

■皆に売らない

「皆に買ってほしい」
という気持ちはすごくわかります。

お客さんを限定するとなると、
不安になります。

売上が減ってしまうような感じがします。

しかし、実際は、お客さんを限定しない方が、
売上が下がってしまうのです。

(よほど実績がすごかったり、証明するものが
たくさんあったり、ネームバリューがある方で
あれば、別です。)

たとえば、ダイエットするための商品を
考えてみます。

ダイエットの場合、市場がすごく大きいですが、
ライバルもすごく多いです。

ですので、普通に「ダイエットしたい人」
と呼びかけても、振り向いてくれません。

今、情報商材であれば、

「二の腕を細くしたい人」

「下腹を細くしたい人」

「脚を細くしたい人」

「顔を細くしたい人」

など、たくさん魅せ方を工夫しています。

また、

「〇〇式ダイエット」

「〇日のできるダイエット」
「〇〇しながらダイエット」
など、方法で差別化する
こともできます。

明確に設定する
ということが重要です。