PLC2日目 ストーリー

- 項目
  - ストーリーの作り方
    - 心理効果（トリガーファクター）
      - 1. ストーリー
        - 人は物語が好き
        - 物語は聞いてもらえる
        - 物語は記憶される
      - 2. イベントにする
        - ストーリーで語る
        - 無料オンラインセミナー
        - 無料セミナー
        - CD,DVDのプレゼント
        - 話題になるイベント
        - 期間を付ける
        - 参加させる
      - 3. コミュニティー
        - コミュニティーを作る
        - 他の人に同じ行動を取るようにする
      - 4. 社会的証明
        - 他の人が証明されている
        - デスモニュアル
        - プロのコメント数
        - 販売期間の限定
      - 5. 希少性
        - 販売数量の限定
        - 特典（ボーナス）の限定
      - 6. 権威
        - 権威者の紹介
        - 権威的に扱ってあくと良い
        - プロのゼスチャー
      - 7. 信頼させる
        - 一緒に作っていて
        - 自信満満
      - 8. 共通の敵
        - 共通の敵を作って仲間になる
        - 共通を得る
        - 使える私たちの構造
      - 9. いざこざ
        - もめてるのを入は好む
        - 反対意見に答える
      - 10. コミットメントとご褒想
        - 一貫性の法則
        - メールアドレスの登録
        - コメントを重ぐ
      - 11. 会話
        - 対話戦略は聞いてもらえる
        - 聞き出す質問、会話に出場が良い
        - お客さんとコミュニケーション
      - 12. 道徳性の原理
        - 自尊の高いモ名がる
        - 期限を設けない
      - 13. サプライズ
        - 自知されていないコと特典
        - 常識外の話をする
      - 14. 好意
        - 相手を好意を持ってもらいやすい
        - 自尊の高る情報の提供
        - 質問に答える
      - 15. セレブリティー
        - 成功者という感じを出す
        - 高級車、家
      - 16. reason Why
        - 商品情報を説明する
        - なぜ、商品を販売するのか？
        - なぜ、コメントを書いてもらうのか？
    - ストーリーの作り方
      - 人はストーリーを信じる
        - 神話
        - ヒット映画
      - 神話の法則
        - ステージ1：日常の世界
          - ヒーローは、日常の世界で紹介される
          - →問題の解決は認識
        - ステージ2：冒険への誘い
          - 冒険への誘いを受ける
          - →問題の認識の提示
        - ステージ3：冒険への拒絶
          - 使える最初の冒険に気乗りしない中、冒険への拒絶をする
          - →変化への拒否
        - ステージ4：賢者との出会い
          - しかし、メンター（賢者）によって説まされる
          - →変化への調査
        - ステージ5：第一関門突破
          - 第一関門を突破して、特別な世界へと足を踏み入れる
          - →変化への第一歩
        - ステージ6：試練、仲間、敵対者
          - そして、使える試練、仲間、敵対者に遭遇しながら、経験をする
          - →変化の定着への挑戦
        - ステージ7：最も危険な場所への接近
          - 次に、最も過酷な危険な場所への接近して、第二の試練を乗り越えなければならない
          - →大きな変化への準備
        - ステージ8：最大の試練
          - 最大の試練が待ち受けている
          - →大きな変化への苦力
        - ステージ9：報酬
          - 使える報酬を得る
          - →変化の成果（進歩と発展）
        - ステージ10：帰路
          - 日常の世界への帰路を探し求める
          - →変化への再調整
        - ステージ11：復活
          - 使える新たに獲得した特別な力を使って、復活を経験し復活を遂げている
          - →大きな変化への最後の苦力
        - ステージ12：宝を持っての帰還
          - そして、使える以前の、仲間、敵対者に遭ったり、経験をする
          - →変化の宝への帰還
      - ためらいがちなヒーロー
        - 1. 聖書の教えが大切、イエスに倣う（イエスは実践）を得る。
        - 2. 毎日が本当にたこと、すばらしい結果が出た。
        - 3. 他の人から助けを求められると、うじうじ出た。
        - 4. しかし、本人は自分の能力の限界を理解できず、
          - 他人から、そして世界から認識をあってしまえ。
        - 5. 今までの自分の世界が一気に変わってしまうことに戸惑いながらも、新しい世界に足を踏み入れていく。
      - 能力の表現
        - 1. あなたは何かすばらしい能力があった。
        - 2. しかし、あと物足りよう、それをもったら。
        - 3. そして、なぐしくもそれに夢中にしまった。
        - 4. その後、あなたはそれを取り戻し、
          - よりすばらしい能力を得た。
      - 自分ズカトの法則
        - 1. どうしようもない自分が入見た目だった。
        - 2. しかし、本人のかんばりや努力の人の協力
          - によりなりの、大きな特権に結ばれる。
        - 3. 最終的に、誰もがうらやむ成功者はおれる。
      - 成功の発見
        - 無意まで成功ストーリーにする
        - どのような成功が良？
        - どんな型的がまったのか？
        - サッとの思いで商品が完成
      - リマンジ
        - 商品の最は子ある行方まいはうがいい
        - 1. 自人から無罪、団体、政府など
      - 成功法則
        - 成功の法則
        - 型型ルーブックの構造
        - 他の人も成功
        - 方法あるたの果です
    - 動画の流れ
      - 動画の流れは1つの流のようにする
      - 1. 見込み客に、面倒的に残ない結果が
        - 出たんおこえたいでつ出る。
      - 2. 私たちの商品をはじ？ハウ？の、あなた
        - とも使える、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。
        - このコツを0とつ？でコツつの動画で見すことが出来て。
    - 見込み客の集（アパター）
      - 1. 見込み客が本当に欲しいものは何か？
        - 集の欲求をえ
        - それらについて語ったり、型ぜたりすることで、感情が高まり、購買意欲をつなちの中なとか
      - 2. 見込み客をすこ興重ずるものは何か？
      - 3. 見込み客がおこって嬉しくないと思
        - 対しているのは？
        - 実際に起こっているテクストストーリーション
      - 4. 見込み客が嬉しいのも、欲望とは何か？
        - この感情を別の角度から
      - 5. 見込み客が反発ずついないベネフィット
      - 6. あなたはどのようにして商品を生み出したのか？
    - 見込み客とのきっかけ
      - 1つを選べばなかる
      - 1. 私たちは知っています。
      - 2. あなたは自分のアプローチに知っています。
      - 3. あなたはもがメインで生手ぶいて
        - いるクライアントを知っています。
      - 4. あなたは私が一緒に戦っている人たちを知っています。
    - ストーリーの作り方
      - 1. 見込み客にどんなテスト対象としている
        - 商品を選ぼくらは入ですか？
      - 2. 見込み客が問題に直面しているかを
        - 知っていることはどですか？
      - 3. 見込み客が問題を抱えていることを、今、理解しているストラストレーションは何ですか？
      - 4. 見込みはどのようにして、その苦悩を取りのけますか？
      - 5. あなたはなぜその方法を他人に話すとこにしたのですか？
        - 「ものがたりがなるヒーロー」のパターンは
        - 一つ使うと良ばよい
        - どのような形でと話すのですか？
    - 販売前のコンテンツの作り方
      - 1. あなたの見込み客は誰か？
        - 男女ちが、都市と国ごとに、
        - 何歳なのか、どんなことに興味があるのか、どんなことと興味があるのか、
        - 何をするのが好きで、何をするのが嫌いなのか？
        - どこに住んでいるのか？どんな場所に住んでいるのか？
        - 結婚しているのか？子供はいるのか？どこに住んでいるのか？
      - 2. あなたの見込み客が本当に欲しいと思っているものは何か？
        - 心の部分を求めていると思はは何ものか？
      - 3. あなたの見込み客はどんなことを言えばよくが聞くのか？
        - 興味を持ちて、こちらの話を聞いてくれるのか？
      - 4. 彼らの一番大きな恐怖とフストストレーションは何か？
        - それらを乗り越えた先にあるどんな未来
        - 心はふあはは興味を持つのか？
      - 5. あなたの商品は見込み客にとんな様
        - 心から欲しいものとは何なのか？
        - 子を生みなるのか？
      - 6. あなたはどのようにしてその情報まだはプリンシップを見つけたのか？
    - コンテンツ
      - コンテンツ
        - コンテンツ3つで0日ずリースの場合
        - 一番大事なのは、動画のコンテンツ
        - ここでは言葉を引いて、オプティンにしてもらえるようどうしようもない
        - 1日から1日分の動画を作成し、平日は、
          - しずまりようにする。
        - 動画はあなたのストーリーのダイジェスト版のようなものです。
          - 次のビアオでくんなことを話すかを知のん。
        - 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、絶望で悲惨でした。
          - 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、まったく変えずにテクストシュンッが変ってい？。
          - 3. あるが、誰？方法を変ってい、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、
            - 自分にはこの方法を教えたことこな、他
            - の人もはと同様、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。
        - コンテンツ1
          - 1. 権威
          - 2. 希少性
          - 3. 証明
          - 4. 驚き、サプライズ
          - 5. ストーリー
        - トリガーファクターを選べる
        - 動画の流れ
          - 1. 動画の最初にまず、動画です
            - まず初についてはは理まるか？
          - 2. 見込み客が感じてくれるように、見込み客とあなたが知っているおについて話す
          - 3. ストーリー
          - 4. コンテンツを提供
          - 5. その動画について話す
        - 1日から1日分の動画を作り、ランク
        - ストーリーの続きを意識する
        - 前のビアオのあとない、1日間なし
        - あなたのストーリーを入れる
          - 常に見込み客とあなたらはがあるように意識する
          - ストーリーはテクストストーリーである
          - こと（ヒ）のストーリーの出会へ
          - 理想的は、反対意見に回答できるようなものにする
        - コンテンツ2
          - 他の動画の
          - 他の動画のあとない理解する方法に
          - なに手伝ヒ？情報を入れるのいい？、以
          - 前の動画のあとない情報とする方法に
          - 入見ないてのチャンネ情報をについて触れる
          - 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と
        - トリガーファクター
          - 1. 権威
          - 2. 希少性
          - 3. 証明
          - 4. 会話（コメントやメールなど）
          - 5. 証明
        - 終点を明さくらる導入
        - 15から20分のビデオ（少しだけ長く）
        - ストーリーの続
        - き（終点を明さ
        - ちくらる導入）
        - 最初2つのビアのあとない
        - 反対意見に答える
        - ビデオの最後3ミリ0の前にファーミ少ンで話す
          - 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、オファーは何かテオファ（応用ある）が？見込み客の人生とどのよう生産性をもるかつなど
          - 商品を売ることにたい？意義すを必要はない
        - オファーの導入
          - なぜ販売するのか？
        - 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やるフェットを知ら
          - れるからなどについて話す。
        - 商品売りについて
          - お申込みは来週火曜ちんタートです。
          - プログラムはアンケーサンなるかの？質疑とおります。
          - お申込み期間はに4ーンてお知らせします。
          - それ？は来ふ、ふんこ？おいてくださ？。
          - あなたの手助けができることをとかから第ふのこしなりです。
        - 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. 驚愕、セールスを動かす
    - スケジュール
      - 3.コンテンツの場合
        - 全体スケジュール
          - 最初の動画、0日目
          - 2番目の動画、最初の動画から4日後
          - 3番目の動画、最初の動画から8日後
          - 4番目動画、最初の動画から11ー12日後
          - セールスチーターまたは動画、最初の動画から12ー14日後
          - 2週間以内が良い
        - パターン1　9日間
          - 最初のコンテンツ　火曜日
          - 2番目のコンテンツ　月曜日
          - 3番目のコンテンツ　木曜日
          - 動画間隔　月曜日
        - パターン2　10日間
          - 最初のコンテンツ　火曜日
          - 2番目のコンテンツ　金曜日
          - 3番目のコンテンツ　火曜日
          - 動画間隔　金曜日
        - パターン3　7日間
          - 最初のコンテンツ　火曜日
          - 2番目のコンテンツ　日曜日
          - 3番目のコンテンツ　日曜日
          - 動画間隔　火曜日
        - パターン4　1ヶ日間
          - 最初のコンテンツ　火曜日
          - 2番目のコンテンツ　火曜日
          - 3番目のコンテンツ　火曜日
          - 動画間隔　火曜日
    - 4.コンテンツの場合
      - プレランクコンテンツの要素
        - 最初の動画に含める要素
          - 1. 権威
          - 2. 希少性
          - 3. 証明
          - 4. 驚き、サプライズ
          - 5. ストーリー
        - 2番目の動画に含める要素
          - 1. 権威
          - 2. 希少性
          - 3. 好感
          - 4. 会話（コメントやメールなど）
          - 5. 証明
        - 3番目の動画に含める要素
          - 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. 驚愕、セールスを含める
        - 4番目の動画に含める要素
          - 1. オファーの説明
          - 2. 希少性
          - 3. 社会的証明
          - 4. reason why
          - 5. セールス
          - 3.パートとの大きな違いは、4番目のプレランクコンテンツのオファーの説明のオーン
      - 4パートプレランクのスケジュール高決時
        - パターン1　12日間
          - 最初のコンテンツ　月曜日
          - 2番目のコンテンツ　月曜日
          - 3番目のコンテンツ　火曜日
          - 4番目のコンテンツ　日曜日
          - 動画間隔　火曜日
        - パターン2　10日間
          - 最初のコンテンツ　木曜日
          - 2番目のコンテンツ　金曜日
          - 3番目のコンテンツ　木曜日
          - 4番目のコンテンツ　木曜日
          - 動画間隔　金曜日
        - パターン3　12日間
          - 最初のコンテンツ　木曜日
          - 2番目のコンテンツ　火曜日
          - 3番目のコンテンツ　金曜日
          - 4番目のコンテンツ　日曜日
          - 動画間隔　火曜日
        - パターン4　17日間
          - 最初のコンテンツ　火曜日
          - 2番目のコンテンツ　火曜日
          - 3番目のコンテンツ　火曜日
          - 4番目のコンテンツ　木曜日
          - 動画間隔　金曜日