそうもない”と思うことでも、なんとか使う方法はないかと考える」、という意味です。

25のコツのなかに「好奇心を満たす」という項目がありましたね。あなたの商品を買う・あなたのサービスを使うことで、見込み客の好奇心はどのように満たされるでしょうか？

これを読んでいるほとんどの人が、簡単にこの作業をできるわけではありませんが、でも、あなたはこれについて考える必要があるのです。自分の見込み客について、彼らが好奇心を持ちそうなことをすべて考えてください。そして、あなたの商品を買う・サービスを使うことで、その好奇心がどのように満たされるか、考えてください。

私なら、成功している起業家の起業の仕方とあなたのような平均的なインターネットマーケッターの起業の仕方の違いについて考えるかもしれません。私のターゲット市場の見込み客は、そういうことに好奇心を持っているかもしれないと思うからです。

私は今、1つだけ例を挙げましたが、あなたは続けて考えてください。つまりあなたには、私がさっきリストに書き出した願望（おわかりでしょうが、願望はこれ以外にもたくさんありますよ）それぞれについて、今と同じことをやって欲しいのです。

そうすれば、Eメールやブログの投稿、ビデオなど、あなたが送るすべてのメッセージのなかで使えるマーケティングの武器

が、圧倒的に増えるからです。

1日に10分か20分、これらの願望から2つか3つ選んでブレインストーミングをし、その願望を満たせるかもしれない方法を全部書き出せば、価値のある特大のリストができあがりますよ。

このリストを構築して、見込み客が必要とすることそれぞれと共鳴するようにあなたの売っているものをポジショニングする方法がわかれば、あなたはマーケティングにおいて、とてつもなく大きな強みを手に入れることになります。

夢のビジネス構築までの距離

もしも今、「あなたが、夢のビジネスを構築するのにどのくらいの時間がかかるとおもいますか？」と聞かれたら、あなたはどうか答えるでしょうか？

- ①困惑した顔で私を見て、「まったく分かりません」と言う。
- ②やらなければならない大量のことを数え上げる。
- ③自信満々に、「あともう少しといったところです」と言う。

もしあなたが圧倒的大多数の起業家と同じなら、きっと①番か②番と答えるでしょう。

つまりあなたは、自分が望む自由と収入を手に入れていないばかりか、未だに自分の夢のビジネスを構築するために必要なものが何かを探している可能性が高い、ということです。

でも、もし私が、「あなたは、自分が思っているよりも夢のビジネス構築までずっと近いところにいるのですよ」と言ったら驚きますか？「すでに夢のビジネスを構築するのに必要なパズルのピースは揃っているのに、まだそれに気がついていないだけかもしれませんよ」と言ったら？

これまでに数千人の起業家にアドバイスをしてきた経験から言わせてもらえば、あなたもこのケースに当てはまる可能性が大変高いと思います。信じられませんか？では証明してみせましょう。まずは以下の短いストーリーを読んでください。

明確さを得た週末

この前の週末は、初めて開催したイベントで何人かのVIPクライアントと過ごしました。私はこのイベントを親密なものにしたかったので、たった5人のクライアントだけを招待したのです。

2日間にわたり、私とクライアントたちは南フロリダを車で走り回りました（大統領護衛官を載せているように見えたと思います！）。その間、私たちはずっとビジネスの話をしていました。

クライアントたちはそれぞれ、経営するビジネスについての質問を用意してイベントに参加しましたが、全員が収益をさらに増やすための明確な答えを手にして帰って行きました。

私が今回のイベントで一番面白いと思ったのは、あるクライアントが夢のビジネスまであと少し、というところまで来ていた

ことです。彼は、イベントの初日には、自分のビジネスでもあれもやりたい、これもやりたいと多くのアイデアを持っていました。

でも、一緒に彼のプランを細かく話しあったあと、私は「この具体的な1つのステップを実践すれば（それが何かはここで言いません）、あなたの『やることリスト』に載っている他のステップはやる必要がなくなりますよ」と言いました。

言い換えれば、このクライアントは、夢のビジネスまであと一歩というところにいたのに、自分ではそのことにまったく気がついていなかったのです。

賭けてもいいですけど、彼と同様、あなたも自分が思っているよりも夢のビジネスまでずっと近いところにいると思いますよ。

成功まであと何歩？

私は長年にわたり、熟練したベテランも新人も含め、多くの起業家が自身の望む成功を達成するまでに余分なステップを踏んでいるのを見てきました。実際、私自身もときどき余分なステップを踏んでいることがあります。簡単にやってしまうんですよ。

私たちは起業家なので何でも徹底的にやりたがるし、あらゆるチャンスを活用したいと思っています。自分の創造性を限界まで伸ばしたいと思い、自分のビジネスのために相手に感銘を与えるようなことをいろいろやりたいと思って、それをリストにまとめたりします。ただ、全部やるには時間が足りないのです。

でも現実には、大成功する起業家は、成功するために本当に必要な最低限のことを決め、それを最短で達成する方法を考え出します。言い換えれば、彼らは、成功するまでのステップをできるだけ少なくするわけです。

あなたにもぜひこれをやって欲しいと思っています。

「絶対に必要なもの」vs「あったらいいなと思うもの」

私の会社ストラテジック・プロフィッツでは、「絶対に必要なもの」と「あったらいいなと思うもの」との違いについてよく話し合います。

「絶対に必要なもの」とは、ビジネスで成功するために最低限必要なやるべきこと、チームメンバー、プロジェクトなどです。

「あったらいいなと思うもの」とは、「ビジネスにとって、あればステキだけど、毎月目標の数字を達成するためにはあまり関係ないもの」です。

あなたも自分のビジネスでこの戦略をマネしてみてください。今すぐに、あなたのビジネスに必要なと思うものをすべて書き出してください。それができたら、あなたが書きだしたことの横に、「絶対に必要なもの」か「あったらいいなと思うもの」か、分かるように書いてください。

ヒントをあげましょう。「絶対に必要なもの」とは、あなたの収入を増やしてくれるものやプロジェクトです。反対に、「あったらいいなと思うもの」では、あなたの収入は増えません。

ケーススタディで考えてみよう

例えば、あなたは、以下に挙げるものがなければ、オンラインビジネスを始めることができないと思っていませんか？

- (1) ウェブサイト
- (2) そのウェブサイトへトラフィックを誘導する方法
- (3) ブログ
- (4) Facebook ファンページ
- (5) リードジェネレーションのファネル（漏斗）
- (6) Eメールリスト

- (7) すべてのコンテンツを手伝ってくれるバーチャルアシスタント
- (8) 商品またはサービス
- (9) それらの商品やサービスのためのセールスレター
- (10) そのセールスレターを売り込むための無料レポート
- (11) ローンチ
- (12) アフィリエイト、または JV パートナー
- (13) 自分の商品・サービスを売る方法

では、リストを見直して、「絶対に必要なもの」なのか「あったらいいなと思うもの」なのか、印をつけてみましょう。すると、「絶対に必要なもの」は、次の2つの項目だけ残るはずです。

- (1) 商品またはサービス
- (2) 自分の商品またはサービスを売る方法

もう一度言いますが、これは必要最低限のものを決める方法です。ウェブサイトやEメールリスト、Facebookなどがなくても、あなたも今日、起業できるとしたら、やってみたくありませんか？

結局のところ、成功するビジネスの構築を今すぐ始めることができるのに、なぜいろいろ準備しようとして何ヶ月もムダにしているのか、ということです。

この「必要最低限」という考え方を肝に命じて、臨機応変に対応し始めたら、あなたは、「自分で思っているよりも夢のビジネス構築にずっと近いところにいる」とわかんと思います。

シンプルだけど最高の3つのセールス手法

あなたも、「大半の起業家は、夢のビジネス構築までにあまりにも多くのステップを踏んでいる」ということを理解しましたよね？ ビジネスで成功するために「最低限必要なこと」とは、結局のところ次の2つになります。

- (1) 商品
- (2) その商品を売る方法

ここでは、(2)の「商品を売る方法」について、詳しく話していきたいと思います。

シンプルに売りたいなら、あなたがまずやるべきこと

以前、私は商品のセールスについて、次のような質問をもらったことがあります。

「シンプルな（だけど最高の！）売り方を3つ教えてください。PPC 広告の効果がでないのです！」

まず、いつも私がチームのメンバーに言っていることなのですが、一番シンプルな売り方は、今使っているキャンペーンに微調整を加えて、勝者が決まるまでコピーをテストし続けることです。

例えば、PPC 広告が全然うまくいっていないなら、あなたがまずやるべきなのは、今実施しているキャンペーンを調べることに。

きっと知っていると思いますが、PPC 広告はあなたのランディングページを初めて見る人たちを多く引き寄せます。つまり、あなたは、あなたのことを誰だか知らない人たちに対して広告を出しているということです。

ということは、あなたは次の3つをやらなくてはなりません。

1. PPC 広告とヘッドラインで彼らの注目を集める。
2. あなたがあつという間に解決できる見込み客特有の問題を発見し、それに対処する。

3. 見込み客があなたのリストに登録する、または商品を購入したくなるように価値あるものをオファーする。

実施しているキャンペーンをお金に変えるには、彼らの注意を引いて、あなたが提供しているものが何であれ（無料レポート、ビデオ、ツールなど）、見込み客がそれを欲しくなるような形で説明してください。そうしないとキャンペーンの元がとれませんよ。

今は「短期間で売る」ということについて話しているので、PPC 広告などであなたのことを知らない見込み客を引き寄せて、彼らに売り込むときに、もっとも効果的なヘッドラインを3種類お教えしましょう。

- ①ストーリー
- ②宣言、または予測
- ③秘訣、戦略

なぜ、ストーリーや予測、秘訣は、数十年間変わることなく、顧客を引き寄せる手段として使われているのでしょうか？ それは、この3つはいまだに効果があるからです（セールスライティングに興味がある人なら知っていると思いますが、ジョン・ケーブルズがストーリーを使って書いた有名な広告が発表されたのは1926年ですよ）。

まとめると、「相手の興味をそそる」戦略ベースのヘッドラインとリードを使って、今のキャンペーンを微調整すれば、売れるのではないかと思います。

「一度やれば、一生分稼げる」方法① ——ウェブセミナー

他の「シンプルな売り方」として、Facebook 広告や、ターゲットを変えてキャンペーンを実施すること、あるいは100通りのトラフィックを集める方法などを教えることもできるのですが（ちなみにこれらはすべて実行可能ですよ）、ここでは私自身が何年も前から自分のプログラム、「ビジネス・グロース・システム」を売るために使っている2つの戦略について教えたいと思います。

これらのシンプルな戦略は、両方とも「一度やれば、一生分稼げる」というカテゴリーに入るものです。

最初の戦略は、無料のウェブセミナーを実施することです。その一番のメリットは、あなたは見込み客がぜひ知りたいと思う情報を彼らに教えられ、かつ、他に類を見ない素晴らしい価値を提供できるということです。

あなたのウェブセミナーのテーマが興味をそそるものであるほど、それを見た人たちがそのウェブセミナーを友達とシェアする可能性が高まります。もちろん、そうなることこそがあなたの望

みですし、そうなれば、あなたのウェブセミナーは社会的証明を得ることができます。

ウェブセミナーを作るときに覚えておいて欲しいのは、「最高のウェブセミナーとは、見ている人が知る必要のあることを的確に伝え、あなたの商品を買えばその『方法』がより分かるもの」ということです。

例えば、もしあなたがトラフィックに関する商品を売りたいなら、ウェブセミナーに「あなたのサイトに無料でトラフィックを集める7つの方法」などとタイトルをつけます。

その7つの方法をコンテンツとして伝えてから、あなたが売っているトラフィックに関する商品を買うことで、無料トラフィックのキャンペーンの構築方法の詳細をより理解できるようにするというわけです。

ウェブセミナーを作るのは、スクリプトを書き、プレゼンテーションを作り、自分で録画するだけのシンプルな作業です。

ウェブセミナーができ上がったら、それが完成したことをあなたのファンに伝えます。

ブログやファンページがあるなら、必ずリンクを貼ってください。あるいは、あなたのホームページで紹介してもいいですし、ホームページがないなら、商品のセールスページなどからリンクさせておくのもいいでしょう。

「一度やれば、一生分稼げる」方法② ——無料レポート

もう1つの方法を使えば、売るのがなんであれ、ライバルにラクラク勝てますよ。

その方法とは、「無料レポート」です。

私のビジネスであるストラテジック・プロフィッツは、私が書いたレポート、「インターネット・ビジネス・マニフェスト」をもとに構築されました。

だから、もう一度、チームもリソースもお金もないゼロの状態から始めて別のビジネスをスタートしろと言われたとしても、私は売っている商品がなんであれ、見込み客がその商品を買いたくなるようなレポートを書くでしょう。

実際、私のマニフェストには見込み客が私の商品を買いたくなるような例がたくさん載っています。参考にしてみてください。

これは私のお気に入りの売り方の1つです。なぜなら、レポートを書くのは比較的簡単だからです。書店で販売している分厚い本より短いし、ライティングのスキルもそれほど必要ではありません。

あなたはただ、自分の顧客について知り、素晴らしい情報を提供するだけでいいのですから。

The インターネットビジネス マニフェスト Business Manifesto Rich Schefren

第4特集



「インターネットビジネスマニフェスト」(完全版)は、米国のインターネットマーケッターであるリッチ・シェフレンが書いた、世界中で合計 100 万人以上に読まれたインターネットビジネスマニフェスト 3 部作を完全版としてまとめたものです。

順番にインターネットビジネスマニフェスト、ミッシングチャプター、ファイナルチャプターという 3 章構成になっています。

あなたはそのどこからも、ビジネス成功の大きなヒントを得ることができます。

この「インターネットビジネスマニフェスト完全版」は、リッチ・シェフレンや彼のクライアントの実体験から導き出された、「真のビジネス」を作るための実用書です。「真のビジネス」というのは、この本のなかでもしばしば登場するキーワードですが、あなたがそれを作ることにより、収入を増やし、しかも働く時間を大幅に減らせるようになります。

リッチとの出会いが僕のビジネス手法を根底から変えてくれました。
そのおかげで、現在は自分のビジネスを仕組み化して
自由な時間が増え、自分がしたい生産的な活動だけに集中できています。
そんなリッチの世界を知るための入門書として、
インターネットビジネスマニフェストは最適だと思います。



インターネットビジネスマニフェストは こんな人に最適!!

インターネットビジネスマニフェストは、もし僕みたいな人が
いればオススメですね。自分自身が、収益も出ているけど、「ちょっ
となんか今、腐ってんちゃうかな……」みたいな人。

今、モチベーションが上がらなくて仕事できていないとか、
今の収益のままで満足しては、なんか毎日面白くない、しか
も仕事でグルグルになるものちょっと嫌やなって思っている人。
そういう人にはすごくいい。

やっぱり仕組み——自分がそういうことをしなくても収益が上
がるような仕組みというのは目からウロコですから。

あるいは、むっちゃマジメに、いろんなことをたくさんやってセミナーに参加したり、勉強会にも出て、自分のビジネスにも新しいものを取り入れて、人も使ってやっているけど、なかなか収益が上がりへんという人にもいいと思います。

さらにこんな人にも最適です。僕の周りの経営者でも、めちゃくちゃ収益を上げているけど、ホンマに自分がやりたいことが何か分かっている人ってほとんどいない。

それを正直に自分自身が話すと、周りの人も話してくれるんですよ。「めっちゃ正直ですね」って。「じつは私もそうやったんです。自分がやりたいことがわからない」と。

そういう本音は、起業準備中の人でも、起業したての人でも、起業してある程度結果を出している人でも、あるいはもう莫大な結果を出している人でも、やっぱり同じだと思います。

だから、その方向性を知る——自分がどうなりたいたのか、どうしたいのかを知るというのは、すでにビジネスオーナーでも起業準備中の人にもプラスになるということです。

インターネットビジネスマニフェストは、トップクラスのオンライン、オフラインマーケティング者たちによるテストと研究の一部であり、リッチのコーチングを受けた限られたクライアントだけにしか公開されなかった秘密が満載です。

この秘密を知れば、あなたは自分の強みを使ったビジネスを見つけられるだけでなく、それを使ってビジネスを自動化し、あなたの労働時間を減らして収入を増やす、「真のビジネス」の作り方がわかるようになるでしょう。

インターネットビジネスマニフェストの使い方

この本は、いつでも参考にできるように、あなたのデスクの近くに置いておいてください。非常に大きなアイデアが書かれています。リッチの言うとおり、ワークを順番にしていけば、次の目標に対して自分に何が足りないかを明確にでき、成果を達成することができます。

実際、この本のコンセプトを理解した人たちは、自分のビジネスを成長させています。でも、このマニフェストの内容をあなたが実践しなければ意味がありません。だからこそ、この本を読み終わったら、どんな小さな行動でもいいので、はじめの一步を踏み出してみてください。

もし、まだインターネットビジネスマニフェストを読んでいないなら、ぜひ読んでみてもらいたいですね。あなたもきっと、ハンマーで頭を打たれたような衝撃を受けるとと思います。特に本物志向の人にはピッタリなはずですよ。

また今後、リッチ・シェフレンに関するセミナーを開催していきますので、ぜひ参加してみてください。

**「インターネットビジネスマニフェスト完全版」
DVDブックはコチラから今すぐ請求できます**

www.theresponse.jp/spim1504
※無料（送料・手数料のみ550円）

「インターネットビジネスマニフェスト」から “真のビジネス”を作るための2つのワーク

① あなたの時給を知る

あなたが自分の望む収入を達成するために、自分の時給がどれくらいあればいいのかわからなければ、「どんなことに時間を使えばいいのか」「どんな活動をすればいいのか」「どんな活動を人にしてもらえばいいのか」、こういったことについて効果的な意思決定はできません。なので、まずはあなたの時給を知ることが重要なのです。



——「インターネットビジネスマニフェスト」より抜粋

あなたは自分の時間給を知っているか？

哲学的なことを言うつもりはない。しかし、あなたはあなたの時間、つまりあなたの人生について考えたことがあるだろうか？ 真剣に考えてみれば、時間こそあなたが持っているすべてのものであるということが分かるだろう。さらに言えば、自由な時間というものなどない。時間を取っておいて、後から使うことなどできないということが分かるだろう。

あなたにはレジャーの時間はあるかもしれないが、それは自由な時間ではない。コンピュータの前で、何の考えもなしにネットサーフィ

ンをしているとき、あなたは自由な時間を使っているのだと、自分を正当化しようとするだろう。しかし、実際には、あなたの人生の時間を浪費しているに過ぎない。スイミングをしたり、バケーションに出かけたり、家族や友人と過ごしたり、趣味をしたりするような活動など、あなたがそれをやろうと選択しておこなっている活動でない限り、それはレジャーの時間にはならない。

ダン・ケネディはオフィスにカウントダウンタイマーを置いて使っていると聞いたことがある。それによって彼は、使える時間には限りがあり、自由な時間などないということを思い出すのだそうだ。なぜなら、カウントダウンタイマーは止まることがないのだから（前回のダン・ケネディのインフォメーションマーケティングのカンファレンスで、私は講演をおこなった。たくさんの人たちが私のマニフェストによって救われたことを伝えに来た）。

さて、これがあなたのインターネットビジネスとどう関係するのか？ すべてに関係するのである！

あなたがビジネスで思ったほどの収入を得られていなかったり、たくさんの時間働いているのは、あなたの時間の価値を高めようとしていないからである。明確にするためにもう一度言い直そう。

すべての時間には価値がある。あなたの時間に対する考え方、自分自身に対する考え方は、あなたの残りの人生における、ビジネスの内側、そして外側、すべてに影響を与える。つまり、あなたは他の誰かがそうしてしまう前に、自分の時間に価値を置かないといけないのだ。

大半の人が自分の時間の価値がどれくらいなのかを知らないことに驚かされる。彼らはどのようにして時間の価値を高めればよいのかも知らない。質問はこうだ。あなたの時間の価値は？ あなたは時間の価値を知っているだろうか？ あなたが自分の望む収入を達成するために、自分の時給がどれくらいあればいいのかを知っているだろうか？

もしこの質問に答えられなければ、どんなことに時間を使えばいいのか、どんな活動をすればいいのか、どんな活動を人にしてもらえばいいのか、こういったことについて効果的な意思決定はできないだろう。

では、あなたの時間の価値はどれくらいであればいいのかを理解していこう。2004年3月、私は幸いにもジョンリースのセミナーに参加した。彼は最初の数時間を使って、目標とする収入を達成するにはどうすればいいのかを教えてくれた。

あなたのマジックナンバー

今、やっていることでいくら稼ぎたいのか？

¥ ゴール

直近3ヶ月でいくら稼いだのか？

¥

× 4

¥ 現実

¥ ゴール

¥ 現実

¥ あなたのマジックナンバー

¥ マジックナンバー

× 10%

¥

+

¥ 現実

¥ あなたの収入目標

左側の図版をみてほしい。最初の欄には、あなたがビジネスを所有したとき、夢に描いている収入の額を記入する。その下の欄には、過去3ヶ月間であなたが生み出したお金を記入する。一番下の欄には、その数字に4を掛けた額、すなわちあなたが現在、年間で生み出せる額を記入する。そして、生み出したい額から、現在の額を引く。すると、あなたがゴールを達成するために増やさないとけない収入の額、マジックナンバーが導き出せる。

次に、マジックナンバーに0.1を掛ける。それからそれを現在あなたが生み出している額に加える。その数字があなたにとっての当面の収入の目標になる。

混乱している人のために例を挙げよう。あなたの収入目標が年間1ミリオンドル（約1億円）だとする。そして、過去3ヶ月間で40,000ドル（約400万円）生み出したとすると、年間では160,000ドル（約1600万円）になる。

1ミリオン（約1億円）から160,000（約1600万円）を引くと、840,000（約8400万円）が目標に足りないことが分かる。その10%で84,000（約840万円）。それを現在の額に加えて、244,000（約2400万円）が当面の収入目標になる。

これであなたには新しい経済的な目標ができた。どうやって実現するか？ あなたは何かを変えないといけない。それを達成するには、あなたが時間ごとに生み出している金額を変える必要がある。

生産的な時間と、無駄な時間の違い

あなたの時給は？

次の12ヶ月でいくら稼ぎたいか？ ￥ _____

週に何日働くか？ _____

1日に何時間働くか？ _____

1日の生産的な時間は何時間？ _____

週の実効的な時間は何時間？ _____

年に何週間働くか？ _____

収入目標を達成するのに使える合計時間は？ _____

時給いくらでないといけないか？ _____

それを60分で割ると？ _____

左の図は、あなたの時間当たりの価値について、より分かりやすく解説している。1行目は、先ほど使った目標額を使う。次に、週に何日働くか、そして1日に何時間働くかを記入する。

さて、生産的な時間とは何だろうか？

質問に答える前に、私の友人であるアレックス・マンドーシアンから聞いた話をお伝えしたい。彼は「キッチンタイマーを買ってくるんだ。そして60分間にセットして、その60分間は、利益を構築する作業以外のことは一切やらないと決めるんだ」と言った。言うておくが、これは簡単ではない。喉が渇いて水を取りに行きたくなるし、インターネットを見て情報をチェックしたくなる。トイレに行きたいし、細かい妨げがいろいろとある。しかし、最後には、私は

利益を構築する作業以外のことは一切やらずに1時間をやり通した。これこそが、ここであなたに伝えたい生産的な時間なのである。

つまり、生産的な時間とは、あなたの収入に直接つながる時間のことだ。では、あなたの時間のうち、何%が生産的だろうか？ 答える前に、この事実を紹介しよう。ある調査によると、フォーチュン500のCEOたちは、1日に28分しか生産的な時間がない。または別の調査によると、38分しかない。変な話だろうか？ 1日のうちわずか28分か38分である。

そんな短い時間にCEOたちが何をしているのか、そしてどれだけ利益を生み出すことに集中できているかを考えてみてほしい。あなたはフォーチュン500のCEOほど責任を負っていないだろうから、より多くの生産的な時間を持てるはずだ。しかし、生産的な時間は、魔法によって生まれるわけではない。フォーカスして、訓練をしないと行かない。

非生産的な時間の例としては、友人と話す、ネットサーフィンする、メールをチェックする、電話

に対応する、勉強時間、ウェブサイトのトラフィックなどを調べる、机を片付ける、オフィスを片付ける、などが挙げられる。

これまで見たことのない、お金を生み出す秘密が書かれているEブックを読んでいる時間でさえも、生産的な時間とはいえない。あなたがその内容を実際に実行したり、誰かに頼んでやってもらっているときだけが生産的な時間である。大半の「チャンス追求型」は、このように、勉強時間と稼ぐ時間を間違えて捉えている。新しい知識は、実行されない限り、あなたのビジネスにとって価値はないのである。

もちろん、私はこれらの活動にまったく時間を使うな、とっているわけではない。勉強したり、友人と話す時間は必要である。重要なのは、これらの時間を生産的な時間と勘違いしてはならないということだ。これらの時間はメンテナンスの時間である。やらなければならない。しかし、生産的な時間と捉えてはいけない。なぜなら、それはビジネスを構築することにはならないからであり、あなたの収入を増やすことにはならないからだ。やらなければならないが、それはあなたの人生の一部でしかないのだ。

生産的な時間とは、製品を作る、マーケティングする、マーケティングプロセスを改善する、プロジェクト管理する、ジョイントベンチャーの取引をまとめる、ビジネスの拡張可能性を模索する、などの作業に使う時間である。

しかし、生産的な時間よりも利益に直結し、戦略的な時間がある。私はそれを超生産的な時間と呼んでいる。

1日の生産的な時間はどれくらいなのか？

生産的な時間は何パーセントあるだろうか？

生産的な時間＝収入につながる時間

非生産的な時間

- ・友人と話す
- ・ネットサーフィン
- ・メールチェック
- ・電話対応
- ・ウェブの統計チェック
- ・机の片付け
- ・オフィスの清掃

生産的な時間

- ・商品開発
- ・マーケティング
- ・プロジェクト管理
- ・ビジネス拡大のための時間

超生産的な時間

- ・商品開発のシステムを作る
- ・マーケティングのシステムを作る
- ・ビジネス拡大のシステムを作る

超生産的時間は、あなたが利益を生み出す活動に関するシステムを作っている時間である。例えば、製品を作るシステムやマーケティングをするシステムを作っている時間である。

私がニッチビジネスをしていたとき、商品開発やマーケティングのシステムを作った。そのシステムにより、キーワードリサーチから PPC 出稿まですべて、誰かが私のためにやってくれたのだった。重要なことだが、ひとたびシステムが動き出すと、私はそこには一切関わる必要がなかった。言い換えれば、リサーチャーがキーワードリサーチをおこない、ウェブマスターやゴーストライターに情報を伝える。ウェブマスターはドメインを登録し、ウェブサイトをアップする。

一方、ゴーストライターはEブック、セールスレター、オプトインページなどを担当する。

新しい商品が毎月開発されていた。私が働こうが、働かなかろうが、ビジネスは成長していた。だから私はシステムを作るという超生産的な活動に時間を使うことができたのだ。

これ以上、説明は要らないだろう。あなたの話に戻ろう。あなたにはどれだけ生産的な時間、超生産的な時間があるのか？ 1日に1時間か？ 2時間か？

現時点でいえる、もっとも保守的な数字はどれくらいだろうか？ あなたが生産的な時間を最大化しようとしたことがない限り、おそらく1日に2時間以上はないと思う。ここで話しているのは、収入を直接的に生み出す活動だけだと忘れないでほしい。

当面の年間の収入目標が250,000ドル（約2500万円）だとしよう。週に6日働き、1日10時間、パソコンの前にいる。そして生産的な時間が2時間だとする。すると週に12時間、収入につながる仕事ができる。それに50週を掛けて、年間600時間で250,000ドル（約2500万円）を稼ぐことになる。つまり、あなたは1時間当たり、416.66ドル（約4万1666円）を稼がないといけな。さらにいえば、1日、833.33ドル（約8万3333円）を稼がないといけなのだ。

あなたの時給をアップさせる最も簡単な方法

「どうしたら毎日、そんなに稼げるのか？」その答えはEブックや教材の中には書いていない。答えはビジネスオーナーであるあなたに、最大のレバレッジを掛けられる、拡張可能なビジネスを構築しないといけなということだ。

だからあなたの時給を知ることが重要なのだ。これによって、あなたは初めて、夢に描いたような収入がなぜ得られないのかを理解する。今のあなたのビジネスは必要な時給を超えるように作られていないのだ。

また、あなたの時給を知ることによって、どの作業を自分でやり、どの作業をアウトソーシングすべきなのかの判断がつくようになる。あなたが生み出さないといけな時給以下でアウトソーシングできるものは、アウトソーシングする必要がある。

②自分の強みを知る

あなたが成功するビジネスを作る際に最初にすべきもっとも大切なことは、あなたの強みがどこにあるかを見極めることです。多くの人が強みよりも弱みにフォーカスして失敗します。自分の強みはどうやって見つければいいのか？その方法がわかります。



——「ミッシングチャプター」より抜粋

あなたは自分の強みを知っているか？

**強み＝
生まれ持った才能＋
経験＋教育＋技能**

あなたが成功するビジネスを作る際の最初でもっとも大きい障害は、あなたの強みはどこにあるかを見極めることだ。

私たちは自分の弱みを直すことにフォーカスしすぎており、強みに関してはあまり考えたことがない。

私たちはいつも弱みにフォーカスし、「もしこれが得意だったらこんなふうになれるのに」と

考えてしまう。このように私たちは強みというよりも弱みにフォーカスすることによって、自分たちに制限をかけているのである。

一般的に言ってどんな分野の成功者であっても（例えばそれが俳優だろうが、CEO だろうが、アスリートだろうが、歌手だろうが、教師だろうが）、彼らがすべてのことを上手くこなせるということとはあり得ない。私の経験では、彼らはとても大きな弱みを持っている。言い換えれば、彼らは若いころから弱い部分を無視し、強みをさらに成長させることに力を入れてきたのである。

強みの特徴

- ・得意であり、他人も気が付いている。
- ・それをやるのが楽しい。
- ・それをやるときに生き生きする。
- ・それを継続的に向上させている。
- ・それをやっているとき、フローの状態になる。

左の図版の内容は、あなたの強みを理解する手助けになるだろう。しかし、具体的に強みはどのようにして見つけるだろうか？

私たちのコーチングプログラムでは、心理学のテストを受けるように指示している。そしてさらに、友人や家族やパートナー等から匿名で得られたフィードバックを結合させる。ここですべてを紹介することはできない。しかし、いくつかあなたにできることをお伝えしよう。次のリストを読んであなたの答えを考えてみて欲しい。

1. 振り返ってみて、あなたがとても早くできたことは何かを考えてみよう。周りの人たちよりもとても早くできたこと、とても早く理解できたことは何だろうか？
2. 何人かの人々が、同じタイプの質問やアドバイスを求めに来たことはなかっただろうか？ それはどんな分野だろうか？
3. たくさんの人々が、あなたに助けを求めてくるものは何だろうか？
4. あなたがやってもっとも生産性が上がることは何だろうか？
5. どんな活動が簡単に、そして自然にできるだろうか？
6. 人生のなかで、人々があなたを褒めてくれたのは何についてだろうか？
7. 子どものころに好きだった活動は何だろうか？ 友達よりうまくできたことは何だろうか？

次のステップでは、あなたは親しい友達や家族に、あなたの強みをどう思っているかを聞いてみる。あなたのことをよく知っている人からのアドバイスは非常によい情報となるだろう。

もう1つ別の方法としては、私が困難にぶつかったとき、何か答えが欲しいときは、1週間に1日、時間を取って20のセンテンスを書くとコミットしている。センテンスの空欄を埋めるだけである。あなたの場合は次のようなセンテンスを1日に20考えればよい。

私の強みの一つは、_____である。

ここで紹介した2つのワークは、リッチの「インターネットビジネスマニフェスト」に書かれている内容のほんの一部です。他にもあなたのビジネスの成功にとって役立つヒントが満載です。

もしあなたが、SEO だけして売上を上げたい、PPC のいい方法が知りたい、今からは YouTube で稼ぎたいなど、ラクして稼ごうというゴールドラッシャー的なビジネスのヒントを探しているのなら、リッチの「インターネットビジネスマニフェスト」はあなたの期待に添えないでしょう。他の、お金を簡単に稼げる系のセミナーや教材を当たってください。

ですが、あなたがビジネスで成功するための本質的な知識を知って、「真のビジネス」を構築したいなら、リッチの「インターネットビジネスマニフェスト」はあなたのタメのものです。あな

たのビジネスのやり方を再構築し、プロセスをシステム化（自動化）し、働く時間を減らしても利益が出るようになるといった、ビジネスの本質的な知恵が得られることを保証します。

“大半のアメリカ人は、
自分の強みを知らない。
彼らに聞いてみると、
ぽかーんとするか、
彼らが知っている知識を答える。
それは間違った答えである”

——ピーター・ドラッカー

5 2015 May

社長の通信講座【ザ・レスポンス】スケジュール

Sunday	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12 ニュースレター発送 【ザ・レスポンス】ビジネススクール セールス心理学マスターコース	13	14 年間グループコーチング	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24 31	25	26	27	28	29	30

5月12日（火）～13（水） 【ザ・レスポンス】ビジネススクールセールス心理学マスターコース

5月14日（木） 【ザ・レスポンス】レネゲイド・ミリオンア年間グループコーチング

編集後記

Rich Schefren!!

こんにちは。

今月は、リッチ・シェフレン大特集号です！ スポークスパーソンの中谷さんにも協力していただいて、1冊まるまる特集を作ることができました ^^

1冊まるまる特集を作るのはとっても久しぶりで、2014年3月号でダン・ケネディ大特集をした以来です（ダン・ケネディ大特集が気になる方は、Facebook のtheresponse【ザ・レスポンス】ページでPDF版を見ることができるのでぜひチェックしてみてくださいね!）

なんで今回ひさびさに、1冊まるまるリッチ特集にしたかというと、あなたのビジネスにリッチのアドバイスはきっと役立つだろうと思ったからなんです。なので、リッチのことをよりよく知ってもらいたくて！

だってリッチは、ケネディからも「正真正銘のオンライン起業家だ。そしてビジネスを合理化させるエキスパートである」と推薦されているんですよ。間違いないでしょ？

ぜひぜひ、使えるアイデアを抜き出して、実践してみてくださいね！

『The Response Magazine』

編集長 桑原 志津香

ResponsePodcast

レスポンスポッドキャスト 毎週木曜放送 無料

ナビゲーターが小川忠洋から山田光彦にかわりました！

今すぐ聴ける! イチ押し放送

新規事業は社長がやれ!

【Podcast 第 118 回 2015.3.12 放送分】

山田が小川をゲストに、新規事業「PRIDE AND HISTORY」について話しています。

「撮影から決済システムの設定、メールのセット…通常、部下がおこなう業務を、なぜ、新事業では社長の小川自らおこなうのか？」

「新規事業を最短で軌道に乗せるために、もっとも必要なこととは？」

(これが、担当者レベルではなく社長でないとできない理由です) などなどについてお話しています。

気軽にPodcastで聴くのがオススメ!

「iTunes store」で「レスポンス Podcast」を検索して、「購読する」をクリックすればOKです。

「Podcastって、普段使わないから設定方法がよく分からない」という方はこちら!

Step1 まずはこちらのページへアクセス → <http://www.theresponse.jp/podcast>

Step2 アクセスしたページの左側にある
【iTunesで見る】をクリック!  ココをクリック!

Step3 左側にある「購読する」をクリック!  ← これで完了!

これで、あなたの iTunes にレスポンス Podcast が自動的に配信されるようになり、
ipod などの携帯用 MP3 プレイヤーでいつでも好きなときに聴くことができます。