

あなたの**価値**を高める
ザ・ポジショニング

あなたが お客様から 選ばれる方法

プロが伝授

- ✓ 他社と差を生む為のポジション決め
- ✓ お客様に伝わるコンセプトの提供
- ✓ 選ばれ続ける為に準備すべき戦略

コロナ禍により勝ち組と負け組の二極化へ・・・

感動集客の松野です。KK ロングセラーズ編集長の富田さんから
ポジショニングの重要性は、約10日間のメールの中で
だいぶご理解されたかと思います。

このページでは、富田さんと共にサポートをさせていただく松野が
ご担当させていただきます。最後まで宜しくお願い致します。

2013年あたりから僕は自分の書籍やメルマガを通じて、
これからは個の時代になっていきますと・・・

自分の人生経験を織り交ぜたことがコンテンツビジネスになって
これらが求められていくようになってお伝えしてきたのですが、

そこから約10年が経過して、まさにその通りの時代となりました。

YOUTUBEをはじめ、インスタグラムや TIKTOK などの SNS の登場により、
インフルエンサーに企業案件がつくのが当たり前となりましたよね？

毎日、各SNSをフルに活用して少しでも自分のファンを増やそうと
頑張っている方もたくさんいらっしゃるのですが、

そんな地道な努力を続けているのに、成約に繋がらない方がほとんど・・・

これではいけないと思っている方々が次に進んでいくのが
ZOOMを使った集客の仕組み方です。

ZOOM からの仕組みを学ぶ為に、多くの個人事業主やひとり社長の方が最低100万～500万もする高額スクールに入られています。

自分のビジネスを成約させる為に、集客させるテーマを決めて、そこから LP を作り、ステップメールを組んで、ZOOM 説明会に誘導してクロージングをかける。

表面的なこういう流れなのですが、このような流れは昔から誰でもやってます。仮に「仕組み化の全体像」が出来たとしても、

自分のポジショニングがしっかり確立できていないと、どれだけインスタで広告出したり、YOUTUBE ライブを開催してもそう簡単に成約は決まっていきません。

富田編集長のメールをご覧になられてきた方なら分かるはずです。

自分のポジショニングやコンセプトが決まっておらず、見込み客となる方に伝わっていないからです。

なぜ、高額塾に入っても、有名な方のコンサルを受けてもあなたのビジネスが売れないのか？（申し込みがないのか？）この答えは非常にシンプルです。

あなたのビジネスは、他者と比較してどんな違いがあって、

どんな成果を出せるのか？どんな未来をもたらすのか？

これらが明確に伝わっていないから成約しないのです。

自分の立ち位置になるポジショニングが出来ていない方ほど
競合のことをあまり調べない中で、

自分の思い込みだけで、既に展開されているビジネスと
同じようなことを始めます。

例えば、整体・整骨院などが分かりやすいかなと思います。
どこの店舗も何が強みなのか？どのぐらいで改善するのか？
改善したらどんな未来を与えてくれるのか？分からないんです。

どこも首・肩・腰の痛みなら当院にご相談くださいみたいな感じで
結局は新規顧客に追われて、価格競争に巻き込まれていきます。

これはホームページや LP を作る時も理屈は同じです。

なので、富田さんが「本を作る時も同じなんです」と
噛み砕いて言われているのは、

僕があなたにお伝えている事と何も変わりません。

ポジショニングは、市場における自分の立ち位置

コンセプトは、見込み客のニーズに対して自社の価値を明確にすること

ここを最初に徹底的にやりこまないと、
これからの時代はライバルが増えるばかりで
生き残ることが難しくなっていきます。

「仕組み化」を学んだとしても、表面的な所だけやって
中小企業から真似されたら LP の精度と広告の配信量で
直ぐに吞まれてしまいます。

例えば、サロン等々で使われている機械や器具などもそうです。
機械や器具を入り口にして集客しようとする短期決戦しかできません。

勝ち抜く為に重要なのは・・・

機械や器具がない中でも顧客になってくださる方の
ニーズに応えられる強み(弱みが強みになることもある)
ここを把握出来ているかということです。

だからこそ、ポジショニングがめちゃくちゃ重要なのです。

儲かる市場の中にいたとしても、あなただけができる
ライバルと違ったアプローチで差別化しないといけません。

この状態を生み出さないと、新規のお客様ってコンセプトや
キャッチコピーが同じものばかりを見ているので、

興味・関心が全く湧かないのです

よろしいでしょうか？昔も今も「自分のポジションから、お客さまのどの悩みに対してどんなアプローチをして、どんな未来を見せるのかです。

**これが出来ない人ほど、流行に惑わされますし、
90%以上の確率でうまくいきません。**

これからの日本は更にネット社会化になっていきますから自分の立ち位置を決めて「差別化」を生み出さないと価格競争に巻き込まれていきます。

既に吞まれているからこそ、多くの方がテクニックを知りたがり、基礎の部分となる戦略に時間をかけずに疎かにしています。

富田編集長が伝えたいメッセージもソコです。

みんな逆なんです。しっかりと戦略を練ってから戦術を活用します。戦略を疎かにしている方ほどネット集客からの販売がうまくいきません。

色んな SNS をやっても新規客が1件もとれない人なんてザラです。厳しいですがこれが現実です。そういうご経験はないでしょうか？

なぜ、ホームページを作っても、ブログを作っても、SEO 対策を依頼しても、リスティング広告や、SNS 広告を出稿しても、

自分が思っている以上に新規客が集まらず、 リピーターにならないのでしょうか？

もう分かりますよね？あなたの強みと市場のニーズが
ポジショニングが出来ていないのでマッチしていないのです。

なんとなくぼんやりしている悩みが深くないお客さまが
価格を見てお試しで来ている(申し込み)をしているだけです。

流行を取り入れることが悪い訳ではありません。
時代に合わせた SNS の活用はとても大切です。

でも、ポジショニングやコンセプトが明確にならないと
いつまでたってもうまくいきません。

それぐらいメール講座の中で富田さんがお伝えした通り
ポジショニングとコンセプトが重要ということです。

今回はポジショニングとコンセプトをしっかりと決めて
アメブロ集客+グーグル集客を軸にしたブランディング戦略を
あなたと一緒に作り上げていく訳なのですが、

ほとんどの方がホームページやブログを作っても

グーグルからの集客が出来ないからこそ SNS を使っています。

でも、どの SNS も戦国時代です。みんな必死ですよ？

そんな中でアメブロなら昔からアクセスが集まりやすい
仕組みがしっかりと備わっている珍しいブログなんです。

アメブロユーザーの全体は6700万人。

**1日にいいね！は300人つけれますし、フォロー登録も200人まで出来ます。
これって他の SNS では簡単に出来ないことです。**

「エッ、そうなの？でも、そんな登録をする時間なんてないわ・・・」と
思われるかと思いますが、大丈夫です！その作業は必要であれば
個別コンサルの中で僕が引き受けます。

ただ、そのような表面的な所が重要なのではなくて、
ポジショニングとコンセプトを決めないとはじまらないのです。

アメブロからの集客だけではなく、グーグルからの集客も
できるようになった方がいいですよ？

でも、どうやってグーグルやヤフーの検索エンジンから
アクセスを集めればいいのか分からない方が多いのも事実です。
ならなら、SEO 対策やキーワード選定のスキルが必要だからです。

ここも SEO 協会認定コンサルタントの僕がコツを教えますので
ご安心ください。

基本的な知識と対策方法を知っているだけで集客は変えれます。
ただ、どうでもいい方を集めても意味がありませんから、
あなたのサービスに価値を感じる方を集めないといけません。

そこをしっかりと把握してやらないと、セールスが難しくなります。
僕と富田さんからご提案しているザ・ポジショニングも同様です。
うまくいっている方にご提案をしても伝わりません。

色々やっているけどうまくいっていない。売上をアップせる為に
どうにかしたい！と思っている方しか見られていないはずです。

結局、「認知される力」と「集められる力」の両方を持たないと
長く稼いでいくことって、今は難しくなっているんです。

本当に大切なのは選ばれることではありません。
常に選ばれ続けることなんです。

だからこそ、市場に対する自分のポジションとコンセプトが
絶対的に必要なんですね。それが出来てから集客のスキルです。

あなたがいる業界で生き残りをかけた戦いって毎日起こってしまから、
1日も早く改善に向けた取り組みをされた方が良いと思います。

面倒だと思ってしまうのは、頭の中だけで考えてしまうからです。

根元のマーケティングを学ばずに、鏡面的なテクニックだけを学ぶから今は結果が出せていないだけです。

結果を出す為の準備をしましょう！

ネット集客や販売がうまくいかない方は、自分の強みに対して他者リサーチをせずに思い込みだけでやっています。

忙しいのは分かります。ただこれだけ情報や流行が移り変わる時代なのですから、

自分たちのポジショニングやコンセプトを明確にしてください。

ここに時間を使わずブログを作っても、SNS を立ち上げてもほとんどうまくいかないと思います。

繰り返しになりますが、恐らく戦術を優先して根元にある戦略は描けていないはずです。

戦術だけでやっている方は崩れるのも早いですが、しっかりと戦略があれば、仮に戦術の1つが崩れてもダメージを最小限に済ませる事が出来ます。

繰り返しますがほとんどの方が、ネット広告に惑わされて勘違いしていることがあります。

それが先に仕組み化をしようとしていることです。

そうじゃないですよ？だから失敗するんです。

**ポジショニングが出来てから
ネット集客(仕組み化)です。
ここを履き違えてはいけません。**

今回のザ・ポジショニングを通じて富田さんと僕と一緒に、
あなたが取り組まれているビジネス市場に対して、

自分だけのポジショニングとコンセプトを作り上げて
ネット集客と販売を安定させる状態を生み出しませんか？

最初の戦略部分に時間をかけてあげてください。

今回、あなたが参加することによって、
今までどんな高額スクールに通っても
明確にならなかった部分が形になりますし、

それが決まることで、どんなお客さまを
顧客にすればいいのか？も明確になっていきます。

それだけじゃありません。

ネット集客に必要な知識とスキルも高まりますので、
これまでの自分ではあまりよく分からなかった事や、
集客する上で見落としてきた部分を改善することができるでしょう。

それでは、私たちから最後のご案内です！

あなたが描く未来はどんな景色ですか？

そして、そこには誰がいますか？

ネット集客は可能性に満ち溢れています。

周りをみてください。多くの方が「仕組み化」ばかりに気をとられて
誇大広告に惑わされて「ポジショニングの重要性」に気づけていません。

だからこそ、今からでも全く遅くはないのです。

ぜひ、今回の機会に出版本を作っていくつもりで
富田編集長と僕と一緒に自分のポジショニングとコンセプトを
確立させてください。

儲かる市場にいるのならば、自分のポジショニングを
完成させることは必須だと思ってください。

最初の準備が「大きな差」になっていきます。

ネットの世界って無限に土地が広がっているようなものです。
だからこそ自分の土地を築き上げることが大切ですよ。

どんなに大手企業の展開方法が凄くてもですよ？

必ずあなたが参入できる「隙間」が隠れています。

つまり、周りが気づいていない立ち位置があるのです。

コロナ禍の中で誰もがしんどい思いをしてきました。
勝ち負けのK字回復しかない世の中になりつつあります。
一緒に取り戻していきませんか？

SNSでバズりたいと思わなくていいです。
周りの戦術なども気にしなくていいです。
どんな凄い人も仕組み化の手順はあまり変わりません。

同じ市場の中で戦いを挑むということは、
既に成熟された所に身を置くようなものです。

老舗の店舗や歴史がある企業、ある分野において
とてもじゃないけど経験値ではかなわない人に対して、

あなたが戦っていく為に必要なのは
仕組み化ではありませんよ？

もしも、そうだったら誰でもうまくいっています・・・

もう分かれるはずですよ。あなたがどのポジションに立って、
どんなコンセプトで見込み客に提示をして、

あなたのビジネスにあったお客さまを集めていけるかどうかです。

それが選ばれるということですし、
選ばれ続けるということです。

大変長くなりましたが、ザ・ポジショニングの
詳しい内容をご説明させていただきますね。

あなたの**価値**を高める
ザ・ポジショニング

あなたが お客様から 選ばれる方法

プロが伝授

- ✓ 他社と差を生む為のポジション決め
- ✓ お客様に伝わるコンセプトの提供
- ✓ 選ばれる為に準備すべき戦略

◆11月18日 メイン講師・富田(アーカイブ有)

計4時間の講義（14時から開始・・・）

1、市場を見て肩書をつけていますか？

ほとんどの方が自分の市場をよく見ていません。いえ、見ているようで見ていないのです。だからこそ、周りと明確な差別化ができず認知されないのです。その状態で肩書を作っても相手の記憶に残りません。私と一緒に作り上げましょう。

2、あなたの強みは本当に強みでしょうか？

専門分野のお仕事にされている中で、自分はこれが強みだと思い込んでいる所って、顧客ニーズが少ない場合があります。もちろん、それが悪い訳ではありません。ただビジネスになっていかないと、せっかくの強みを活かせなくなります。

だからこそ、自分の強みを活かす為に「入り口」を変えると、一気にうまくいくこともたくさんありますので事例を交えてお伝えしていきますので、

3、同じことを言っているのにお客様の心に届く人と届かない人の違い

あの人と私は経験も同じぐらいたし、お店やブログの作りもそんなに変わらない。極端に接客に差がある訳でもない。でも、なぜか相手の方が売れている。。伝え方が悪いの？私の対応が悪いの？色々思うことがありますよね？

この伝え方ってセールスやクロージングの所に重きを置いている方が多いですが、何度も繰り返しますが、入り口の部分に集める人が明確になっているのか？そして、その人たちが「オッ！私のことかも・・・」と興味・関心を抱いてくれたのか？ここの差で見込み客の質が変わってくるのです。

あなたが何かを学びたい時に、そのジャンルの本が並んでいるコーナーに足を踏み入れた時、何が決め手になるでしょうか？一緒に掘り下げていきますよ。

4、今のあなたが決めているポジショニングはどう？

おそらく、現状のポジショニングについて詳しく話せる方は少ないと思います。
ぼんやりしている状態だからこそ、差別化の部分もぼんやりしちゃうのです。

もちろん、やってないとは言いません。ここは分かって欲しいのですが知識とスキルに
自信があるプロの方でも、ポジショニングが定まっていないせいで苦戦を強いられます。
例えば、土業の方や学習塾を経営されている方が良い例でしょう。

差別化と専門性がどこに対してなのか？ 広く広く新規の方を取ろうとしすぎていませんか？
明確に打ち出せていない。いえ、仮に打ち出せていたとしても
今のポジショニングから見込み客を顧客に変えることが出来ているのか？

このあたりのご自身の中で明確になっていないなら、ぜひご相談くださいね。

5、あなたのお客様はどんな人ですか？

こういう方が自分のお客様だと思っている人が、実はそうじゃないということが
うまくいっていない方ほど多いです。自分の理想となるお客さまがズレていないか？
おそらくズレています。それはあなたが悪いのではなく、やはりポジショニングです。

他社(ライバルとどう違うのか？)ここのポジショニングが出来ていないと、
どんな人を集めるべきか？までぼんやりしてしまいます。

今、あなたが想像しているお客様はお客様じゃないかもしれません。

ここだけの話ではありませんが、私は出版業界に32年います。だからこそ思い込みが
危ないことを良くも悪くも知っているつもりです。この11月4日の中で
あなたのビジネスモデルの基盤を作り上げていくつもりですよ。

6、MVVを答えられますか？

ビジネスモデルを作る中で、MVVと言われるM(ミッション) V(ビジョン) V(バリュー)
日本語でいうと、あなたの使命・理想・価値(行動指針も含む)
これは明確に決まっていますか？もうお分かりかと思いますが、

ほとんどの方が、この自分の主軸となる MVV が出来ていません。

これをビジネスにしないといけないのです。なぜ出来ないのかというとポジショニングやコンセプトが出来ていないからなんです。

この MVV は自分たちの市場に対するポジショニングやコンセプトを決めていくことで決まっていきます。大事なはこの MVV をぶらさずにビジネスを進めていくことです。

ポジショニングとは、市場における自社の立ち位置を明確にすることであり、競合他社と差別化された価値を提供することです。
具体的には、以下の要素を定義します。

- ・ **ターゲット顧客: 誰をターゲットにするのか**
- ・ **差別化ポイント: 競合他社と比べて、自社が提供する価値は何か**
- ・ **競争優位性: 自社の差別化ポイントを実現するための強み**

コンセプトとは、自社が提供する価値やサービスを顧客にどのように伝えるかを定義することです。具体的には、以下の要素を定義します。

- ・ **顧客のニーズ: 顧客が何を求めているのか**
- ・ **自社の価値: 自社が提供する価値は何か**
- ・ **メッセージ: 顧客に伝えたいメッセージ**

7、実践ワーク

色んな例を出しながら、このポジショニングに対する理解が落とし込めるようにあなたが顧客だったら？の目線から練習をしていきますよ。

例えば、私が新規で出版社を立ち上げるとします。

あなただったらどんなフレーズがあると興味や関心を示しますか？

周りの方の声も参考にしていくと、思い込みフィルターは外せます。

大丈夫です！私と共に作り上げましょうね！お任せください。
この道、32年の経験を惜しみなく出していきます。

◆11月25日 メイン講師・松野(アーカイブ有)

計6時間の講義 (AM10時から開始・・・)

1、ポジショニングが出来ないとうまくいかない

富田さんの部で、基礎は出来上がると思いますがネット集客を行う上でこの部分が出来ていないと仕組み化を学んでもほほうまくいきません。つまり、ライティングの所からズレが生じていくんですね。

おさらいも含め、ホームページやブログなどを例にしながら現状の部分を見直していきましょう！

2、アメブロ戦略(なぜアメブロが他の SNS よりもいいのか？)

ここ数年は。ホームページ(公式サイト)は手打ちで作成ではなく、WP(ワードプレス)を使って作成している方がほとんどです。

ただ制作業者が言っていたことよりも、グーグルからのアクセスがほとんど集まっていませんよね？記事を書いてもアクセスが増えない。そもそもアクセスが来ているかどうか？どこから見て調べたらいいの？ほとんどの方がそうだと思います。

もちろん、ホームページがあった方がいいのは確かなのですが、予算をかけられない方もいらっしゃると思います。

そんな時は SNS 疲れを予防する為にもアメブロを公式ブログにして発信軸を変えていけばいいのです。

昔からアメブロは集客しやすいと言われていますが、これは芸能人が使っているとかユーザー数が多いからだけではありません。アクセスが集まりやすい仕掛けが

たくさん備わっています。これらをうまく活用すれば無料でアクセスは増やせるでしょう。
今回、ご参加される方は特別に僕がアクセスを増やすお手伝いを3か月します。

3. アメブロの戦術はどうすればいいのか？

これは女性に多いのですが、アメブロをパソコンから見ると
アメブロの特性を活かしているかいないか直ぐに分かります。

ブログの形を2カラムにしているだけで特性を活かせていません。
パソコンからのユーザーが多い場合。アメブロは2カラムじゃ
本領が発揮されませんし、フォローにも繋がりにくくなります。

また記事本文もキラキラした色ばかりを使っている人も多いですし、
どの記事を見ても LINE 公式に誘導させようとしている方ばかりです。
せっかく集客しやすい媒体なのに勿体ないですよ？

特に時間がない方はアメブロを発信軸にしてください。
アメブロでも挫折している方がほとんどです。

だからこそ、ポジショニングが決まったらアメブロ集客を
これからのチャンスに変えてください。

あなたが生きるブログ作りのコツを伝授します。
店舗の場合は、毎日必死に記事を書く必要はありません。
時間がある方は別の SNS を使う場合のポイントをお伝えします。

グーグルからの集客がうまくいかない理由と対策

高いお金を払って WP でホームページ(公式サイト)を作ってもらっても
集客できないのは SEO 対策が出来ていないのもあるのですが、
自分の想いだけで作ったページで SEO をかけてもうまくはいきません。

ポジショニングと同じでテーマ決め、理念決め、設計図作成をせずに、
カッコよく・綺麗に作ろうとするから伝わらないのです。

もちろん、あなたの社名や個人の名前が多くの方に認知されているのなら
指名検索はされると思いますが、それだけでは限界がありますよね？

検索される為には？またグーグルから
評価してもらう為にどんな対策が必要なのか？を伝授します。

SEO 業者やホームページ制作会社は、あなたの知識やスキルを試します。
何でもお任せの契約をするとだいたい5年ぐらいで150万ぐらいが必要です。
そもそもホームページ作成だけでもデザイン込みで30万とか掛かっているはです。

それで月にどのぐらいアクセスが来ていますか？お問合せや
メルマガや LINE 登録に繋がっていますか？

登録されない理由は分かっていますか？専用の LP は制作出来てますか？
SNS の時代だと言われていますが、まだまだグーグルやヤフーからのアクセスは
普通にされますよ？

なぜかとおうと SNS だけじゃ手に入らない情報があるからです。
でも今は chatGPT などがあるから情報なら手に入るのでは？
そういう風に思うかもしれませんが、AI では人生経験は語れませんよね？

検索エンジンからアクセスを集める為には基本の知識と応用が必要です。
ここを知らないとグーグルからのアクセスは記事を書いても増えません。

YMYL(お金と生活)の関係性を知る

コロナ前あたりからグーグルはお金と健康のジャンルに該当する情報に対して、
特に厳しい品質基準を適用しています。どんな人なのか？その人が書いている
記事の中身は適切なのか？ということ。

アフィリエイトをやっている方も多いのですが10月1日からステマ規制が決まり
広告を表示させる為に必要な規制が強くなりました。

これは結果的に YMYL ジャンルのお仕事をしようとユーザーのお金や生活に

重大な影響を与える可能性があるためです。

そうはいつでも大半の方が YMYL ジャンルの中でお仕事をされていると思います。
これからも規制は厳しくなっていくので、本当に気を付けてください。

特に情報の正確性・最新性・客観性・信頼性が重要になります。

だからこそ、富田編集長の部でプロフィールを作っておくことは
大きなメリットになっていきます。誰が語っているのか？誰の経験なのか？
この部分を凄く問われる時代になってきました。

エビデンスを超えるものが、自分の人生経験(エクスペリエンス)なんです。

アクセスが来ないのはキーワード選定が甘いから

例えばコンサルを受けていると、とにかく毎日記事をかきなあいと
アドバイスを受けると思います。もちろん、僕もコンサルタントなので分かります。

ただですね、キーワード選定って多くの方が表面的なんです。
この表面的と僕がお伝えしているのでは、ツールを使ったら複合キーワードが
ある程度分かります(エンドユーザーが、

どんな言葉で検索しているのか?)という意味。更に月間検索数も分かります。
ということはですよ？初心者でも知ることができる訳ですから、
自らレッドオーシャンの中で戦いを挑むようなものなんです。

検索ユーザーの奥を調べないと、ありきたりな記事しか書けなくなっています。
例えば、検索窓に「看護師 転職」というキーワードがあったとしますね？

既に、看護師として働いている中で、新しい勤務先に転職しようとしているのか？
はたまた看護師に転職する場合はどうしたらいいのか？ひょっとしたらこれから
看護師を目指している人かもできません。

もちろん、キーワードのニーズとしては看護師である中で
転職先を探している人たちの方が多いです。ただ、どんな状態で悩んでいるのか？
これだけでは何も分かりません。3交代制じゃない所か、給料面だけか、夜勤のみか、

定時だけなのか、看護師 転職だけでは相手の気持ちは理解できません。
だからこそ、最初の準備（ポジショニングやリサーチが重要なんです）

検索意図を知るということは、相手の気持ちを知ることです。
どんなキーワードで検索されているのか？目の前にあるキーワードの前に
人はどんなことを考えて、そこに辿りつくのか？ライバルと差をつける為の
キーワード戦略をお伝えします。

サブスクが簡単じゃないのはなぜなのか？

将来はサブスクなどもして自動化したいと思われている方も多いと思います。
芸能人でもサブスクって毎月の継続人数って落ちていくぐらいです。

価格が安くても落ちていきます。逆に徹底的に価値を与えれば継続は出来ますが、
どちらにしても戦略がないと成り立ちません。

僕はサブスクを20年やってきて成功事例も、失敗事例も体験しています。思っている
以上に難しいのはなぜか？サブスクが向いている事業でも維持が難しい世界です。

そんな中でサブスクを考えている方、サブスクじゃなくて別の方向に
切り替えた方がいい決断する為にもサブスクのコミュニティの作り方から
運営するまでの維持方法、どうなると失敗になっていくのかなど、

サブスクで1発大逆転とか、このビジネスの先にはサブスクがあるみたいな感じでは
99%うまくいきませんので一緒に学んでいきましょう！この話だけでも1日が終わり
そうながらいの内容になりますが、現実を学ぶということはリスクヘッジになりますので、
話を凝縮してお伝えをしていきます。

さあ、あなたの未来を築きましょう！

**お支払いにつきましては最大24回までの
カード分割払いにご対応しています。**

※銀行は一括のみ

※VISA・MasterCard のクレジットカードで
分割払い・リボ払いをご利用いただけます。

※JCB のクレジットカードでは一括払いのみとなりますが、
カードの種類によっては一括決済後に分割・リボへの変更が
可能な場合がございますので下記にてご確認くださいませ。

<https://www.jcb.co.jp/service/payment/installment/later/>

Step 1

商品を選択

インフォカードのサイトでご希望の商品をお選びください。
お選びいただいた商品をクリックすると、商品のページに
ジャンプします。

Step 2

購入ボタンをクリック

商品ページを最後まで読み進めていくと、「申し込み・購入」
ボタンがあります。このボタンをクリックすると、購入ページ
へと進みます。

Step 3

会員登録またはログイン

会員登録をします。

すでに会員登録済みのお客様は会員としてログインします。

Step 4

お支払い方法を選択

分割・リボ払いのクレジットカード決済でのお支払い

☐ クレジットカード（分割・リボ）   閉じる

- ・オンラインですぐに購入が完了します。
- ・VISA、MasterCardカードをご利用いただけます。デビットカード、海外発行のカードもご利用いただけます。
- ・分割払い・リボ払いをご希望の方はこちらからお進みください。

使うカードの選択 **【必須】**

☐ 登録済のカードを使う

☐ 別のカードを使う

登録済のカードを使うことで、カード番号などの入力を省いて簡単にお支払いができます。

カード番号 **【必須】**

16ケタのカード番号を半角数字のみでご記入ください。

有効期限（MM/YY） **【必須】**

MM / YY

カードの有効期限を「MM/YY」の書式でご入力ください。
【例】 03/19 （有効期限が2019年3月の場合）

お支払い国数 **【必須】**

お支払い国数を選択してください ▼

※カード会社との契約によっては分割、リボ払いをご利用いただけない場合があります。特にデビットカードでは通常、分割払い、リボ払いはご利用いただけません。

※カード番号などは決済代行会社にだけ送られ、インフォカートおよび発行書には伝わりません。

※当カード決済システム上、クレジットカード利用控は発行していません。

※手数料はいただきません。

※ご請求の時期についてはご利用の各カード会社にお問い合わせください。

Step 4

商品の受け取り

注文が完了すると購入完了メールが届きます。内容をご確認ください。購入者管理画面に購入した商品のリストが表示されます。商品名の右側にある[ダウンロード] ボタンをクリックして商品をダウンロードします。

税込み 149800 円

24回分割決済に対応

あなたの**価値**を高める
ザ・ポジショニング

▶▶ お申込みはコチラ・・・

追伸

富田です。メール講座お疲れ様でした。

ここまで読んで頂いたという事は、

私と本気で頑張りたい方のはずです。

出版業界の世界に飛び込んで数十年。

沢山の著者さまと出逢わせていただき、

一緒に泣いて笑って、

世界で1つしかない本を作ってきました。

その中で群を抜いていくのは、

ポジショニングが出来ているからです。

もちろん、細かいマーケティング戦略も
色々含まれていますが、

何度もお伝えしている通り、
市場の中であなたが出来る事と、

顧客の深いニーズを合わせないと
ビジネスになりませんし、

負けてしまうというか、

見向きもされません。

そろそろ本気でいきませんか？

もう今のあなたならポジショニングが

どれだけ重要なのは分かるはずです。

後は私に任せてください。

一緒にあなたの場所を作りましょうね。

追伸 その2

松野です。これから先のことを考えて
最も力を入れないといけないことって
一体なんだと思いますか？

インスタグラムなどを筆頭に
人気のSNSでブランディングでしょうか？

もしくは、ホームページやブログを通じて
毎日、必死に記事を書くことでしょうか？
どれも違います。

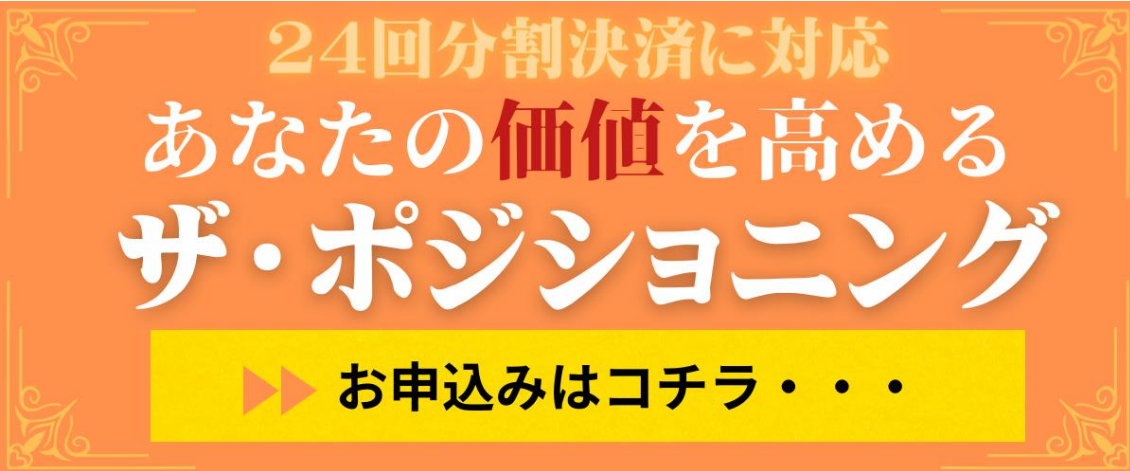
答えは、あなたがいつの時代も
選ばれ続けることです。

つまり、選ばれるのは当たり前の中で
選ばれ続けることが最も大切です。

その為に何をしないといけないのか？
もうお分かりですよね？

これまでを取り返しましょう！
あなたにお逢いできることを
楽しみにしています。

税込み 149800 円



24回分割決済に対応
あなたの価値を高める
ザ・ポジショニング
▶▶ お申込みはコチラ・・・

[特定商取引表示の有無](#)

[プライバシーポリシー](#)

ザ・ポジショニングにおける ZOOM での

グループコンサルティングは、

11 月18日富田・11 月25日松野を合わせて

10 時間前後ございます。アーカイブも残す予定です。

資料等々は富田・松野共々100 ページ前後ございますので

こちらも視聴・お渡しが可能ですのでご安心ください。

宜しくお願い致します。

自分たちのポジショニングを作り上げて

新しい未来を築きあげましょう！私たちにお任せください^^

また当日までにフォローメールを送っていきますね。