

Do the
write
thing!

2016.10.22



選ばれる、ファンを増やす プロフィールの書き方

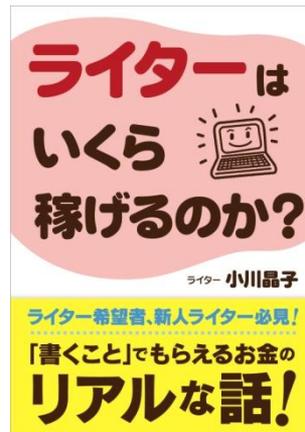
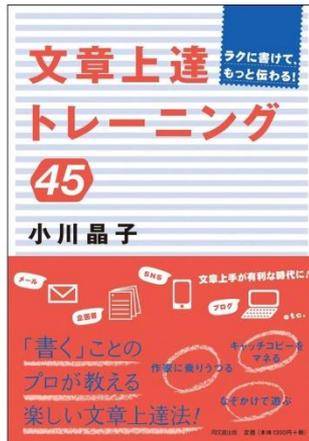
2016年10月22日

小川晶子（さむらいコピーライティング）

講師プロフィール

小川晶子（おがわあきこ）

ライター、プロフィールライター



このセッションの目的

- ✓ お客様に選んでもらえる
「プロフィール」作成の流れを体得
- ✓ 個人のプロフィールのみでなく、
商品や企業の「強み発見」→
「文章化」に応用

このセッションの流れ

1. プロフィールとは
2. 自分自身を知る
3. お客様を知る
4. 競合との差別化
5. プロフィールの書き方

1. プロフィールとは

1) 自己紹介文とプロフィール

A: 自己紹介文

1) 自己紹介文とプロフィール

p.3

A

私はコンサルタントをしています。この仕事を始めて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

1) 自己紹介文とプロフィール

B: プロフィール文

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。

p.3

1) 自己紹介文とプロフィール

A: 自己紹介文 = 主観的

B: プロフィール文 = 客観的

2) プロフィール悪い例

A: 履歴書パターン

A

p.4

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。〇×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。

2) プロフィール悪い例

B: 自分大好きパターン

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

p.5

2) プロフィール悪い例

- ✓ 書きたいことを書くのではなく、
読み手が知りたいことを書く
- ✓ 自分のプロフィールにも
ツッコミを入れてみよう

2) プロフィール悪い例

今日のセッション後は・・・

プロフィール 改善例

荒川太郎

五感活性化コーチ

NLP マスタープラクティショナー

**こちらは後日
お送りします**

1976年東京生まれ。○×大学卒業。

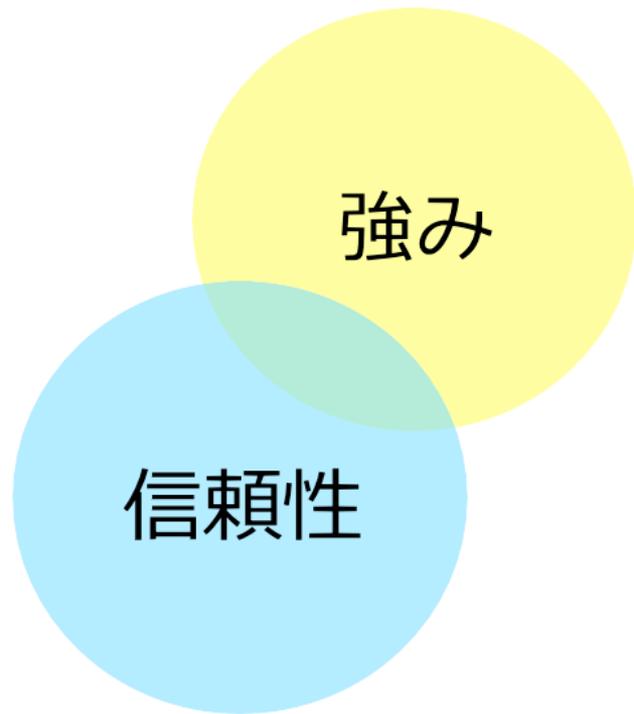
大手商社営業職を経て、ITベンチャー企業へ。開発部アシスタントディレクターを務める。多忙で過酷な環境の中、チームメンバーたちのストレスを軽減し、もっと人間らしく仕事ができるような方法を模索。NLP（神経言語プログラミング／心理、コミュニケーションに関する学問の一つ）に出会う。とくに、NLPにおける「五感」の捉え方に感銘を受け、活性化の方法を学ぶ。五感を使って情報を受け止め、また表現することで、人生が豊かに

3) いいプロフィールには
3つの要素がある

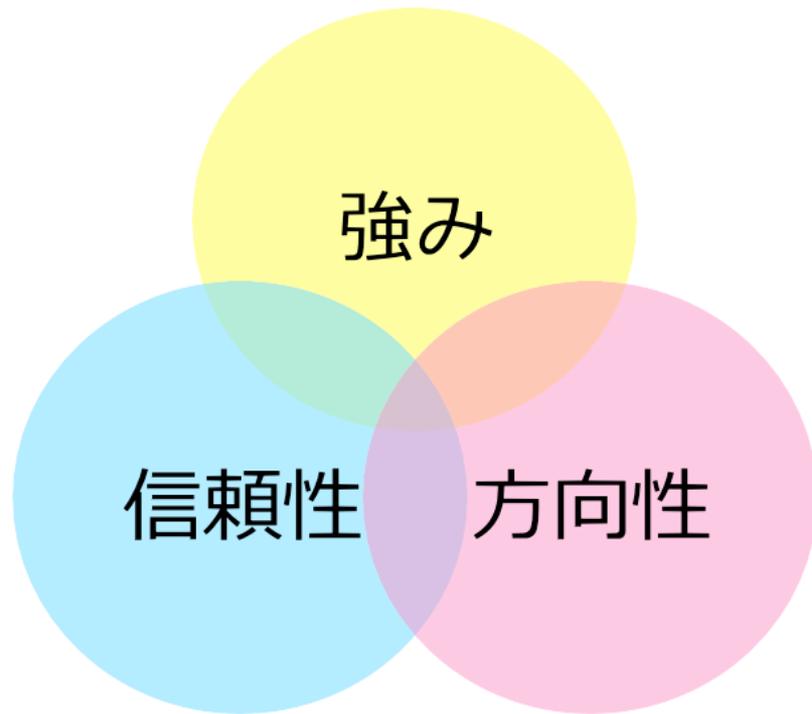


強み

3) いいプロフィールには 3つの要素がある



3) いいプロフィールには 3つの要素がある



4) プロフィール作成 7つのステップ

Step 1 自分自身（商品）を知る

Step 2 お客様を知る

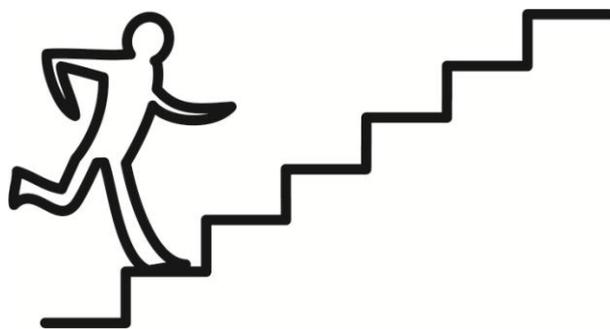
Step 3 競合を知る

Step 4 構成を考える

Step 5 文章化する

Step 6 推敲する

Step 7 更新する



2. 自分自身を知る

【コアを探るワーク】



<ワークシート1枚目>

- ✓ ペアになってインタビュー
してみましよう
- ✓ 3分でインタビュアー交代

3. お客様を知る

【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＞

- ✓お客様の悩みをリアルにイメージして、キーワードを書き出します
- ✓感情のキーワードも出してみましょう



4. 競合との差別化

1) かけあわせで オンリーワンを作る

【オンリーワン発見マンダラート】

	強み？	

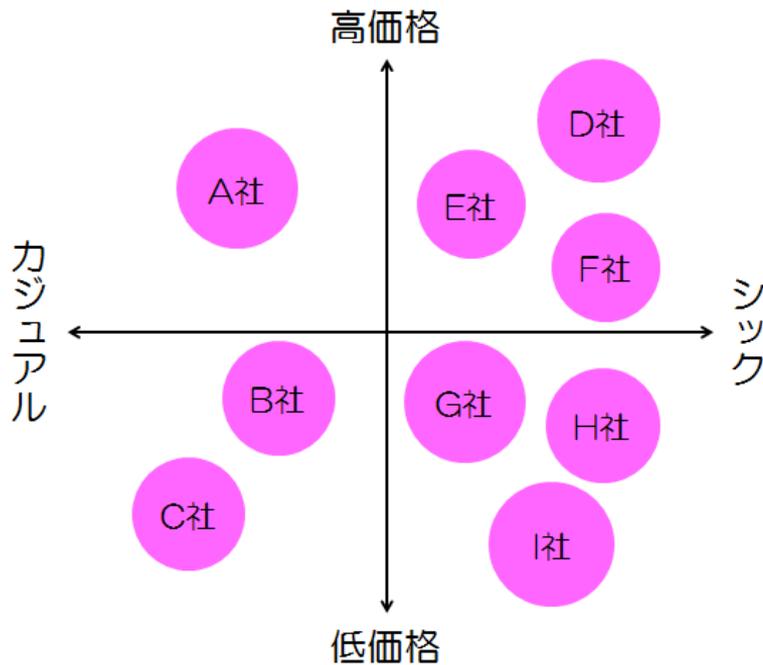
1) かけあわせで オンリーワンを作る

文章が得意×社会保険労務士 ⇒ 土業専門のライター

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
土業の人脈	経理10年	アパレル出身

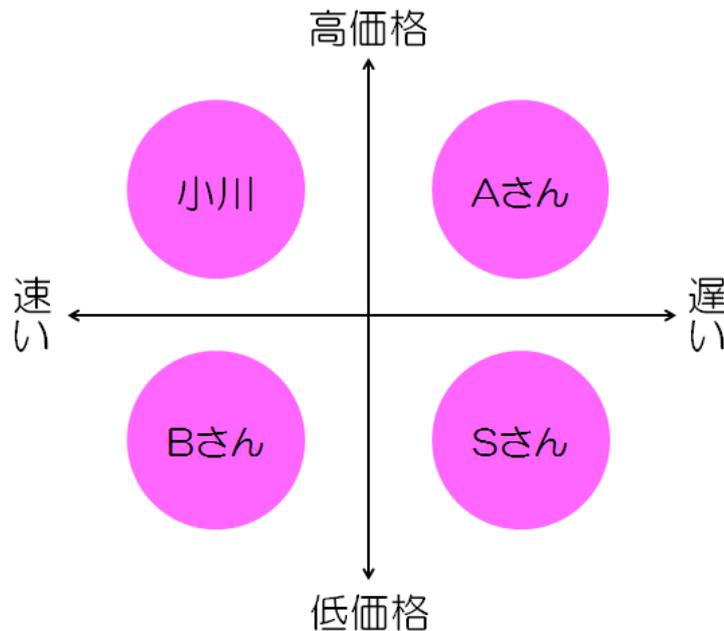
2) 差別化ポイントを見つける

【ポジショニングマップ】



2) 差別化ポイントを見つける

【ポジショニングマップ】



3) 競合のプロフィールを読む

差別化できるところはどこか？

相手がマネできないところは？



自分で弱みだと思っている部分が
強みになりうる

4) 強みを作って圧倒的な ポジションをとる

ポジショニングとして弱い…



それなら、強みを作ることを考える

ドミノピザの例

30分以内にできたてアツアツを
お届け！ 届かなかったら
お代はいただきません

*現在はこのサービスはやっていません



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（年数、経歴、お客様の数、変化、受賞歴、資格、メディア出演歴、講演・セミナー実績、著書など）
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



人は「方向性」に共感する！

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？)
- お客様には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

まとめ

選ばれるプロフィールを作るには

自分



お客様



競合



選ばれるプロフィールを作るには

自分



お客様



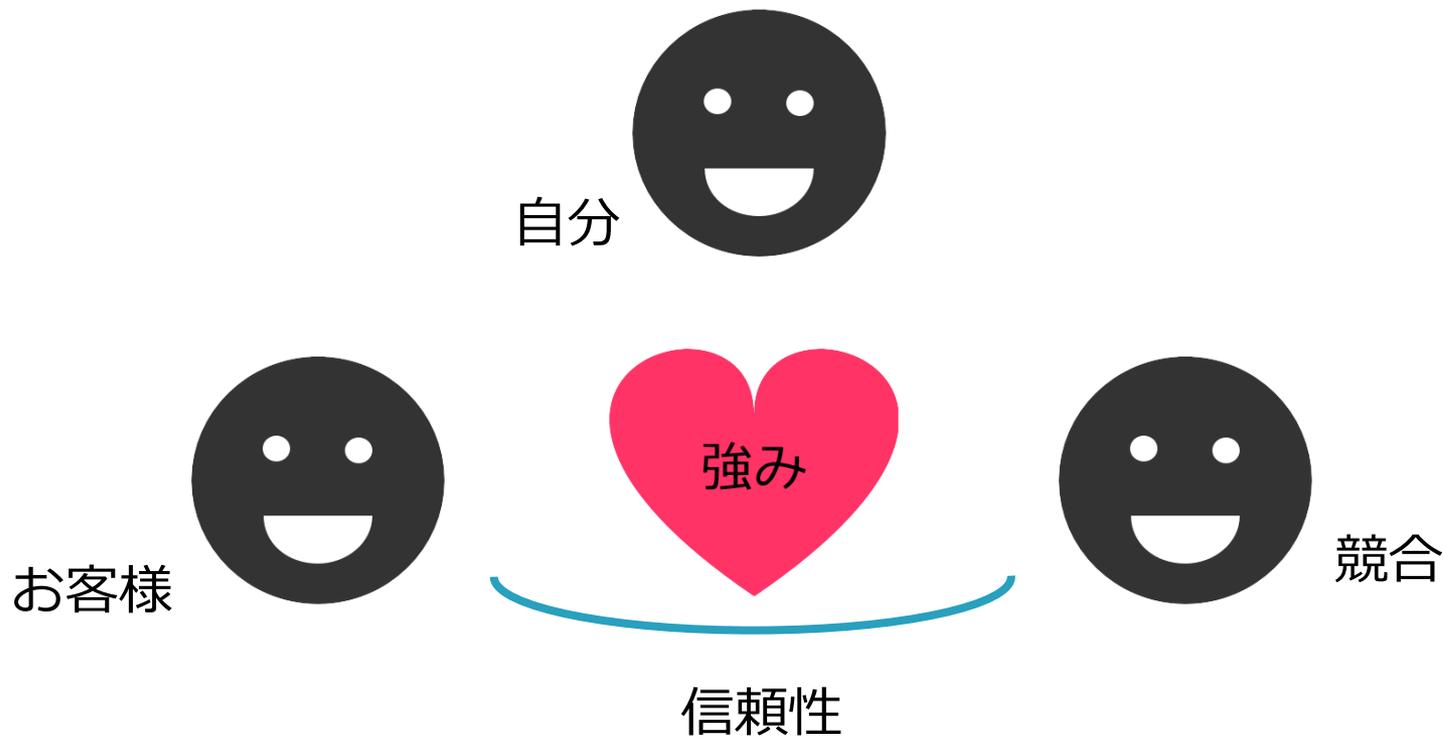
強み



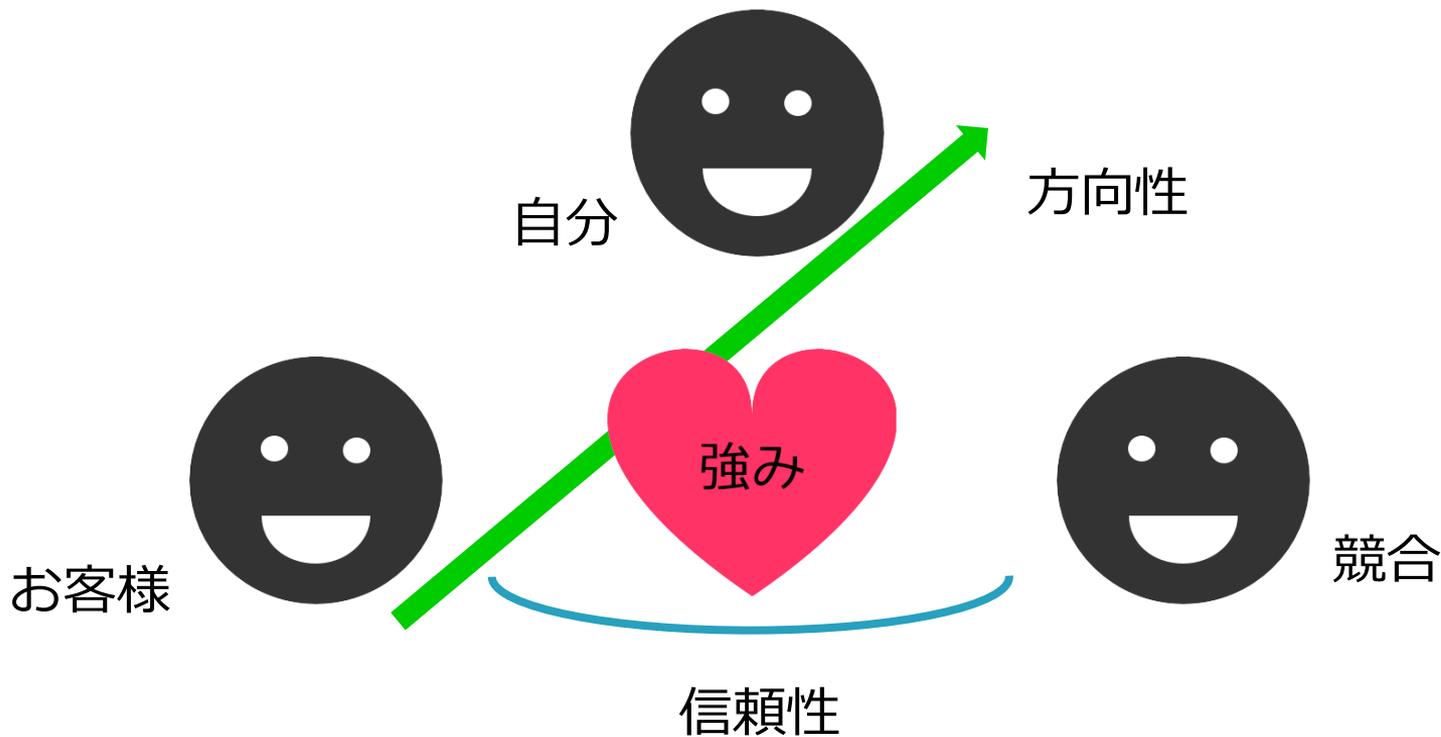
競合



選ばれるプロフィールを作るには



選ばれるプロフィールを作るには



**どうもありがとう
ございました！**

ライター・プロフィールライター 小川晶子