

価値提供コンテンツ①

🕒 木曜日 2023.09.21 07:57 · 14mins

こんにちは、阿井です。動画をご覧いただきありがとうございます。今回は、機能的価値をわかりやすくということでブランディングをしていく上で必要となる三つの価値のうちの一つ機能的価値について説明していきます。それでは早速始めていきます。

まず初めに、機能的価値とは何なのかということなんですけれども、機能的価値といいますのは、一言で表すと、性能になりますね。製品の基本的な性能です。例えば、パソコンの場合ですと、そのパソコンの容量の大きさですとか、処理の速さですとか、あと画面の綺麗さですとか、そういった部分になります。

物理的価値とも言いますね。この性能、機能的価値、今パソコンの例を挙げさせてもらいましたけれども、その人、人の性能ネットビジネスをしていく上では、その製品にあたる部分があなた自身になるかと思うんですけれども、そこで性能が良い機能的で機能的価値が高いと感じてもらうにはどうしたらいいかといいますと、役に立つためになると、お客さんに感じてもらうことっていうのが大事になってきます。

でこの後に、その役に立つためになると感じてもらうためにどうしていくかっていうことをお話していくんですけれども、この機能的価値を高めていくっていうことは、そのブランドを形成していく上で、そのあなたをあなた自身をブランディングしていく上でのベースとなりますので、まず初めにこの機能的価値を高めていくっていうことが大事になってきます。

ですので、この動画をご覧いただいて、まずその自分自身の基本的価値を高めていくために、すべきことっていうのをまず把握するようにしてってください。機能的価値を高めてくださいって言いましたけれども、そもそもエヒトというのは、どのようなときに機能的価値を感じるのかということについて、まずお話していきます。

人が機能的価値を感じる時というのは、そのものが他の製品と比べて明らかに高性能であった場合ですね。例えば先ほどの例のパソコンですと、そのパソコンが同じような価格帯の他のパソコンと比べて、明らかにスペックが高い性能が良い場合ですとか、あとは掃除機なんかの場合ですと、その掃除機がその掃除機の吸引力がすごく、他と比べて明らかに性能が高いですとか、そういった場合ですね。

ネットビジネスの場合ですと、その製品という部分が人になりますので、その場合はどうかといいますと、その人が他の人と比べて、その人が持つ情報が他の人と比べて明らかに質が高いついときに、人は、機能的価値というものを感じてくれるようになります。

その紙情報の質が高いと感じてもらうために、どういった部分から、質が高いと感じてくれるようになるのかっていうことなんですけれども、例えば、その人の経歴ですね。見かけたことがあるかもしれないんですけれども、例えば、東大生がネットビジネスで稼ぐ方法みたいなキャッチを使って、ブログとかをやっている方がいると思います。

それというのは、やはり東京大学というのは、その日本でトップの大学ですし、そこに価値があるわけですね。日本トップの大学。に行っている人が発信する情報っていうところに、その機能的な価値があるわけです。そういった部分ですとか、あとは、ちょっと僕の話で恐縮なんですけれども、素朴つい先日まで、会社の代表をやっていたんですけれども、僕のそのブログをご覧いただくとわかると思うんですけれども、元社長がみたいな表現を使っています。それというのは、その中には、僕のブログを見ていただいている方の中には、その社長がやっていた。

元々社長やっていてそこからネットビジネスをやったっていうところに価値を感じてくれるっていうこともあるわけですね。ですので僕はそういった表現を使わせていただいているんですけれども、そういった部分の経歴からその機能的価値を感じてもらうっていうことがまず一つです。

あと実績ですね、よく月収いくらくら稼ぎましたとか、あとは開始何ヶ月でこれだけの成果が出ましたとかそういった形で、このネットビジネスの場合ですとも、主に実績というのはお金を稼いだいくらくら稼いだっていうのが、主になってくるかと思うんですけれども、やっぱり、あの稼いでない人が発信する情報より、稼いでる人が発信している情報の方が高い価値を感じるって人が多いわけですね。ですので、この実績っていうのを見せていく、伝えていくっていうのも一つの効果的な手段であるわけです。

あとはそのコンテンツそのものですね、ブログの記事ですとか、メルマガのそのメールの内容ですとか、そのコンテンツそのものの質が高ければ、必然的に機能的価値というものを感じてもらえるようになります。ですのであなたが機能的価値を高めていく機能的価値を感じてもらうには、こういった経歴ですとか、実績ですとか、コンテンツですとか、そういった部分を発信して伝えていくっていう必要があるわけです。

いよいよ機能的価値を高めていくためにすべきことっていうのをお話していきます。先ほど機能的価値を高めていくためには、経歴でしたり、実績でしたり、あとコンテンツそのものでしたり、そういったものを発信していくことが必要ですっていうようなお話をしたかと思う

んですけどもそのうちの経歴と実績につきましては、これまでのことですので、人それぞれだと思いますね。

例えば経歴ですと、今、学生の方もいれば、会社員の方もいると思いますし、フリーターの方っていらっしゃると思います。実績に関して言うのであれば、現在月20万円50万円稼いでる人もいると思いますし、まだ全く稼げていない人ももちろんいらっしゃると思います。

ですのでこれというのは人それぞれですので、できることできないことっていうのは、人によって違ってくるわけですね。こちらにアピールできないものがない場合もあるっていうような記載があるかと思うんですけども。

実際、正確にはアピールできるものがないってことはないんですけど、その自分で考えてまだそんな発信できることなんて、これまでのことじゃないよって思われる方もいらっしゃると思います。ですので、このタイトルに平均的ではいけないということというものがあるんですけども、最初に何をしていくかといいますと、コンテンツで勝負するってことですね。

質の良いコンテンツを作って、その平均的ではいけないっていうようなことなんですけども、平均的ではないもの、平均以上のもの、圧倒的なものをコンテンツとして作り上げて、それで勝負していくっていうことが、機能的価値を高める上で誰にでもできる、やるべきことだと思いますね。

他の人より明らかに優れたものを作ること。が非常に重要になります。例えば、明らかに優れたものを作るっていうような表現をすると、まだ全然知ってること少ないし、発信できることなんてあまりないしって思われる方もいらっしゃるかも、かもしれないんですけども。

これというのは、今、仮に、アフィリエイトを始めたばかりで、実績もなければ、その自慢できるような経歴もないっていう人がいたとしますね。それで、それコンテンツで勝負しろと言われてもどうすればいいんだろうっていうふうに思われるかもしれないんですけども。

例えばもうその段階で、ブログを持っていたとしたら、そのブログの作り方ですか、あとはASPの登録方法ですか、その現段階でもやっていることっていうのはあるわけじゃないですか。ネットビジネスをやっている人、やろうとしている人の中には、そういったことすらできていない人ってのもいると思うんですね。

そういった人に向けて、そのブログの作り方ですか、ASP登録方法ですかを発信してから発信していけばいいんですけども、でも実際、ネットで調べてみるとそういう情報っていうのがいっぱいあるわけですね。ですので、もしそういった部分で勝負する、そういった情報を発信していくのであれば、最初にそういった情報をネット上で調べてみて、それよりも明らかにわかりやすいもの、明らかに情報量が多いものっていうのを作り上げていくっていう必要があるわけです。

これはその一例ですので、必ずしもこれで最初やってくださいっていうわけではないんですけども、イメージとしてはそういう形になりますね。今あるコンテンツよりも明らかに優れているものっていうのを量でも、量の面でもそうかもしれないですし、その質の部分わかりやすさっていう面でもそうかもしれません。そういった部分で明らかに優れているものを作り上げて、それを発信していく、伝えていくっていうことが、機能的価値を高めていく上で、誰にでもできる最初にすべきことですね。

平均的でないコンテンツを作り上げていくことで、他社とは違うもの他社とは違うコンテンツだったり、価格以上のコンテンツを提供できることに繋がっていくわけです。そういった他社とは違う価格以上のコンテンツを提供することで、どうなるのかっていうことなんですけれども。

無料にしても、有料にしても、価格以上のものを作って提供することで、感動されることや、尊敬されるということに繋がります無料の場合でしたら、これ明らかに無料のレベルじゃないでしょっていうようなコンテンツ有料の場合でしたら、例えば1万円販売するものでしたら、これどう見ても5万円ぐらいの価値はあるんじゃないかな、もしくはそれ以上の価値はあるんじゃないかなというようなコンテンツを作って提供することで、そのコンテンツを受け取った人は、予想以上にすごすぎて感動したりですか、凄すぎて、そのコンテンツを作った人のことを尊敬したりですか、そういったことが起こるわけですね。

もちろん、感動した人、この人すごいと尊敬した人は、そのコンテンツそのものに価値を感じているわけですね。ですので、そのコンテンツに価値を感じているのでコンテンツを作った人、作成者のことに興味を持つようになります。

そのコンテンツというのは、三つの価値で言う中でその機能的価値に当たる部分なんですけれども、その機能的価値が高いと感じるようになることで、作成者のことすなわちその感情的価値の部分ですか、自己本体価値の部分、この二つの価値につきましては、別途動画で説明してるんですけども。

こういった価値を高めることにも繋がってくるわけですね。ですので、ブランディングをする上での入口機能的価値というのは、ブランディングする上で最初に高めていくべき価値であるわけですね。ですのでこの動画をご覧ください、まずどうしたらいいのか、圧倒的なコンテンツを作るっていうことなんですけども、圧倒的なコンテンツを作るために何を留意したらいいのか、こういったものを作っていけばいいのかっていうことを考えて、部あなたのブランディングに活かしていただければなっていうふうに思います。

では、おわりにということで、疑問点や不明点がありましたら、遠慮せずに直接ご相談いただければと思います。僕のブログに、お問い合わせ



わせフォームがありますので、そちらからご連絡をお願いいたします。では、最後までご覧いただき、どうもありがとうございました。