



相続ビジネス

徹底言語化

1 DAYワークショップ

2021.7.29 thu.

自己紹介

①名前

②現在の仕事内容

③相続ビジネスの現状

④なぜこのワークショップを受講することにしたのか

⑤相続ビジネスでどのようになりたいか

⑥その他

Chap.0

イントロダクション

今日はセミナーではなく、講座でもなく、

ワークショップ

です。

【セミナーや講座】

- ・受講型
- ・一方通行
- ・知識やスキルの習得
- ・個別学習
- ・自分一人だけで考える

【ワークショップ】

- ・参加型
- ・双方向
- ・体験を通して考えを深化
- ・協同学習
- ・他者の着眼点や価値観を取り入れる

さらに...本日は

グループディスカッション

を何度もやります。

【グループディスカッションの心得】

1. 安心・安全・ポジティブな空気を自ら発信する
否定・批判・非難はNG

2. 「難しい」「無理」と言わない

脳は良くも悪くも素直。

×「難しい」「無理」⇒自動的に思考停止してしまう

○「どうすれば解決するだろう？」⇒答えを求め続ける

3. 他人の価値観を取り入れる

4. 他者のフィードバックから自分の強み・弱みを正確に把握する

Chap.1

相続ビジネスにおける

言語化の重要性

相続コンサルタントとは、
言葉を武器にして、
クライアントの行動変容を促すことで、
相続対策を実現し、
大切な人に思いを伝えるお手伝いをする人

相続コンサルタントとは、

言葉を武器にして、

クライアントの行動変容を促すことで、

相続対策を実現し、

大切な人に思いを伝えるお手伝いをする人

相続コンサルタントとは、

言葉を武器にして、

クライアントの行動変容を促すことで、

相続対策を実現し、

大切な人に思いを伝えるお手伝いをする人

相続コンサルタントとは、

言葉を武器にして、

クライアントの行動変容を促すことで、

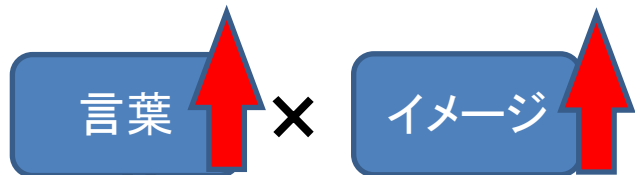
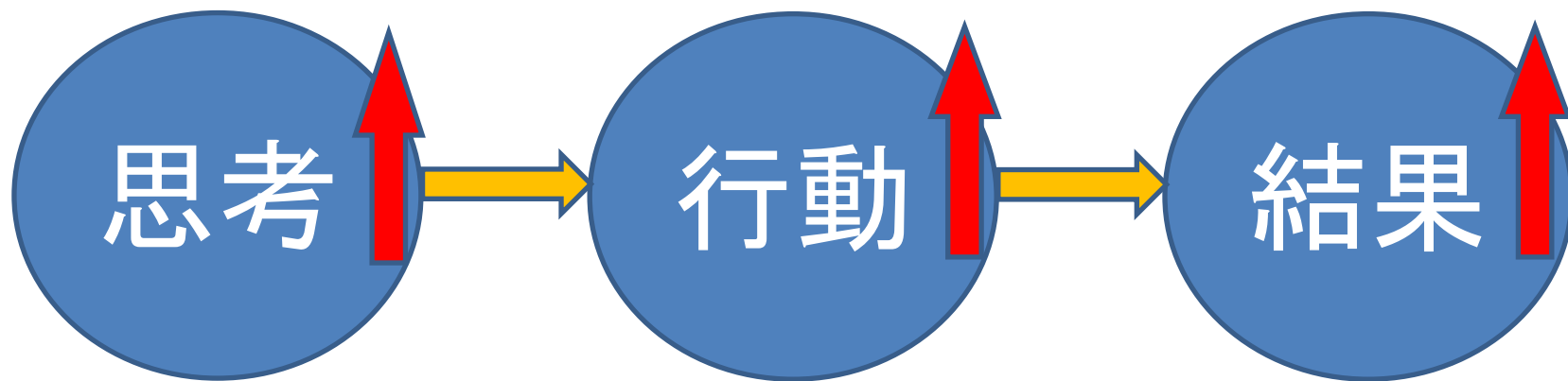
相続対策を実現し、

大切な人に思いを伝えるお手伝いをする人

舟を編む／三浦しをん著



結果を出すために「言語化」が重要なワケ



言語化

①言葉の精度UP

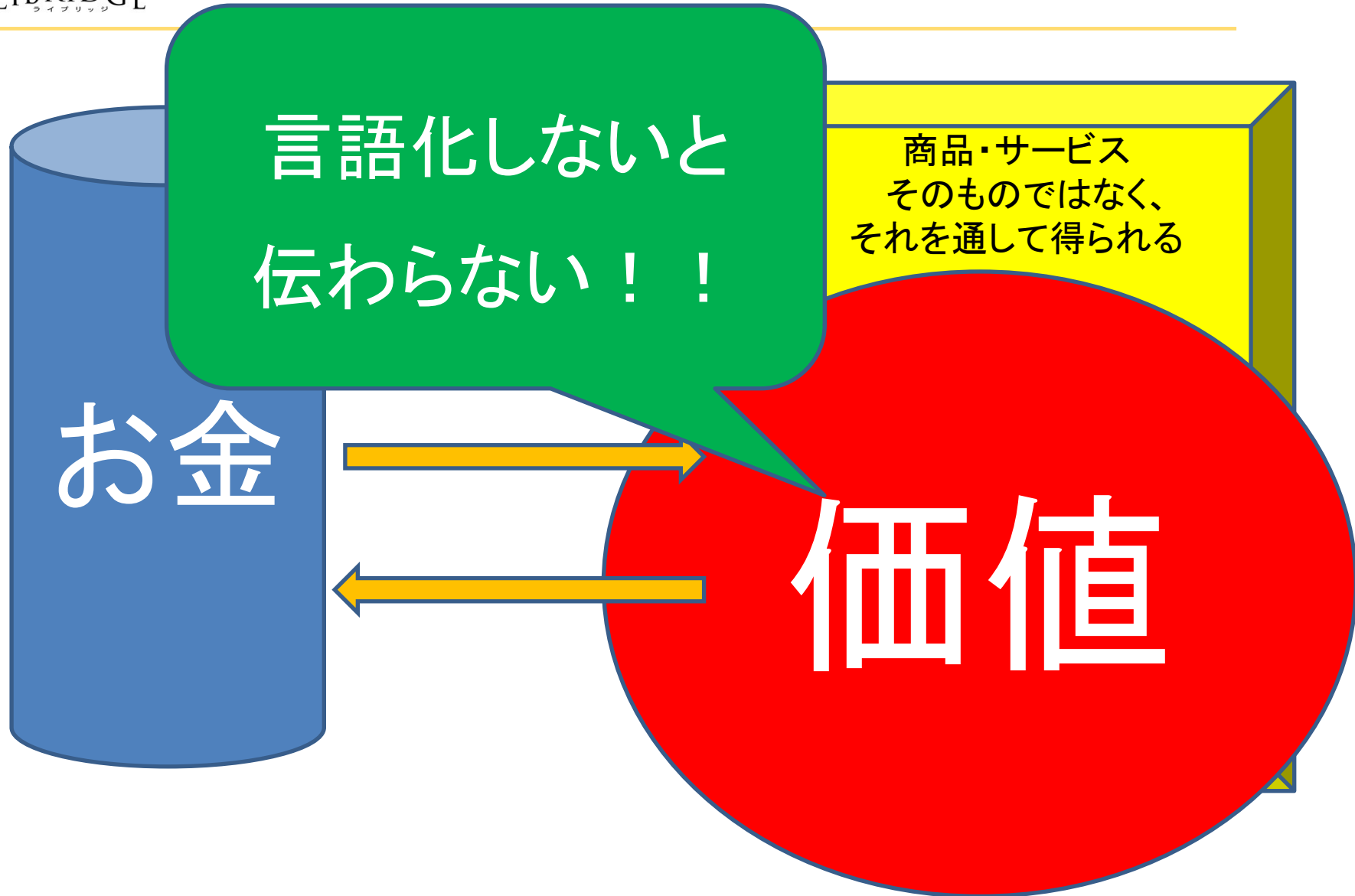
②イメージの精度UP

③行動の精度UP

④結果の精度UP

反復することで更に精度が上がる

クライアントは何にお金を払うか？



自分のビジネスを

「自らの言葉」

で定義づけていることが必要

この3つを徹底的に言語化します。

①あなたの**役割**の言語化

②あなたの**サービス**の言語化

③あなたの**理想の顧客**の言語化

Chap.2

あなたの強みを活かした

個人ブランディング

特別講師



株式会社 nalu
代表
みなみなおこ

*Nao
Minami*

Chap.3

あなたのサービスの

■ ■ ■ ■ ■
本当の価値を言語化する

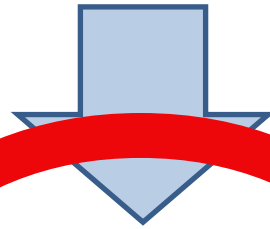
あなたのサービスは何ですか？

- ・相続コンサルティングです。
- ・生命保険の販売です。

サービスの内容は
なんでもOK。

- ・不動産の売買・仲介です。
- ・遺言書の作成です。
- ・相続税の申告です。

✖ あなた目線でアクションを羅列
専門用語を連発



クライアント目線で
メリット・ベネフィット
ビフォーアフターを明確に

例：相続コンサルティング

とは何か？



相談者

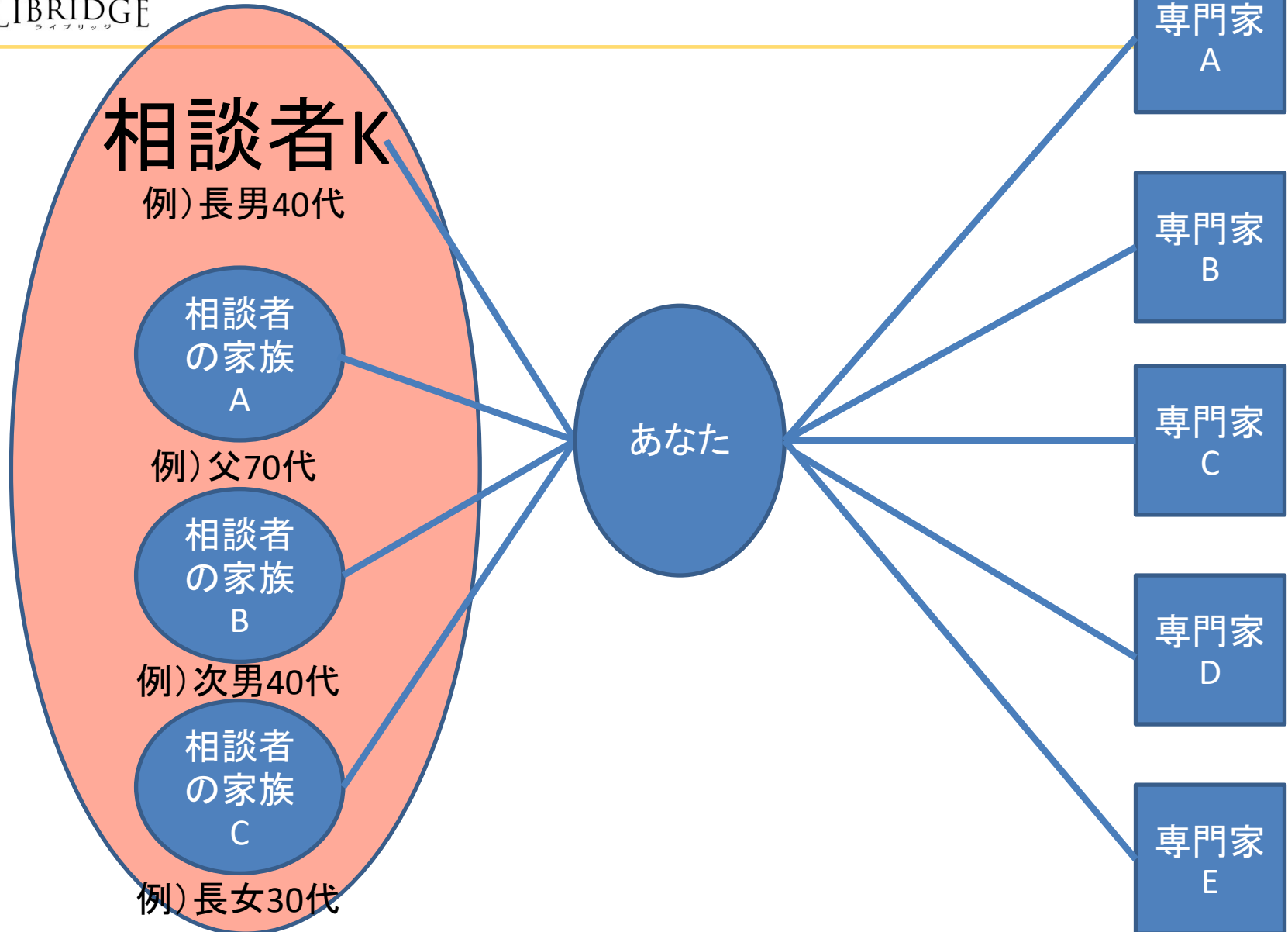


相続
コンサル
ティング



相談者一家

相続コンサルタントの役割・概念図





相続コンサルティングの理想の着地点

「笑顔相続の実現」

両立！

遺言書の作成

家族会議

川口式「相続コンサルティングの定義」

相続におけるクライアントの悩みや困りごとの相談に乗り、
心の奥にある想いや希望を聞き、

①解決すべき本当の問題を「明確化」

②問題解決のためのロードマップ作り

をします。

そして然るべき専門家と協業し、

クライアントとその一家にとって最適な状況に至るための

全方位的なサポートをします。

Chap.4

あなたのビジネスは

■ ■ ■ ■ ■
誰のためのビジネスか？

【顧客戦略の基本】

顧客を選ぶ会社は、顧客に選ばれる。

顧客を選ばない会社は、顧客にも選ばれない。

例)

条件をつける方が届きやすい！

耳奇りなお知らせがあります。

お母様 に

パーフェクト・カスタマー（理想の顧客）

パーフェクトカスタマー像を明確に設定しないと、
顧客と感情的なつながりが持てない。

この会社は自分にぴったりの会社だ、
というコミュニティ意識を持ってもらえない。

説得しないでも買ってくれる理想の顧客は？

「理想の顧客像」というビジョンを明確に描くことで、
それに近い人が引き寄せられてくる。

ところで...

ペルソナ

パーフェクトカスタマー

なんか勘違い
していませんか？

「ペルソナリティを高めるために
いろいろな人々と会うために

いろいろな場所へ頻りに出かける」

本当の「ペルソナ」とは

ペルソナはあなたのサービスを
いかにも買ってくれそうな人ではありません。

あなたがたった1回の人生を賭けてやっている相続ビジネスを通して、

「この人の助けになりたい！」
「この人の悩みを私が救ってあげるんだ！」
「こんな悩みを持っている人は私を見つけて！」
「私にはそれができるんだから！」

そんな人を定義づけるのが「ペルソナ設定」です。

つまり、あなたのことを

「世界でたった一人の特別な人」

と認めてくれる人、それがペルソナです。



大事なことなので小さい声で言います。

ペルソナがあなたのターゲットなんじゃない。

あなたこそがペルソナのターゲットなんだ。

①基本情報

- ・氏名
- ・年齢
- ・性別
- ・職業
- ・年収
- ・キャリア
- ・現住所
- ・性格
- ・仕事面の境遇
- ・プライベート(家庭・趣味・休日の過ごし方など)

②抱えている悩み・問題

- ・不安、焦り、怒りなど、どんな感情を抱いているか？
- ・その感情が顕著に現れた時の具体的な「行動」を描写する。
→常に頭の中でつぶやいている言葉やセリフで描写。(内的言語化)

③願望・理想の状態

- ・どうなりたいか？という強い願望を書く。
→常に頭の中でつぶやいている言葉やセリフで描写。(内的言語化)

④ ジレンマ・葛藤の様子

- ・願望を持っているがそれが実現できない様子を描く。
- ・実行に移せない理由、制限、言い訳を描く。
- 常に頭の中でつぶやいている言葉やセリフで描写。(内的言語化)

⑤ 問題解決のために情報を探し出す場面

- ・遂にその問題を解決しようと動き出す瞬間を描写。
- どうやってあなたとコンタクトをとって繋がるか？
- 具体的な銅線を想定して、行動を起こす最終局面を描く。
- (例)
- ・ネットで調べる。「検索キーワード」を3つ書く)
- ・ネット&リアル of 広告
- ・紹介
- ・チラシや名刺
- ・セミナーや説明会
- 常に頭の中でつぶやいている言葉やセリフで描写。(内的言語化)



パーフェクト・カスタマーのペルソナ設定

①基本情報

②抱えている悩み・問題

③願望・理想の状態



パーフェクト・カスタマーのペルソナ設定

④ジレンマ・葛藤の様子

⑤問題解決のために情報を探し出す場面

まとめ

Chap.1

相続ビジネスにおける

言語化の重要性

Chap.2

あなたの強みを活かした

個人ブランディング

Chap.3

あなたのサービスの

■ ■ ■ ■ ■
本当の価値を言語化する

Chap.4

あなたのビジネスは

■ ■ ■ ■ ■
誰のためのビジネスか？

