

ビジネスのジャンル選びで悩んでいる、今ビジネスを行っているJALで、これからも続けるべきか悩んでいる。自分が選んだジャンルは、高額商品が売れるジャンルなのか知りたいあなたはこのように感じてはいないでしょうか？もしそうなら今回の動画はかなりあなたのお役に立てるはず。コンテンツマーケターの黒野です。今回は高額商品が売れるコンテンツビジネスのジャンル36選を発表していきます。

コンテンツビジネスを始めるときに、市場規模やライバルなど一切調べず、自分の好きなことだから、自分が得意だと感じているから、過去に経験したことがあるから、このような理由でビジネスジャンルを決めてしまう人は非常に多いです。もしあなたがこのような理由でビジネスジャンルを決めていたとしたら、おそらくあなたは今、商品がどうこう言う前に、もうそもそも集客ができない、集客はできるようになったけど、商品が売れない商品は売れるようになったと思ったら、今度は購入者からのクレーム、このような解決しても、次から次に湧き出てくるような問題に慢性的に悩まされていることでしょう。

残念ながらビジネスジャンルを自分の経験の範囲内で決めてしまった人っていうのは、こういった悩み、これからも悩み続けることとなります。しかしご安心ください。今回の動画では、高額商品の販売をある程度自動化できるビジネスジャンルを36個に厳選してあなたに紹介していきます。

ですから今回紹介するジャンルから派生させていけば、必ずあなたに合ったジャンルを見つけることができるはず。実際私が運営するプロメテウスという有料のオンラインスクールでは、ビジネスジャンルの決定を最重要事項として、最初のステップで行うので、初心者でも入会から1年以内に収益化に成功できる方が、なんと70%を超えています。

また中には入会からわずか44日間で354万円の利益を得ることに成功するような方もいます。ぜひあなたも今回紹介するビジネスジャンルを参考にして、あなたに合うジャンルを見つけてみてください。また今回の動画の最後ではコンテンツビジネスを始めるまでの流れを5つのステップで紹介しているので、必ず最後まで確認してみてくださいね。それでは、初めに今から紹介するビジネスジャンルの選別基準について説明していきます。36個を選んだ基準は二つあります。一つ目の基準が20万円以上の商品コンテンツが売れるジャンルであることです。

5万円とか10万円の商品でも、高額商品として考えることはできるんですが、それを含めると、紹介すべきジャンルが多くなりすぎて、厳選しているとは言えなくなってしまうので、選別基準の一つ目として、20万円以上の商品コンテンツが売れるジャンルであることとしました。

基準の二つ目は1人でも自動化が可能なジャンルであることです。人を雇って教育できるのなら、焼き肉屋さんやろうが、エステをやるのが、どんなビジネスでも自動化することができます。そうなるともう何でもOKなことになってしまうので、選別基準の二つ目として、1人でも自動化が可能なジャンルであることとしました。もしかしたら今から紹介するビジネスジャンルがなぜこの二つの基準をクリアできるのか、その理由が知りたいという人もいます。その場合は高額商品の販売を自動化できるビジネスジャンルの条件という動画を概要欄に貼っておくので、そちらをご確認ください。

今回の動画では長くなるので条件の説明は割愛します。今回は36と数が多いので早口でどんどん進めていきますね。まず一つ目はメンタルコントロールに関するジャンルです。例えば不安の解消だったり、挑戦する勇気を見つけるコンテンツ、あとは自信をつけるなど、こういったメンタルに関する悩みはいつの時代にも存在しているので、一度売れる流れを構築できれば、長期から安定的な売上を保つことができます。

二つ目は、女性のマネジメントです。社員のマネジメントに関するコンテンツでもいいんですけど、男性と女性とでは、脳の構造が異なるので、マネジメント方法も異なってきます。にもかかわらず、世の中にあるマネジメントの情報は、男性向けに偏ってます。

ですから女性の社員や部下を動かすことに難しさを感じているビジネスマンをターゲットに、女性向けプレゼン資料の作り方とか、共感力を上げる方法、不安を解消する伝え方、こういった情報をまとめるといいです。3個目4個目は同時に説明していきます。

子供の教育と子育てです。この二つって一緒じゃないの？とあなたは思うかもしれませんが、しかし、ニーズが異なるので、分けてコンテンツを作っておかないと、集客まではできても、商品が売れない状態が続くことになってしまうんです。3個目の子供教育は、視点が子供のためなんですけど、4個目の子育ては、視点が親のためなんです。

例えば、子供の教育ジャンルでは、モンテッソーリ教育シュタイナー教育ローンメソッドのような子供の能力上げることに関するコンテンツがメインになっていきます。対して子育てジャンルでは、子供とのコミュニケーション、幼児食イライラ解消のような親が抱える問題を解決するコンテンツがメインになっていきます。

ですから、子育てに関するコンテンツを販売しようと考えた場合、子供の能力に関する悩みなのか、それとも親自身に関する悩みなのか、どちらを解決したいターゲットなのかを明確にしておかなければなりません。少しペース上げていきますね。5個目は、肩こり腰痛の原因解明です。

肩や腰の痛みを改善するだけだったら、もう整骨院だとか、マッサージ屋に行くことで解決しちゃいます。また簡単なストレッチ方法などは、YouTubeで検索すれば、もういくらでも無料で情報収集できてしまいます。しかし、整骨院やマッサージ屋さんに行っても、YouTubeでストレッチ動画を見ている、結局のところ、痛みが発生してる根本的な原因まではわからないですよ。

ですから、痛みのある筋肉の名称は何なのかだったり、筋膜の対応箇所、拮抗筋がもたらす影響、こういった情報をコンテンツにまとめて、健康にアプローチする筋トレ方法などを、有料コンテンツにするといいです。6個目は男性向けのスキンケアなんですけど、化粧品を紹介したり、メイク動画をコンテンツにするわけではありません。なぜならそういったコンテンツはすぐに飽和してしまって、コンテンツを作り続けると集客ができなくなっちゃうからです。ですから、ニキビ肌に効果的なセーブ、ファンデーションの効果、自分に合う化粧品の選び方、このように、スキンケアが何に効果的なのかを医学的根拠をもとに説明するコンテンツをまとめていくといいです。7個目はセールス営業です。商品を売るという概念がなくなる限り、営業という売り込みに関する悩みを抱える人たちは存在します。例えばラポールはどうやって計算すればいいのか、アイスブレイクでは何を話すべきか、クロージングはいつ行うべきなのか、このように電話や対面で商品を売り込むときに出てくる悩みをコンテンツにまとめておくといいです。

8個目は就職活動です。企業から人を雇用するという概念がなくなる限り、就職活動に関する悩みもなくなる限り、例えば面接で何を話す

べきか質問

されたときにどう受け答えるべきか、エントリーシートには何を書いておくべきか、こういった内容をコンテンツにまとめておくといいです。

9

個目は美容のための解剖学です。解剖学の専門情報自体はたくさんあります。しかし専門知識のない人が日常生活で使える形で理解できるような体の情報をまとめたコンテンツってほとんどないんですね。ですから、ふくらはぎが太くなる歩き方だとか、食い縛りの改善とか、美尻を作るなど、解剖学で説明するコンテンツをまとめていくといいです。

10個目のジャンルは瞑想です。このジャンルはかなりの高額でもうコンテンツが売れる市場でして、私の友人も120万円で瞑想のコンテンツを買ってる人がいました。例えばパフォーマンス向上だったり、佐俣瞑想マインドフルネス瞑想などの情報を、医学的根拠をもとにコンテンツにしていくといいです。

11個目はセールスデザインです。デジタル化が進めば進むほど、このスキルも必要になっていくので、それに伴って悩む人も増えていきます。例えばプレゼン資料のデザインはどうするのかだったり、広告のデザインはどうすべきか、サムネイルはどうするのか、このようなコンテンツをまとめておくといいです。

やっと3分の1まで来ましたね。ペース上げて説明していきます。12個目は組織構築です。例えば部下との接し方、仕事をするときに部下とのコミュニケーションに悩む人多いですよね。自分のモチベーションを保つことはできても、他人のやる気を上げるのに苦労してる人はとても多いです。

組織の教育方法、これをマニュアル化するのって難しいですよ。こういったコンテンツをまとめておくといいです。13個目は伝え方に関するジャンルです。今の時代はライフスタイルが対応したこと、同じ日本に住んでいても、職業、年齢住んでいる地域見ているSNSによって、普通が人によって異なります。

あなたにとっての普通が相手にとっては普通ではないんです。日本語でやり取りしてるはずなのに、言いたいことが伝わらないと悩む人も多くいます。だから話し方だとか、納得させる方法、人を動かすテクニック、こういったコンテンツをまとめておくといいです。14個目はパブリックスピーキングです。

これは大勢の前で話すスキルですね。例えばセミナーをしたり、プレゼンテーションの話し方だったり、ボディランゲージをどうするかなど、こういった内容をコンテンツとしてまとめておくといいです。15個目は開けられない女性です。このジャンルでは注意してほしいことが一つあります。それは持てない女性をターゲットにする自動化の難易度が上がってしまうということです。なぜなら持てない女性をターゲットにコンテンツを作る人が多くいるので、コンテンツを作り続けると埋もれてしまうからです。

ですからもてるんだけど、飽きられちゃう女性をターゲットにするといいですね。例えば、浮気されない方だとか、セックスレスを解消する方法だとか、あとは男を依存するテクニック、こういった情報をコンテンツとしてまとめておくといいです。16個目は女性からまた会い

です。

ここで気をつけてほしいことは、また会いたいと思われるということなので、一度はデートに誘うことができている男性をターゲットにするという点です。女性をデートに誘うことすらできないような同店をターゲットにしてしまうと、同じような人を狙うライバルで飽和します。ですからマッチングアプリで女性と会える人だとか、何パーできるレベルの人をターゲットにして、デート中の会話だったり、ホテルへの誘い方女性をリピーターにするCECの方法などをまとめるしましょう。17個目は禁煙マインドです。正しい禁煙の方法論だけだとネタ切れしてしまうので、忍耐力、習慣化、対処療法といった、禁煙するために必要なマインドを、本展としてまとめるといいです。

18個目は占いの勉強方法です。占いを自分で行うサービスを売ろうとする人は多いんですが、残念ながら占いの市場は、テレフォン占いを行う企業が多額の広告費をかけて集客してるので、非常に自動化の難易度が高くなります。ですから、占い系のジャンルでビジネスを行う場合は、占ってほしい人ではなく、占いを勉強したい人をターゲットにしましょう。

例えば四柱推命だったり、占星術、タロット占いの勉強方法を本店としてまとめておくといいです。ようやく半分まで来ましたねどんどん行きましょう。19個目はスポーツマインドです。単純にテクニックや方法をまとめてもいいんですが、そこを有料にしてしまうと集客するための無料のコンテンツを作ることが難しくなってしまいます。

ですから、テクニックや方法は全て無料で公開していき、それを継続するためのマインド、つまり体幹トレーニングだとか継続力、モチベーション維持に関するコンテンツをまとめていくといいです。20個目はダイエットマインドです。ダイエットの方法を売ろうと考える人がほとんどなんですが、ダイエットのテクニックや方法は完全に壊し切っています。毎年毎年新しいダイエット法が出ては消え、出ては消えを繰り返していますよね。

結局ダイエットで重要なことは、どんなダイエットを行うかではなく、それを継続するためのマインドになります。ですから目標設定のやり方だったり、運動を続ける継続力、モチベーションを維持する記録の付け方、このような情報をコンテンツにまとめていく通りです。

10個目はeスポーツです。このジャンルに関しては、実際に60万円でコンテンツを買ってる友人が3人います。ポジション関係やエイム練習方法メンタルケア、このような内容を、FPS格ゲーりに絞って、コンテンツにしていくといいですね。

12個目はゲーム実況者のあり方です。このジャンルに関しても実際に私の友人が年間120万円のコンサルを契約していました。例えば検索ボリュームの測定方法だとか、サムネイルのデザイン、クリック率の上げ方などをまとめてコンテンツにするといいです。23個目はオリジナルプラモデル作成方法です。例えば塗装の方法だとか、プラ板のデザイン方法、装飾こういった内容をコンテンツとしてまとめておくといいです。実際にこういった内容をブログやYouTubeにまとめてる人っていうのはいるんですが、ビジネスとして行っている人がほとんどいません。ですからこういう趣味系の悩みに関するジャンルは長期にわたって自動化しやすいと言えます。24個目は語学学習です。

ただこのジャンルでビジネスを行うときに注意してほしいことっていうのは、英語学習系はかなり自動化の難易度が高いということです。ブログ、YouTube、インスタTikTok、どの市場でも必ず英語学習に関するジャンルでビジネスを行ってる人っていうのいますし、企業も広告費をかけて宣伝しています。ですから、英語に関する内容でビジネスを行うと考える場合は、ペルソナをかなり明確に作っておかなければなりません。

語学学習のジャンルは英語ビジネスをするときだけ注意が必要ですね。内容としては暗記すべきフレーズだったり、ネイティブの表現はどちらが正しいのか、スマホで学習する方法。このように直接英語や中国語ドイツ語といった外国語を教えるのではなく、その言語の学習方法自体をコンテンツにするといいです。

やっと3分の2まで来ましたね。まだまだ面白いジャンルがあるので、最後まで集中していきましょう。25個目はアイデア出しです。広告業や企画部に所属する人、インスタグラマーなどアイデアを自分で出さなければならぬ仕事は多くありますよね。今後は自分でアイデアを出してまとめるスキルがより一層求められる時代になっていきます。

そういう人たちをターゲットに、読書の方法、ブレンダ部、エクスカーション方、このような内容をコンテンツにまとめていくといいです。次6目はSNS解析です。このジャンルのターゲットは主にフリーランスや中小企業の経営者向けになります。ですから個人をターゲットにしたSNSで稼ぐ方法のような副業系と混ぜてしまわないように気をつけていきましょう。例えば、インプレッションから改善策を導き出す方法だったり、エンゲージメントがどうなっているのか、アナリティクスではどこを見るべきか。

このようにSNSのデータを見ることで、どのような結論が導き出せるかをコンテンツとしてまとめるといいです。27個目はペット飼育です。このジャンルに関してはコンテンツではないんですが、コンサルを年間250万円で契約してる友人がいます。爬虫類の飼育だったり、哺乳類、つまり犬とか猫とかのしつけ方、哺乳類が行う行動の意味、こういった内容をコンテンツにまとめておくといいですね。

28個目は格闘技です。ユーチューバーの影響もあって、格闘技を始める人が増えてきています。しかし、格闘技のノウハウやテクニックを



まとめているコンテンツは非常に少ないんですね。ですからミドルキックのスピードの上げ方、自宅のできる練習方法、フックの仕方、こういった情報をコンテンツにまとめるといいです。

29行目はモチベーションです。やる気の出し方だったり、すぐに行動に移す思考法、継続力を身につけるなど、こういった内容をコンテンツとしてまとめていく東井です。ただこのジャンルは少し抽象度が高いコンテンツになりやすいので、必ず心理学だとか、脳科学といった科学的根拠を解説に入れるようにしていきましょう。

30個目は人相学です。相手の考えを見抜くだったり、ターゲットによっては裏切りの回避、DVの回避といったコンテンツになっていきます。ただ人相学をまとめるだけでもいいんですが、恋愛のための人相学経営のための人相学、人付き合いの人相学、このように、ターゲットにとって必要な情報だけをコンテンツとしてまとめておくことで、ライバルが増えたときも、差別化しやすくなります。

それによって長期にわたって売り上げを安定させることができるなというわけですね。31個目は勉強のやり方です。例えば計画表の作り方だったり、ノートをまとめる方法、暗記術、こういった情報をコンテンツにしておくといいですね。このジャンルでビジネスを行うときは、受験勉強している学生なのか、それとも資格や仕事の勉強してる社会人なのかで、ターゲットを明確に分けておく必要があることだけ注意してくださいね。32個目は片付け、整理整頓マインドです。このジャンルでビジネスを行うときは、片づけや整理整頓のやり方だけでなく、視覚情報が脳に与える影響だとか、集中力がアップする理由、整理整頓で考える手順といった情報をコンテンツにしていってください。

一歩間違えると、ただのお役立ちコンテンツになりやすいジャンルなので、気をつけていきましょう。33個目はコミュニケーションです。AIが発展して人と人が変わらなくなるような社会にならない限りは、コミュニケーションに関する悩みが尽きることはないですよ。例えばたのみ事や誘いを断ることができない人、初対面の人を見極める方法が知りたい人、信頼関係を築くことが難しいと悩んでる人。

こういった人たちをターゲットにコンテンツをまとめていくといいです。34個目はプレゼン資料の作り方です。例えば社内プレゼンの作り方だったり、契約を取るための社外プレゼンの作り方、グラフのまとめ方、こういった情報コンテンツにまとめていくといいです。いよいよ最後のページですね。

35個目は問題解決の思考法です。インターネットの発達とスマホの普及で、情報自体は誰でも簡単に手に入れることができるようになりました。しかしどれだけ情報を得ることができたとしても、自分の抱える問題を解決できるな人は増えていません。なぜなら、人々の思考力が上がったわけではないからです。

ですから論理的に物事を考えるロジカルシンキングだとか、物事を水平的に考えるラテラルシンキング問題が起こってる根本を見つけ出すロジックツリー、こういった情報をまとめていくといいです。ラスト36名は文章の書き方です。インターネットが発達すればするほど、人が文章で情報を得る機会は増えていきます。それに伴い文章の書き方に関する悩みも増えていくので、クライアントに送るメールで使うビジネス文章だとか、商品売るためのコピーライティング、集客のためのブログ記事の書き方こういった情報をコンテンツとしてまとめておくといいです。このジャンルは、今後も市場が拡大していくので、おすすめですね。今紹介した36個、一覧しておきますね。これらのジャンルはコンテンツビジネスを行うのであれば、かなりおすすめのジャンルになるので、もしあなたがジャンル選びに悩んでるのであれば、この中から選んでもらえればと思います。

この中に自分ができそうなジャンルがないよとあなた感じるかもしれませんが、今の自分が持っている知識や経験でビジネスを始めようとするのではなく、ビジネスを始めてからそのジャンルの情報を新たに仕入れていく。この感覚を持たなければ、いつまでたっても市場は拡大していきません。不動産会社で働く人たちは、最初から不動産に詳しくたわけではありません。不動産会社で働くようになったから不動産について詳しくなっていくんです。

保険の営業してるたちは、最初から保険の知識があったわけではありません。保険の営業を行うようになったから、保険について詳しくなっていくんです。コンテンツビジネスで成功してる人たちも同じです。そのジャンルについて知識があり、詳しくたから成功しているわけではありません。コンテンツを作るために情報を新たに仕入れていくから、そのジャンルについて詳しくなっていく、最終的に高額でも売れる商品コンテンツを作れるようになるんです。

にもかかわらず、今のあなたの中にある知識や経験でコンテンツを作ろうと考えていたら、いつまでたっても見込み客を集めることなどできません。ですからコンテンツを作るために情報を新たに仕入れていく、この感覚を持つことがとても大切です。それではコンテンツビジネスを始めるまでの手順を軽く説明していきますね。

まず最初のステップでは、ビジネスジャンルを決めていきます。これ当たり前ですよ。ビジネスジャンルが決まっていなかったら、集客対象のターゲットも、売るべき商品も決めることができません。ですからまずはビジネスジャンルを決めることから始めていきます。このビジネスジャンルについては今回36を紹介してるので、参考にしてくださいね。

ステップ2が、ターゲット、またはペルソナの設定です。ターゲットをより深く分析したペルソナを作った方がいいに決まっているんです

が、自分の選択したビジネスジャンルに詳しくない場合、ペルソナを作る難易度が非常に高くなります。ですから選択肢はビジネスジャンルに詳しくなるまでは、ターゲット設定に力を入れていきましょう。

ステップ3は集客できるかどうかの確認です。これをする前にいきなり商品作成を始める人って非常に多いんですが、集客ができないジャンルの場合、いくら頑張ったって商品が売れませんからね。強力なライバルがいたり、同じターゲットを狙うライバルで飽和していたり、こういう場合は、再度ステップ1からやり直す必要があります。集客が自動化できる見込みがないジャンルは最初から手を出さない。これが全てのビジネスの基本です。ステップ4が一般公開するコンテンツ作成になります。ブログとかYouTube、インスタTikTokBuzzFeedなどのインターネットメディアで公開するコンテンツを作っていきます。

動画が主流の時代なので、コンテンツビジネスを行うんだったら、YouTubeやバズるぞといった長編動画アップできるメディアを作っておくといいですね。もし長編動画が難しいようだったら、TikTokインスタグラムのリール動画とかから始めてみてください。最後ステップ5で商品コンテンツを作っていきます。本当に多くのうまくいかない人が勘違いしてしまっているのが、まず商品を作ってから集客の仕方や販売方法を考えるんですが、それだと商品を求めている人が実際にどれぐらいいるのかわかりません。

運よく作った商品を求める人がいればいいんですが、いないと判明した場合、商品コンテンツ作成に使った時間は無駄になってしまいます。こうなると、売れるかもしれない売れないかもしれないという、ただのギャンブルになってしまいますよね。ですから必ず商品コンテンツ作成は、ステップ1、2、三、四を行った後、全ての工程の最後に行うようにしてください。

コンテンツビジネスを始めるまでの順番は非常に重要なことなので、動画コンテンツを別で用意しています。今話した五つのステップが頭に入っていなかった人は、概要欄に貼っておくので必ず後で確認しておくようにしてくださいね。では具体的にこの手順でコンテンツビジネスを行っていくと、どんな結果が出るのかということが気になりますよね。ですから私の運営するコンテンツマーケティングはプロメテウスの会員さんを3名紹介していきます。

1人目は、家電メーカーで配送業を行いながら海外不動産のネットワークビジネスを行っていた、当時44歳の会員さんです。この方はネットワークビジネスの組織に向けてマニュアルを作るときに、自分の考えやアイデアを言語化することに非常に苦労したそうなんです。その経験から自分と同じように、考えやアイデアを言語化することに苦労してる人をターゲットにし、ノート活用術とアイデアのまとめ方に関する商品コンテンツを35万円で販売しました。その結果、プロメテウス入会からわずか1年半で何と3000万円以上の利益を出すことに成功しています。この方の特徴として、集客コンテンツの数が非常に多いことが挙げられます。

1円も広告費をかけずに1年半で3000万円の利益ですから、コンテンツの作り方を定めて量産することで、無料でも大きな利益を出せるんですね。2人目は、開発関係の仕事をしている当時33歳の会員さんがいます。この方はTwitterでコンテンツ販売を行っていましたが、集客が安定しないとか。

高額商品の作り方、売りがわからない、このような悩みを抱え、このまま続けても改善が見えないと感じたことから、プロメテウス入会されました。そして、健康と美容のマインドに関する商品コンテンツを39万円と59枚で販売し、最大月収で621万円を達成されました。

この方の注目すべき点は、健康や美容に関するノウハウを商品とするのではなく、メンタルをコントロールするマインド商品にしたことです。ダイエットや美肌のノウハウ、肩こり改善やストレッチノウハウなどを教えるアカウントも商品も飽和しきっています。しかし健康法や美容法を実施するためのメンタルコントロールに関する商品はほとんどありません。

頃にニーズはあるにも関わらず、まとまった情報があまりない市場で集客を行うことで、誘拐から半年で1000万円以上の売り上げを達成し、最大月収で621万円という大きな結果を得ることができているんですね。3人目は、キックボクシングジムを運営されている入会当時26歳だった会員さんです。この方は日本人の多くが心を許せる友人がいないという孤独感を感じることを見つけました。

意外にも家庭を持っていても孤独感を解消したいというニーズは強いみたいです。そこでコミュニケーションのジャンルで、友達の作り方に関する商品コンテンツを1万円3万円20万円という価格帯で作成しました。すると、プロメテウス入会してからわずか44日間で20万円が14名、3万円が22名、1万円が8名に購入されたんです。

結果、入会からわずか44日間で354万円の利益を出すことに成功されました。売れる商品をリサーチするのではなく、世の中のニーズをリサーチすることで、友達の作り方のような、通常で売れるイメージが湧かない商品でも、短期間で大きな利益を生み出すことができるんですね。今紹介した3名のように、需要と供給のバランスを考えて、ビジネスジャンルを決めていけば、ターゲットが大きくずれない限りは大きな利益を継続的に得ることが可能なんです。

それでは最後に、今ある知識でコンテンツを作っただけではいけないということを話していきます。そもそも、一個人が過去に経験したことで作られたコンテンツだと誰も求めていません。にもかかわらず、好きだから得意だから、過去の経験があるから、このような理由でビジネスジャンルを決める人は非常に多いです。例えば30を過ぎたいい大人が歌うことが好きだから、歌うことが得意だから、たくさんカラオケに行った経験があるから。

歌手として生計を立てていこうと言っていたらどうですか。もちろん年齢が若かったり、過去2大会で優勝したの実績があれば話は変わるんですが、そうでない場合、さすがに無謀な挑戦だと思いませんか？確かに、新しいことに挑戦することは素晴らしいことです。しかし無謀な挑戦がチャンスになるのは、20代の若いうちだけ無謀な挑戦という外れなところで頑張ることに価値などありません。

コンテンツビジネスのジャンルを好きとか得意、過去の経験を理由に決めてる人は何の実績もないのに、歌手になろうとしてる人と同じように無謀な挑戦をしようとしているんです。さすがに好きとか得意。過去に経験したことがある程度でビジネスを始めて、うまくいくほど世の中は甘くはできていないんです。もしあなたが好きなこと得意なことを過去に経験したことで、コンテンツビジネスを始めようと考えているのであれば、PATAれるような実績がなければ、コンテンツに信憑性が生まれないので、全く商品に興味を持ってもらえません。

いいですか。もしあなたが趣味ではなく、利益を得るために、コンテンツビジネスをビジネスとして行うのであれば、需要と供給のバランスを見て、ビジネスジャンルを決める必要があるんです。今新たにある知識や経験をコンテンツにするのではなく、需要があるジャンルを、今から勉強してコンテンツにしていけます。

新たに学ぶことから逃げようとして、結果無謀な挑戦に時間とお金を浪費してしまってる人は非常に多いです。需要があるジャンルを今から勉強してコンテンツにする。この感覚を持ちながら、ビジネスジャンルを決めるようにしてほしいと思います。もしあなたが今回の動画を見て、コンテンツビジネスについて体系的に学習したいと感じた場合は、コンテンツマーケティングクラブ、プロメテウスというコンテンツ作成スキルと、コンテンツマーケティングスキル、この二つのスキルを身に付け、人脈や従業員、他人が作成したプラットフォームに依存しない、自己完結したビジネスを構築することに特化した

有料のオンラインスクールを運営していますので、こちらご検討

ください。プロメテウスではビジネス

完成までの

カリキュラムを5項目

で

構成し、八つのステップ

でビジネスを完成させ

て、自動化を図っていきます。

また止め校にコンテンツを作っても、商品が売れるようになるわけではないので、ネットユーザーを見込み客に変える集客コンテンツをプレート見込み客に対して商品の購入を促すセールスコンテンツをプレート、自分の有料コンテンツを作成するための商品概要プレートフロー2本条例による闇雲な努力に依存するビジネスモデルではなく、一つ一つを会員サイトにある型に当てはめて、ビジネスを構築できるようしています。

当然人が疑問に思うタイミングは様々ですから、妻のLINEグループを作成し、コンテンツの添削や通話相談にも応じるようにしています。質問が多かった項目は、動画コンテンツとしてリニューアルしていますので、情報が時代とともに陳腐化していくということもありません。

とはいえ、好きこそものの上手あれということわざにもあるように、最終的にはあなたが楽しんで取り組めなければ結果は出ません。ですからこの動画を見て、なんだかワクワクするような感じを言ってあげた方は、概要欄にある公式内容を追加し、プロメテウス詳細希望とメッセージをください。

他

の文字が入っていると返信されないの、プロメテウス詳細希望とだけ送ってください。無料でプロメテウスの詳細動画プレゼントいたします。それでは黒でした。今後も休戦したこと、

します。