

BUPPAN webinar

2025年10月

第 1 部



はじめに

今日のトピックの受け取り方

- 現在進行形の事例がある
- その裏側にある、本人が自覚している(ジョハリの窓)ver の設計図を聞いてみる
 - 「なるほど、“本人は” そう思ってるのか」
- こういうタイプの人がいる ってパターンを一つ増やす
 - 「なるほど、こういうタイプの人もあるのね」
 - そのタイプがやってる事が “自分にとって” そのまま正解じゃない事もある
 - → とりあえず、知識としてストック
 - → エッセンス の中で、活用できるモノを活用する

【メインテーマ】ファン になってもらう

- ファンになってもらう。

アジェンダ

- 事例を使った各種解説
 - ティップス(最近みつけた小技集)
 - 戦術的な話
 - 裏側の話

どこまでカバーできるか。。。 (いける所まで)

今回の題材

あおやま事例:

公式ページ

<https://shop.jp-ride.com/products/jpride-model-i-anc-mk2-quest>

amazon

<https://www.amazon.co.jp/dp/B0FLJN8GFF>

現在のレスポンス

<https://www.jp-ride.com/navi/quest/amz-review.php>

< 【サウンドメイク対応イヤホン】 JPRIDE mod...

カスタマーレビュー

★★★★★ 4.9/5

51 件のグローバル評価

星5つ 94%

星4つ 6%

星3つ 0%

星2つ 0%

星1つ 0%

評価はどのように計算されますか? ▾

レビューを書く

画像付きのレビューあり



トップレビュー ▾

フィルタ »

amazon.co.jp

表：戦術的な話

今回の題材 (real ongoing case)

あおやま事例:

公式ページ

<https://shop.jp-ride.com/products/jpride-model-i-anc-mk2-quest>

amazon

<https://www.amazon.co.jp/dp/B0FLJN8GFF>

現在のレスポンス

<https://www.jp-ride.com/navi/quest/amz-review.php>

初手 BEFORE 10年前～2年前まで

以前の商品立ち上げ（主戦場＝アマゾン 想定）

ユーザーリスト（メール、LINE）

（大きなセールの前とかでやるのが理想）

アマゾンで販売（登録ユーザーさん限定の割引クーポンを配布）

→ 検索順のブースト施策

→ アマゾンでレビューつく

→ 広告での集客もスタート

そのまま検索上位に居座る

【裏テーマ】直接比較されて比べられない存在 になる事を考える

生き残り方:

直接比較されて比べられるモノにしない。

カッコよく言うと 「 唯一無二 」

擦り減ってもう響かない表現で言うと 「ずらす」

初手 NOW いま

今回の商品立ち上げ(主戦場=使える所全部(自社公式サイト、アマゾン、楽天市場、余裕あれば他も))

ユーザーリスト(メール、LINE)



アマゾンで販売(登録ユーザーさん限定の割引クーポンを配布)→ アマゾンでレビューつく(※ 1



売り切れ 在庫切れ (※ 2



meta 広告運用スタート@予約(公式サイト powered by SHOPIFY)販売(※ 3 ここでテイクオフ(単体の販売で CPA が合う状態)できればいい展開

初手 NOW 注記

※ 1: 初動のお客さんは応援してくれるから、いいレビューを入れてくれる(期待を裏切らなければ) → 続く人に影響がある(これいいんだ?、効果)

※ 2: 初回出荷で “ご贖いさんで売り切れる程度の量” を先行販売して反応(評価、不良率など)を確かめる、のはアリ。ちなみに、僕は今回は狙ってない。本当に組み立てが終わらなかつただけ。

※ 3: “材料” を使った予約販売 ~ 今回は、ネタが強かったので、納期長めでもまあまあ売れてる(レビューが高い、売り切れが続いてる、ここでしか買えない。)

ケース of あおやま ～ ズラしかた

これやっつけばいい、のフェイズ、

(行動、何すればいいかを知って、やっつけよかった時代)は、

とっくに過ぎちまってる(あおやまのジャンルでは)

○ → X

ケース of あおやま ~ ズラしかた

あおやまの場合



- 直接比較されて比べられない存在
になる事を考える

直接比較されて比べられるモノにしない。

買う理由、とか、良さの根拠、などを、

自分しか持っていないモノ にする

今回の題材 (real ongoing case) 2

基本戦術:

虎の威を借る 虎 作戦(ニュアンス違いますがw)

口語調:

前作(評価高かった)より、
いいモノ作ったよ

お客さんリストは、ウチは分けてます

買ってくれた人リスト ← 同梱物から登録の流れ(定番)

見込み客リスト、的なものを持ってません(例外: イヤホン全く売ってない時期に、公式サイト(広告集客ゼロ。わざわざ見に来てくれた人たち)に【新商品リリースされたらお知らせ】LINE登録、のは集めました)

餌でつったリスト(買ってくれるかも分からない人たち)と、買ってくれてからわざわざ登録してくれる人は、違う。(同梱の登録も、極端なオマケはつけてない)

Utilization: どんな状況でも、いい方向に活用する

遅れた。時間がかかる ← その分作り込んだ。

〇〇 が出来ない ← そのかわり ▷▷ に全振り。

クーポンが一瞬でなくなった ← それを伝えて(お詫び)人気がある、って話にしちゃう

在庫がなくなった ← 在庫切れを「売れてる感」の材料にする ← 予約販売

レスポンスが予想より良かった ← さっそく広告で使う(萩さんの案を使った広告訴求)



Tips

Tips: テンション

例: もっと良くなった感 を出す画

Tips: 動画 の小技

例: LP をそのまま動画広告の素材として使う

ファンになってもらう

~~ファンになってもらう~~

これは他人とるアクション(言い換えると、結果)

だから、(直接は)コントロールできん。

なので、

自分がやる行動を考える必要がある。

ファン → 応援してくれる存在

であれば、

応援される存在になる

コトを考える。

“問い” を入れ替える

応援される存在になる

(テクニック) 答えを出すのは、いつも質問。

質問の仕方を上手にやる。

脳に入れる2種類の刺激を、比べてみる

ファン を作ろう → 何が出てくるか？

(テクニック) 答えを出すのは、いつも質問。

質問の仕方を上手にやる。

脳に入れる2種類の刺激を、比べてみる

応援される存在になろう → 何が出てくるか？

(テクニック) 答えを出すのは、いつも質問。

質問の仕方を上手にやる。

脳に入れる2種類の刺激を、比べてみる

ファン を作ろう → 何が出てくるか？

Do (やり方)が出てくる。

↑

応援される存在になろう → 何が出てくるか？

Be (あり方)が出てくる。

順番が大事。タネを植えればそれが育つ。

- あり方 → (自分の)やるコト
- 結果(他人のやるコト(反応))
- 結果 (自分が)得るモノ

見えない部分 の話多めでいきます。

基本姿勢・考えてる事



見えない



見える



→ やってる事

→ 結果“物” 見えてるもの

→ 結果（計測したもの）

ファン → 言い換える → 応援してくれる人

ちなみに、ファンがいると、一体、何がいいのか？

- 好意的。商品を楽しみにしててくれる
 - → 初動である程度の数が売れる
 - → 高評価をつけてくれる
 - → レビューがつく → その後の展開しやすい
- フィードバック(商品に対する)がたくさんくる

ファン → 言い換える → 応援してくれる人

注意点

- 好意的(すぎる。いい方向にバイアスかかってくれてる)
 - → 評価が良すぎるので、割引して考える必要あり
- 期待がある(ってことは。。。)
 - ハードルが上がってる(期待値管理が必要)
 - 期待を裏切ったら...

応援してくれる人 を得るには、応援される存在になる必要がある

これやっときゃあいい、って必殺技はない。

例えば ○○○○○○ である。

それを、

ちゃんと、コツコツ、つづける。
見える様にする。

応援してくれる人 を得るには、応援される存在になる

時間がかかる。(だから、いい)

時間がかかる、っていうのは、かけた時間に値するものが待っているということだ。どうせこの人生、たいして大きなことなどできないのだ。誰も気づいてくれないほどちいさくとも、それでも僕なりに輝くものを生み出そう。恥ずかしくないものを残そう。



↕ 2

♡ 23

📊 383



大前提： **なんだこれ！？** ～ 好ましい体験を届ける

製品に“直接関連する要素”で、普通にそれを実現する。

機能、性能、デザイン、などなど

→ **(これが出来れば、当然、一番いい)**

ど真ん中のストレートでなくてもいい。

特定の人に深く刺さるモノ。

“直接関連する要素” でムズければ、

”間接的” について考える

なんか、
大変そうじゃね？

と思った人。

○(原動力になる何か)何やねんそれは？

○(これがあるから)



結果的に



応援される存在

ちょっとまで。。。応援される存在になる？

応援される存在になりたいから、
そうなる。

もしそれが、

応援される存在になりたいから、
(結果的にそうすると儲かるから)

だけだと、メツチャ【打算】であって、
それは、バレル。

- → (結果として) 応援される存在になる
 - (結果として) 応援される
 - (結果として)

- (原動力になる何か) が必要。

○(原動力になる何か)何やねんそれは？

○(打算、以上の何か)



それが、自分をドライブする



結果的に



応援される存在

○(これがあるから) → 応援される存在になりたいくなる

あおやまは、他人に ○ を持たせたりする方法は分かりません。
(一時的に何か見つけた様な気にさせるコトはできるかもですが)

これは多分、見つけるもの。

なので、自分の例、しか話す事ができません。

あおやま的な、自分がやってる事の言語化

「作品」を作っている意識。

あおやま的な、自分がやってる事の言語化

ヤベーもの作ったから、みんな見て！

人は、なんかを他人と共有したい生き物。

自己承認もモロに入ってる。

楽しんでもらいたいし、評価もしてもらいたい。

別にそれでいい。

自分がマジにヤベーこれ、って思うものは、
同じ様に「いいじゃん」って思ってくれる人がいる。

あおやま的な、自分がやってる事の言語化

これがあると、徹底的にやれる。

そういうコンセプトで作った[商品紹介ページ](#)

効率(最小の手間で最大のリターン)を考えるのは、
後でいい。(そんなケチな事を考えない)

そうじゃなく、

制限の中で、どれだけ最大限の努力をぶっ込めるか、
持てる全てを注ぎ込んで**1ミリでも高いところを目指す**
って考える。

世界に自分の作品を出そう、って考える時に、
「これより先は効率が悪いからな、、、やめとこ」
とはならない。

(もちろん、疲れて来たら、なるw)

誰に やれ と言われなくても、
自分からやりたい事。

やめろ、と言われても、
隠れてこっそりやっちゃう、みたいな事。

→ 染み出してくるそういうモノが
オリジナリティ、とか、世界観

アライメント(方向性を合わせる)

やってる事、ちゃんと伝わる様にする

突き進んでいいのか？ ← 条件付きで大丈夫

徹底的にこれまでに説明した方向で突き進んで、
全然売れないページ(商品)が出来上がったらどうしよう。。。？

は、あまり心配しなくていい(条件付き)。

なぜなら、ECとか売れるページとかの作法は、体に染み付いている(染み付いてない人は、まずインプット)。

作法も考えながら自分の表現をやる、って調整が働く(頭から離れない)。

(続) 突き進んでいいのか? ← 条件付きで大丈夫

つっても、完全には出来ない。
他人の目を借りるのが、楽。

つっても2、言う事を全部聞いてはいけない。
自分のモノじゃなくなる。

大事なものは バランス

間接的に ？

ベース： なんだこれ！？ ～ 好ましい体験

製品を届ける方法でそれをやる

(お客さんとの色々な接点(タッチポイント)で、何ができるか？)

(接点？ って人は、カスタマージャーニー、とかググって)

“人”には感情をのっけやすい

キャラクター、人の“存在感”を出しちゃう(人間が相手の方が、感情移入しやすい)

エピソード、ストーリー、苦労話、裏側、ぶっちゃけ話
熱、テンション(マジでやってる事は、それだけで結構エモい※1)実話をまんま話せたら、それが一番簡単(ホントに色々頑張っていれば、語り尽くせないくらいにネタがあるはず)

※1 エモ 感情 emotion これが動くといい

本番後の補足

補足

講義中におおやまが言っていた、Bluetooth ver 6 なんてない。は誤り。実際には、規格は存在するらしい。

→ ちなみにこれは、スペック比較で他よりも上に行こうとするアプローチの代表例で、bt 6 の利点なんて、数千円のイヤホンを使うユーザーは体感する事はほぼない。他よりよく見せる、ってアプローチ。ロジックで買わせるアプローチ。) → この土俵(比較のテーブル)に上がるのは不毛、と、おおやまは考えてます。