

高額商品・サービス設計編

～あなたの知識・経験をまるごと高額商品に転換しよう！～

【ワークシート集】

※デジタルブック視聴の前にこのワーク集をプリントアウトしましょう。

ワークタイムは、いったんストップしてワークに集中して取り組んでみてください。



売れる高単価サービスプロデューサー
野部久美

ワークシート集は全部で6つのシートで構成されています。

1. 売上アップの方程式

⇒高単価サービスを作ることの意義を知り、既に存在している高単価サービスの要素について考えてみましょう

ワーク 1

2. お客様から選ばれる必然性

⇒お客様から選ばれる領域で勝負しましょう

ワーク 2

3. オリジナルサービスの素×お客様のニーズ×魅力的な見せ方 = 売れる商品

⇒お客様のニーズを正しく知りましょう

ワーク 3

4. MYビジネスの見つけ方

⇒3つの円の重なりを意識してください

ワーク 4

5. 高額商品・高単価サービスの成立要件

⇒あなたの商品・サービスが必要な要件を満たしているかチェックしてみましょう

付録・商品サービス設計シート

ワーク 5

6. フロントエンド商品の必要性

⇒フロントとバックの導線設計をしてみましょう

ワーク 6

ワーク1

**高単価サービスの共通点は
何でしょうか？
ちょっと考えてみましょう！**

一般的に高単価のサービスというと……

- ゴルフ教室のマンツーマン指導
- エステサロンの足やせや
トータルビューティープラン
- 痩せるためのマンツーマン指導
- 結婚相手探しのサポート
- お子さんの家庭教師や個別指導塾

●オリジナルサービスの素を発見してみよう！ ＜あなたの経験・知識すべての棚卸ワーク＞

- 1) 子ども時代に夢中になったこと
- 2) 子ども時代から現在まで、理由もなくうまくできてしまったこと
- 3) これまで人から相談されたり、教えて欲しいと言われたこと
- 4) (職業経験) 実績(成果が上げられたこと、代表的なものを3つくらい)
 - ・
 - ・
 - ・

その中で、どういう役割をしていたのか

(例) 縁の下の力持ち、自分がリードした、など

- 5) 趣味でも何でもいいので、一般的には1万時間と言われますが
これに近いくらいの時間を使っても、自分がずーっと好きで続けていること

ワーク 3

● お客様のニーズを洗い出してみよう！ ＜お客様のニーズ洗い出しワーク＞

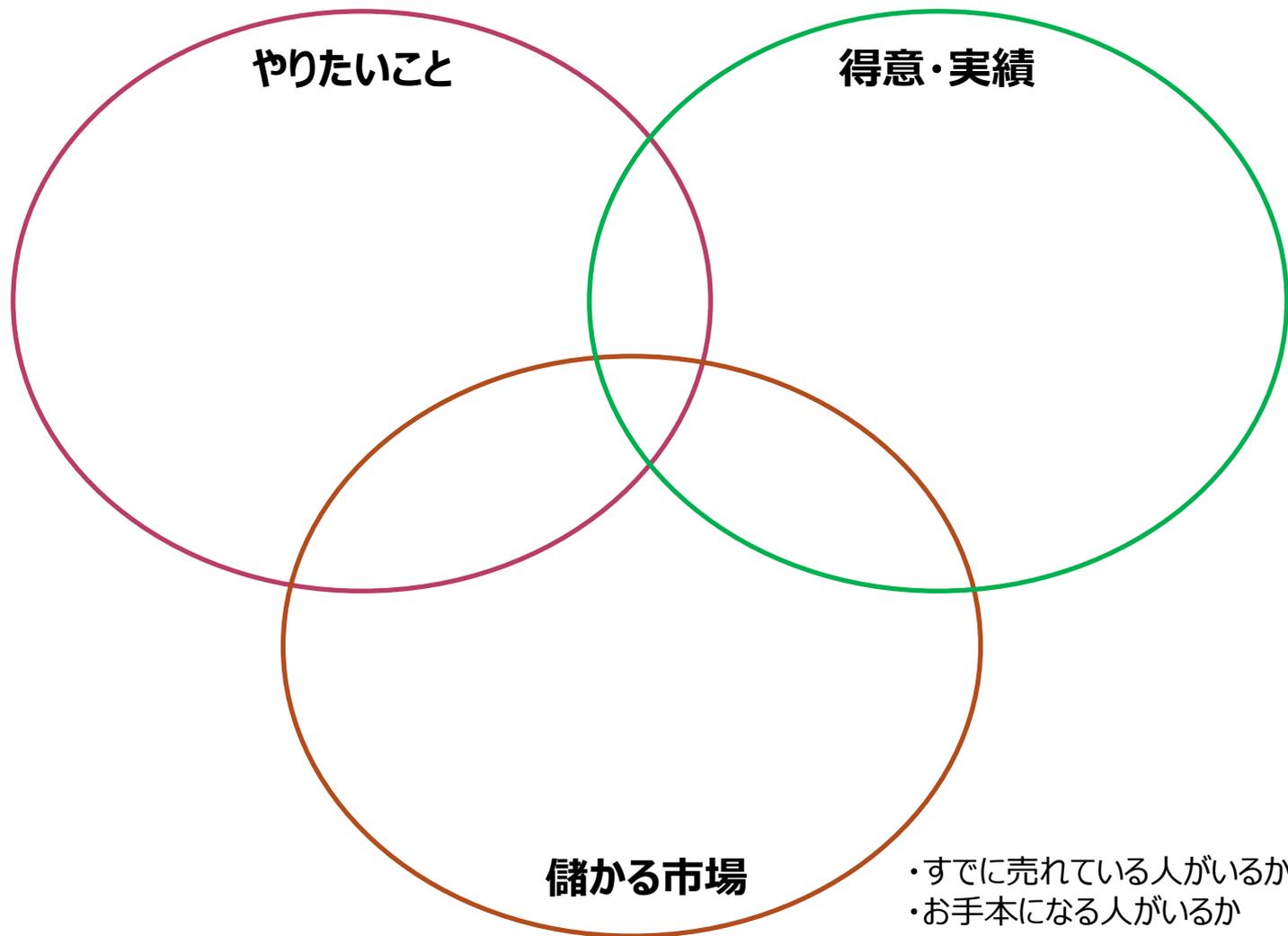
○あなたのサービスを購入する可能性がある人（過去に購入いただいた人）
はどんなお悩みを抱えていますか？

○そのお悩みは、あなたのサービスを受けることで解決しますか？

○解決できる、解決できない部分あり（改善・別の方法を提案・追いかけない）
解決できない部分がある場合は、改善するのか、別の方法を提案するのか、不問にするのか決めましょう！！

ワーク4

3つの円に記入してみよう！



付録：商品・サービス設計表

○名称(コース名・プログラム名)				
○商品 サービス概要	・誰に対して			
	・どんな課題を			
	・どうやって解決するのか	・頻度		
		・方法		
・提供価値は？				
○価格案				

商品・サービス設計表【書き方サンプル】

○名称(コース名・プログラム名)	パーソナルブランディングレッスン 3か月コース(全6回)			
○商品 サービス概要	・誰に対して	40代、50代の女性起業家、講師業、先生業の方		
	・どんな課題を	自分に合うメイクがわかり、好感度や魅力度アップを図りたい、選ばれる女性になりたい		
	・どうやって解決するのか	・頻度	約2H程度のパーソナルレッスン2回/月、計6回	
		・方法	あなたにぴったりのメイク方法、ファッションアドバイスの伝授、ホームケアの方法についてのアドバイス、フォロー	
・提供価値は？		<p>メイクとファッションの総合的なアドバイスで見た目バッチリな状態を手に入れることができる</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自分に合うメイク方法が分かる ・しみ、くすみ、ほうれい線対策やたるみ、赤みなどがカバーできる ・眉をきれいに仕上げられるようになる ・ホームケアの最適方法が分かる ・自分にぴったりのファッションがわかる ・素敵に見える着こなしができるようになる <p>お勧めの基礎化粧品(4万円相当)のプレゼントつき</p>		
○価格案	リリース記念特別価格 : 148,000円			

ワーク5

あなたの商品・サービスを高額商品・高単価サービスの成立要件に当てはまるかチェックしてみましょう！

当てはまるものには、□に☑を入れてください。

いつまでに●●を達成したい、など目標が明確で達成のためにはお金をかけてもいいと思えるもの

⇒お客様が達成したいゴールまでの道筋が明確で、少しずつ上っていきそうだなと思わせる安心感があること

複合的-単一サービスが複数、組み合わせられたもの

⇒総合的に課題解決が図れるコンテンツであること

お客様の性格や状態に合わせたカスタマイズ型

きめ細やかで親切

⇒お客様視点に立ったサポート、フォロー体制があること

ワーク6

フロントエンド商品のアイデアを出してみましょう！