

情報のすゝめ

～ 市場価値別メディア運営戦略理論 ～

市場価値とは・・・



情報であれ、モノであれ、発信者には【市場価値】という
第三者から見た対外的な価値が存在する。

例えば、iPhone。。。

発売以来、多くの人の手に渡り、より多くの人に**衝撃**と**満足**を与えた。

結果として、後継機種に関してはリリース情報のみでも売れる様になる。

もちろん、「1」で満たしたから「2」が売れる。「2」で満たしたから「3」が売れる。
という事は言うまでもないわけですが、その継続によりApple・iPhoneの市場価値は大きく
上がった。

「アップルは僕らの欲求を満たすモノを作ってくれるんだ！」 → **アップル信者**

例えば、いまiPhoneよりも確実に革命的な商品をリリース出来たととしても、一気にiPhoneを超える事は不可能である。

しかし、iPhoneと同じ様に

「**多くの人**の手に渡り、**多くの人**を満たす」事を継続していけばその商品の市場価値を確実に上げる事が出来る。

つまり、市場価値とは・・・

継続性の上に成り立つ概念であり、それを得るには継続的に上質な商品・サービス・情報を提供する事が必須となる。

情報発信者としての、「**自分の価値**」についても全く同じ事が言える。

この概念を理解する事により、自分のポジショニングに応じた効果的な戦略を展開する事が可能になる。

自分の市場価値

情報発信者にも市場価値という概念を持ちましょう。

リストマーケティングでの市場価値的要素

- ・実績 (顧客満足度 > 販売実績)
- ・客数 (リーチ出来る人数、読者数、顧客数)
- ・知名度 (市場内での良い意味での認知度)

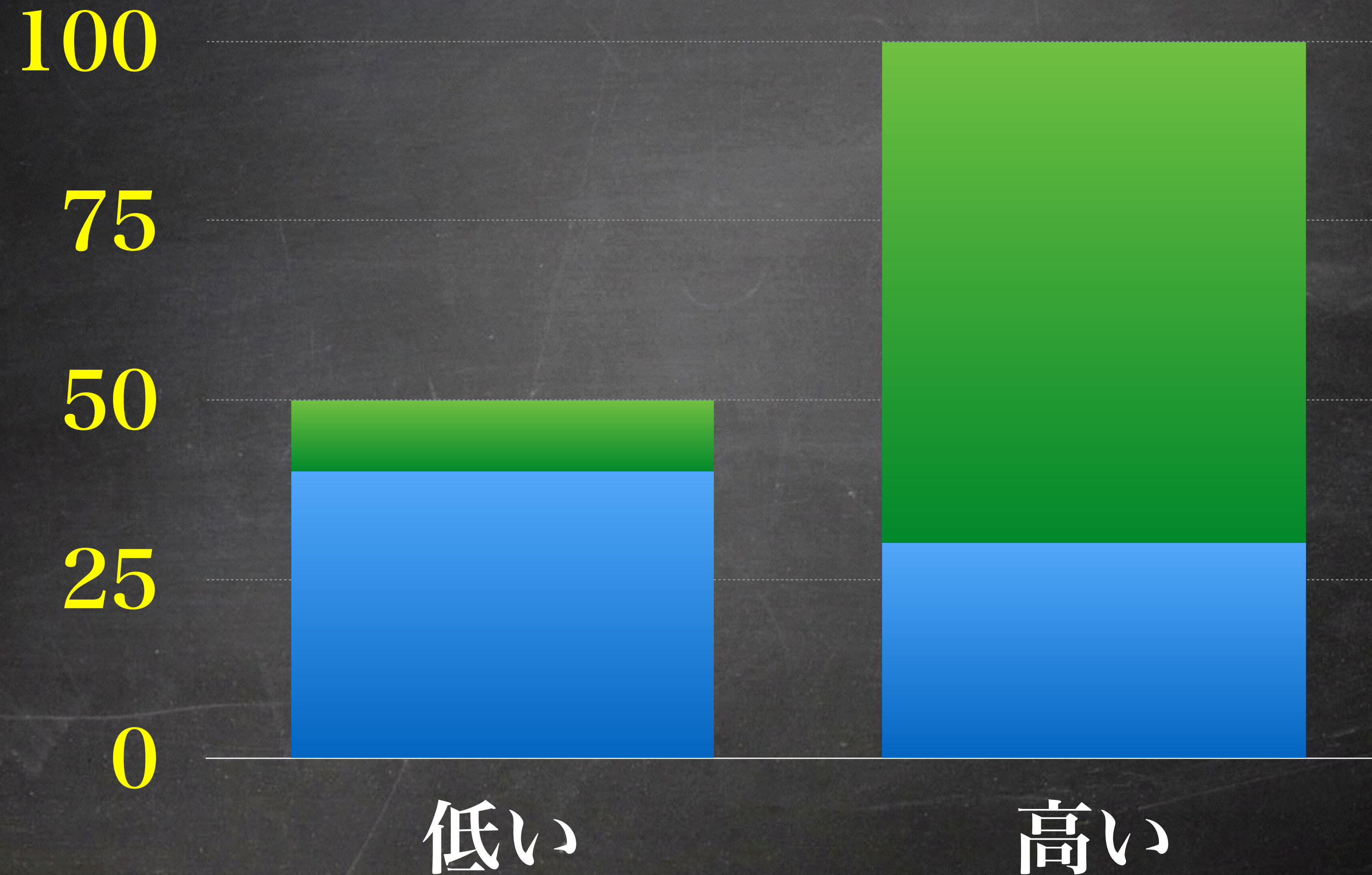
一見すると、**市場価値が既に高い人**には
勝てそうにないと思ってしまうかも知れません。

が、それは僕が覆してきた様に間違いです。

先行者利益等という概念は存在しません。

それを、理論的に分析して行きましょう！！

情報濃度操作理論



読者が潜在的に求める欲求として・・・

市場価値の高い人に対し

「何かすごいノウハウを知っているに違いない・・・」

市場価値の低い人に対して

「こんなに細かい事まで教えてくれるの??」

市場価値別情報操作理論

市場価値

低

高

間口

広

狭

無料情報量

多・ハウツー

少・ノウハウ

サポート・特典

時間・体

自動化

利益性

低

高

自分の市場価値によって求められる内容が変わってくる。

その期待を満たさなければ、満足は得られないので、
それにマッチした情報発信をして行く事により、
効果的な情報発信、及び、価値提供が可能となる。

ハウツーとノウハウの違い

ハウツーとは

操作方法や設定方法の事です。

例) ステップメールの操作・設定方法

ノウハウとは

ハウツーを最大限効率的に活用する方法論

例) ステップメールの設計・連結方法、成約率を上げる方法

レベル別市場ニーズ変化理論

初心者市場

ハウツー

市場規模

大

市場価格

低

上級者市場

ノウハウ

市場規模

小

市場価格

高



市場価値別情報提供戦略

初心者

上級者

ハウツー

ノウハウ

概念

概念

信念

信念

理念

理念



参考資料



【他人の倍以上濃い濃度の人生を過ごす思考方法】

【家族が応援してくれない！！ネットビジネスの意外な落とし穴】

【サラリーマンでも5倍の収入を得る無敵の時間管理術】

【たった3ヶ月でアメブロ読者1500人を突破した方法】

～月収5万ライン～

【アマゾン輸入転売】 儲かる商品とその見つけ方

【アマゾン輸入転売】 Price Checkを正しく読み取って赤字と過剰在庫を出さない方法

【一本のレポートで1000ダウンロードさせる方法】

【たった3ヶ月で月20万稼げるようになったアフィリエイト方法】

【Affi-Porter 極みの書 ～その先にあるもの～】

～月収20万ライン～

【真・フリーエージェント聖典】