PLCセミナー

- 午前
  - プロダクトランチの全体像を解説
  - 過去の事例を紹介
  - プロダクトランチの戦略
    - 商品を販売する前にやるべきことをすべて決めておく
      - ターゲット
      - リスト取りのオファー（5つのプレット）
      - 動画の流れ（3つか4つ）
      - 書いてもらうコメントとプレゼント
      - オファー（販売するもの・サービス）
        - 内容
        - 金額
      - バックエンド
        - 内容
        - 金額
      - キャンペーン期間
        - リスト取り開始日
        - リスト取り終了日
        - 販売開始日
        - 販売終了日
    - プロモーションが終わった後のことも考えておく
      - 目先の利益を追わない
      - 長期目線
  - プロダクトランチの流れ
    - 1、見込み客のリストを作る
      - 大多数の人が反応するような５つ程度の項目を最初のコンテンツにする
      - 誰もが欲しがるようなコンテンツを無料でプレゼントする
      - 集客方法
        - 自分のリスト
        - アフィリエイト
          - 登録で500円
          - 購入で50%
    - 2、最初のコンテンツを提供する
      - ターゲットが知りたいコンテンツ
      - 勉強になったと思ってもらう
      - この人は信頼できると思ってもらう
      - ファンになってもらう
    - 3、ブログにコメントをもらう
      - 感想
      - もっと知りたいこと
      - 疑問
      - 悩み
      - アンケート
    - 4、コメントに合わせたコンテンツを提供
      - 質問に答える
      - 新しいコンテンツを提供する
      - オファーへの流れは意識する
    - 5、3と4を2、3回繰り返す
    - 6、リストに欲しいモノを聞く
      - 何を求めているか
      - 反対意見も聞く
        - これに答える
    - 7、販売する
      - 欲しいものを販売する
      - バックエンドの販売も行う
    - 8、購入者の声を集めて、次の商品を作成する（1へ戻る）
  - まずは最初のコンテンツ
    - 大多数の人が反応するような５つ程度のベストなプレットを最初のコンテンツにする
    - 誰もが欲しがるようなコンテンツを無料でプレゼントする
    - まずは最初の入り口のコンテンツを作ればいいので、圧倒的に早くコンテンツができる
    - 最初のコンテンツを配布後にアンケートをやってもいい
    - そのアンケート結果から、次のコンテンツを考えるのもひとつの手
  - プロダクトランチ・テンプレート
    - コンテンツが3つで4つ目がセールスの場合
      - 一番大事なのは、最初のコンテンツ
      - ここで注意を引いて、オプトインしてもらえないとどうしようもない
    - コンテンツ1
      - １２から１８分の動画を作成し、早く話しすぎないようにする。
      - 動画はあなたのラウンチストーリーのダイジェスト版のようなものする。
        - 次のビデオでどんなことを話すかも触れる。
      - ストーリーテンプレートで作ったストーリーを使う。
        - 1、私はかつて、貧乏で悲惨でした。
        - 2、いろんなメソッドにしたがって、いろいろやってきたが、まったく使えずフラストレーションが溜まっていた
        - 3、ある日、違う方法を見つけ、その方法が成功した
        - 4、私にとってはよい方法だったので、他の人にもその方法を教えたところ、他の人も私と同様、成功することができた
        - 5、そして、今、その方法をあなたに教えます。
      - トリガーファクターを含める
        - 1、権威
        - 2、希少性
        - 3、クレディビリティー
        - 4、証明
        - 5、驚き、サプライズ
        - 6、ストーリー
      - 動画の流れ
        - 1. 動画の最初にあいさつをし、動画でまず何について公開するか話す
        - 2. 見込み客が共感してくれるように、見込み客とあなたが似ている点について話す
        - 3. ストーリー
        - 4. コンテンツを提供
        - 5. 次の動画について話す
    - コンテンツ2
      - １２から１８分の動画を作り、ラウンチストーリーの続きを意識する
      - 前のビデオのおさらい（可能なら）
      - あなたのストーリーを入れる
        - 常に見込み客とあなたをつなげるように意識する
        - ストーリーはサクセスストーリーであること（負け犬から成功者へ）
          - 理想的には、反対意見に回答できるようなものにする
        - 感情的な要素を入れる
      - なにか役立つ情報を入れるのもいいが、以前の動画のおさらいや補足でも問題ない
      - 人生においてのチャンスや事実などについて触れる
      - テスティモニアルがあるなら出す
      - この動画にて反対意見について回答するのもよい
        - しかし、あまり時間を取りすぎないように
      - トリガーファクターを含める
        - 1、権威
        - 2、希少性
        - 3、好意
        - 4、会話（コメントやメールなど）
        - 5、証明
      - 続きを聞きたくなる導入
    - コンテンツ3
      - 15から 20分のビデオ（少しだけ長く）
      - ストーリーの続き（続きを聞きたくなる導入）
      - 最初２つのビデオのおさらい
      - 反対意見に答える
      - ビデオの最後３０～５０％の時にオファーについて話す
        - ３つ目の動画のオファーの部分は飛ばさない
        - オファーについて話すことは、オファーは何か？オファーが与える結果は何か？見込み客の人生にどのような影響を与えるか？など
        - 商品を売ることに対して遠慮する必要はない
      - オファーの導入
        - なぜ販売することにしたのか
      - オファーの内容
        - プログラムの内容は、、、、になっています。
        - あなたがどのようなベネフィットを得られるかなどについて話す。
      - 商品発売について
        - お申込みは来週火曜からスタートです。
        - プログラムはマンツーマンになるので限定となります。
        - お申込み開始時にメールでお知らせします。
        - それでは楽しみにしておいてください。
        - あなたの手助けができることを心から楽しみにしています。
      - トリガーファクター
        - 1、社会的証明
        - 2、希少性
        - 3、会話
        - 4、コミュニティ
        - 5、reason why
        - 6、権威
        - 7、重要　セールスを含める
  - 動画撮影のポイントを解説
    - 3つの要素
      - パターンの中断
        - 売り込みじゃないのかな？と思わせる
        - オープニングの数十秒でOK！
      - 内容を伝える
        - 今すぐできて成長できることを教える
        - もしくはすぐできない場合は想像させる
      - アクションをうながす
        - アクションを促す要素は重要。
        - 「ブログにコメント書いてくださいね」ということを動画で言った方がいい。
  - 動画の流れ
    - 動画の流れは１つの旅のようにする
    - 1、見込み客に、具体的に得たい結果が出た人のことについて語る。
    - 2、私たちの商品またはノウハウは、あなたにも使える。あなたにも結果が出せる。
    - 3、あなたは、今すぐこの商品を手に入れることができる。
    - この３つをひとつずつ３つの動画で話すことが大事です。
- 午後
  - 実際の動画撮影
    - 撮影した動画が実際のプロダクトランチでどのように使われるのか？
    - どんな内容の動画をとればいいのか？
    - 撮影方法は？