

月刊e-Coaching第25号を ご覧の方からお寄せ頂いた感想

今月の表紙を飾って頂くのは、荒木敬一郎さんです！

荒木敬一郎様(香川県)



荒木さん、おめでとうございます！
気付かれた方も多いと思いますが、第24号と第25号は完全に連動していき、その点を荒木さんにキレイにご指摘くださったのが、最も嬉しかったです。
第24号の音声ファイルでは、0 1、1 10、10 100の一通りの3段階の流れを解説し、第25号では水野さんのインタビューということで、それらを一通り事例としてご紹介致しました。
また、第24号では精神論的な話もしましたが、その事例が第25号の前半でした。

起業して上手くいかないのは、「どうどう巡り型」か、「放射型」の状態に陥るからです。目標先行型の方は「どうどう巡り型」に、行動先行型の方は「放射型」になるケースが多いようです。
こういったことの一例を第25号でご理解頂ければ嬉しいと思っていました。

また、私はもと技術系ですから、ロケットのような話に例えられると弱いです。(笑) 荒木さん、嬉しいご感想をどうも有り難うございました！

今回も三段ロケットの打ち上げを見ているように読ませていただきました。ありがとうございます。

一段目を点火するまでにいろんな出来事があり、相当のエネルギーを費やしている事と、想定していない思いがけない事がきっかけになっている点は、前号で読ませていただいた「精神論」と符号するところが出て来て立ち上げ段階にある者の心構えとして、理解を深め易い構成だったと思います。
継続購読の恩典と思っています。

何より点火装置の存在に気づいて点火行動を起こす習慣の変更過程を実例で見せてもらった点で価値があったと思います。(11月25日の講演会冒頭で話されたアイデアの核融合の話は文章で理解するよりも、その場所でじかに目と耳で感じ撮る方が身に染み感銘を受けました。)

二段目ロケットは、定めた達成目標への軌道予測計算と修正制御技術のような気がします。重力の影響が軽減された分、効率的かつ短時間で自らのコアテクノロジーを確立し、より強固なものにする過程は、かなり技術的な思考努力とその実行段階だと感じました。

最終段階では、完全に重力から解き放された宇宙空間で地上や他の航行物体からの情報を活用してどのように活動するのか、地上から遥か上空を仰ぎ見ている私には理解出来ていません。

購読者の立場からすると、今後開催するセミナーが、アイデア発想・具体化・検証、立ち上げ手順等に特化した事例中心のセミナーに特化区分される事は、至極当然のような気がします。

最後になりましたが、11月の記念パーティでは参加者の方々から「なぜ起業しようとしているのか」その熱き魂の部分を聞かせていただき感謝しています。

この催しを準備された中山様およびスタッフの方々ありがとうございました。

(荒木敬一郎様、香川県)

<中山より>

荒木さん、11月の講演会&パーティでは、遠方よりお越し頂きまして、本当にどうも有り難うございました。楽しんで頂けたようで、とても嬉しく思います！ご購入されたマニュアル代金、移動に費やされた時間、その他交通費・宿泊費以上の価値を感じて頂けたようでしたら幸いです。今後も、新しい企画を組み立てていきますので、どうぞ楽しみにお待ちください！ どうも有り難うございました。

いつもじっくり頭に汗をかきながら読ませて頂いています。

今回非常によかった点は、ビジネスをフロントエンドからバックエンドまできっちり設計した上で、広告宣伝などを考えていくという必要性が改めてはっきりと気づかされたのと、頭の中で描いているようで、具体的に数字で売り上げを読んでいくことの重要性は現実感が明らかに違いますね。

(飲食業 経営 松本敏弘様)



<中山より>

松本さん、

第24号の計画もどきの話を、第25号の後半とつなげて。通常は、今月は100万、来月は200万。松本さんの事業も、50億円くらいは軽くいくモデルだと思います。

もちろん、そのためのマネジメント体制構築、人材育成是相当ハードなものですが、可能性の高い数少ない成長マーケットであるだけに、仕組みを明確にされた上で投資をしていかれることを楽しみにしています！

>どちらも入口になる可能性があるんで、片方しかやらないと決めきる必要はないですね。

>どの商品が入口になっても、最終的に購入頂きたい商品に流れつくような仕組み

これは、自分の中で大きな発見でした。通常、固定観念で「フロントエンド商品」「バックエンド商品」と決め付けていたりしますよね。

よく考えてみれば、どの商品も入り口商品になりえるような工夫というものも大切なことだと再認識できました。ありがとうございます！！

私自身は、メルマガ広告、PPC広告などで販売する商品は、自分のことを知らない一見のお客さんが見るわけですから、なるだけ一見の人の頭の中にあるポキャプラーとして「認知」されている商品、キャッチをプッシュしたものでアプローチをかけています。

フロントエンド商品を購入いただいたお客様に、今度は、否認知商品？ = バックエンド商品(例えば、自分の個性などを売りにする商品、セミナーなど)を販売するという手法をとっていました。

最近、思うのは認知されているフロントエンド商品は、認知されている分、競合も多いはずですので、そこでも差別化を意識していない商品だと今度は、お客様に選択していただくという行動に出てもらえないなぁと

考えていたりします。

また、フロントエンド商品で信頼を得なければ、バックエンド商品は購入していただけませんから、フロントエンド商品には命をかけるくらいの気合で作らなければいけないなぁと特に思います。

また、中山さんの月刊誌などを購読しようと思ったプロセスを今になって考えると、中山さんのメルマガやHPで無料で公開されている記事を読んで、

「こんなに濃い情報を無料で??? すごすぎる！

ということは、有料の情報になるとどれだけすごいのだろうか??

これは、購読せずにはられない！」

と申込みに至ったのだなぁと感じました。

私は、「解は逆位置にあり」という自作の座右の銘を持っているのですが、今流行しているもの、常識とされること法則とされているものをあえて一度否定してみることで新しい発見があるはずだ!という考え方を

ポリシーとしていましたので、中山さんの考え方にとても共感を覚えました。

そして、自分自身の考え方に対して自信がもてました。ありがとうございました！！

(有限会社イー・グループ 代表取締役 加藤一郎様)

<中山より>

加藤さん、いつもご丁寧な感想をどうも有り難うございます！

私がお伝えしたい内容を、私以上に分かり易く説明してくださったように思います。やはり、加藤さんほどの実績をあげられている方ですと、文章1つ1つの重みが違いますね。

私自身が思うには、自社商品のうち、一体何が入口商品になりえるかが分からないということですね。自分がいいと思ったものがダメだったり、思いがけないものが入口商品になったりと。いずれにしても、全てテストしながら、「この商品は入口商品になりえるか? その商品を購入した人は、どの商品を追加で購入するか?」ということを検証していきたいものですね！



中山先生、読者の皆様こんにちは。アルマケアの伊藤です。
24号でマインドセットについて学んだ後は、25号で成功事例として水野さんの貴重な体験を追体験できてワクワクしました。「0を1に変えていく」ことを、自らの試行錯誤をされながら達成していく軌跡をたどることで、壮絶だなあとさえ感じました。

寝てるだけで月100万円のような情報起業が乱立しているなかで、水野さんは三日三晩布団をかぶって、自分に問い直し、内省されてクライアントについて考えて、考え抜かれていたのですね。なんとなく成功していらっしゃる方って、あっさりとお苦勞もせずになんまりとやってきたっていうイメージがあります。水野さんもそのような苦勞されたことを微塵も感じさせないほどさわやかな方ですが、こんなドラマがあったのですね。
水野さんは様々な試行錯誤をされながらも、実は、戦略的な仕事の仕方を身につけていた(P11)ということでした。一見、遠回りなように見える作業でも、自然と緻密な組み立てをされていらっしゃったというのはすごいです。
この戦略的思考をしていくということが25号の4025円以上の価値があると思いました。

どん底にいるときだからこそ、自分の現状を正しく認識することが大事なんだ。そして、そこから小さな成功体験を積み重ねていくということですね。

私もいまがどん底です。放射型思考のため、あれもこれも手を出して火の車なんです。25号で展開された水野さんのドラマをお手本にしていきたいと思います。這い上がるためにも、自分と向き合って対話をしていきたいと思います。水野さん、中山先生気づきをありがとうございます。

追伸：11月の2周年講演会で中山先生がカツラではないかという疑惑があったようです。もしかすると、風説を流布していたのはおそらく私です・・・す、すみません。でもあの、これは口コミマーケティングについてのテストとして捉えていただけたらと思います！？

(有限会社アルマケア 代表取締役 伊藤ひろゆき様より)



<中山より>

伊藤さん、毎回、ご丁寧な感想をどうも有り難うございます！
カツラ疑惑、予想はしていましたが、やはり伊藤さんでしたか？！！(笑)
今現在、伊藤さんがご自身の状況を冷静に見つめられているということは、非常に対策が立てやすい状況なのではないかと感じました。ちなみに、放射型にならないためには、一步の行動をした後の、その次の第二步目の行動を試してみることが効果的だと考えています。ぜひ、引き続き、お力になればと考えています。

「0を1に変えるステップはやはり人それぞれなのだなあ」というのか心境です。人それぞれ特技も違えば、環境も違います。ほんのちょっとした事がヒントになりそれが広がっていくんですね。
ただやはり広がっていく根本には、きちんとした知識が必要であり、アイデア発想法が必要だと思います。
また将来を考えると、「今の自分を知らなければ第一歩が見えてこない」というのは知識としてありましたが、復習の意味で改めて勉強になりました。
一步がうまくいくことがわかれば、「縦展開、横展開をしてどんどん広げていく」事の大事さはなんとなく頭で考えていましたが、やはりきちんと文章として読むと腹に落ちますね。
定期購読をしてまだ2回目ですが非常に参考になります。感謝！

(吉川亮宏様より)

<中山より>

吉川さん、月刊アントレプレナー・コーチングのご購読、どうも有り難うございます！
そうなんですよね。「人それぞれ」なんですよね。この言葉、言葉以上に深い言葉ではないかと思えます。
とは言え、吉川さんがご指摘の通り、やっぱり知識は最低限必要なものですので、ぜひ、今後も、月刊アントレプレナー・コーチングを宜しくお願い致します。(笑)



水野さんがご自身のダメダメ状態の時のことを包み隠さず、話されていたところにとっても好感を持ちました。

19ページの「できなかつたらお前が悪いと人のせいにするのではなく、自分の足りなさに原因を求めることは、常々自戒していることですが、また肝に銘じました。」
中山さんの話の聞きだし方が非常にお上手で、深いところまで掘り下げておられたのはさすがだと思いました。

(鈴木様、奈良県)

<中山より>

鈴木さん、いつもご感想どうも有り難うございます！
どうしても、責任転嫁したくなるものですが、「他責」ではなく「自責」という考えこそ、起業家には必要なだろうなあとも感じます。
逆に、思い返してみると、会社勤めをされている方の中には、環境のせいにする方も多いですが、起業家には環境を活かそうとする方が多いですよ！

初めての試みでしたが、成功されている起業家のその過程における生々しい話を知ることができて、とても良かったと思います。

それにしても、ねばり強く続けられるかどうかのポイントは、テストマーケティングの段階で、ニーズがあることを確信できるかどうかという点のようですね。

今月の水野さんの事例でも、それがなかったら、最初のセミナー失敗の後、コミュニケーション力の向上の方に真っ直ぐに行くことはできなかったのではと思います。

テストマーケティングの重要性を、再確認させられました。

(永田泰明様、熊本県)

<中山より>

永田さん、毎回、ご丁寧な感想をどうも有り難うございます！ おっしゃる通り、やっぱりテスト・マーケティングですよ。

そして、さらにその過程で、どれだけ商品開発に協力してくれるパートナーに出会えるか？！ その状態にまでたどり着いたら、商品完成後も売れないことはきっとないはずですね！！

3. 第25号をご覧になって、特に良かったと思う点をお聞かせください。

どういうきっかけで現在の事業にたどり着いたのか、その経過と、水野さんの心中が解ったこと。マーケティングの「しかけ」の話ばかりではなく、「心」の話もためになります。

(高田様、長崎市)



<中山より>

高田さん、ご感想どうも有り難うございました！

そういう観点で捉えて頂き、どうも有り難うございました。過去にも、起業の過程における「心の動き」については採り上げて欲しいという要望があったのですが、今回は水野さんの多大なるご協力を頂き実現することができました。(水野さん、改めて感謝申し上げます！)

本誌でも、もっと、こういう面をお伝えしていった方が良いでしょうかね？？

水野さんの現在のお姿と過去とのギャップに驚きました(笑)。

紙面での対談の様子が目に浮かびそうなくらい分かりやすい内容でした。逃げようと思えばいくらでも逃げ道があるにも関わらず、前進して今の立場を構築していった、経験者の言葉には重みがあります。

追い詰められないと人間は行動しないし、逆に強制的に行動させるようにすればできるようになっていくのかなと思いました。

あれこれ考えても前に進まない、不安だからこそ考えてばかりいて動いていない。行動して自分の経験に落とし込まないといけないことに気がつきました。経験して小さな成功体験を積み上げていく、うまくいかなかったらそこからどう前進していくかを考えていくことが大事だと思いました。

精神面での考え方について今回と19号、24号と紹介されていましたが、正に「どうすれば起業できるのか、何で起業すればいいのか」と悩んでいた部分でした。水野さんの貴重な体験談を聞くことができ大変感謝しています。ありがとうございました。

セミナーの意気込みで紹介していただきましてありがとうございます。ちょうど自分の誕生日に届いたメールを見てびっくりしました。と、同時に恥ずかしかったです(笑)。(メルマガに名前が載るなんて経験ははじめてでした。)

(前川様、東京都)

<中山より>

前川さん、いつもご感想、どうも有り難うございます。誕生日と重なったとは、なんとも嬉しい限りです！ こういう偶然を大切にしたいものですね。また、行動することの恐怖を乗り越える方法は、強制的行動しかないと思っていますが、今後はもう少し具体的にお伝えしていこうと思います！



月刊アントレプレナー・コーチング第26号への感想をお待ちしております！

第26号の「お客様の声」は、来月号第27号と一緒にお届けする予定です。大変、お忙しいとは思いますが、ぜひ、このアンケートという「アウトプット」の機会を利用し、今後とるべき行動を明確にして頂けますと幸いです。素晴らしい感想につきましては、来月の「表紙」として飾らせて頂きます。なお、アンケート・ご感想は、同封のアンケート(特別付録)あるいは、下記にてお願い致します。

<http://www.e-coaching.co.jp/ec/eqt26.html>

<「今月の表紙」企画とは？>

お送り頂いたアンケート(ご感想)の中で、最も「価値ある気付きを得られていると考えられるもの」、「確実に成果のある行動に落とし込まれていると考えられるもの」、「他の読者さんにとっても、学びがあると考えられるもの」を毎月お一人様だけ選ばせて頂き、この「月刊e-Coachingをご覧の方からお寄せ頂いたご感想」の表紙にてご紹介させていただきます！

そして、無事、表紙を飾って頂いた方には、賞品として個別面談1時間(税込20,000円相当)のサービスを無料で1回ご提供させていただきます！(ちなみに、「そんなもん、いらんよ！」という方は、どうぞご辞退ください...)表紙を飾るのは、1人1回まで、といった制限は一切ありませんので、遠慮なく何度でもこの機会をご利用頂ければと存じます。