

プロとして選ばれ、感謝されながら収入を得る 講師ブランディング

Teachers-Place **Next Stage**

Group Session 1: 自分を知る、お客さんを知る（1）



Teachers-Place 主宰 講師トレーナー
金井 さやか (Sayaka kanai)

A close-up photograph of a bouquet of flowers. The bouquet features several large, ruffled carnations in shades of peach and light yellow. Interspersed among the larger flowers are numerous small, delicate white flowers, likely baby's breath. The flowers are arranged in a dense, rounded shape. The background is a plain, bright white surface. A semi-transparent white horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the word "Welcome!" in a bold, red, sans-serif font.

Welcome!

なぜ、講師にブランディングなのか？

「ブランド」とは？

- "name, term, sign symbol (or a combination of these) that **identifies** the maker or seller of the product"

— Philip Kotler

個別の売り手または売り手集団の財やサービスを識別させ、競合する売り手の製品やサービスと区別するための名称、言葉、記号、シンボル、デザイン、あるいはこれらの組み合わせ

「ブランド」とは？

dyson



SONY



VISA



amazon

YAHOO!



あなたのブランディングとは？

- 他の誰かやサービスではなく、
「あなたがお客様から選ばれる状態になること」

あなたのブランディングとは？ ワーク



- 他の誰かやサービスではなく、
「あなたがお客様から選ばれた」理由は？

なぜ、私？

(お客さんが選んだ理由、そのセリフを具体的に書き出す)

一般的に有名でなくても

- お客様の「脳内」で選ばれること



誰かの強みを追いかけない

- あなた自身の何か、でないとは続かない



自分の強みの見つけかた

- 「○○」をよく見る
- ○○の助けを借りる

自分の強みの見つけかた

- 「過去」をよく見る

(過去の行動、決断、実績 など)

- 他者の助けを借りる

(客観的な意見で、自分では見えない点に気づく)

あなたの強みを見つけるワーク



強みを見つけるワーク

- 思い出してください。

時間を忘れて何かに没頭していたとき

いつ、どこで、誰と、何を、どのように
していましたか？

Pain / Gain

- 購買の原動力　ご自身の「消費者」としての思考・行動を観察
- どんな時に楽しいか、嬉しいか、嫌か？



課題：観察して気づいたことを書き出してみてください



強みを見つけるワーク

- 子どものころ、何が得意でしたか？
- なりたかったもの
- 友達の中ではどんな存在でしたか？

未就学
小学生
中学生
高校生

★エピソード、具体例 あれば



キャッチコピー（仮）を作ろう

- ・ キーワード、フレーズ 自分なら？
- ・ 地名、所属、得意分野、性質、など



例)

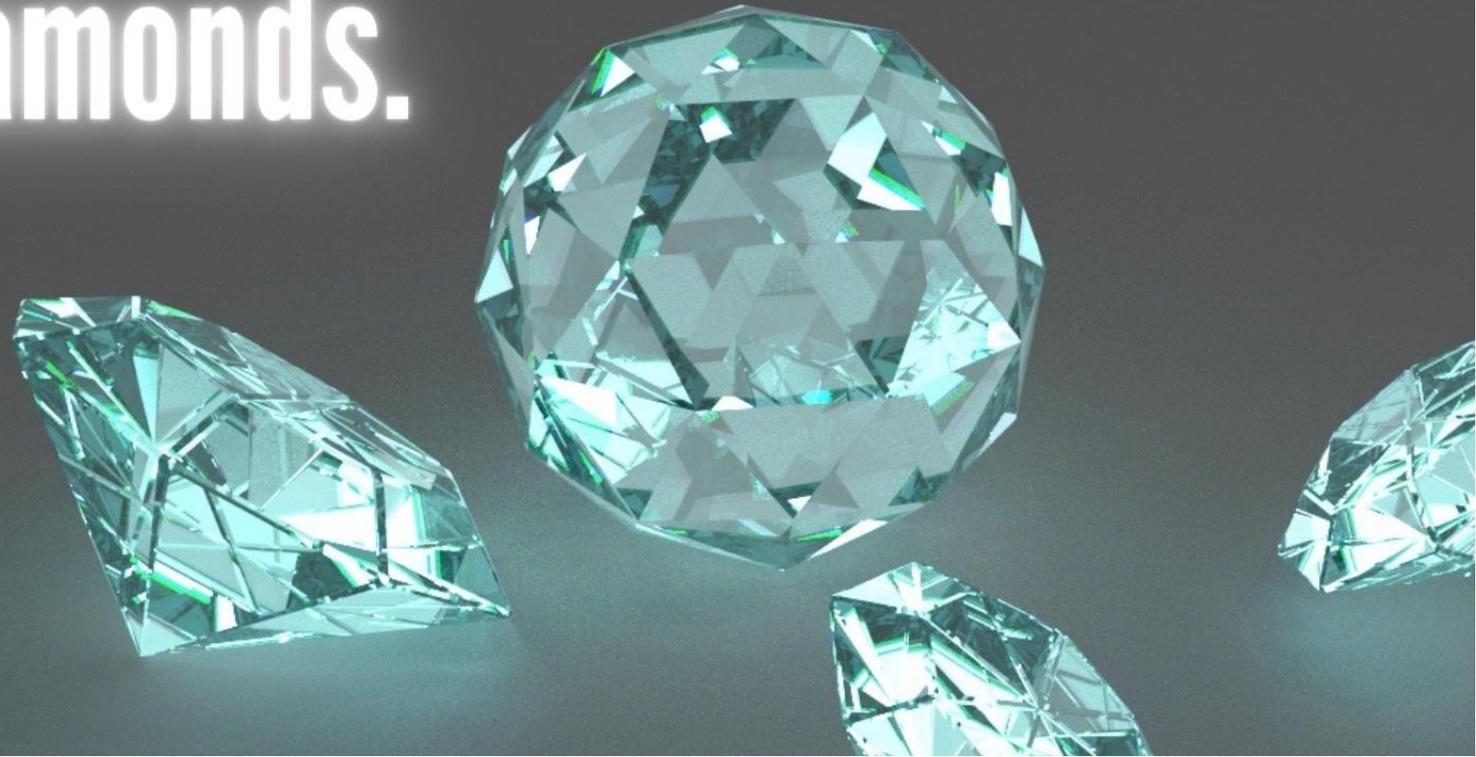
「ハマの番長」 「新宿の母」

「交差点を3歩で渡る男」

「イングリッシュキャンプの校長せんせい」

一発で決まらなくてOK！ 目指せ50個！

No pressure,
No diamonds.



Sayaka Kanai