

## セッション3. 関心を引きつける5つのパーツ

### 3-3. 「他との違い」のパーツ

「CBカレッジ」です。

あなたが公開するノウハウが、「他とどう違うのか」をすぐに答えられるようにしておいてください。

他との違いを明確にするだけで、見込み客の関心を引きつけることができます。そのノウハウがどんなものかを聞いた時に、「よくあるアレでしょ?」と思われることは、絶対に避けないとはいけません。

そんな風に見込み客の頭の中でカテゴリー分けされてしまうと、そのノウハウの価値は一気に低くなってしまいます。

だからこそ、他と違ってユニークであることが重要なのです。

もちろん、ここでいう「ユニーク」とは、奇抜とか、変テコということではありません。

あくまでも、見込み客にとってのベネフィットにつながるユニークさが重要なのです。では、どうやって他との違いを言葉にすればいいのでしょうか?

ここではまず、次の文章に当てはめて考えてみてください……

「他の (1)\_\_\_\_\_ と違って、これは (2)\_\_\_\_\_ です。だから、(3)\_\_\_\_\_ です (ます)。」

(1)は比較する対象が入ります。つまり、「他」が何なのか、です。

(2)はどこが違うのか、どんなところがユニークなのか、ということが入ります。

そして、(3)は見込み客にとってのベネフィットです。

- ・何と比べて、どこが違うのか?
- ・その結果、どんなベネフィットがあるのか?

これらを明確にすることで、見込み客の関心を引きつけることができます。

## 「他との違い」を見つけ出す質問

---

### 質問

次の文章の空欄を埋めてみましょう。(1)には比較する対象が入ります。(2)にはどこが違うのか、どんなところがユニークなのか、という内容が入ります。そして、(3)は見込み客にとってのベネフィットです。

他の (1)\_\_\_\_\_ と違って、  
これは (2)\_\_\_\_\_ です。  
だから、(3)\_\_\_\_\_ です (ます) 。

続いてはこちらのセッションにお進みください。

## 3-4. 「予告」のパーツ

CBカレッジ