



「その他大勢」から
一瞬で抜け出し、
月商100万円を作る
魅せ方の秘密

たった3秒で!! /
見込み客を獲得する
“3つのポイント”を
特別に伝授!!



お客様の心を動かすのは、
最新のマーケティングテクニックでも
ノウハウでもない!!



Sachi Kuwabara

フォトマーケッター 桑原佐知

Contents

- ・ はじめに
..... 03
- ・ 読者様限定！特別特典のおしらせ
..... 05
- ・ ノウハウやテクニックを学ぶ前にやること
..... 06
- ・ 3秒以内に必要か不必要か判断される時代
..... 12
- ・ イメージを変えるだけで売上は好転する
..... 15
- ・ お客様に見つけてもらう仕掛けをつくる新戦略
..... 17
- ・ 写真を変えて売上が飛躍した起業家事例
..... 25

はじめに

近年、インターネットの発展により、情報は洪水化し世の中には商品やサービスが溢れています。

どんなに良い商品やサービスを持っていても、どんなに世の中の役に立つ強い想いを持っていてもお客様に届くことがなければ、存在していないのと同じです。

お客様を感動させ心を動かすのは、最新のマーケティングテクニックやノウハウではありません。

お客様が初めて商品やサービスを知るきっかけは
「ぱっと見たときの印象（=写真）」
です。



写真には、顧客に問題意識を提示する力があり、さらには顧客の欲を掻き立てる力があります。

つまり

写真こそが顧客の心を大きく動かす力があるのです。

世の中に溢れるノウハウやテクニックに振り回されるのではなく、お客様の心に大きな変化をもたらす「写真」を創造し、共感・信頼される環境を創り出す。

それが

マーケティングと
魅せる力でお客様を惹き寄せる
「表現力マーケティング」

なのです。

読者限定企画！ 特別特典プレゼント

発信をしているのに
お客様から見つけてもらえないと悩む起業家さんへ

理想のお客様が



思わず手を止めてしまう

カバー写真がわかる

120分無料個別相談会

※通常55,000円



2つのプレゼントをご用意

特典1 パッと見て好印象を生み出す
カバー写真（ヘッダー）のラフ

特典2 お客様に選ばれる魅せ方をご提案

ノウハウやテクニックを 学ぶ前にやること

- ✔ ブログを書いても、売上につながらない
- ✔ フェイスブックを投稿しても、
仕事にならない
- ✔ 交流会に行っても、仕事が取れない
- ✔ アメブロをカスタマイズしたのに、
反応が変わらない
- ✔ 商品やサービスに自信があるのに、
なぜか伝わらない

・・・こんな方はいませんか？

このような方は大きな壁にぶつかった時に、名刺のもらい方、ブログの書き方、フェイスブックの投稿の仕方、PV数アップのノウハウなど「**ノウハウやテクニック**」を勉強しようとしています。

ですが、ノウハウやテクニックは周りの起業家さんもみんな勉強しています。

ノウハウやテクニックを学ぶ前にやるべきことがあります。

お客様があなたに
<気づくためのシカケ作り> です。

自分が売りに行くのではなく、自分の価値を伝え、見込み客側から「これは私に必要かもしれない」と思っていたかく仕掛けをつくり、向こうから買いに来てくれる仕組みを作り出します。これを創り出すのが表現力マーケティングです。

ちょっと待って！

なんとなく

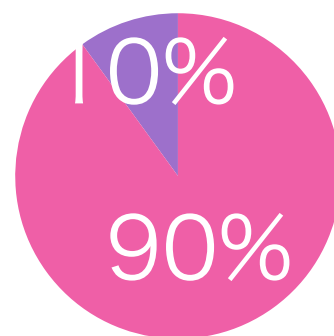
見た目を整えると危険！



アルバート・メラビアンという、アメリカの心理学者が提唱した理論に「メラビアンの法則」というものがあります。

その中でも「見た目が9割」という言葉があります。外見なんて気にしないで、内面を磨けばいいという面もありますが、

残念ながら人の印象は
見た目で9割
左右されてしまいます。



就活などの面接でも「見た目で判断される」「他人がその人をどういう人なのか判断するのは一瞬」という言葉を頻繁に耳にしたと思います。

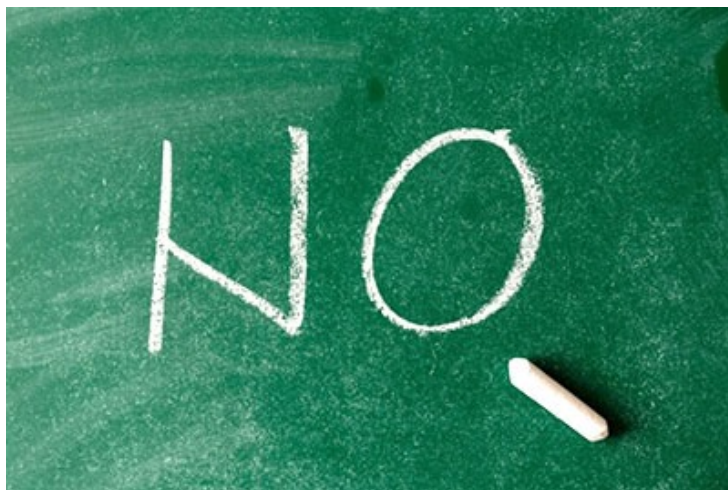
あまりにも有名な言葉なため、フェイスブックのカバー写真や、アメブロのヘッダー、さらには全てをカスタマイズし、「信頼」される見た目に整えようとする方が大勢います。

ですが、ここでちょっと気づいて欲しいことがあります。

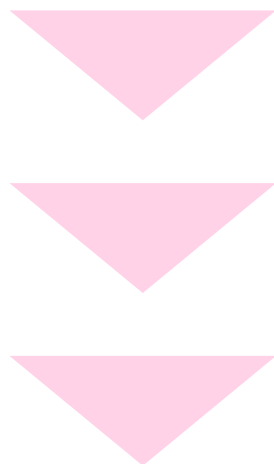
見た目を整えるだけで本当にお客様は商品を購入してくれるのでしょうか？

また、自分の欲しいお客様だけが自分に振り向いてくれるのでしょうか？

答えは **NO!** だと思います。



ではどうしたら、理想のお客様は私たちに振り向いてくれるでしょうか。



答えは、同じような商品やサービスがあるからこそ、

ぱっと見て
何屋さんなのかがわかり、
お客様に価値が伝わる
ビジュアル（=写真）

だと言えます。

3秒以内に必要か不必要か 判断される時代

インターネットのある統計で初めてHPやフェイスブックなどのWebサイトに訪れた人が閉じる×ボタンを押すまでの時間が3秒以内と言われております。



開いたページが「面白くなさそう」と感じると人は3秒以内に閉じてしまうのです。



最初の方は全員が見ている！
ここを変えるだけで反応が変わる！
=カバー写真(ヘッダー)

一番最後は10%の人にしか
見られていません(涙)

そのため私たちはこの3秒以内に自分に興味を持ってもらえる仕掛けが必要だと言えます。

それが

ぱっとみて何屋さんかわかり、
価値が伝わるビジュアル (=写真)

だと言えます。

みなさんは見た目だけで衝動買いをした経験がありますか？

商品を買うタイプは大きく3つに分けられます。

- 1、衝動買いタイプ
- 2、弱衝動買いタイプ
- 3、慎重タイプ

この中でも日本人の8割が衝動買いの経験があると
言われています。

言い換えれば3秒以内に自分にとって必要なものだ！と判断し購入しているということです。

もちろん、購入にまで至らないとしても、あなたのWebサイトやSNSに訪れたお客様が閉じるボタン以外のアクションをしてもらうことが重要です。

ぱっとみて何屋さんであるか、かつ価値が伝わる写真があるだけで、あなたのビジネスの成果に大きな変化を与えることができます。



お客様がスクロールする手を思わず止めてしまう！！
そんな、カバー写真（ヘッダー）が必要です

イメージを変えるだけで 売上は好転する

ここではビジュアルを変えただけで
ビジネスが一気に好転した商品をご紹介します。

不二家
カントリーマアム
売上**108.8%**の
122億1100万円
にアップ！

ビフォー



アフター



株式会社東ハト
キャラメルコーン
リニューアル後
売上**3倍増**

ビフォー



アフター



赤城乳業
ガリガリ君
キャラクター
リニューアル後
年間売上 **1億本突破**

ビフォー

アフター



これらの商品の売上が好転した理由は何なの？

「お客様に一瞬で選ばれる
ビジュアルに変換した」

たったこれだけです。

見た目は私たちが想像している以上に大きな影響を与えています。

ですが闇雲に変えればいいわけではなく、お客様に見つけてもらうための戦略を練った上で変える必要があります。

お客様に見つけてもらう 仕掛けをつくる新戦略

見つけてもらうためには大きく分けて3つを明確にする必要があります。

1

独自の商品

2

ペルソナ

3

USP

1

独自の商品を創造する

商品づくりを考える際には大前提があります。それは起業して成功している人は「自分のやりたいこと」ではなく「**求められていること**」や「**できること**」からビジネスをスタートさせています。

例えば、「私はアフリカを救うために仕事がしたい」と思ってもそこに市場がなければビジネスとしては続きません。

逆を言うと自分のやりたいことを優先して商品を作ってしまった人の多くは事業をなかなか起動に乗せることができません。やりたいことで成功した人にスポットが当たりやすいものですが、その影にはやりたいことで失敗した人が多いことを忘れてはいけません。

ではどうやって「求められていること」を探せばいいのでしょうか？



ここで自分だけの強みを探してみましょう

「なぜ〇〇にしないのだろう」と思うことや、自分は何度も経験しているけれど他の誰かにとっては初めての経験であることはありますか？

自分よりも立場が上の人やビジネスが成功している人から「やってみる？」と言われた経験が強みになります。

2

ターゲット設定（ペルソナ）の絞り方

ターゲット顧客を検討する際、よくある懸念の声は「絞り込んで捨てる＝売上が減る」と考えてしまう方がいます。

確かに、顧客を絞り込むことで顧客が減るように感じるかもしれませんが、全面禁煙にして喫煙者を排除したことで価値を高めたスターバックスや、女性専用車両の設定によって女性顧客から歓迎された鉄道会社のように排除されずに残ったターゲットには喜ばれて価値が高まる例もあります。



ライバルの多い市場では全員に好かれて中庸な存在になると誰からも選ばれません。

特に好かれないお客様を
たった一人に設定にすることで
やっとその人に刺さる商品となります。



ここでペルソナを考えてみましょう。

あなたの理想のお客様はどんな人でしょうか？年齢や性別だけでなくその人の悩み、不安、不満、痛み、解決したい問題、満たしたい欲のそれぞれを書き出してみましょう。

A large, empty rectangular box with a light gray border, intended for writing notes or ideas related to the persona exercise.

3

重要なのは「事実」ではなく「商品のウリ（USP）」

多くの起業家はできるだけよい商品・サービスをお客様に提供しようとするものです。

そのこと自体は真っ当なことですが品質がよければ必ずしもお客様に選んでもらえるわけではありません。それは消費者の多くが「客観的な比較・検証」をできるほど商材に関して高い人物ではないからです。

また、商品やサービスの細かなスペック情報を知ったとしても、自分にとっての意味や価値として解釈するには相応の知識や経験が必要になるためでもあります。

ですから圧倒的に優れた商品を作ったとしても、お客様が存在を知らなかったり、「性能が優れている」と認識してもらえない限り選ばれることはありません。

そこで重要なのがお客様の中で優れた価値を想起させる「USP」があって初めて購入検討の候補になります。

USPとは

Unique Selling Propositionであり
簡単に言えば顧客が買いたくなるような
他との違い、商品のウリです。

いくら他と違っていても顧客が「おっ！」と思わないのなら無意味なのでポイントは顧客がこの商品を買ってどうなれるのか？どんな未来になるのか？が重要です。

そのためにも最初にペルソナを決めます。

顧客と売る側にとっての価値の捉え方が似て非なるもので、売る側の目線は「顧客は優れた価値で商品やサービスを選ぶ」と思っている一方で、顧客側の目線は「顧客は知覚された価値（USP）で商品やサービスを選ぶ」と捉えているのです。



ここでUSPを考えてみましょう！

多くの競合他者がひきしめき合う中で、あなたから購入しないという選択もあるに関わらずなぜ、あなたの商品・サービスを選ぶのでしょうか？

あなたにとって当たり前のことなのに、周りの人から「これがいい！」と褒められたことを書き出してみましょう。

A large, empty rectangular box with a light gray border, intended for the user to write their unique selling points (USPs).

これらのことを考えた上で、
フェイスブックのカバー写真を作り
さらに飛躍した起業家さんを
ご紹介します。

シゴトをフォーカスしてお願いされる高額商品を構築する
フォーカスメソッドプロデューサー
山崎昌弘さん

Before



最初の月額7桁目指すには
これだけやれば上手いく

起業1年目のムダな行動を捨てる
売上獲得への道筋を未然に防ぐ

フォーカスメソッド5ステップ
～Step1 ヒットメイクオペレーション編～

フォーカスメソッドナビゲーター
山崎昌弘

その売上に繋がらない
無駄な仕事、
捨てるませんか？

無料小冊子 期間限定プレゼント中

After



捨てるれば
全てうまくいく

focus

フォーカスする、いわば他を捨てるといったUSPに対して一見ネガティブなイメージをポジティブに魅せるためにゴミ箱ではなく、紙を上になげることでポジティブさを表現。

山崎さんの爽やかな雰囲気を出すために白と水色で統一し、「捨てれば全て上手くいく」というキャッチコピーでギャップを狙いました。

写真を変えて・・・

- 1週間もしないうちに、
某出版社から初の出版オファー
- キャンペーンでは2週間で
1567ダウンロード
(前回より719ダウンロード増加)
- 最高月商800万円以上を突破

親子のコミュニケーションをスムーズにして、
子どもの発達を加速させる

こども発達プライベートコーチ

吉野加容子さん

Before



After



吉野さんのサービスの場合、通常の発達フォローと違って吉野さんが子供へ直接関わるのではなく、吉野さんがお母さんに子供への関わり方を教えます。そのためメインは子供ではなく、お母さんになるような写真にしました。

発達障害というネガティブなイメージをぱっとみて明るい印象にもたれるよう黄色で全体を統一。またコラージュのような仕上がりにし、優しさと子供らしさを表現しました。

写真を変えて・・・

- 起業4ヶ月で月商100万円を達成
- 最高月商350万円突破
- アメブロのPV数が一気に増加
- メルマガへのご登録が4倍以上に。
(平均月30件のご登録)

たった3分で水嫌いをなおす！
家族で楽しむしあわせお風呂時間
水嫌い専門家 萩原水希さん

Before



After



以前の写真もよく見れば「お水嫌いを治す」ということはわかりますが、プロとしての雰囲気伝わってきにくいものでした。

そこで今回は親子でお風呂を楽しむというふんわりした雰囲気に改善しました。また、この写真は誰でも写真は撮ろうと思えば撮れるけれど、ここまでやる人はいないであろうと思い本物のバスタブで泡風呂に入ることによりリアル感を出しました。

写真を変えて・・・

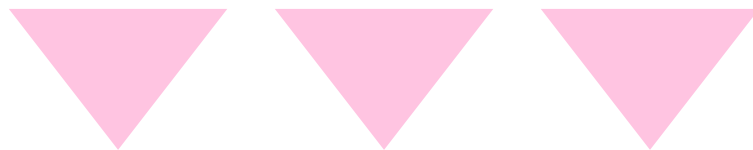
- 個別相談が0件だったところ
一気に10件のお申し込みを頂き
満員御礼！
- 個別相談後の満足後98%
- 初の継続プラン契約！

※現在は写真の作成はしておらず、商品を魅力的に見せる専門家としてディレクションとコンサルティングをしております。

見た目が重要だからといって闇雲に作るのではなく
きちんと<気づかれる仕掛け>を考えることで
確実に結果を出すことができます。

闇雲にビジュアルを変えるのではなく、理想のお客
様に気づいてもらえるための仕掛けを考えた上で作
成しましょう。

もしこのテキストを実践しても理想のお客様に<気
づかれる仕掛け>が今ひとつピンと来ないという方
は次の読者様限定 特別特典をご覧ください。



【このような方のお力になれると思います】

- ✔ お客様に自分の商品を知ってもらいたい
- ✔ 売り込みをやめて
 お願いされる起業家になりたい
- ✔ 理想のお客様に出会える仕組みが欲しい
- ✔ 目を引くデザインをつくるための
 考え方が知りたい
- ✔ ビジネスを再構築したい
- ✔ 自分の商品の魅力を引き出したい

【なぜ無料でお受けするのか？】

私は起業家のプロデュース・コンサル業を通して、
起業家さんの持つサービスを必要な方に届けたいと
思っております。

素晴らしいサービスや商品を持っているのに、お客
様のためにという強い想いを持っているのに「魅せ
方」がわからないために理想の未来からかけ離れて
しまっている起業家さんの下支えになりたいと思っ
ております。一人でも多くの悩みを知り研究材料に
するため無料にさせていただいております。

【こんな方はお断りさせていただきます】

- ・ **素直に即行動しない方**

成果や変化と一緒に喜びたいため、ノウハウを学びたい・知りたいだけで「なんとなく話を聞いてみたい」という方はお断りします。

- ・ **他にコンサルタントをつけている方**

ビジネスの師は1人という考え方をしております。
どちらもの提案を聞いて迷ってしまうのはみなさんです
迷いながらの行動では結果が出にくいからです。

- ・ **半年で月商100万円以上の収入を望まない方**

今が0でもいいのですが、そこまでは本気ではないというかに関しましては私の想いが熱すぎるかもしれません。

- ・ **キャンセルされる方**

この世の中で「時間」だけは絶対に戻りません。
キャンセルをされると他の方の予約が取れなくなったり、
お互いの時間が無駄になってしまうため、
キャンセルが続く場合は、こちらからお断りいたします。

条件を満たしていない方のお申し込みはお断りしますのでご了承ください。

読者限定企画！ 特別特典プレゼント

発信をしているのに
お客様から見つけてもらえないと悩む起業家さんへ

理想のお客様が



思わず手を止めてしまう

カバー写真がわかる

120分無料個別相談会

※通常55,000円

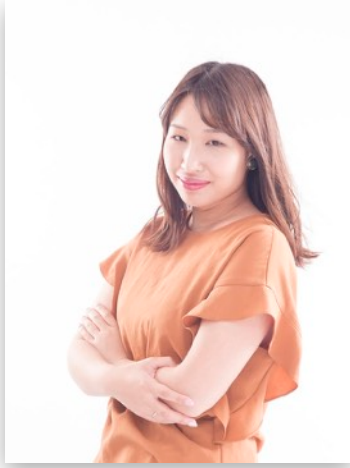


2つのプレゼントをご用意

特典1 パツと見て好印象を生み出す
カバー写真（ヘッダー）のラフ

特典2 お客様に選ばれる魅せ方をご提案

筆者プロフィール



表現力プロデューサー
桑原 佐知

自分の可能性を試したいと奮起し公務員を辞めて起業する。1枚の写真で売上をあげるコンセプトフォトグラファーとしてビジネスを始めたものの、独自の商品を作る前に、写真を撮る人の多さに気がつく。

そこで売れる写真を作るための商品コンサルティングを主としたプロデューサーとして活動していくことを決める。

過去関わったコンサルティングのクライアント数は1ヶ月で30名以上を超え、ビジネス初心者から150倍の価格で売り出すことに成功。

現在もセラピスト、コーチ、デザイナー、先生業、店舗経営者、コンサルタント、講師業など様々な分野のプロデュースをしている。

見ただ目で魅せる マーケティングカバー写真 新戦略

著作権

2018年7月24日発行

発行所 表現力プロデューサー 桑原佐知

東京都世田谷区玉川2-1-16

(販売・ライセンスについてお問い合わせ)

本教材、および収録されたコンテンツ、著作権、知的財産権によって保護されていることがもちろんですが、購入・ダウンロードされたコンテンツ、あなた自身のビジネスのために役立てる用途に限定して提供しております。

教材に含まれるコンテンツを一部でも書面による許可（ライセンス）なく複製、改変するなど、またあらゆるデータ蓄積手段により複製し、オークションやインターネット上だけでなく、転売、転載、配布等、いかなる手段においても一般に提供することを禁止します。

転載、教育を希望する場合に別途ライセンス契約が必要となります。

Photo : designed by Freepik