



必見!

経営者、自営業者の方へ

プロフィールSTORY 成功テンプレート

あなた自身と商品をもっと魅力的にするために

プロフィールStory 成功テンプレート

～悪用厳禁！！Storyの悪魔的パワー～

まずお伝えしておくべきことがあります。

Storyには悪魔的な力があります。

それは【感情を作れる】ということです。

Story作りのプロは『このStoryを読んだ人をどういう感情に導くか』
それを決めてStoryを作ります。

悲しい話は最後に泣けるように。爽快な話は最後に気分が上がるように。

コレはある意味恐ろしいことです。

政治や宗教にStoryが利用されるのはこの【感情を作り出せるパワー】があるからです。

ですからココで知ったことを絶対に悪用しないでください。

Storyの不都合な真実

他人が主人公のStoryを読みたい人はいません。

あなたが業界の大スターである場合はこの限りではありません。
しかし、スターでないならビジネスで使うStoryの主人公はあなたではなく
お客様にしなければなりません。

このことを踏まえてプロフィールStoryを作ることが成功Storyを作る条件となります。

頭の中では誰もが【主人公は自分！】

お客様の頭の主人公はどこまで行ってもお客様自身です。

そのお客様自身が主役のStoryに「私が主役です」とあなたが登場したら無視されるか嫌われてしまいます。

「困りごとが解決する！」「願いが叶う！」というお客様を主役にしたStoryだけが注目を集めることができます。

マンガの主役は読者、映画の主役は観客

エンターテインメントはどの作品にも主人公が登場します。
しかし、真の主人公は読者や観客です。

観客や読者は主人公に共感し、感情移入して自らが登場人物の目を通してその物語を追っていくのです。自分の物語だと感じながら読み進めているのです。

だからStoryを読む前はアカの他人だった主人公のドラマに涙したり、笑ったり、スカッとしたりするわけです。

新たな視点でStoryを作ろう！

ココまで読んで「じゃあ、一体どうすればいいの？」という疑問が浮かんだと思います。

ご安心ください。

マンガ家としてこれまで数百本のStoryを作ってきた私がおお客様の心に残るStoryのテンプレートをお伝えします。

数百本作ったと言っても、ただ作るだけなら誰でもできます。

このテンプレートで作ったマンガの発行部数は80万部。
多くの読者から支持をいただいています。

それ以外にもこのテンプレートを使いビジネス書の漫画版、上場企業のPRマンガなどを制作し好評を得ています。

ぜひ皆さんもこのテンプレートを使ったプロフィールStoryを作ってみてください。

次のページからいよいよ『プロフィール成功Storyテンプレート』についてお伝えします。



顧客とつながるStoryテンプレート

プロフィールStoryは以下のような流れ：テンプレートで作ります。

1	セットアップ
2	ゴールの提示
3	ゴールとのギャップを埋めるもの
4	最強のヘルパー
5	コーリング
6	トドメの現状回避

各項目についてお伝えします。

1：セットアップ

「あなたは日常で〇〇のようなストレスを感じていませんか？」

「あなたが手に入れたい技術が〇〇日で手に入ります！」

・・・などなどあなたのお客様が今困っていることや切望していることを提示してあなたが語るStoryに注目を集めます。

2：ゴールの提示

お客様にあなたやあなたの商品が提供できるゴールを提示します。

あなたの商品、メソッドを使った結果「こんな日常が手に入ります！」という手に入れられる未来像を提示するのです。

未来像を提示することでお客様の心に刺さるこのStoryとなります。

そしてStoryを読みすすめたいというモチベーションが生まれます。

幸せな未来像＝ゴールを提示できるとお客様の頭の中に現状とゴールのイメージができその差を意識してもらえます。。

あなたやあなたの商品のおかげで手に入る未来を提示しましょう。

3：ゴールとのギャップを埋めるもの

ココまででお客様の頭の中には手に入るかも知れない明るい未来が描かれています。

お客様が次に欲しくなるのがその現状とゴールのギャップを埋めてくれるものです。

そのギャップを埋めるものとしてあなたの商品、サービスを紹介します。

コーチングなら今の現状から未来までにどのような道を経るのかを提示します。

ダイエットならどういう運動、どういうサプリをどういう計画に沿ってやっていると痩せられるのか？を提示します。

このギャップの埋め方を示すとき、相手を説得しようとせずに納得してもらうことが大事になります。

納得感があるとStoryにますますハマってくれます。

4：最強のヘルパー

さあ、ここまででStoryを読んだお客様は自分の悩みに共感され、行きたいゴールも明確になり、ゴールまでのギャップ、そしてギャップの埋め方も理解しています。

ここで提示するのはギャップを埋めるのに必要な頼りになる相棒、ヘルパー、メンターです。

ドラゴンボールの亀仙人。鬼滅の刃の鱗滝左近次。スターウォーズのヨーダ。メンターではありませんが道案内としてR2-D2もこの役割です。

ココで頼りになる相棒、ヘルパー、メンターとしてあなたが登場します。

先にお伝えしたように【あなたが主役の物語】をお客様に聞かせても受け入れられません。

あなたは頼もしい援助者、ヘルパーとして登場することでお客様に受け入れられます。

あなた自身がなぜお客様を理想のゴールに導くのに最適なのかを提示します。

あなたに頼ることが正しい選択だとしっかり伝えるのです。

実績がすごいほどお客様はあなたからの助けを必要としてくれます。

援助者、ヘルパーとして最強なのが【以前はお客様と同じ悩みを抱えていた】・・・というキャラクターです。

お客様と同じ経験をしてるなら必ず提示しましょう。それによってお客様からの共感はさらに強化されます。

それにより『あなたの助けを受けたい！』『その商品を使いたい』そんな感情を作り出すことになるのです。

本来のエンターテイメントならココから本格的なStory：本編が始まります。

ビジネスで使う場合はココまでで準備OK。お客様との関係性が始まります。

5：コーリング

次にお客様にやってほしいことを伝えます。

メールマガジンの登録、ラインの友達申請、お試しコーチングへの申込、無料オファーの請求などなど今後も関係性が続くためにあなたがやってほしいと思うことをしっかりと提示します。

6：トドメの現状回避

最後にあなたとの関係性が途切れるとどうなるかを提示します。

お客様の悩みが晴れず今後も同じ悩みを抱え続ける・・・そんな未来を改めて提示し、お客様自身の判断を促します。

いかがでしたでしょうか？

プロフィールStoryは語られる前後の文脈で微調整する部分もありますが紹介した『顧客とつながるStoryテンプレート』から大きく外れることはありません。

『顧客とつながるStoryテンプレート』はDaiGo氏の『超集中力』を漫画化する際にも使いました。

またこのテンプレをアレンジして書いたある会社の社史はM&Aで威力を発揮し、売上3倍になるきっかけをつくり感謝されました。

- ・わかりにくい
- ・理解するのにエネルギーを使う

そんなメッセージはお客様に届きません。

ぜひ、Storyの持つわかりやすさと理解するのにエネルギーを使わない特性を生かしてあなたのプロフィールStoryを作ってください。

あなたの素晴らしさやサービスや商品をあなたから購入する理由を多くの方に伝えていきましょう！！