

項目		チェック内容	副業の学校・オンラインビジネスの学校の参考授業	メモ
商品	<input type="checkbox"/>	バックエンド商品の概要を決めましょう	バックエンド商品の作成	バックエンド商品を起点にマーケティングを踏み立てましょう
	<input type="checkbox"/>	フロントエンド商品を作りましょう	フロントエンド商品の作成	2ステップを踏むならフロントエンド商品を考えます。ここで利益は取りません
	<input type="checkbox"/>	その商品の価格を決めましょう	商品のプライシング・商品設計の具体的方法① プライシングから考える	
	<input type="checkbox"/>	その商品の大きなカテゴリ(ジャンル)を決めましょう	商品設計の具体的方法③ 必要な項目を客観的に洗い出す	なるべく市場規模の大きいところを選びましょう
	<input type="checkbox"/>	その商品の大きなカテゴリの中で、中カテゴリまたは小カテゴリを決めましょう	商品設計の具体的方法④ 組み立てて管理する	レッドオーシャンの中からブルーオーシャンを見つけましょう
	<input type="checkbox"/>	商品価値のゴール設定をしましょう	商品設計の概要	顧客はその商品を買ったらどうなるのかゴールを明確にしましょう
	<input type="checkbox"/>	商品名を決めましょう	商品名の付け方	
	<input type="checkbox"/>	その商品のタグラインを決めましょう	商品コンセプトの深掘り	
	<input type="checkbox"/>	その商品の商品形態を決めましょう	商品設計の概要	
	<input type="checkbox"/>	商品内容として必要な要素を決めて組み立てましょう	商品設計の具体的方法④ 組み立てて管理する	
	<input type="checkbox"/>	制作期間と制作費用を管理しましょう		
	<input type="checkbox"/>	どのプラットフォームで販売するのか決めましょう	会員サイトの作り方①プラットフォームの選び方	
	<input type="checkbox"/>	決済システムはどこを使うのか決めましょう	決済方法・高額商品の分割	
自己理解	<input type="checkbox"/>	どんな知識がありますか？	自己理解	
	<input type="checkbox"/>	どんな権威がありますか？	↓	
	<input type="checkbox"/>	権威を表すわかりやすい資格はありますか？	↓	
	<input type="checkbox"/>	権威を表すわかりやすい経歴はありますか？	↓	
	<input type="checkbox"/>	人とは違うどんな体験がありますか？	↓	体験やストーリーは強い共感を呼ぶことが多いです。
	<input type="checkbox"/>	どんなことを乗り越えましたか？	↓	
	<input type="checkbox"/>	どんな失敗や黒歴史がありますか？	↓	人はあなたの成功体験より失敗談に共感します。
	<input type="checkbox"/>	どんな性格・キャラクターですか？	↓	人間臭さを表した情報発信は最後にあなたのブランディングになります
顧客理解	<input type="checkbox"/>	市場を俯瞰して観察しターゲットングしましょう	顧客理解	そこが本当にボリュームゾーンなのか？ 競合の手薄なゾーンなのか確認しよう
	<input type="checkbox"/>	ターゲットを絞り込みペルソナまで落としましょう	↓	たった1人に向けて情報発信した時それは100人の人に響きます
	<input type="checkbox"/>	設定したペルソナは本当にボリュームゾーンか考えましょう	↓	ターゲットユーザーの中でペルソナはごくごく一般的な人物なのか考えましょう
	<input type="checkbox"/>	ペルソナの顕在ニーズを洗い出しましょう	↓	
	<input type="checkbox"/>	ペルソナの潜在ニーズを考えましょう	↓	ペルソナの潜在ニーズ(インサイト)は、競合との強烈な差別化になります
	<input type="checkbox"/>	ペルソナの理想の販売者はどんな人物か考えましょう	↓	
	<input type="checkbox"/>	ペルソナのニーズを満たす商品やサービスはどんなものか考えましょう	↓	
競合分析	<input type="checkbox"/>	同ジャンルで類似商品を販売している競合を見つけましょう	競合分析	
	<input type="checkbox"/>	競合のメイン発信媒体を特定しましょう	↓	
	<input type="checkbox"/>	競合のサブプラットフォームを特定しましょう	↓	
	<input type="checkbox"/>	それぞれでどんな情報発信をしているか観察しましょう	↓	
	<input type="checkbox"/>	競合の販売商品は何なのか特定しましょう	↓	公式LINEかメルマガに登録すれば大体わかります
	<input type="checkbox"/>	競合の販売商品の形態を特定しましょう	↓	
	<input type="checkbox"/>	競合の販売商品の価格を特定しましょう	↓	自分の商品の相場観として参考にしましょう(類似商品・サービスは複数みること)
	<input type="checkbox"/>	競合のターゲット&ペルソナを考えてみましょう	↓	
	<input type="checkbox"/>	どのような動線で販売しているか観察しましょう	↓	
	<input type="checkbox"/>	競合のパーソナリティーはどのようなものなのでしょうか	↓	競合とかぶらないキャラ立てを意識しましょう
<input type="checkbox"/>	競合にはない自分の強みや優位性を探しましょう	↓		
情報発信	<input type="checkbox"/>	ライバルにはできなくて、自分に優位性があり、顧客が求めていることを発信しましょう	顧客理解	クロス3C分析をして多角的に自分の立ち位置を考えよう
	<input type="checkbox"/>	自分の参入市場で競合ではまだいないキャラクターを確立しましょう	ブランディングの重要性	

	<input type="checkbox"/>	自分の参入市場でまだ誰もやっていないような“切り口”を持ちましょう	ブランディングの方法	ニッチな方面に絞るか、親和性の高い他ジャンルをかけ合わせよう
	<input type="checkbox"/>	ターゲットとするペルソナはどのプラットフォームにいるか考えましょう	集客方法とチャネルごとの特性	
	<input type="checkbox"/>	ロングレンジのストック型コンテンツを作りましょう	コンテンツタイプとプラットフォームの関係性	資産として蓄積するストックコンテンツをあなたのビジネスを強く支えます
	<input type="checkbox"/>	ショートレンジのフロー型コンテンツで補強しましょう	↓	
	<input type="checkbox"/>	発信のテーマがブレないようにしましょう	ブランディングの重要性	あなたの発信テーマに関係ない事は一切話さないようにしましょう(特に最初は)
	<input type="checkbox"/>	その発信が商品の購入に結びつくように逆算しましょう	↓	
	<input type="checkbox"/>	1記事1発信は顧客にどのようなイメージを持たせるか想像しましょう	顧客目線の重要性	
	<input type="checkbox"/>	すべてのプラットフォームのビジュアルを統一しましょう	ブランディングの重要性	
	<input type="checkbox"/>	ザイオンス効果を発動させるため適切な発信頻度を保ちましょう	何度も同じことを伝えよう	最初のうちは認知拡大のため発信頻度を多めに
マーケティング	<input type="checkbox"/>	クローズドメディアを作りましょう	現代最強のマーケティング手法DRM(リストマーケティング)とは	
	<input type="checkbox"/>	クローズドメディアはLINEですか?メルマガですか?あるいは両方ですか?	クローズドメディアの選択「メルマガとLINEどっちを使うべき?」	
	<input type="checkbox"/>	リスト収集をしましょう	現代最強のマーケティング手法DRM(リストマーケティング)とは	顧客台帳(リスト)は自分のビジネスで最も大きな資産です。
	<input type="checkbox"/>	プレゼント企画を考えましょう	無料オファーの作り方	人は動機がないと行動しません。プレゼントを渡して登録してもらいましょう。
	<input type="checkbox"/>	コンテンツからのリストイン導線を組みましょう	【リストの獲得】個人が無料でできるリージェネレーション	コンテンツ→リストイン流れは、親和性が高いほど濃いリストになります。
	<input type="checkbox"/>	顧客のニーズを認知させましょう	【顧客育成】ニーズ教育とウォンツ教育で優良顧客へ育てる	
	<input type="checkbox"/>	顧客にウォンツを与えましょう	↓	
	<input type="checkbox"/>	リストインしてからのシナリオを考えましょう	ステップ配信の基礎知識・ステップ配信に欠かせない9つの要素	
	<input type="checkbox"/>	プロダクトローンチ(企画)を考えましょう	一撃必殺プロダクトローンチで売上最大化 ① 全体像を理解しよう	
	<input type="checkbox"/>	企画の自動化(エバグリーンローンチ)を組みましょう	完全自動化・エバグリーンローンチの組み方	王道な通年商品を作ってマーケティングを自動化しましょう