

選ばれる、ファンを増やす プロフィールの書き方

CSS Nite LP48 ライティング特集 資料

2016/10/22

Samurai-Copywriting

ライター、プロフィールライター 小川晶子

講師プロフィール

小川晶子(おがわあきこ)

プロフィールライター、コピーライター

1976年東京生まれ。東京都立大学(現・首都大学東京)卒業。

高級老舗ブランドを扱うファッション専門商社にて管理部門に携わる。

会社の経営が傾き、民事再生を行ったのをきっかけに、「個人のブランド」を高める必要性を感じ始める。仕事の必要から学んでいた社会保険労務士試験に合格後、士業の仲間たちが増え、「自分の名前で仕事をする人のサポートをしたい」と思うように。

出版社主催のコピーライティング講座で本格的に学び、2008年よりフリーランスのライター、コピーライターになる。新聞広告、雑誌広告、会社案内、スローガン作成など企業のブランディングに関わりながら、個人事業の方のプロフィール作成を精力的に行う。

2010年3月、株式会社さむらいコピーライティング設立。士業・コンサルタントの方、ビジネス書著者はじめ、プロフィール作成・指導してきた人数は500名を超える。クライアントの多くが書籍出版や講師デビュー、単価アップ等を果たす。また、ビジネス書・自己啓発書の出版サポート(ブックライティング)も行っている。

モットーは「好きな人と面白いことを、得意なことで」。「一人ひとりが強みを活かす社会をつくる」をミッションに掲げ、活動中。

2歳の男の子の母親でもある。

趣味は読書(小説、思想書からビジネス書まで乱読)、息子と遊ぶこと。

・著書『文章上達トレーニング45』(同文館出版)

『ライターはいくら稼げるのか?』(kindle)

『プロフィール作成術』(kindle)

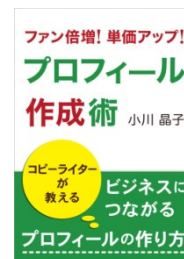
『Kindle 本を書き上げる技術』(kindle)

・講演実績 大同生命保険株式会社 社員研修 「セールスにつながる書き方講座」

日本ファイナンシャルアカデミー 「ブランディング文章術」

自社開催 「行列ができるプロフィール作成講座」 他

・メディア出演実績 TOKYO MX テレビ 「新世紀ネタキング決定戦」ゲストパネラー他



1.プロフィールとは

1) 自己紹介文とプロフィール

A

私はコンサルタントをしています。この仕事をはじめて10年になります。クライアントは製造業、小売業などさまざまですが、主に中小企業です。強みを発見して打ち出すことを得意としていて、それによって多くのクライアントが成果を上げています。打ち出し方は、ネット・リアル双方ですが、ネーミングやブランドづくりも含まれます。売上がなんと2.5倍になったお酒や、前年比50%増になった中古車販売の会社があります。本も10冊以上出版していて、強み発信マーケティングについては、右に出るものがないと自負しています。

B

中小企業の強み発信コンサルタント。2006年1月〇〇コンサルティング開業。現場でのインタビューやリサーチにより、クライアント企業の独自の強みを発見し、適切な形で発信することで売上アップさせる。新たなネーミングとパッケージで売上2.5倍(日本酒)、WEBマーケティングと社員教育の徹底で売上50%増(中古車販売)など。『強み発信マーケティング』(マーケ出版)など著書多数。

自己紹介文= _____

プロフィール= _____

2) プロフィール悪い例

A

荒川太郎

五感プランナー

NLP マスタープラクティショナー

東京生まれ。○×大学経済学部経営学科卒業。

大学卒業後、大手商社、中堅 IT 企業勤務を経て、五感研究所設立。

2009 年、フードコーディネーター3 級を取得。

趣味で書いていたグルメブログが△△ブログサービスの中で 10 位以内に入る。短期間で読者 1000 人突破し、ちょっとした取材も受けるようになる。

2010 年、NLP マスタープラクティショナー資格を取得。

現在、五感プランナーとして活躍中。五感活性化に関する本も執筆中。

B

荒川太郎

五感活性化ドクター

NLP マスタープラクティショナー

1976年東京生まれ。〇×大学卒業。

某大手商社に営業職として入るも、パワハラ上司にもとで体調を崩し休職。復職後、管理部門に異動となる。ここでは人に恵まれ、慣れない仕事にも興味が出てくる。パソコンが得意であることに気づき、当時イケイケだった某 IT 企業に転職。開発部のアシスタントディレクターとなる。

その IT 企業は社長や広報、秘書室など表向きの職種は非常に華やかだが、エンジニアたちの仕事は過酷だった。仕事をもくもくとこなしてはいるが、心の奥底に不満が溜まっていくのは当然である。最も仲が良かった同僚 S はある日突然姿を消し、いまだ消息不明。

もっと人間らしく仕事をしたいと思い、いろいろ調べるようになる。その中で出会ったのが NLP。資格を取得するため勉強を始める。2010年マスタープラクティショナー取得。

周囲との人間関係が良くなったのはもちろん、自分自身とのコミュニケーションが劇的にうまくいくようになったと感じる。

また、もともと食べるのが好きで、グルメブログ「おいしいはなし」を書いていたが、そのブログが開始半年で読者 1000 人になるほど人気になったこともあり、もっと美味しそうに表現するにはどうしたらいいかに興味があった。そこで注目したのが「五感」。

五感を磨けば、自分自身とのコミュニケーションが良くなり、表現も豊かになる。

2012年、株式会社五感研究所を設立。五感活性化ドクターとして、人々の五感のチカラを取り戻す活動を行う。感じる力が弱まっている人にコンサルティングを行っている。とくに、食事を使ったコンサルティングが好評である。お客さんは「食事に感謝できるようになった」「より幸せを感じられるようになった」と言う。

夢は、日本人の五感を世界に発信すること。

3) いいプロフィールには3つの要素がある

1. 強み
2. _____
3. _____

4) プロフィール作成の7ステップ

Step1 自分自身(商品)を知る

Step2 お客様を知る

Step3 競合を知る

Step4 構成を考える

Step5 文章化する

Step6 推敲する

Step7 更新する

2. 自分自身を知る

最終的に打ち出すべき「強み」とは、相対的な関係によって決まるもの。自分自身だけ見ても強みはわからない。しかし、最初にコアをいったん洗い出すことは重要。

【コアを探るワーク】 ⇒ワークシート 1 枚目

<ペアインタビュー>

1. あなたがやっているのは、どんなお仕事ですか？
2. どんなお客様が多いですか？
3. なぜ、今のお仕事をしているのですか？
4. お仕事をする中で、うれしいときはどんなときですか？
5. 今のお仕事につながる過去の経験はありますか？
6. つらかった時期や失敗はありますか？
7. あなたのお客様にどうなってほしいですか？
8. 今のお仕事を通じて、あなたはどうなりたいですか？
9. どんな子供でしたか？
10. 子供の頃は何になりたかったですか？
11. 人からよく言われることは何ですか？（人物評…面白い、仕事が早い etc.）
12. 人に驚かれることはありますか？

3. お客様を知る

- あなたのお客様は誰ですか？
- そのお客様はどういうことで悩んでいますか？何を解決したいと思っていますか？
- あなたはそのお客様に何をしてあげることができますか？どうやって解決してあげられるのですか？

【お客様の悩みをイメージするワーク】 ⇒ワークシート2枚目

例)

職業: 税理士

お客様: 個人事業主で会計管理が面倒だと思っている人

キーワード

確定申告 青色申告 会計管理 経理 税金 税務 所得税 売上 経費 法人化 メリット 税理士 相談 対策 節税 時間 顧問 ……

感情のキーワード

面倒くさい イライラ よくわからない 不安 損をしたくない 代わりにやってほしい 教えてほしい 安心したい お金の相談ができる人がほしい ちゃんとしていると思われたい 顧問税理士がいたらカッコいい ……

キーワード

感情のキーワード

4. 競合との差別化

1. かけ合わせでオンリーワンを作る

特徴を2つ、3つかけ合わせてオンリーワンのポジションを作る

【オンリーワン発見マダラート】

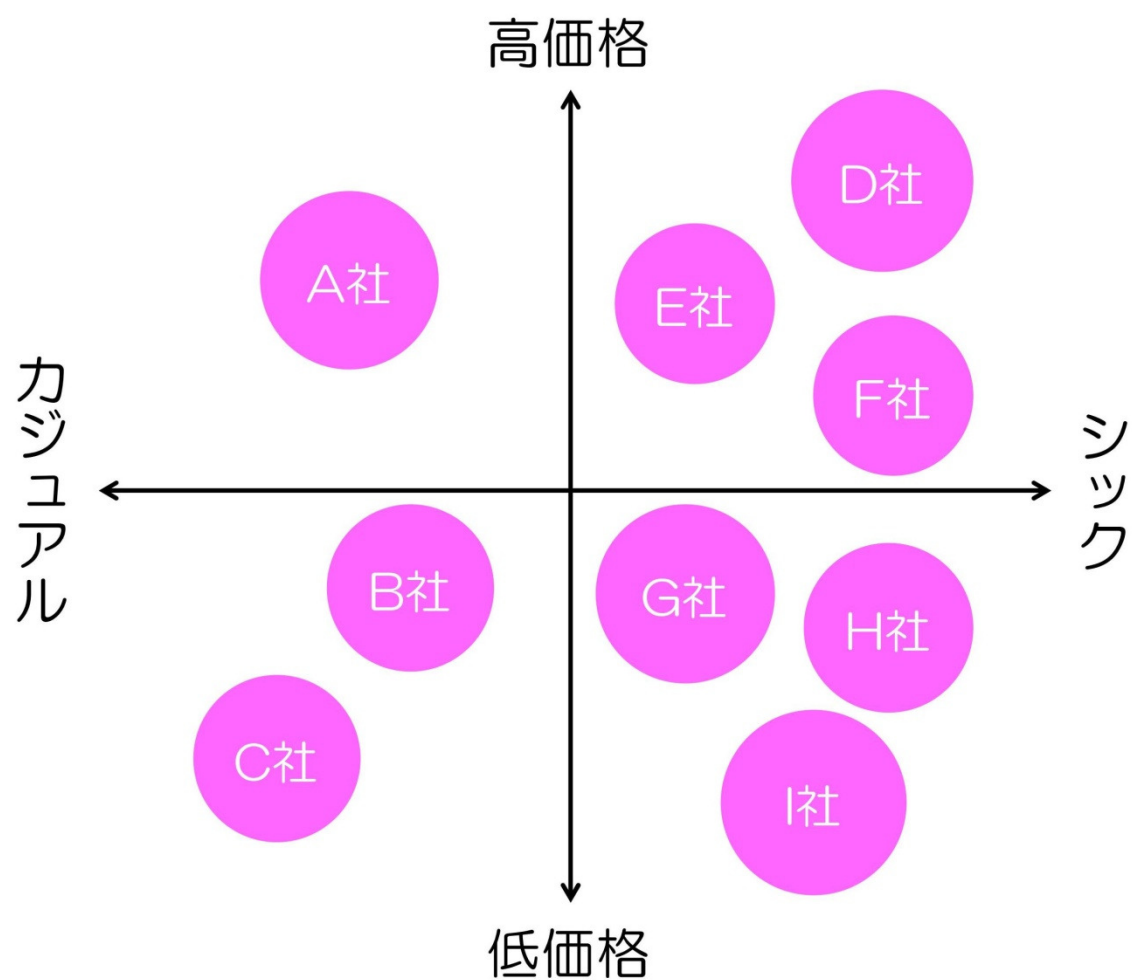
	強み？	

読書家	社会保険労務士	女性
行動力がある	小川晶子 強み？	文章が得意
士業の人脈	経理 10 年	アパレル出身

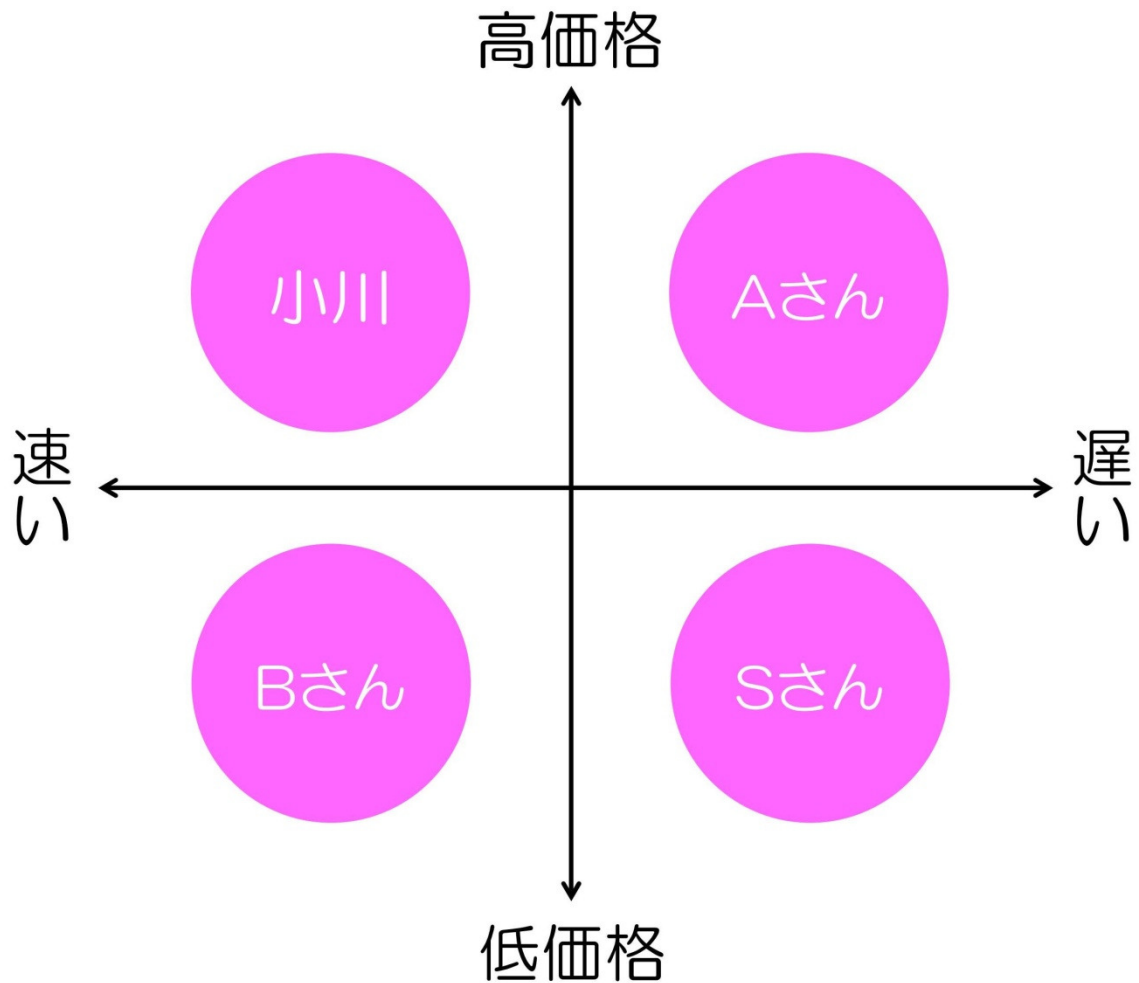
2. 差別化ポイントを見つける

【ポジショニングマップ】

業界のポジショニングマップの例



個人の場合



3. 競合のプロフィールを読む

差別化できる部分はどこか？

4. 強みを作って圧倒的なポジションをとる

USPの説明によく使われる「ドミノピザ」

5. プロフィールの書き方

1) プロフィールの基本の型

1. 名前
2. 現在の自分の仕事・肩書き
3. 基本情報(生まれ年・出身など)
4. 過去(ストーリー)
5. 現在(強みと実績)
6. 未来(方向性)
7. プライベート or 人柄
8. 実績(箇条書き)

2) 信頼性の表現

1. 実績
例)
 - ・ 年数
 - ・ 経歴(独立前に修行した場所等、現在の仕事につながる経歴)
 - ・ お客様の数
 - ・ お客様の変化
 - ・ 受賞歴
 - ・ 資格
 - ・ メディア出演歴
 - ・ 講演・セミナー実績
 - ・ 著書
2. ストーリーの組み立て
3. お客様の声

3) 方向性を示す

お客様にとっての「いい未来」と自分にとっての「いい未来」の接点を言語化

例)

- ・ 中小企業の活性化を通じ、日本を元気にすることを目指して活動している。
- ・ 業界全体のポジションアップに貢献し、〇〇が「なりたい職業ナンバーワン」となることを目指している。
- ・ 「いじめのない社会をつくる」がミッション。今いじめで悩んでいる人が一人でも多く辛さから解放され、自分らしく生きることができるよう全国を飛び回っている。
- ・ 「ママが笑顔になれば、家族は幸せになる！」を合言葉に、日本中のママを笑顔にすべく活動の輪を広げている。

4) 推敲のポイント

- ・ 強み、信頼性、方向性の3つの要素が入っているか？
- ・ 誰のどんな問題を解決してくれる人なのか、具体的にイメージできるか？
- ・ 過去のストーリーから現在、未来に一本筋が通っているか？（一貫性が感じられるか？）
- ・ 客観的な文章になっているか？
- ・ 「お客様にとっての価値」に関係ないエピソード、言葉が入っていないか？（単なる自慢や武勇伝になっていないか？）
- ・ お客様がわからない専門用語、わかりにくい表現はないか？

5) その他

- ・ プロフィール文の長さの目安
- ・ お客様の言葉を使う
- ・ 媒体に合わせて調整する