The Synchronicityの予定カリキュラム

ここでは、僕・和佐大輔と原田翔太の２人で主催している通信講座、
「The Synchronicity（シンクロニシティ）」の１２ヶ月間の予定カリキュラムを
説明します。

以下は「予定」ですので、参加者の興味や理解のレベル、あるいは、時代の流れなどの状況に合わせて、変更するかもしれません。いずれにしろ、**「最高の形で、最高の講座をお届けして、結果を出してもらう」**ということにフォーカスしていますので、臨機応変に対応したいと思っています。

シンクロニシティでは、僕ら２人が８年間のビジネスキャリアで培ってきた、
マーケティングメソッドを「統合」「再構築」して体系化した、
「創造的破壊メソッド」を１２ヶ月間かけてみっちりとお伝えして行きます。

これは事実上、僕らの現時点での最終型メソッドになります。ありえないほど低価格で、完全に全てを出し切ります。

出し惜しみは一切ありませんので、大いに期待してください。

では、下記が１２ヶ月間のカリキュラムになります。

１ヶ月目：創造的破壊コンセプトメイキングの極意

創造的破壊メソッドでは、**「コンセプト」「キャラクター」「ストーリー」**という、
インターネットでビジネスを成功させるためには必要不可欠な、絶対領域を生み出す
三種の神器を軸にしています。

「絶対領域」とはつまり、「誰にも真似されたいポジション」のことです。

インターネットビジネスの良いところは、他人のビジネスを観察して、**「真似をすることが簡単に出来る」**というところです。

これがビジネスの参入障壁を下げてくれていますし、成功しているビジネスの真似を

Copyright (C) 2013 ICC.inc All Rights Reserved.

すれば結果が出るスピードも上がる可能性もあります。

しかし、現在、過渡期にあるインターネットビジネスでは、この「良さ」が、悪循環を生み出してしまっています。

どんな悪循環かと言えば、**「ビジネスのテンプレート化」**です。

情報商材として、数々のテンプレートが販売され、数々の理論が確立されています。

特に、アフィリエイトや物販などは、**「誰でもその商品を売れる」**というものなので、悪く言えば**「誰がやっても同じ」**という状況に陥りがちです。

仮に結果を出すことが出来たとしても、誰かがそのやり方を真似しはじめたり、そのやり方を情報商材として販売されたら、瞬く間にその方法は一般化し、結果を出すことが難しくなってしまいます。

「情報が分け隔てなく行き渡る」と言えば美しく聞こえますが、これは、**「方法論だけでは、いつ稼げなくなってもおかしくない」**ということを意味します。

また、情報商材などでテンプレートを購入している人は最初から**「他の人と同じこと」**をするハメになるわけですから、労力をかけても一向に結果が出ない、負のサイクルに突入してしまいます（スタートが出遅れれば出遅れた分だけ同じことでは結果が出ません）。

過渡期である今、本当に考えるべきことは、**「効率の良い稼ぎ方を真似すること」**ではなく、**「誰にも真似出来ない自分の絶対領域を作ること」**なのです。

正しい方法と、自分の絶対領域の２つを持つことさえ出来れば、誰からも邪魔されずに、結果を出し続けることが出来ます。

その為の基本となる要素が、「コンセプト」「キャラクター」「ストーリー」の三種の神器なのです。

まず、シンクロニシティの１ヶ月目では「コンセプトメイキング」について、徹底的に学んでもらいます。

<u>コンセプトとはどんなもので、どんな意味があって、どうすれば作れるのか？</u>

これを学ぶことで「方法論」に依存するビジネスではなく、本当に価値のあるビジネスを発想・表現することが出来るようになります。

Copyright (C) 2013 ICC.inc All Rights Reserved.

２ヶ月目：キャラクター化メソッド

２ヶ月目に学ぶことは「キャラクター」についてです。

インターネットとは「情報の集合体」です。

インターネットでビジネスをする限り**「情報発信」**ということからは絶対に逃れられないわけですが、情報発信の価値とは、情報そのものの価値で決まるわけではありません。

「誰が発信している情報なのか？」が、実は最も重要なことなのです。

同じ情報を発信したとしても、その情報を発信したキャラクターが違えば、受け取り方、感じ方が大きく変わります。

例えば、尊敬する人物から発信された情報は、些細なことでも人生を変えるキッカケとなりますが、嫌いな人や軽蔑している人からの情報は、無条件に拒絶してしまうでしょう。

「同じ情報」だったとしても、です。

あるいは、あなたがサラリーマンであれば、同じサラリーマンから成功した人の情報に価値を感じるかもしれませんし、主婦、学生、経営者、などなど、同じ立場にあった人からの情報には**「共感」**という付加価値が付きます。

この様に、「誰が発信している情報なのか？」ということで、簡単に受け取る側の感じる価値は変わるのです。

だからこそ、キャラクターというものを深く知り、そして、自分自身や、あるいは自分の会社自体をキャラクター化する必要があります。

「その人からの情報だから受け取っている」
「その会社からの情報だから受け取っている」
「その人の紹介だから商品を買う」
「その会社の商品だから商品を買う」

という状態に出来れば、不毛な競争をする必要はありません。

ファンを相手にビジネスが出来るのです。

Copyright (C) 2013 ICC.inc All Rights Reserved.

２ヶ月目では、キャラクター化に関する本質と、メソッドを学んで、情報発信をする
キャラクターの魅力を磨いてもらいます。

これだけでも、既に何かしらの情報発信をしている人なら、すぐに結果を出すことが
出来るはずです。

３ヶ月目：ストーリロジック構築メソッド

３ヶ月目には、「ストーリーロジックの構築メソッド」を学んでもらいます。

ストーリーロジックとは、簡単に言えば、

・なぜ私が
・なぜあなたが
・なぜ彼が

という、必然性のロジックのことです。

あなたが販売する商品の、

・なぜ私がそれを買うべきなのか？
・なぜあなたがそれを売っているのか？
・なぜ彼はそれで成功したのか？

という、**「お客さん目線のストーリー」**を構築することで、お客さんにその商品の
必然性、必要性をスムーズに理解してもらうことが可能になります。

多くのビジネスには割引や限定性などの「セールス」というストーリーはあるかもしれ
ませんが、その商品の開発ストーリーや、その商品でなければならないのかという
ストーリーがすっぽりと抜けています。

必然性があるからその商品が生まれ、
必然性があるからあなたがその商品を売っていて、
必然性があるからお客さんがそれを買う。
このロジックを明確に構築しなければ、お客さんは**「他の商品でもいい」**ということに
なり、価格や機能の比較で買うか、買わないかを決めるようになってしまいます。

Copyright (C) 2013 ICC.inc All Rights Reserved.

価格競争、機能競争は、完全に不毛な戦いです。

ストーリロジックを構築すれば、正しくその商品の魅力や価値をお客さんに伝えることが出来、さらに、欲しいと思ってもらうことが出来ます。

ここで、ストーリーを武器として扱えるようになってください。

４ヶ月目：創造的破壊の企て

４ヶ月目には、三種の神器で生み出された**「絶対領域」**を集合させて、ビジネスの大きな方向性と計画を立ててもらいます。

三種の神器で固まりつつある**「コア」**を軸にして、ビジネスを設計する段階です。

この段階で、そのビジネスのスケールや将来性が決定されます。

稼げるビジネスとは、計画の段階で、成功する必然性を描けているビジネスのことです。

ただ闇雲に突っ走っても、路頭に迷うだけですので、ここでビジネス設計の極意を学んでください。

５ヶ月目：価値創造とプロダクトデザイン

５ヶ月目には、新しい価値の創造と、その価値を具体的にプロダクト（商品）として
デザインする方法を学んでもらいます。

「価値」とは、ただ単純に機能性やサービスの充実などによって生まれるものではありません。

機能やサービスで勝負してしまえば、それは結局どこかの段階で**「価格競争に巻き込まれる」**ということになります。

価格競争に巻き込まれれば、売っても、売っても、利益は減るばかりとなり、最終的には資金力や組織力などの体力のある会社しか生き残って行けなくなります。

中小企業や個人でビジネスをして行くなら、**「価値創造」**に着目して、アイディアを

Copyright (C) 2013 ICC.inc All Rights Reserved.

ひねり出す必要があります。

ここでひねり出したアイディアが商品の価値となり、それはそのまま「利益」に繋がって行きます。

商品の価値が高ければ高いほど、利益も大きくなるのです。

「価値とはそもそも何か？どうすれば生まれるのか？どうすれば大きくなるのか？」ということと、**「プロダクトデザインの極意」**をここで学んでいただき、自由自在に価値の高い商品を生み出せるようになってもらいます。

価値の高い商品が自由に生み出せれば、ビジネスの成功はより強固で、普遍のものとなって行くでしょう。

６ヶ月目：刺さる言葉のつむぎ方

６ヶ月目には、具体的な「刺さる言葉の書き方」を学んでもらいます。

コピーライティングは、インターネットビジネスにおいて、最も費用対効果の高いものだと言えます。

書き方、伝え方が違うだけで、売上は簡単に１０倍、２０倍になります。

どんな風にアプローチすれば、お客さんの心に深く突き刺さる言葉が書けるのか？

「売れるキャッチコピー１００選」のようなテンプレート思考ではなく、自由自在に、魅力的で、思わず読んでしまう、魔力を秘めた言葉をつむぎだす能力を身につけていただきます。

ここまでの５ヶ月間で学んだことと融合させることで、爆発的な飛躍に繋がるはずです。

Copyright (C) 2013 ICC.inc All Rights Reserved.

７ヶ月目：リストビルディングシステムの構築

７ヶ月目には、さらにビジネスを拡大させるための、「リストビルディングシステムの構築方法」について学んでもらいます。

リストビルディングシステムとは、要するに、**半自動的に見込み客が集まり続ける仕組み**のことです。

創造的破壊の三種の神器で絶対領域を生み出し、全体のビジネスのヴィジョンを描き、価値の高い商品を生み出し、コピーライティングで正しくその魅力を伝えることが出来たとしても、肝心の見込み客が少なければ、ビジネス規模は拡大されません。

逆に言えば、ここまで来ればもう、リストビルディングに注力すれば、倍々ゲームで売上が増え、ビジネスの可能性が大きく広がるということになります。

システム化することで、安定性と継続性を手に入れれば、もうあとは雪だるま式に利益が増え続ける状態になるでしょう。

８ヶ月目：絶対領域メディアの構築

８ヶ月目には、さらにビジネスを確固たるものにするための「メディア戦略」を学んでもらいます。

この段階で、人によってはマスメディアへの露出も考えることになります。

出版、テレビ出演、雑誌の取材、などなど、自分の絶対領域を表現した、自分メディアを軸にして、様々なマスメディアと繋がりを作って行くことも出来ます。

もちろん、マスメディアの露出は避けたいという人は、自分の帝国の内部をより強固にして行くためにメディアを活用すればいいだけです。

僕は内部強化を徹底的にやってきましたし、原田さんはマスメディアとの融合を徹底してやってきました。

メディアのプロが考える、本物のメディア戦略を習得して、絶対領域をより強固なものにしてください。

Copyright (C) 2013 ICC.inc All Rights Reserved.

９ヶ月目：ブランディングと教育の神髄

９ヶ月目には、「ブランディングと教育の神髄」を学んでもらいます。

お客さんを成功に導く、お客さんの可能性を広げるためには、ブランディングと教育を考える必要があります。

お客さんの憧れる存在や象徴を生み出し、正しい方向に意識を誘導して、同時に知識や武器を与えて現実を変えるキッカケや、手助けをすることが、これからのビジネスのスタンダードな在り方です。

「いいものを作って売ればいい」という幻想は捨てて、お客さんの人生にもっと大きく影響を与えるようなビジネスを考えなければ、スケールの小さい「小売り」で終わってしまいます。

「お客さんとは商品を売る時だけのお付き合い」というのは、物質的に豊かになって行く途上で生まれた概念です。

次から次に商品を作れば売れた時代なら、確かに刹那的な関係を持つだけで、ビジネスは成功しましたが、今は**「如何にお客さんと長く付き合うか」「如何にお客さんの人生に影響を与えるか」**という思考が必要です。

一発屋にならないためにも、ここでブランディングと教育の神髄を学んでください。

１０ヶ月目：ジョイントベンチャー戦略と相乗効果を生む方法

１０ヶ月目には、更なるブレイクスルーを起こすための「ジョイントベンチャー戦略」を学んでもらいます。

正しいジョイントベンチャーを行えば、相乗効果が生まれ、結果は２倍にも３倍にも膨れ上がります。

しかし一方で、下手なジョイントベンチャーは、それまで築いてきた信頼やブランドを崩壊させることになりかねませんし、また、人間関係のトラブルを抱えることにもなります。

Copyright (C) 2013 ICC.inc All Rights Reserved.

相乗効果を生むための行動が、完全に裏目に出ることもあるのです。

高い相乗効果を生むためには、どのように、どんな相手と、何を考えてジョイントするべきなのか？

売上のためだけのドロドロとしたジョイントではなく、本物の志を共有したジョイントをするための方法をここで学んでください。

正しいジョイントベンチャーは、あなたのビジネスの可能性を無限に広げるでしょう。

１１ヶ月目：全体設計&再構築

１１ヶ月目には、ここまでの１０ヶ月間で学んできたこと・実践してきたことを全て統合して、ビジネス全体を設計、再構築して行きます。

全体設計と再構築は、正しく行わないと、逆にビジネスのスケールを小さくすることになります。

定期的に、基本に立ち返って、再設計をしなければ、ビジネスは代謝不良を起こし、腐って行きます。

新しい血流、新しい風を取り入れるためにも、ここで全体設計と再構築の方法をしっかり学んでください。

また、この段階でもう１度過去に学んだことを全て復習出来るので、もしも抜け落ちているところに気が付けたとすれば、大きなブレイクスルーとなるはずです。

１２ヶ月目：スペシャルコンテンツ

最後に、１２ヶ月目には、「スペシャルコンテンツ」をお届けします。

このコンテンツはまだ秘密ですが、最後に相応しいものを考えています。

もうここまで学べば、実践すればするほど結果の出る状態になっているはずです。

今更**「売上を１０倍にする秘密」**とかは必要ないと思うので、ビジネスが軌道に乗り、

Copyright (C) 2013 ICC.inc All Rights Reserved.

結果が出てきた時に本当に大切なことをお話しする予定です。

楽しみにしていてください。

ある意味、このコンテンツが一番の目玉になるかもしれません。

・・・・

以上が、ざっくりですが、シンクロニシティで１２ヶ月間を通して学ぶことが出来る
カリキュラムです。

全ての内容を、

１．メソッド編
２．実例編
３．アイディア編

の、３種類の音声セミナーで、立体的に学ぶことが出来ます。

これ以上に実践的で、あなたの進化と飛躍を加速させる通信講座は存在しないでしょう。

ぜひ、一緒に１２ヶ月間かけて、創造的破壊メソッドを習得して行きましょう。

１２ヶ月後には、文字通り別人のように進化しているはずです。

ビジネスの成功は必然的です。

正しく学び、正しく考え、正しく実践すれば、成功しない理由はありません。

テンプレートに頼るのではなく、本物の実力を身につけましょう。

では、シンクロニシティでお待ちしています。

⇒**今すぐシンクロニシティに申し込む**
⇒**シンクロニシティの詳細をもう１度確認する**

Copyright (C) 2013 ICC.inc All Rights Reserved.