

Dono

2 2022
February

自己投資のマインドセット

横須賀輝尚のライティング技術
オンラインセミナーダイジェスト
経営書ベストセレクション
GeniusOne ダイジェスト
メルマガバックナンバー
マーケティングコンサルタント
高金大輝のコラム

LEGALBACKS 会員限定の本ニュースレター「DONO」(ドノ) はイタリア語で「天賦の才」または「天分」という意味です。入会した人が、天才的な起業家になってほしい。そういう願いを込めて創立した天才塾が発刊するニュースレターは、常に優れた情報を提供し、よりあなたの天賦の才を活かしてほしいと考えてつくられています。「DONO」は、手軽に持ち運べる最新の知の集合体。移動中に、商談前に気軽に読むのもよし。じっくり腰を据えて学ぶにも耐えられる情報媒体。ぜひ、あなたの事務所経営に活用してください。

TODAYS TOPICS

- 3 士業・コンサルタントのための勉強術・学ぶ技術
自己投資のマインドセット
- 5 オンラインセミナーダイジェスト
- 8 経営書ベストセレクション
- 9 Genius One ダイジェスト
- 10 メルマガバックナンバー
- 14 マーケティングコンサルタント 高金大輝のコラム

2023年2月ニュースレター

発行者パワーコンテンツジャパン株式会社

本社：〒160-0004 東京都新宿区四谷1-18 オオノヤビル5階

電話：03-6380-0160 FAX：03-6380-0161

Mail：media@pcjapan.co.jp

本誌掲載の記事について無断複写・複製・転載を禁じます

士業・コンサルタントのための勉強術・学ぶ技術

自己投資のマインドセット



学びは意識が9割

と、流行りの小見出しをつけてみましたけど(古い)、これは事実。**勉強は意識の持ち方で成果が変わる**。これは目的と言っても良い。とにかくただ学ぶというのは、効果ゼロとは言わないけれど、やっぱり効果が低い。どうせ学ぶなら、効果が出た方が良いでしょう?ということで、今回は「意識」の話です。

受験勉強で得た知識をすぐに忘れてしまう理由

「1192(いいくに) 作る鎌倉幕府」、こういう有名な語呂合わせを忘れることはないけれど、じゃあ1543年は?1560年は?まあ、桶狭間の戦いくらいは覚えているかもしれないけれど、普仏戦争は?米西戦争は?と聞かれると、「うーん…」となる人がほとんどだと思う。大丈夫、わたしもわかんない。ちなみに、いまは鎌倉幕府、1192年と教わらないの、知ってました?

まあ、これは少し意地悪だったかもしれないけど、人は義務的に学んだことは覚えようとしなない。ほとんど忘れてしまう。「一夜漬け」なんてのはその典型例。好きでもないもの、興味のないものを強制的に頭に入れようとしても入っていかないし、無理やり詰め込んでもすぐに忘れてしまう。

ポイントは、あなた自ら「学びたい」と思うことにある。これが大事。でも、いざ経営やマーケティング、組織そして実務の書籍を開いてみると、うーん…難しくて何言っているかわからない…というのもよくあること。もちろん、世の中にはわかりにくい書籍ってのは存在する。でも、多くの場合やはり自分の意識がそれを阻害しているだけ。きっとあなたは思っている。

「学ばなきゃならない」って。

なぜ、学ぶのか？

勉強が苦手って人は多い。メルマガやブログが続かないって人も多い。私も別に勉強そのものが好きだったわけじゃない。高校時代には赤点も取ったことあったし、大学受験には一度失敗している。一浪して偏差値中盤の専修大学だから、決して頭は良くない。あ、今年専修大学は箱根駅伝でましたが、最下位でした。どうでも良いですねって、でもこうして興味関心あるものは覚えているものです。

閑話休題。**問題は、何のために学ぶのかって意識です。**大学受験も思うようにいかなかった私ですが、いまは勉強が好きで好きで仕方がない。でも、これは受験勉強のような勉強が好きって意味じゃありません。

ビジネスや教養を学べば学ぶほど、自分が成長し、会社が伸びるから。平たく言えば、もっともっと成功できるからです。**学んだら、成功する確率が上がるんですよ。**勉強しない理由ないですよね？

メルマガやブログなんかと同じ。私もかれこれメルマガは1000本以上書いてきました。まあ、「万」は書いてないと思いますが、2000とか3000という数字は書いてきているかもしれない。年間100本以上書いてますからね。と言うと「よくそんなに書けますね。私には無理です」と感想を持たれることがあるんですが、そんな感想を持つ理由が私にはわからない。だって、書けば書くほど儲かるわけですから。

いま、わかりやすくするために「儲かる」って書きましたけど、メルマガを「義務」とか「今日のタスク」「ノルマ」とかだけ考えたらそりゃ詰まんない。私も自分に今日のタスクとしてメルマガ執筆とかほかの業務を入れます。それは確かにノルマでありタスクです。でも、やれば売上につながるんだから、やらない理由はないわけです。

要は、前を向いてほしいってこと。今日、目の前のタスクだけ見ていたら、そりゃ萎えます。そのうえ、勉強もするの？ってなれば、撃沈。自分の趣味に逃げたくなります。でも、**やれば売上につながる、引いてはあなたのやりたいことの実現につながる行為が目の前に落ちています。「落ちているお金を拾う」という表現がありますけど、そういう表現でもいいかもしれない。**

学べば学ぶほど、結果が出るんです。合法的ドーピングみたいなものです。自己投資とかも同じで、「〇万円もするセミナーか、高いなあ…」と考えれば躊躇しちゃいますけど、私ははセミナーを受講するときには「えっ、これってもしかしたら〇万円の投資で〇〇〇万円くらいになるんじゃない？」とか考えてしまいます。もちろん、ノウハウをお金にする技術みたいなものは必要ですけど、意識ひとつでここまで変わるものです。

私の勉強量、半端ないですよ。多くの方が「横須賀先生はすごいですね」っておかげさまで評価して頂いてますが、実は誰よりも勉強しているんです。わたし、自分自身に自信がありませんでしたから。だったら、学ぶしかない。しかも学べば学ぶほど結果が出る。

そういう意味では、勉強中毒なのかもしれませんね。

それも一切副作用のない。ここまで来たら、勝つ意識といえるでしょう。



横須賀輝尚

パワーコンテンツジャパン株式会社
代表取締役。特定行政書士。

WORKtheMAGICON 行政書士法人
代表社員。

専修大学法学部卒。大学在学中に行政書士資格に合格。2003年、23歳で行政書士事務所を開設し、独立。2005年、労働集約型の土業の仕事(法定業務)からの脱却を目指し、セミナー業務やコンサルティング業務で収益を上げながら、結果として土業の仕事を獲得していく逆転の発想によるビジネスモデル「資格起業家」を考案、年収1000万円超を実現する。2007年に土業向けの経営スクール『LEGALBACKS(経営天才塾)』をスタートさせ、創設以来、全国延べ1700人以上が参加。土業向けのスクールとしては事実上日本一となり、2017年には10周年を迎えた。これまで会員土業からの相談メールには、2万件以上の回答してきた実績がある。現在、菰田弁護士とともに高難度業務研究会 on 弁護士顧問契約「LEGALMAGIC」を主宰する。

オンラインセミナーダイジェスト

12月開催オンラインセミナーダイジェスト



2022年の総まとめと2023年の行動計画

配信日：12月13日(火)

講師：横須賀輝尚

視聴 URL：<https://power.contents.japan.teachable.com/courses/339a62/lectures/44567166>

今回のセミナーでは、ランチェスター戦略をベースに2022年の総まとめと2023年の行動計画について考えていきます。ランチェスター戦略では、商品戦略・営業戦略・客層戦略・地域戦略・顧客戦略・財務戦略・時間戦略・組織戦略という8つの戦略が重要だとされています。そのうち、土業にとって重要なポイントを解説します。

【商品戦略】高単価商品とサブスクを狙う

真っ先に考える必要があるのがビジネスモデルです。狙うべきは高単価商品と継続課金(サブスクリプション)で、少なくともどちらかが自分の商品に入っている必要があります。

土業の業務は基本的に仕入れが必要ありませんが、知識と情報の仕入れは最重要ですから、ここには惜しまずに投資しましょう。次のような質問を自分自身に問いかけてみるのも効果的です。

- ・2022年はどのような勉強をしましたか？
- ・その勉強はどんな成果につながりましたか？
- ・2023年に飛躍するために必要な勉強は何ですか？

2023年の勉強のコンセプトを決めるのも有効です。例えば「資金調達のプロになる」でもいいでしょう。ゴールを設定したら、そこから逆算して今何が必要なのかを考えていきましょう。

2023年に取り組んでほしいのは、やはりコンサルティング業務です。**例えば補助金申請業務をしたら、申請業務だけでなく、事業計画や資金調達などのコンサルティング業務をサービスに加えていただきます。**

コンサルティング業務については、「月額10万円で全てのサービスを提供する」というようなサブスク的なものも、新しい概念として意識してみたいと思っています。

【営業戦略】リアルで人と会う

営業戦略における2023年のポイントは、「リアルで人と会う」です。受け身で待っているだけでは人脈はできないので、積極的に動くことがポイント。**SNS上で1日1人にDMを送る**ことを目標にして、**どんどん声をかけていきましょう。**

もちろんいきなりDMを送るのは逆効果ですから、まずはいいねなどから始めて関係性を作っていきます。

効率化のためには、コンテンツをリユースすることも大切です。

例えば、あるコンテンツを使ってオンラインセミナーをしたとしたら、他の媒体でもそのコンテンツを活用する。YouTubeで流したり、テキスト化してKindleで販売したり、小冊子にしてクライアントに配ったりもできますし、noteの有料記事にするのもいいでしょう。

工夫次第でさまざまな媒体でリユースできますから、こちらを意識していきましょう。「前に書いたことと被る」とか、「あのセミナーと似ている」という不安を持つことがあるかもしれませんが、一切問題ありません。

コンテンツを大量に出していくと、必ず重複するものは出てきます。そこは仕方がないところなので、気にしすぎずに、とにかく作って出していきます。

【客層戦略】客層よりも属性にフォーカスする

士業やコンサルタントの場合は、客層よりも属性の方が重要なので、客層戦略については、それほど気にする必要はありません。

どういうことかという、例えば社労士ならば、「問題社員で困っている経営者」がターゲットになる。問題社員で困っている経営者には、男性もいれば女性もいるし、20代の若い経営者であっても、70代、80代の経営者であっても困っている人は困っている。会社規模にも関係しませんから、あまりターゲットを絞る必要はありません。

もちろん「40代の経営者」「中堅企業」というふうには絞っても構いませんが、絞りすぎると、マーケットが小さくなってしまいますので注意してください。

【地域戦略】2023年はアナログ回帰が始まると予想

地域戦略については、地元中心の人脈とオンラインに分かれます。ここで重要な視点が、「マーケットは回転している」ということです。例えば、かつてインターネットが流行ったときには、アナログ手法のFAXDMや郵送DMはかなり現象しましたが、その後またFAXDMや郵送のDMが流行るという動きが起きました。

この2、3年はコロナ禍によってオンラインマーケティングが主流でしたが、おそらくそろそろアナログ回帰が始まると思われます。2023年は、アナログが当たる可能性は非常に高いでしょう。

【顧客戦略】インタビューで関係性を構築する

顧客向けの情報発信を行っていきましょう。お客さまにインタビューして顧客事例を作り、お客さまと関係性を作って紹介につなげる戦略も有効です。

実際にサービスを利用してくれた人にインタビューをすることによって、サービスに対する評価も得られますし、求めていることをヒアリングすることもできます。

また、お客さまとコラボするのもいいでしょう。失敗すると契約を解除されるリスクはありますが、成功すれば関係性が深まるだけでなく、顧客継続性が上がるというメリットもあります。

【財務戦略】平常時こそ借入金を積極的に

業績がいい時ほど借入金をする。これが大きなポイントになってきます。

ほとんどの人は、財務状況が悪くなってから借入金を検討しますが、それでは遅すぎます。普段から借入金をしてしっかり返済し、信用実績を積み上げていきましょう。

完済する必要はありません。途中で借り換えをしてまた返済を続けていけば、会社にはずっとキャッシュが残り続けます。

今の時代は、とにかく余剰資金を多く持つことが最大のリスクヘッジになってきます。信用実績ができてくれば、金融機関から「借りてもらえませんか?」と言われるようになります。そこまでいけば、経営上もかなり楽になってくるでしょう。

ランチェスター戦略の8つの戦略のうち、特に士業にとって重要なポイントをピックアップしました。ここでお伝えしたことを意識しつつ、2023年の事務所経営に活かしていきましょう。



経営書ベストセレクション

365日の質問 1日1問答えるだけで理想の自分になれる

著者：マツダミヒロ



今回ご紹介するのは、『1日1問答えるだけで理想の自分になれる 365日の質問』（マツダミヒロ 著/光文社）です。

マツダミヒロさんは日本で唯一の質問家として、質問することを仕事にしている方です。この本は1日1問形式になっていて、毎日、自分に何かしらの質問をすることができる本になっています。

質問の重要性については、私もセミナーやメールマガジンなど、さまざまなお伝えしてきました。しかし、重要性を理解している人はいまだに少ないと感じています。

「自分に適切な問いを投げかける」というのはとても重要で、仮に今何か思い通りにいけないことがあるとしたら、それは質問が足りていないから。それに尽きます。

自分に対して質問をすることによって、脳が考え始めます。「売上を2倍にするために何ができるか?」とか、「値引きされないための工夫には、どんなものがあるか?」とか。そんな質問を、ぜひ自分に対してしてみてください。最初からすごい答えが導き出さなくて全然いいので、まずは質問し、考える頭を作ること。これが大事です。

質問をする際には「メタ」の視点がすごく重要です。メタ視点があるかないかで、導き出される答えが全く変わってきます。例えばこの本にもある「どんな人たちと、どんなことを磨きたいですか?」という質問。メタ視点がないと、「同業者と実務能力を磨く」というような、借りてきたような答えしか出てきません。

しかし「これから5年、10年生きていく中で、自分にとって必要な能力や知識とは何か?」というようなメタ視点があると、「5年後には事務所規模を2倍にしたいな」とか、「売上を5倍にしたいな」というようなことが見えてくる。

そうすると、「だとしたら、今のうちから、ある程度大きな会社の経営者と知り合って経営力を磨きたい」とか、「人脈を広げておきたい」というような答えが出てくるようになります。

私の場合は、文章力について、これからはセンスの良さや教養の深さにフォーカスしていきたいと考えています。ここでメタ視点を持って文章力について見ていくと、科学者やミュージシャン、作家などの世界に触れて教養を学んでいきたいな、というのが見えてきました。

そこで「どんな人とどんなことを磨きたいですか?」という質問を考えると、「若い学者と会いたい」という答えが出てきました。メタ視点があると、こうしてどんどん発想が広がっていきます。

ぜひ皆さんも、メタ視点を持って質問を活用していきましょう。今回ご紹介している本は、その上でとても役に立ちます。毎日本を開いて質問に答えようとするのが辛くなるので、思い出したときに本を開いてみて、飛び込んできた質問を自分に投げかける、という習慣をつけていきましょう。

「マツダミヒロさんの本から、あなたが得たい効果は何ですか?」

この本を開く前に、ぜひこの質問を自分に投げかけてから読んでみてください。きっと得られる結果が変わるはずです。

Genius One ダイジェスト

記事の内容は、メールマガジン「GeniusOne」内のリンクにてご確認ください。

ネット広告最新情報解説：高金大輝

【【ニュース】 Google、Google アナリティクス 4 プロパティの自動作成を適用へ】

アナリティクスに関する発表です。GA4 への移行設定が済んでいないアカウントにはプロパティの自動作成が適応されます。この自動作成はユーザー側でオプトアウトする必要があるため記事内の手順に従って設定してみてください。(期限 2023 年 2 月 28 日まで)

一週間の法律ニュース (解説：横須賀輝尚)

【ChatGPT が鳴らした号砲 Google 創業者復帰の危機感】

とすると、5 月にはある程度の形が見えてくるかな。それまでに、士業・コンサルタントでの使い方の研究を続けよう

【千葉県外国人労働者、最多の 6 万 9000 人 22 年 10 月時点】

都会から地方都市へ、地方都市から田舎へ。のんびり変化する。

【外国人労働者が最多 9900 人、入国緩和で前年比 11.5%増】

各国の人材の気質を知ることも大事

【三井物産、YouTuber など副業認める 国内全社員に】

手取りの低さを考えると、「副業を認める」んじゃなくて、「副業を推奨して支援する」会社が求められるかもしれない。

【岸田首相が“異次元増税”に挑戦、「日本には増税余地がまだある」論の欺瞞】

このまま消費税を含めた増税が続くなら、節税というより「お金を残す」って言った方が引きが強くなるかもね、コンサルタントは。

メルマガバックナンバー



No.774 【士業マーケティングの未来予測】

横須賀輝尚です。

先日、お金とビジネスの未来予測というテーマで配信をしました。

まあ、本当に何が起るかわからない時代になりました。本当にほんと。

free 許認可で許認可業務が 0 円になるかもしれないし、同じく free 登記なんかも同じ。

商標は AI にもうすぐ食われる。

相続税申告も AI 相続がある。

本当に、AI ができないことを仕事にしなければなりません。

AI にできないことってというのは、こんな感じ。

- ・ 仮説構築
- ・ 新規アイデア、創造
- ・ ホスピタリティ
- ・ トーク
- ・ 感情
- ・ コミュニケーション
- ・ 考える

まあ、色々ありますけどこんなところ。

なくなるジャンルの中から何かしらの USP を設定して、それに向かって実力を構築する。

最近抽象論が多いと思いますが、それだけ時代も環境も成熟してきたってことでしょう。

最後は考えた人が勝ちます。

で、今月はそんな未来を生き抜くスキルの話をしておこうと思うのですが、まずはマーケティングから。

LP + リスティング広告はまだ効果があります。

が、広告費の高騰化問題を抱えており、いずれ資本力のある大手法人の独占状態になるはずですが。

もちろん、業務や地域によってはまだまだ戦えますが、コロナ禍の影響でオンライン化が進み、地域性に逆転現象が起きていることは注目です。

オンライン化の良いところは、実力さえあれば、どの地域でも仕事が取れるってことですが、これは真の実力がなければなりません。

通常業務プラスαだと、いまは地方都市の人も都会の士業に相談する傾向があります。

地域が関係しなくなる…

というのが、逆効果になっているわけです。

この傾向が進むと、都会にいる士業の方が有利になってしまう。ただ、これは「探せる」業務の話であり、本当の高難度業務取り扱いに地域は関係ありません。

そういう意味では、**オンラインセミナーはこちらから仕掛けるものなので、いまもなお有効。**

セミナーはただ広告かけりゃいいってもんでもないですし、準備やコンテンツが必要。大手法人も動きは決して早くないです。なので、オンラインセミナーはやはり注目。

合わせて、ずっと言ってる Kindle。

これは1冊でも多く出していくべきでしょう。最後は蓄積です。

もう会員士業は仕事取っているんですから、やらない理由は1つもありません。

そして最後が、アナログ営業。

AI、DX、こういう時代にもう一度見直されるのはやはり「人」です。

そういう意味では、今後オンラインでもいいのでガンガン人に会う人が生き残るでしょう。

紹介とか人が介在すると面倒なことも起こります。

しかし、IT 的なマーケティングは面倒なことが少ない一方で、価格、実績などの情報で勝負が決まります。その「面倒なこと」があなたを救ってくれるわけです。人間関係という面倒なものが。

とまあ、こういう前提です。やれることはまだまだあります。

では、今月はスキル解説していきますので、よろしくお願ひします。

No.775【未来を生き抜くスキル①】

横須賀輝尚です。

今日から3回に分けて未来を生き抜くスキルというテーマでお送りしていきます。

今後の生存スキルとしては、山程あります。

ただ、絶対的に必要なものを真っ先に上げるとすると、なんだかんだ私は、「人脈力」

なんじゃないかと思うんです。

もちろん、コバンザメで生きろってことではありません。USP は必要だし、顧客への貢献も必要。

でも、変わりゆくこの世の中で、何が1番確かかと考えれば、人と人とのつながりなんじゃないかと思うわけです。

業務は間違いなく AI や DX に取って代わられます。

でも、考えるとか創造するとかホスピタリティとか人でしかできないことはあるんです。

そういうときに、ネットではなく人脈の中で探される人になる。これが最強なんじゃないかと思います。

情報はネットで取れると言われるようになりましたが、肝心な情報は人からしか手に入らないです。

私がいまなお一線で偉そうなことを言って、ダイヤモンドやその他誌面（今度また別の有名誌載ります）に載れるのは、人から情報を集めているからです。

そして、大事な仕事するのはやはり DX じゃなくて人から人へ生まれていくもの。

なので、USP とかマーケも要りますが、魅力的な人になって人とのつながりをきちんとつくっていきける人。

こういう人になるのが最大の生存スキルなんだと思います。

魅力的な人になるには、学び、実践し、一貫性を持って成長し、理念のもとに動く人。

特にコロナ禍で人との関係はより希薄になりました。

だから、いまがチャンスです。

オンラインでも良い、とにかく人に会ってほしい。

これが最初で最大の生存スキルです。

No.776【未来を生き抜くスキル②】

横須賀輝尚です。

スキルの話をしようとして、いきなり人脈の話になりました。

でも、このメルマガを執筆する前にも色々考えていたのですが、やっぱり人脈は最強だなあと。

人間、誰しも得意不得意があります。

私は文章マーケトーク企画アイデア得意ですけど、中期計画管理図解エクセル(表)とかはめちゃくちゃ苦手です。

パワーコンテンツジャパン株式会社はおかげさまでいつも配信と色々やらせて頂いてますけど、管理部門の社員がいなかったら、なんにもできないです。

まあ、私も頑張ればできると思いますが、絶対にいまのペースでやるのは無理。

私は企画考えて、文章書いて「あとよろしく」ができるから配信ができます。

つまり、最強の人脈を持っていればなんでもできるってわけです。

もちろん、ビジネスとして仕事を依頼するならそれ相応の報酬が必要なのは言うまでもありませんが、少なくとも私はいま、コンサルタントとして実現したいことは全部できる環境にあります。

自分の USP をつくって、一定の売上をつくるまでは頑張る、あとは「人たらし」になる。

意外とこれが最強路線なのかも。

まあ、全員に好かれるわけはありませんし、Amazon のレビューを見ればわたしのこと大嫌いな人がいるのはわかりますが、支持してくれる人がいるからこそ成り立つわけで。

魅力的な人になるというのは、遠回りなようで近道なのかもしれません。

となると、どうやったらそういう魅力的な人になれるのか。

今回はそんな話をしていきたいと思います。



No.777【未来を生き抜くスキル③】

横須賀輝尚です。

このメルマガは私の原稿執筆の中でもっとも生っぽいものです。それは、考えながら書いているから。

書籍や雑誌の原稿はもうちょっと緻密に構成してから書きます。良い意味でリアルだと思ってもらえればと思います。

で、スキル解説をしようと考えていたら、もちろん色々なスキルがあって良いと思うし、スキルは身を助けますが、**人脈があれば情報の入手もスキルの代替も可能になる。でも、肝心の人脈がなければ、これができない。では、どうしたら良いか？に、答えるのが今日のメルマガです。**

・まずは魅力的な人になることを目指すことを決める

人脈というどうしても人に会う数がフォーカスされますが、**最も重要なのは、あなたが魅力的な人になることです。**魅力的な人には、勝手に人が集まります。

では、魅力的な人ってなんでしょう？

あ、清潔感とか服装とか髪型とかの基礎は省略しますね。

・確固たる個がある

USP と置き換えても良いです。

専門分野と言っても良いです。

あなた＝何か

ブランドと言っても大丈夫です。

あなたとは、何なのか？これをまずつくらなければなりません。

そして、あなたとのつながりが、プラスになると思われるようにする。これがその次。

・あなたとつながるメリットは？

家族友人関係になれば、メリットデメリット関係なく人は動きます。

自分の家族が犯罪者になっても家族は家族です。

でも、ビジネス上でそこまで仲良くなれるってことはあんまりない。やはり、あくまでビジネスはビジネス。

つながる意味がなければ、時間の無駄だと思われてしまいます。

最初は、金銭的メリットがわかりやすい。助成金でもいいし補助金でも融資でも節税でも。

わかりやすいメリットがあればつながりやすいもの。

「横須賀輝尚」も最初はつながったら儲かりそうって思われているからつながってもらえるわけで。

細かいことは省略しますが、この次の段階にあるのが、会ったら楽しい、成長できる、刺激になるみたいな抽象的なもの。

もちろん最初からこれがあっても良いのですが、収入のない大学生が知識をひけらかすのと同じで、具体的メリットがないと続かない。

私と会って、元気は出るけど結局何も解決しなかった…ではつながる意味がないわけです。

なので、このあたりはちょっと先の話。

・貢献性

利己の人は嫌われます。

これに対して利他の人は好かれます。

基本的にこれだけです。

返報性の法則と置き換えても OK です。普段からこのスタンスでいるかどうか大きなポイントになります。

まあビジネスですから、サービスがあってその対価として報酬があるように、なにかに貢献するから返ってくるわけです。

このスタンスは重要だと思います。

あんまり思われてないと思いますが、私は完全に利他です。自分のことはある程度どうでも良いので、会員士業に成功してほしい。それだけなんです。

・あとはスキル

ここまでの基本スタンスができて、次にスキルの話になります。

コミュニケーション能力とか交渉力とかですね。商談もそう。

人との関わり合いが苦手って人もいると思います。

私も基本陰キャでアウェイは苦手です。

でも、そんな中でストレスをできるだけ軽減しつつ、人間関係をつくっていけたら、生存率が上がるとなれば、やっぱりトライしてほしいと思います。

このあたり、書きながら重要性をつよく感じました。どこかでまとめたいと思います。

*【会員限定】 補助金で LP 製作ができます (相談可)

<https://pcjapan.co.jp/s-hojyokin>

*【会員限定】 資金調達アドバイザー

<https://pcjapan.co.jp/yushi>

*【会員限定】 オンラインセミナー完全外注

<https://keieitensai.com/entrustedseminar/>

*【会員限定】 Kindle プロデュース

<https://keieitensai.com/kindleproduce/>

*【会員限定】 YouTube プロデュース

<https://keieitensai.com/youtubeproduce/>



マーケティングコンサルタント 高金大輝のコラム



今回は、リスティング広告のインプレッションシェアについてお話しします。

インプレッションシェアは、設定したキーワードで実際にどのくらい広告が表示されたのかという指標です。インプレッションシェアが20%なら、80%の広告表示機会を逃しているということになります。

「インプレッションシェア損失率」という指標もあります。これはどのくらい機会損失したかを見ることができるもので、予算とランクの損失という2つの損失率を見ることができます。

インプレッションシェア損失率の「予算」の部分を見れば、予算が足りてないために、広告表示機会をどれくらい逃しているかが分かります。また、「ランク」を見れば、ランクが低いことで、どのくらいの広告表示機会を逃しているかが分かります。

ランク損失の要因にはさまざまなものがありますが、運用者側でコントロールできるのが入札です。入札を上げると損失率が改善するので、もしランク損失率が高い場合は試してみてください。

ランクのインプレッションシェア損失は20%以下が望ましいとされていますが、70%、80%と高すぎる場合を除けば、あまりこだわる必要はありません。損失を下げるために入札を増やすことで、コストパフォーマンスが悪くなることもあるからです。

まずは安易に入札を上げるのではなく、無駄なキーワードや、広告表示機会、広告の配信スケジュールを絞りこむなど配信対象を限定させる施策でも数値が改善する可能性があります。

クリック率やコンバージョン率を気にする方は多いのですが、インハウスで広告運用している方は、インプレッションシェアとインプレッション損失率については意外と意識していない方が多いようです。インプレッションシェアとインプレッション損失率も非常に重要な指標ですので、必ずチェックするようにしてください。

法律実務家経営研究会
on 経営コンサルティング契約
LEGAL BACKS