



# フェイスブック クチコミ戦略テキスト 第3章

バージョン1.0

1,733人の社長が”のけぞった”クチコミの新セオリー

社長や起業家が実践した、

再現力の高い数ある事例から置き換えられる！！！！

フェイスブックを活用したクチコミノウハウ

紹介というクチコミのチカラでシゴトが舞い込むシカケづくり

バイラルメイクセオリー

PLOTフレームワークプロジェクト

バイラルメーカー 小宇佐拓宏

はじめに

この「フェイスブッククチコミ戦略テキスト」は、  
著者が2014年6月~2014年8月に開催した、  
講座の内容を書き下ろしたものです。

著者が関わる方々が実際に活用し、  
実績のあったバイラルメイク理論を提供しています。

このテキストでは、  
たった1枚のシートで  
起業家・経営者の問題を解決する  
「PLOTフレームワーク」  
を活用します。

「PLOTフレームワーク」  
を活用し、  
あなただけのクチコミ戦略を構築します。

このテキストで使用するPLOTフレームワークは  
無料でダウンロードできます。

ダウンロードを完了させ、  
テキストを読み進めながら実践してってください。

ダウンロードはこちら⇒⇒⇒<http://goo.gl/dXnm8t?1>

## 第三章 フェイスブックでビジネスを実践する3ステップ

### 一期一会を取り逃がさない3つのプロフィール整備

- |                          |    |
|--------------------------|----|
| 1.基本データは一瞬であなたを伝えるウェブ履歴書 | 7  |
| 2.プロフィール写真で目立ち、露出を広げる    | 8  |
| 3.ヘッダー画像は12億人に見せられる無料の看板 | 10 |

### 投稿はお客様のポケットに届けるラブレター

- |   |    |
|---|----|
| 真型起業家のフェイスブック投稿の2つのスタンス                           | 12 |
| 売り込みすぎず・雑談しすぎないベストな投稿の割合                          | 15 |
| ライフスタイル・ライフスタンスをベースとした<br>自身の価値を高めるセルフパフォーマンスの具体例 | 16 |
| 日常が共感を生み出すライフスタイル投稿                               | 17 |
| 価値観が共鳴を生み出すライフスタンス投稿                              | 18 |
| USPをベースとした専門家としてのコンテンツの具体例                        | 20 |
| 理想のお客さまだけを集めるシカケを構築したクリニックの事例                     | 21 |

### コミュニケーションを取り承認欲求を満たし合う

- |                             |    |
|-----------------------------|----|
| 「あいさつ」はなぜ必要なのか？             | 24 |
| 相手の求めるものが分かるマズローの欲求5段階      | 26 |
| 個人事業においては、37.7%が1年以内に廃業     | 30 |
| 承認欲求を満たすための2種類の「承認」         | 32 |
| 絶対に相手に好意を持たれるキーワード          | 36 |
| ペルソナとコミュニケーションを取る           | 39 |
| 得たければ与えるのが先                 | 39 |
| 与えることであなたの価値が高まる理由          | 42 |
| 理想のお客さまの目の前に露出しまくったクリニックの事例 | 45 |

## 第三章 フェイスブックでビジネスを実践する3ステップ

会話をするために、  
投稿をするということの重要性を、  
おわかりいただけだと思います。

さて、ちょっと思い出してみてください。

あなたが、自分のニュースフィードで、  
役に立つ投稿や、おもしろい投稿を見つけた場合。

「この人どんな人だろう？」

と気になり、  
相手の個人ページを見にいったことはありませんか？

そして、相手のページでは、  
その人がしている**投稿や、基本データ、プロフィール写真などを、**  
見てまわったのではないのでしょうか。

人はフェイスブックで、  
興味があるものを見つけるを、  
上記のような行動をします。

このような行動をすることを見越して、

**自分の投稿を見てもらえるよう、いいね、コメント、シェアでコミュニケーションを取る**  
**継続的に発信をしているということが分かってもらえるように、投稿をする**  
**初めての人に、あなたの素性を分かってもらえるように、環境を整える**

上記の準備をしておくことが大切なのです。

フェイスブックをビジネス活用のため、  
クチコミをしかける人は、

**人の行動と逆の順番**

で準備していく必要があります。

つまり、以下のとおりです。

**環境を整えること**

**投稿をすること**

**コミュニケーションを取ること**

こちらもひとつずつ、  
解説をしていきましょう。

## 一期一会を取り逃がさない3つのプロフィール整備

私の場合、フェイスブックを、  
3つの目的で活用しています。

多くの方と交流することで自分ことを知ってもらう露出をするため

クチコミ集客の専門家として、自分を認知してもらうため

クチコミ集客に興味のある人に、メール講座を登録してもらうため

この3つの目的を果たすため、  
フェイスブックの個人ページには、  
いくつかシカケをしています。

大きく3つです。

### 1.基本データ

### 2.プロフィール写真

### 3.ヘッダー画像

それぞれに目的があり、  
シカケを設置しているのです。



<https://www.facebook.com/takuhirokosa>

ひとつずつ、チェックしていきましょう。

## 1.基本データは一瞬であなたを伝えるウェブ履歴書

「基本データ」をクリックして下にいくと

「すべてを表示」という箇所があります。



ここをクリックしてみると、

以下の画面が表示され、

自己紹介の画面になります。



上記画像のとおり、

自己紹介の上部に、

「小宇佐拓宏って、どんな人？」

詳しくはこちら

という記載をしています。

このURLをクリックすると、  
詳細なブログのプロフィールページに飛ぶのです。



プロフィールのページの右側には、  
メール講座が登録できるようにしてあります。

## 2. プロフィール写真で目立ち、露出を広げる

コメントをしたら、  
コメントの横には  
あなたのプロフィール写真が表示されます。

このプロフィール写真が目立つのと、  
目立たないのとで、あなたの認知数が変わります。

また、「プロフィール写真」をクリックすると、  
プロフィール写真の詳細が表示されます。



プロフィール写真の上部には、

「こんなにやったのに、  
もうダメだ……。1日1通、いいクスリです」



という文言とともに、URLを設置してあります。

このURLをクリックすると、

メール講座の登録ページへ飛びます。



### 3.ヘッダー画像は12億人に見せられる無料の看板

ヘッダー画像をクリックすると、  
ヘッダー画面の詳細画面にきます。



こちらのヘッダー画像の上部にも、

「こんなにやったのに、もうダメだ・・・。  
1日1通、いいクスリです」

という文言とともに、URLを設置してあります。

このURLをクリックすると、  
メール講座の登録ページへ飛びます。



まずは、見に来てくれた人に、  
行って欲しいアクションを、明確にすることです。

メルマガに登録してほしい

フェイスブックで友達申請してほしい

電話で来店予約をしてほしい

無料の資料を受け取ってほしい

など、アクションを明確にしてみましょう。

その上で、相手にしてほしいアクションを

**「あなたに○○してほしい」**

と、明示しましょう。

あなたのフェイスブックには、  
このような「動線」は、設計・設定されていますか？

**「出口はひとつ、入口は無数」**

です。

きっかけはなんであれ、  
フェイスブックでたずねてきて下さった方に対して、  
継続的につながることができる準備は  
できていますか？

一期一会のご縁を活かせるかどうかは、  
あなた次第です。

## 投稿はお客さまのポケットに届けるラブレター

### 真型起業家のフェイスブック投稿の2つのスタンス

投稿すること、会話をすることの

重要性を理解できたとしても、

「どんな投稿をしていいのかわからない」

という方が多いようです。

さて、あなたは、

ラブレターをもらったことはありますか？

自分だけにあてられた手紙ですから、

**嬉しい**ですね。

あなたは、ラブレターを

書いたことはありますか？

意中のひとりだけにあてた手紙ですから、

**ドキドキ**しますよね。

私は、フェイスブック投稿は、

ラブレターだと思って投稿しています。

特定の誰かをイメージして、

その相手に届くように

投稿しているのです。

誰かひとりに**強烈に刺さる**ように書いているので、

同じ問題を抱えている方に、

**強烈に刺さる**のですね。

さあ、ここまでご理解いただければ、  
フェイスブックでどのような投稿をすればいいのか、  
分かり始めたことかと思えます。

私がお伝えしている、  
フェイスブック投稿を考える、

### 「2つの軸」

をお伝えいたします。

お客さまのの目にふれ、  
未来のお客さまを創るために、  
起業家・経営者がフェイスブックで具体的に投稿すべきことは、  
次の2つと定義しています。

**ライフスタイル、ライフスタンスをベースとした  
自身の価値を高めるセルフパフォーマンス  
USPをベースとした専門家としてのコンテンツ**

USPをベースとした

「専門家としてのコンテンツ」

を、未来のお客さまに、  
認知していただくことが、  
本当のFacebookの目的です。

USPをベースとした

「専門家としてのコンテンツ」

を、未来のお客さまに届けるのです。

そのために、露出し認知していくのです。

だから、ライフスタイル、ライフスタンスをベースとした  
自身の価値を高める  
セルフパフォーマンスを行うのです。

専門家としてのコンテンツの  
投稿ばかりをしてしまうと、

「売り込みばかり」

と感じてしまうファンが出てきてしまいます。

ですからバランスが重要です。

## 売り込みすぎず・雑談しすぎないベストな投稿の割合

投稿の割合はこのように考えてください。

**セルフパフォーマンスの投稿を80%**

**専門家としてのコンテンツの投稿を20%**

このバランスです。

通常、専門家としてのコンテンツを

Facebookで発信すると、

「いいね」の数が減ります。

Facebookを通じて、

あなたに人間的愛着を持ってくれた**あなたのファンは、**

**必ずしもあなたのビジネスに興味があるとは限りません。**

そして、あなたが専門家としてのコンテンツを

どれだけ一生懸命書いたとしても、

**全員には届きません。**

だからこそ、

**投稿をバランスよく、定期的に何度も**

行う必要があります。

そして

**ファンにとって、あなたの投稿見るのが楽しみ**

になることを目指すのです。

どうやって定期的にするのかというと、

「毎朝の6時半」

というように、

時間や日程を決めることです。

そうすることで専門家としての価値が高められます。

## ライフスタイル・ライフスタンスをベースとした 自身の価値を高めるセルフパフォーマンスの具体例

あなたは今日から、フェイスブックでは、

**近況報告ではなく**

**セルフパフォーマンス**を行ってください。

未来のお客さま、

ファンに向けて、

セルフパフォーマンスを行うのです。

未来のお客さまに対して発信するわけですから、

投稿範囲は公開、つながりのない方からも

フォローができるように設定しておいてください。



## 日常が共感を生み出すライフスタイル投稿

ライフスタイルでは、このようなことを投稿してみてください。

いつもどんなメディアを見ているのか？

誰と一緒にいて、どんなことをしているのか？

どんなお店で食事をしているのか？

本を読んでどんな感想、を持ったのか？

何をして遊んでいるのか？

あなたのお客さまはどんな人なのか？

どこでいつどんな志事をしているのか？

これらの風景の切り取りをします。

セミナー講師であれば、

セミナー風景をアップすることで、

あなたがセミナー講師であることを露出・認知させることができます。



## 価値観が共鳴を生み出すライフスタンス投稿

日ごろ何を想って生きているのか？

夢や目指しているものは？

何が一番楽しいのか？

何に重きを置いているのか？

あなたの価値観を  
知らせる投稿をしてみましょう。

特に女性なら、  
美しくあることへのこだわりや、  
化粧品やネイルの話題もいいでしょう。

セルフパフォーマンスの投稿は、  
専門家としてのコンテンツと違って、  
いいねがもらいやすく、  
会話を生み出しやすいものです。

だからこそバランスを良く投稿する必要があります。

重要なので、繰り返します。

**USPをベースとした**

**専門家としてのコンテンツを、  
よりたくさんの方に届けるために、  
セルフパフォーマンスを行う**  
のです。

**セルフパフォーマンスの投稿を80%**

**専門家としてのコンテンツの投稿を20%**

とお伝えしました。



セルフパフォーマンス1日4投稿

1日1投稿—専門門家としての記事

に、チャレンジしてみてください。

ぜひ、あなたの

- 想い
- ビジョン
- 志命
- ストーリー
- 仕事の姿勢
- 仕事への考え方
- 物事の見かた・とらえ方

を、投稿してみてください。



## USPをベースとした専門家としてのコンテンツの具体例

**織見 晃**  
8時間前 (Bufferより) ㊦

【体が満足すると、心に不足感がなくなる】

体に必要な栄養が摂れていないと、脳は漠然とした不足感を感じます。

足りないのは体の栄養なのに、「自分には何かが足りない」と思ってしまいうのです。そして、その不足感を埋めるために、あれやこれやと欲しくなっていくます。

…もっと見る



いいね！を取り消す・コメントする・シェア・Buffer

あなたと武田 正さん、真本 真実さん、渡原 よしのさん、他48人が「いいね！」と書いています。

他3件のコメントを表示

**石塚 美佐子** 今月、夫家へ行く予定です。 携えてもらっていいですか？ ただ顔は両用だと目にもがかりますよね？…もっと見る

**武藤 さよ子**  
昨日 ㊦

皆さん  
思込みダイエットや  
言うだけダイエットっていうの

聞いたことありませんか？

人間の脳って騙されやすいんでって  
<http://wing.jiseki.net/2014/07/post-1e65.html>



いいね！を取り消す・コメントする・シェア・Buffer

**小平 悠 拓也**  
8月13日 (Bufferより) ㊦

【Facebookでクチコミ集客する方法】  
[www=http://buff.ly/1qghKAy](http://buff.ly/1qghKAy)  
起業家・事業主のあなたはこんなお悩みありませんか？  
・Facebookに時間を費やしているが、集客ができない  
・プライベートの友人に、「売り込みばかりしている」と思われていないか不安  
・日記のような投稿はできるが、ビジネスにつながる投稿のやり方がわからない

このような悩みを抱えているのは、あなただけではありません  
[www=http://buff.ly/1qghKAy](http://buff.ly/1qghKAy)



いいね！・コメントする・お気に入りや停止・宣伝する・シェア・Buffer

中谷 祐子さん、町田 隆実さん、渡原 正一さん、他179人が「いいね！」と書いています。

**武田 正**さんがリンクをシェアしました。  
16時間前、愛知県名古屋の周辺 ㊦

【 全身ガチガチで肩や腕の付け根が痛い女性 】

原因不明の肩、腕の付け根の痛みが突に成りみえました。

初めての事務系の仕事で知らず知らずの内に  
脇を閉めて肩に力を入れて頑張っていたのでしょうか。…もっと見る



本来の可動域まで動かせなかったのも、肩下層が関係してる？！  
名古屋の中区で鍼灸・整体なら **Reborn Salon COCOLO**。  
[sinkyu-00000.com](http://sinkyu-00000.com)  
名古屋の中区で触るだけで骨盤矯正（調整）や10秒で背の位置を正しい位置に戻し姿勢矯正。 副都府のプロ 武田正です。 【 全身ガチガチで肩や腕の付け根が痛い女性 】…

いいね！も取り消す・コメントする・シェア・Buffer

あなたと武田 正さん、武藤 さよ子さん、松橋 博志さん、他34人が「いいね！」と書いています。

**西村 文美** リバイク良いよね〜(^^\*)

次に行った時も、お願い！！  
15時間前・いいね！・必2

**武田 正** 西村 文美さんへ  
でしょ〜(^^\*)…もっと見る  
15時間前・いいね！

コメントする…

## 理想のお客さまだけを集めるシカケを構築したクリニックの事例

改善前においては、日々の投稿は、

花の投稿

音楽ライブに行ったという日記

ニュース記事のシェア

といったもので、novo式については、  
まったくふれていませんでした。



novo式に触れた投稿がないから、見た方が、

「この先生は、どんな先生で、  
何をしてくれるんだろう？」

ということが、**わからない**状態だったのです。

だから、商品・サービスが  
欲しいと思われていないという状態だったのです。

今では、このような投稿をしています。

現代医学で常識とされていることの裏を突いた、

「**novo式のベースになる理論**」

を、毎朝投稿されているのです。

引用いたします。

龍見さんの投稿内容は、

以下のとおりです。

【お風呂でのぼせるのも、塩分不足】

塩分が不足している人は、今よりも血液が薄まっては困ります。

ですから、無意識に水分を摂らないようになりがちです。そして、知らないうちに脱水状態になっていることが多いです。

そんな人が冬の寒い時にお風呂に入ると、寒くて収縮していた末梢血管が拡張し、血圧が一気に下がってしまいます。高齢者のお風呂でのトラブルの多くはこれが原因だと思われます。

特に降圧剤を飲んでいる人は注意が必要です。

(つづく)

☆この記事に興味を持っていただいた方には、NOVO式®の基本的な考え方について書いた無料PDFをプレゼントしています。

ダウンロードしていただいた方には、特にダイエットに関するお茶会やセミナー等の情報をいち早くお知らせしています。

ご希望の方はこちらから→<https://www.agentmail.jp/ln/10/3/801/15183/63417/1/>

いかがですか？

このような投稿があることで、

**商品・サービスが欲しいと思われる**のです。

そして、facebookで口コミ集客ができるのです。

もうお気づきかもしれません。

記事末には、

☆この記事に興味を持っていただいた方には、NOVO式®の基本的な考え方について書いた無料PDFをプレゼントしています。

ダウンロードしていただいた方には、特にダイエットに関するお茶会やセミナー等の情報をいち早くお知らせしています。

ご希望の方はこちらから→<https://www.agentmail.jp/ln/10/3/801/15183/63417/2/>

と、記載し、PDFをプレゼントする流れになっています。

PDFをダウンロードされる方は、少なくともnovo式に興味がある方です。

**「novo式に興味がある方に、  
今後情報提供できるシカケ」**

を、設置しているのです。

あなたのフェイスブックに、

**「商品・サービスに興味がある方に、  
情報提供できるシカケ」**

は、設置されていますか？

龍見先生の実例があれば、  
あなたのビジネスにも置き換え、  
facebook口コミ集客に  
活用することができませんか？

あなたのビジネスにおいても、  
どんどんご活用くださいね。

## コミュニケーションを取り承認欲求を満たし合う

プロフィールの環境が整い、  
投稿ができるようになったら、  
関わる人の投稿に

「いいね、コメント、シェア」

をして、どんどんコミュニケーションを  
取っていきましょう。

コミュニケーションを取るとしても、

「何をコメントしていいかわからない」

という質問をいただきました。

まずは、あいさつから  
はじめてもいいかと思います。



### 「あいさつ」はなぜ必要なのか？

小さいころは、親や学校の先生から

「あいさつをするように」

というしつけを受けます。

会社に入っても、上司や先輩などから

「あいさつ」

をすることを  
ビジネスマナーの一環として学びます。

しかし

「なぜあいさつをするのか？」

という理由については、  
あまり教わることはあまりせん。



私も関わる方に

「なぜあいさつをするのか？」

と質問してみましたが、  
明確な回答は得られませんでした。

そこで、

「なぜあいさつをするのか？」

という点について解説をしておきます。

## 相手の求めるものが分かるマズローの欲求5段階

あいさつが必要な理由の、  
結論をお伝えいたします。

心理学者である  
アブラハム・マズローが提唱している  
**「欲求5段階」の「承認欲求」を満たすため**  
です。

「承認欲求」を満たすことで、  
**「自己実現したい」と思う仲間を構築**  
することができます。

聞きなれない言葉だと感じる方も  
いらっしゃると思いますので、  
詳しく解説いたします。

「欲求5段階」

とは、人の欲求は5つあり、

「下位の欲求が満たされないと上位の欲求を満たそうとは思わない」という理論です。

5つの欲求とは、以下のとおりです。

「自己実現欲求」

自分の能力を引き出し創造的活動がしたいなどの欲求

「承認欲求」

他者から認められたい、尊敬されたいという欲求

「社会的欲求」

集団に属したり、仲間が欲しいという欲求

「安全欲求」

安全・安心な暮らしがしたい（雨風をしのぐ家・健康など）という欲求

「生理的欲求」

食べたい、寝たいなど、生きていくための基本的・本能的な欲求

このマズローの「欲求段階説」に基づくと、

次のような結論になります。

人は、生活していけるだけの売上を  
上げることができなければ  
（＝生理的欲求が満たされていないならば）、  
安定した売上を上げたい  
（＝安全と安定の欲求を満たしたい）  
とは思わない。

人は、人から認められなければ  
（＝承認欲求が満たされていないならば）、  
報酬を求めず自ら積極的に活動したい  
（＝自己実現欲求を満たしたい）  
とは思わない。

つまり、自己実現をしたいと思う状態に達するためには、  
下位の4つの欲求が満たされていることが  
必要になるという考え方です。

世の中には、誰にせつつかれることもなく、  
金銭的な報酬を第一の目標とすることもなく、  
自ら自分のビジネスを楽しみ、  
どんどん成果を出させる人がいます。

一方、「モチベーションが上がらない」  
という言葉に代表されるように、  
その時の気分や、  
追い込まれないとやれないという人も  
いらっしゃいます。

もし、あなたが

「モチベーションが上がらない」

ということでお悩みだったとしたら、  
一番上の欲求である

**自己実現の欲求までたどりついていないの**かもしれません。

「承認欲求」

他者から認められたい、尊敬されたいという欲求

「社会的欲求」

集団に属したり、仲間が欲しいという欲求

「安全欲求」

安全・安心な暮らしがしたい（雨風をしのぐ家・健康など）という欲求

「生理的欲求」

食べたい、寝たいなど、生きていくための基本的・本能的な欲求

このどれかが満たされていないのかもしれません。

4つの中の欲求が満たされていないのかは、  
人によるでしょう。

少なくとも確実に言えることは、

「承認欲求」

が満たされていないということなのです。

## 個人事業においては、37.7%が1年以内に廃業

平成24年の中小企業庁のデータによると、  
中小企業が廃業する理由で、圧倒的に多いのは、

**「販売不振」**

です。

必要な売上が上がらなかったことが主な要因で、  
廃業するのです。

個人事業においては、

**37.7%が1年以内に廃業**している

というデータもあります。

このデータをマズローが提唱している  
欲求5段階に当てはめて考えてみましょう。

販売不振で売上が上がらずに  
廃業するということは、

「安全・安定の欲求」

が脅かされている状態です。

「目先の売上が上がらない」

ところまで悪化してしまうと、

「生理的欲求」（生きたいという欲求）にまで

落ちてしまったということになります。

下位の欲求が満たされなければ、  
次のステージに行けないわけです。

ですから、近年の日本の状況を考えると、

「生理的欲求」「安全と安定」のステージにいる人が多く、  
「所属」「承認」の欲求不満がつのっていると考えられます。



そして、「所属」「承認」の欲求を  
満たしてくれる人が重宝されるわけです。

## 承認欲求を満たすための2種類の「承認」

「承認」欲求を満たすためには、  
どうしたらいいのでしょうか？

実は、できることはたくさんあるのです。

「承認」はテクニック（スキル）です。

さて、「承認」とは、なんなのでしょう。

まずは「承認の定義」を整理しましょう。

**「承認」とは、相手に自信を持たせ、  
自発的な成長をうながすという行動です。**

相手の「行動」に対して行うもの（行動承認）

相手の「存在」について行うもの（存在承認）

この2種類があります。

例えば、次の通りです。

### 行動承認

相手が起こした行動に対して何かを伝える行動

ほめる、叱る、評価する、表彰する、ねぎらう、お礼を言う、謝罪をする、アドバイスを  
する、フィードバックをする

### 存在承認

相手がそこにいるという存在自体を認めることを伝える行動

あいさつをする、名前を呼ぶ、変化に気づく、声をかける、目を合わせる、役割を与える、  
共感する、家族・誕生日・趣味などを覚えている、相談する

あなたも日々の行動を振り返ってみてください。



普段の行動の中に「行動承認」に該当することは、  
いくつあったでしょうか。

もし、「行動承認」という考え方に  
気づくことができたのなら、  
起業家として、「おかげさま」という意識で、  
関わるすべての人に、「行動承認」を  
必ず実施してはいかがでしょうか。

一方で、大したことではないと  
軽視される傾向が強いのが存在承認です。

先ほどの例を見ていただければお分かりの通り、  
存在承認は、行動承認よりも簡単にできます。

簡単な行動ですが、  
**積み重ねると大きな効果を生むのが、  
存在承認**なのです。

しかし、**継続しないと効果は得られません。**

実際にやろうとしても、  
照れ、遠慮、不安、面倒くさいなどの理由で、  
なかなかスタートできないかもしれません。

しかし、マズローの図をもう一度見てほしいのです。

関わる方が、  
「自己実現＝成長したい」と思うためには、  
承認欲求が満たされている必要があるのです。

あなた自身が、  
「自己実現＝成長したい」と思うためにも、  
承認欲求が満たされている必要があるのです。

起業家・経営者が抱えている業務が多いことは、  
十分理解・認識しています。

起業家・経営者自身が成長を求めるなら、  
また、関わる方に成長を求めるなら、  
種類は問わず、**かなり意識して「承認」する数を増やす必要があります。**

起業家・経営者は結果が出にくい状況です。

独立すれば誰もが結果を出せて、  
自然と認められるような環境ではないのです。

また起業家・経営者は、  
**100%できて当たり前、**  
止まることなく**やり続けて当たり前**  
という完璧主義になりがちです。

さらに、失敗したら減点されるという  
**減点主義**になりがちです。

起業家・経営者は、他社や顧客から  
ほめられたりすることが、少ない環境です。

だからこそ、  
**承認欲求を満たしあえる**  
**環境を生み出すことが大切なのです。**

少なくとも自分の関わる人たちだけは  
意図的に「承認」して、  
少しでも承認欲求を満たしてみましょう。

関わる人たちが「自己実現」を目指すような  
チーム作りがますます必要になります。

「あいさつをする」

「1日1回名前と呼ぶ」

「メンバーの誕生日会を開く」

など、できることから始められるといいでしょう。

成果志向の起業家・経営者の方から

「そんなことは大したことではない」

という発言を聞くたびに、不安を感じます。

「大したことではない」という認識が、  
人の感情にある、**基本的なことを**  
**おろそかにしてしまっている**怖さを感じます。

## 絶対に相手に好意を持たれるキーワード

「フェイスブックで交流をしたいのですが、  
なんてコメントやメッセージをしたらいいのか、  
わからないのです」

というご質問もいただきました。

そこで、

**「絶対に相手に好意を持たれるキーワード」**

も、お伝えしておきます。

まずは初級編からお伝えします。

そのキーワードとは、以下の言葉です。



**「何かお役に立てることはありますか？」**

例えば、フェイスブックで  
コメントでやり取りした相手が、  
セラピストさんだったら、

**「〇〇さん、セラピストさんなんですね！何か、私が役に立てることありますか？」**

こんな感じで  
メッセージやコメントをしてみるのです。

相手は決して、悪い気はしないでしょう。

続いて、中級編です。

コメントをくださった方と、

「特に仲良くなりたい！」

と、思った場合は、  
相手のウォールを見にいきましょう。

そこで**投稿されている内容や、  
基本データをチェック**します。

すると、おシゴトや、  
大事にしている価値観がわかります。

チェックした上で、メッセージをしてみましょう。

「〇〇さん、セラピストさんなんですね！

『人には誰にでも、自分を癒やすチカラがある』

という、〇〇さんの理念に共感しました。私が役に立てることありますか？」

初級編よりも、

「自分のことに興味を持ってくれている」

ということが伝わる感覚です。

上級編では、もう少し工夫が必要です。

「何か、私が役に立てることありますか？」

この部分を、もう少し具体的にするのです。

例えば、以下のようなカタチです。

「〇〇さんの記事でためになるものがあったら、シェアさせていただいてもいいですか？」

「〇〇さんのおシゴトにご興味ある方がいたら、紹介してもよろしいですか？」

「〇〇さんといいカタチで組めそうな方がいたら、ご紹介してもよろしいですか？」

例えば、もし、仮に、

あなたが、このようなメッセージをもらったとしたら？

その状況と、感情をイメージしていただきたいのです。

やはり基本は、「得たければ、与えるのが先」です。

あなたの人間関係が、  
格段に向上することを、お約束いたします。

「得たければ、与えるのが先」

と、いうことです。

**いいね！をもらうには、いいね！をする**

**コメントをもらうには、コメントをしてみわる**

**シェアをしてもらうには、シェアをしてあげる**

具体的な行動をするために、  
あらかじめ決めておくことがあります。

**いつ・誰に・何件のいいね！を行いますか？**

**いつ・誰に・何件のコメントを行いますか？**

**いつ・誰に・何件のシェアを行いますか？**

「Facebookは、空き時間にやります」

という方が多いのですが、  
これではFacebookで成果を出すのは難しいです。

あなたが起業家・経営者であれば、  
毎月の売上の目標を、  
設定されていることでしょう。

売上の目標と同じように、  
Facebookでの行動についても、  
きちんと目標を設定し、  
日々の行動を管理するのです。

もしあなたが、Facebookをビジネスに活用したいなら、  
早急にチャレンジしてみてください。

## ペルソナとコミュニケーションを取る

何度も会話することで

露出の回数を増やし、

認知の深度を深めることの重要性を、

体験・体感しはじめたことと思います。

本PDFのテーマは、

「フェイスブックのビジネス活用」

です。

やみくもに人脈を増やしても、

成果にはつながりにくいですね。

では、成果につなげるためには、

**誰と会話をすればいいのでしょうか？**

**2つの属性**の方と、会話することで、

ビジネスにつながりやすくなります。

2つの属性とは、以下とおりです。

**あなたの提供する商品・サービスのお客さま**

**あなたの提供する商品・サービスのお客さまと、多く接点がある方**

### 得たければ与えるのが先

2001年から、

地縁・血縁など何にもない名古屋で、

ゼロからやってきました。

おかげさまで、

なんとかやってこれています。

関わってくださったみなさまのおかげです。

さて、私は、なぜここまで  
やってこれたのでしょうか？

それは、**応援されてきたから**です。

ではなぜ、私は  
応援していただけたのでしょうか？

その理由は、私が、  
人以上に誰かを「応援してきた」からです。

彼女をさがしていれば、コンパをする

飲食店をオープンしたら食べに行く

ライブをやるなら見に行く

お客さんを紹介してあげる

専門的なスキルなどない時期から、  
できることをやってきたのです。

私がいたことで、  
結婚したカップルも多数います。

キーワードは

**「ギバースゲイン」**

つまり、

**「得たければ、与えるのが先」**

ということです。

クチコミされるためには

**「得たければ与えるのが先」**

このキーワードを忘れずに動いてください。



あなたが紹介することを、  
ぜひ実践してみてください。

あなたが紹介すればするほど、  
あなたが紹介される、  
ということ、  
体験・体感するでしょう。

あなたが紹介すればするほど、  
あなたが紹介されるのには、  
ちょっとした理由があるのです。

## 与えることであなたの価値が高まる理由

あなたがだれかを紹介すると、  
紹介された相手は喜びます。

しかし、紹介したあなたにも、  
大きなメリットがあるのです。

そのメリットとは、次の通りです。

あなたが紹介すればするほど、

### 「人を紹介する達人」

として、関わる人に認識されると、  
ということなのです。

例えば、私、  
小宇佐の場合で考えてみましょう。

私はこのPDFを配信し、  
あなたはこのPDFを  
読んでくださっています。

ご存知のとおり、  
このPDFをダウンロードしてくださった方には、  
メール講座を配信しています。

そして、私のメール講座では、  
信頼できるプロフェッショナルであるパートナーを、  
数名紹介しております。

**紹介された方はとても喜んでくださいます。**

中には、私がある方のメール講座を、  
私のメール講座で1回紹介しただけで、  
100人以上の方がいる方のメール講座に登録された、  
ということもありました。



現在、メールアドレスを獲得するには、  
1件あたり500円～2,000円のコストが  
かかると言われてています。

ですから、上記のある方からすれば、  
**私が紹介することで、**  
**50,000円～200,000円の価値を得られた**  
ことになりますから、嬉しい限りでしょう。

一見、相手にばかりメリットがありそうですが、  
**実は私にも、大きなメリットがあるのです。**

それは、誰かを紹介している小宇佐を、  
第三者が見た時に、

「あ、小宇佐さんはこうやって、  
いい形で、パートナーを紹介してくれるんだな。  
私もいつか、小宇佐さんに紹介してもらいたい！  
だから、**小宇佐さんと仲良くしておこう！**」

と思ってもらえる、  
ということです。

ここまで、整理しましょう。

あなたがだれかを紹介すると、  
相手は喜びます。

それだけでなく、紹介したあなたは、

「人を紹介する達人」

として、どんどん認知されていく、  
ということなのです。

この理屈が腑に落ちると、  
バイラルメイクの価値も、  
さらに大きく感じていただけることでしょう。

キーワードは

「ギバースゲイン」

つまり、

「得たければ、与えるのが先」

を実践してみてください。

## 理想のお客さまの目の前に露出しまくったクリニックの事例

今回のnovo式の、  
第一のターゲットは、

「40代の事業主」

でした。

ですから、

「40代の事業主」

「40代の事業主と多くの接点がある方」

と、会話を始めたのです。

会話とは、

**コメントでのやり取り**

**メッセージでのやり取り**

のことです。

「40代の事業主」

と、コメントのやり取り、  
メッセージでのやり取りをする。

「40代の事業主と多くの接点がある方」

と、コメントのやり取り、  
メッセージでのやり取りをする。

そうすることで、  
関係が深まり、  
露出の範囲が広がるのです。

つまり、

「多くの人に投稿を見てもらえるようになる」

のです。

今回の龍見さんの事例では、会話を始めて2日目で、

「龍見先生、興味があるので、  
初診の予約させていただきますね！」

と、あっさり予約が入ってしまったのです。

それまでは、会話をしていなかった。

だから、

**商品・サービスのことを知られていない**

という状態だったのです。

あなたは、フェイスブックで、

会話をしていますか？

龍見先生の実例があれば、

あなたのビジネスにも置き換え、

Facebookをビジネスに、

活用することができませんか？

あなたのビジネスにおいても、

どんどんご活用くださいね。

## 小宇佐拓宏プロフィール

2001年早稲田大学人間科学部卒業後、  
大手マンションデベロッパー、  
大手保険会社を経て、  
2010年に小宇佐・針田FP事務所を設立し、独立。

住宅購入時の資金計画作成、  
「住宅マネープランニング」を専門とした、  
FP事務所、小宇佐・針田FP事務所を経営。

2011年は208世帯、  
2012年は358世帯の個別相談を受け、  
住宅マネープランニングを確立。

ミサワホーム、トヨタホーム  
株式会社ライフプラザパートナーズ  
株式会社船井総合研究所、楽天マネーセミナー  
中日新聞マネーセミナー、NTTイフセミナー他にて  
講演実績あり。

毎週水曜日14時ころ～  
CBCラジオ「北野誠のスバリ」

「ズバリマネー相談室」  
コメンテーターとしてレギュラー出演中

紹介のみでビジネスの案件を  
依頼されるメソッドを体系化し、  
あらゆる業種で成果をあげている。

名古屋で開催されている、  
東京六大学交友会  
「六旗会」の事務局もつとめる。



2014年6月10日発行

著者 小宇佐 拓宏

発行所 バイラルメイクセオリー 小宇佐拓宏

名古屋市中区伊勢山1-5-30

virmake@gmail.com

(販売・ライセンスについてのお問合せ)

本教材、および収録されているコンテンツは、著作権、知的財産権によって保護されていることはもちろんですが、購入・ダウンロードされたコンテンツは、あなた自身のビジネスのために役立つ用途に限定して提供しております。教材に含まれているコンテンツを、その一部でも、書面による許可（ライセンス）なく複製、改編するなどして、またあらゆるデータ蓄積手段により複製し、オークションやインターネット上だけでなく、転売、転載、配布等、いかなる手段においても、一般に提供することを禁止します。コンサルタント業の引用、転載、教育を希望する場合には別途ライセンス契約が必要となります。