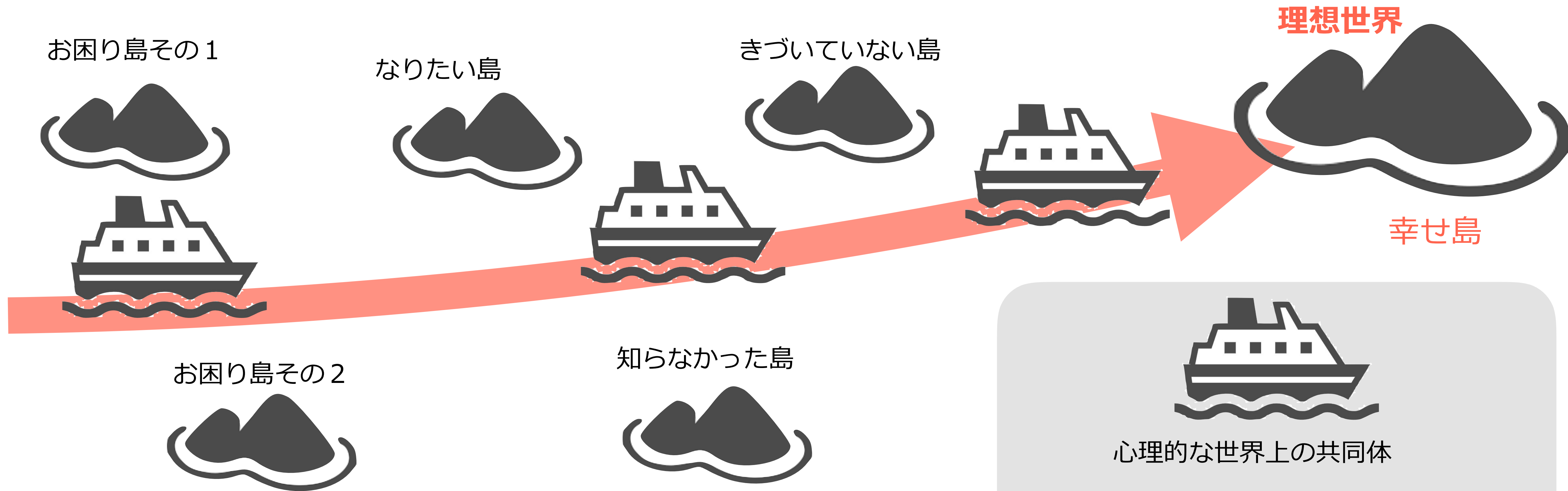


**お客様の成果が出やすく
集客やセールスの必要がなくなる**

コミュニティ型ビジネスとは

コミュニティとは

リーダーの価値観に共感した人たちが、同じ理想世界を目指し歩み続けている集団

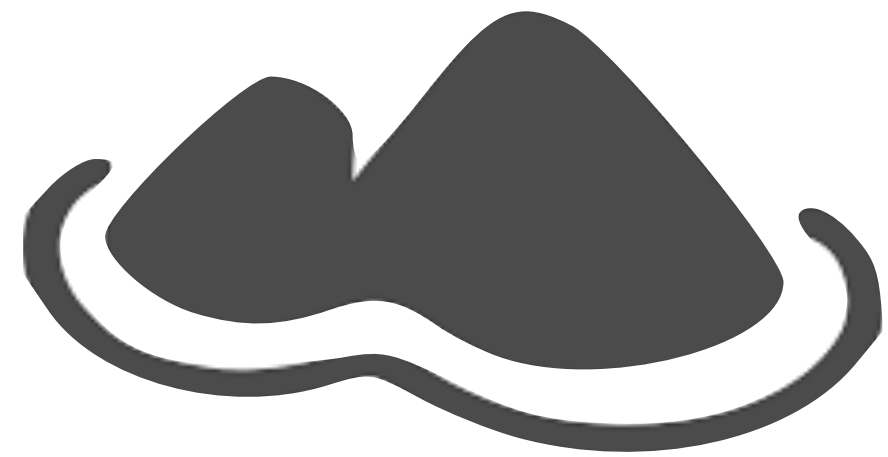


**リーダーが価値を提供するだけでなく、
みんなの力で協力することで高確率で成果を得れる
周りの当たり前があなたの当たり前になるので行動レベルが整う
※お客様を管理するのではなく、主体的に行動できる場を用意しよう**

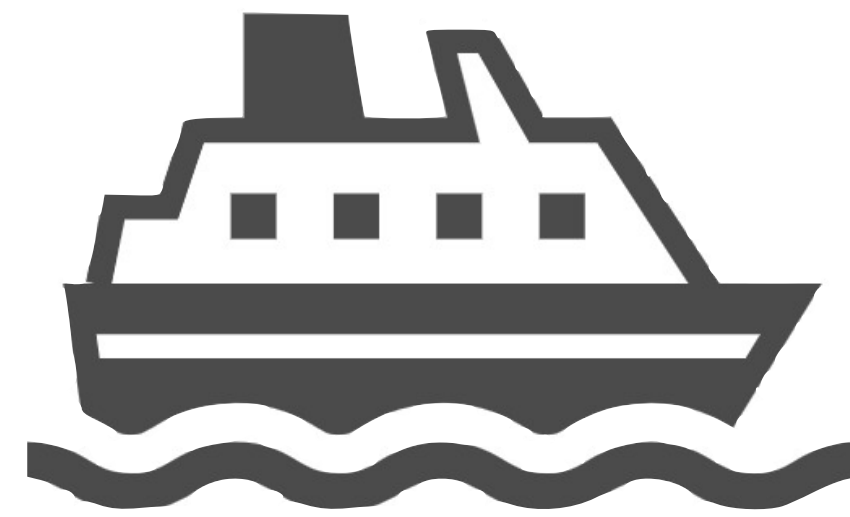
理想世界とは

まだ見ぬ、空想上の場所ではなく、本来あるべき場所

お困り島その1

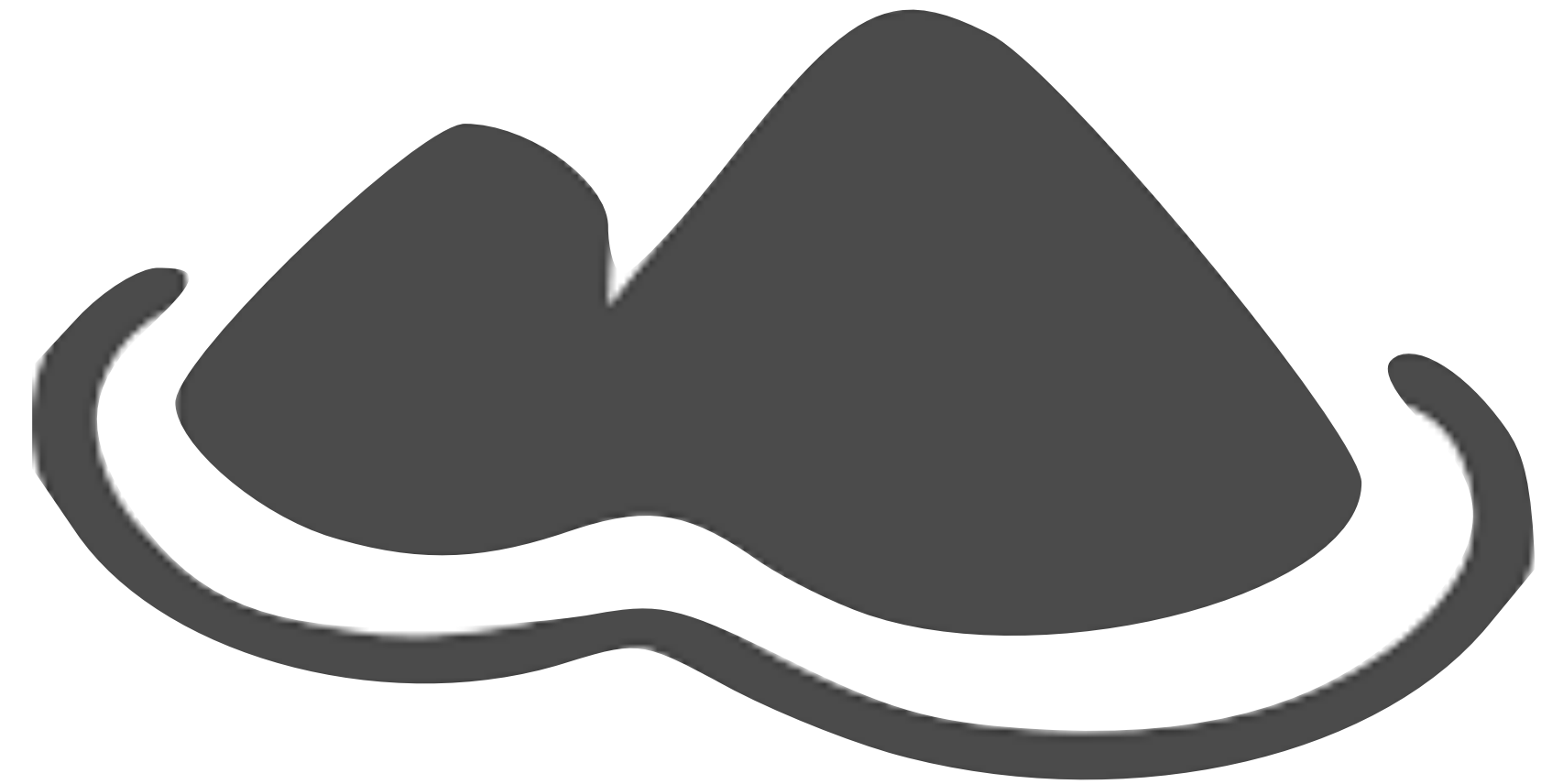


本来あるべき姿が
崩れてしまって
今の姿になっている



元の状態に戻る

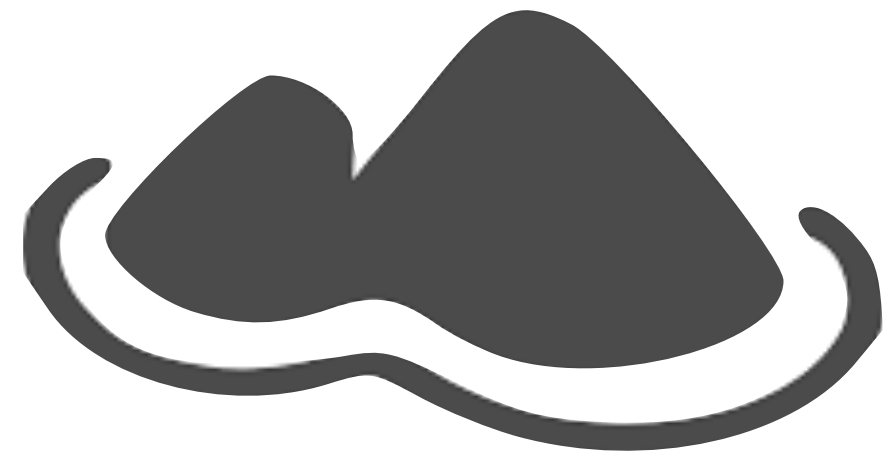
理想世界



こっちの世界が当たり前

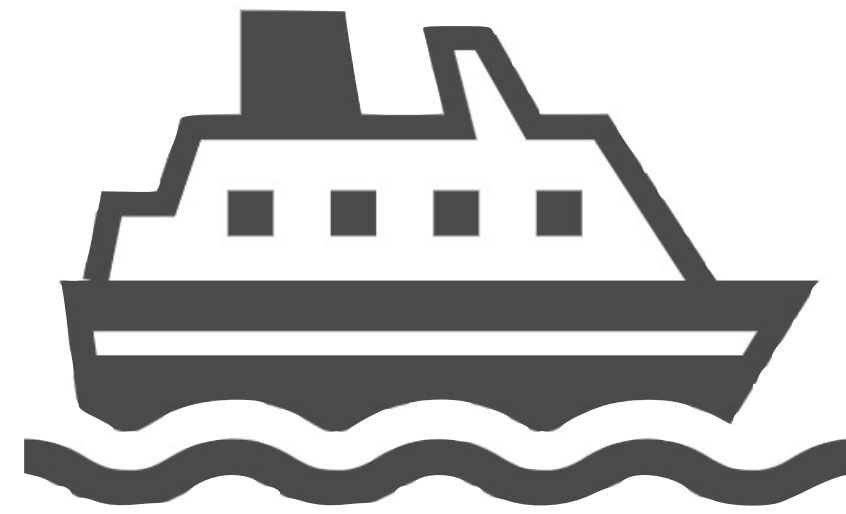
理想世界（コミュニティ型ビジネス）

お困り島その1



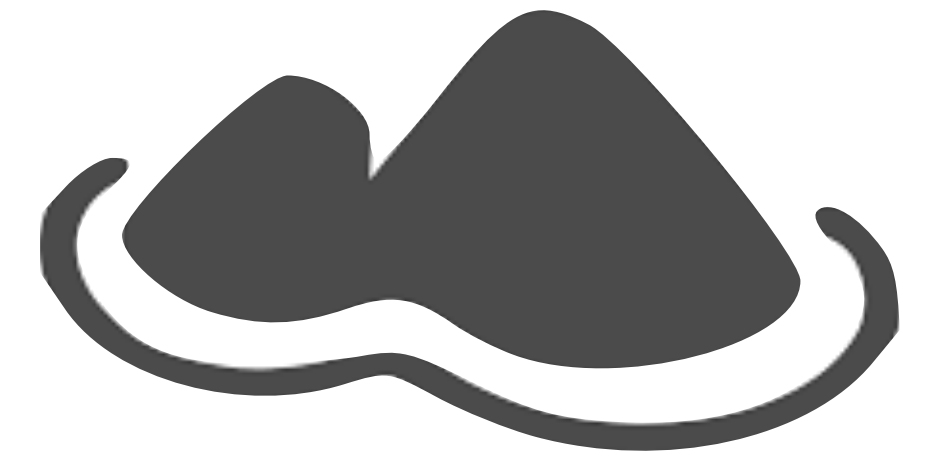
集客やセールスに
時間もお金も掛けてしまっている

※色々なお困り島は存在するが
同じ理想世界を目指す



コミュニティを作る

理想世界



お客様に本当に良いものを提供し、
喜んでもらえていれば、
自然と良いお客様が集まってくる
※もともと戦前・戦後はこうだった

**コミュニティが出来れば、それが実現する
時間もお金も得る事が出来る→自分のライフスタイルを充実させよう**

認識がズレたまま乗船させない

語り手のパラダイムを理解し、理想世界を目指す事にコミットし
価値観の境界線を乗り越えた人だけを乗船させる

コミュニティを作り、理想世界を目指す事にコミットした人

お客様のお困り事を解決し、求めている事を満たす事が最優先する
決して、あなたが売りたいものを売ることが目的としない！

そのために自分の得意なスキルを高めて経験値を積み、
よりお客様に価値提供出来るように頑張る！

そして、自分自身を大切にし、理想的なライフスタイルを実現しよう

うまくいかない原因は認識のズレ

語り手のパラダイム

集客やセールスとは
大変なものであって
楽ではない



聴き手のパラダイム

集客やセールスとは
楽しくやりがいのある事であって
嫌な事ではない



あなたにとっての理想世界とそこまでの道のり
聴き手にとっての理想世界とそこまでの道のり

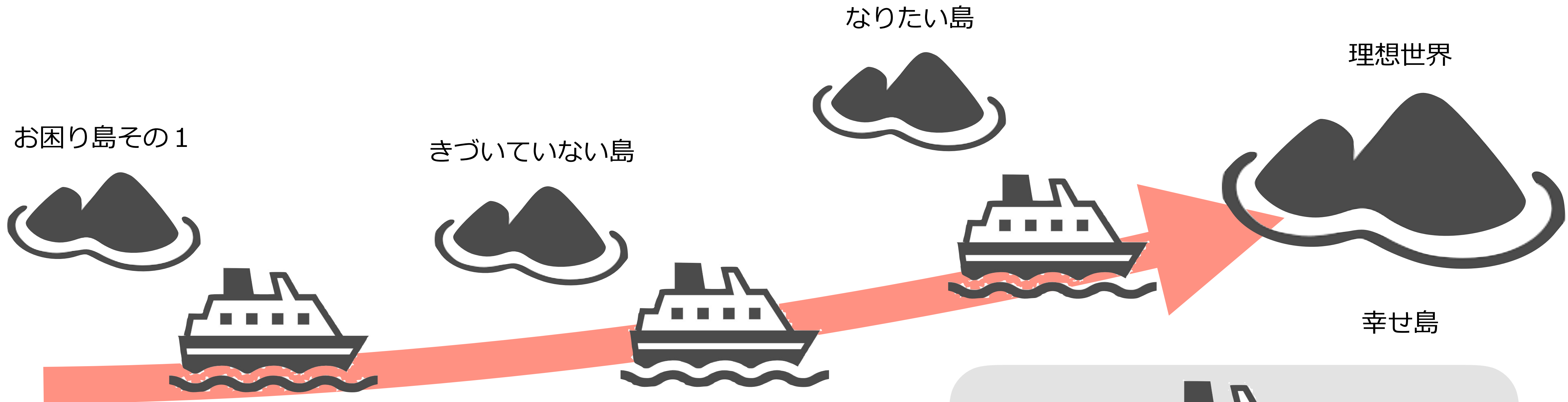
認識のズレを理解し、その差分を埋める必要がある

あなたの世界観

あなたから見た○○とは？

あなたの世界観（コミュニティ型ビジネス）

池田から見たコミュニティとは？

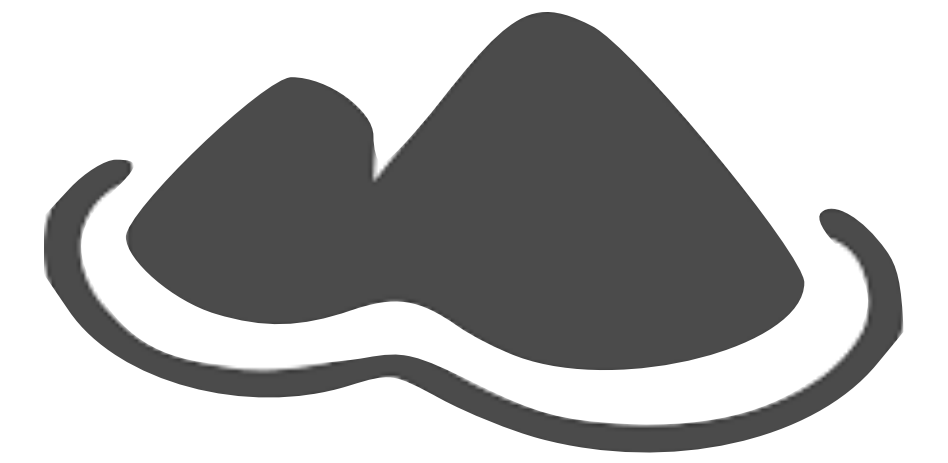


心理的な世界上の共同体

同じ理想世界を目指し
同じ価値観の境界線を超えてきた人々の集まり

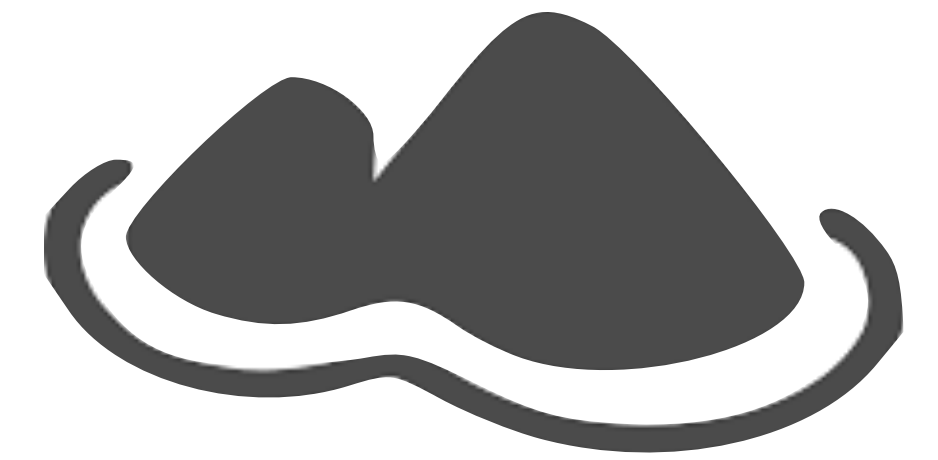
理想世界に行けばどんな良いことがあるの？

理想世界



コミュニティ型ビジネスはどんな良いことがあるの？

理想世界



得意なことに集中すれば良い

売り込みやマーケティングをしなくても良い

ビジネスにやりがいを感じ続けれる

みんなで成果をだせる環境

周りの当たり前があなたの当たり前になる

お客様に本当に良いものを提供し、
喜んでもらえていれば、
自然と良いお客様が集まってくる
※もともと戦前・戦後はこうだった

お金の自由も時間の自由も大きくなっていく

→自分の理想のライフスタイルが実現していく

精神的に充実した人生を過ごせるように徐々にになっていく！

あなたの価値観

大事に思っている事、間違っている、嫌だと思っていること それらの優先順位

池田の価値観

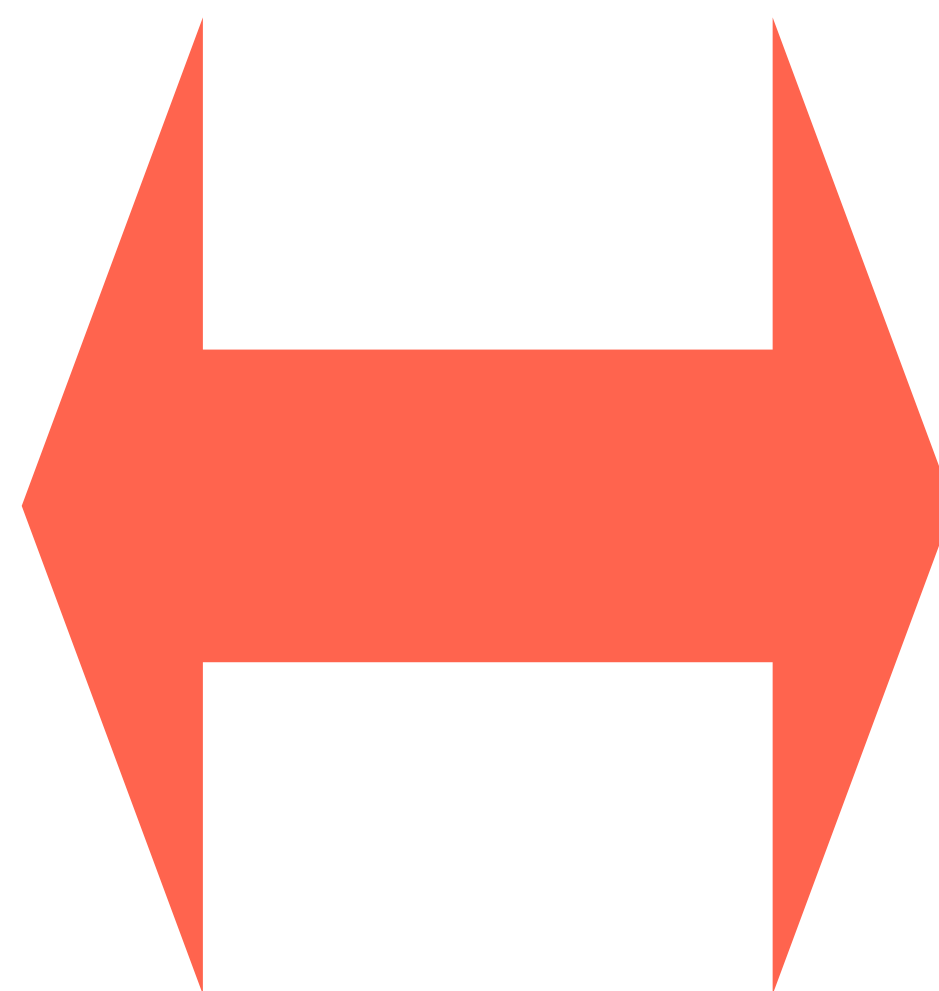
大事に思っている事、間違っている、嫌だと思っていること それらの優先順位

本当に良いものやサービスを提供していたら集客に困らない？

商品やサービスが良くても売り方やマーケティングが下手だと集客出来ない

売り方やマーケティングが上手い人が集客に悩まず売上も上げている

お客様至上主義
「お客様は神様だ」



本当にお客様が喜んでくれる求めている商品・サービスを提供すれば、売上にも集客にも悩まなくなる

お客様もサービス提供者も平等
嫌なお客様とは関わりたくない

**お客様と協力しながら、
商品やサービスの価値を高める事に集中できる**

あなたはなぜ、理想世界を目指すの？

何がきっかけ

池田はなぜ、理想世界を目指すの？

何がきっかけ

起業家たちとの出会い

資格やスキルなど肩書を
欲していた起業家

がむしゃらに打ち手を
勧める・教えるマーケティング塾

自己啓発・マインドセットばかりを
勧めるメンター至上主義



『資格や手法よりも
もっとお客様と向き合い
しっかりと価値提供しよう！』
それを見える化すれば
集客やセールスの問題は解決するよ

でも、お客様が喜びが少ないのに
セールススキルや
マーケティングなどのテクニックに
頼って短期的には成功するが
長期的に見るとどこかで破綻している

うまくいかない原因は認識のズレ

語り手のパラダイム

集客やセールスとは
大変なものであって
楽ではない



聴き手のパラダイム

集客やセールスとは
楽しくやりがいのある事であって
嫌な事ではない



あなたにとっての理想世界とそこまでの道のり
聴き手にとっての理想世界とそこまでの道のり

認識のズレを理解し、その差分を埋める必要がある

そのための道のりは？

語り手のパラダイムからみた道のり

これが正しいと思っている道のり、これは違うと思っている道のり

売れる資料を活用するほうが良い
一番大きなルートを中心に持ってくる
※カスタマーサクセスストーリー

聴き手のパラダイムからみた道のり

これが正しいと思っている道のり、これは違うと思っている道のり

あなたと聴き手の認識のズレを理解し、差分を埋めていく情報発信が大切

世界観をホームページで伝え続けよう



世界観を伝えて、参加者の様子を発信し続けることで
仲間が参加しやすく、紹介や口コミでどんどん仲間（お客様）が集まります