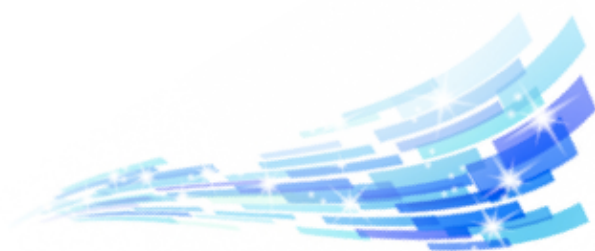


商品サービスの価値や魅力を
100%お客さんに伝えたいあなたへ

理想のお客様に
一瞬で興味を持ってもらう

肩書き サービスメニュー ネーミング作成ガイドブック



売り込まずに
売れていくネーミング
を簡単に作る方法

メルマガ限定
動画講座付き

自分目線でアピールするのはもうやめませんか？

目次

はじめに	・ ・ ・ ・ ・ P.03
第1章：肩書きの作り方	
肩書きを変えると人生が変わる！	・ ・ ・ ・ ・ P.05
オンリーワンにするには？	・ ・ ・ ・ ・ P.07
ワーク～肩書きを考えてみましょう	・ ・ ・ ・ ・ P.08
肩書きによく使われるキーワード集	・ ・ ・ ・ ・ P.11
おまけ～「在り方」って何？	・ ・ ・ ・ ・ P.12
第2章：サービスメニューにつけるネーミング	
普通のネーミングでは価値が伝わらない？	・ ・ ・ ・ ・ P.13
わかりやすさにこだわる	・ ・ ・ ・ ・ P.14
インパクトを与える	・ ・ ・ ・ ・ P.15
メリットを書く	・ ・ ・ ・ ・ P.16
これだけは要注意！	・ ・ ・ ・ ・ P.16
ワーク～一番売りたいメニューのネーミングを考えてみる	・ ・ ・ ・ ・ P.17
あとがき	・ ・ ・ ・ ・ P.19

著作権について

『「肩書き」「サービスメニュー」ネーミング作成ガイドブック』

（以下、「本冊子」という）は、著作権法で保護されている著作物です。

本冊子の使用につきましては、以下の点に十分ご注意下さい。

本冊子の著作権は、作成者である加納隆昭に属します。

書面による事前許可を得ずして、本冊子の一部または全部を、あらゆるデータ蓄積手段（印刷物、および電子メディア、インターネット等）により複製および転載することを禁止します。無断で放送、公衆送信、翻訳、販売、貸与などをすることもできません。

本冊子の内容をコピーしたり、インターネットで公開することも当然禁止します。インターネットオークション等での転売も禁止しています。

はじめに

私たちは、ネーミングの大事さ

これを理解しないまま、つつい適当につけてしまいます。

あなたは、もちろん一生懸命考えて

「肩書き」、「メニュー名」をつけたと思います。

この他にも、

社名、屋号、商品名、ブログ名など、起業する際には

たくさんの『名前』を考える必要が出てきます。

参考になる本を探したり、ネット情報を検索したりするけど

「なんか専門的すぎて分かりにくい。。。」

なぜか、プロ目線の情報が多いんです。

そこで、何か

コーチ、コンサル、カウンセラーの人たちが商品サービスを PR する際に必要な

「ネーミング」作成に役立つ情報を提供できないかと考えて作ったのが、

この『「肩書き」「サービスメニュー」ネーミング作成ガイドブック』という電子ブックです。

意外に思われるかもしれませんが、
実はネーミングにも、キャッチコピーや記事タイトルの考え方が役立つのです。

ここでは、よく迷うことが多い

「肩書き」と「サービスメニュー」のネーミングに絞って解説していきますね。

わかりやすさ第一に作りましたので、

どうぞ最後までお付き合いください。

それでは、よろしくお願いします！

第1章：肩書きの作り方



肩書きを変えると人生が変わる！

肩書きはあなたがビジネスをする上での「在り方」

肩書きを変えるだけで、考え方、行動が変わり、人生が変わるのです。

ただの「健康食品販売業」と肩書きを持っていた人が、

「あなたの家族を健幸にする食アドバイザー」となれば、

販売＋家族の食に関する健康面のアドバイスをする先生として見られ、

何より、ご自身がその肩書きに合った行動をするようになるのです。

もちろんビジネススタイル、お客さんも変わり…

本当に「人生が変わる」のです！

ありきたりで（どこにでもある）

ワンパターンな（事業の内容そのまま、普通の言葉を使っている、堅苦しい）

そんな肩書きを名乗っていては、

ずっとその枠内でしか仕事をしなくなってしまう。

「名は体を表す」とはよく言ったもので、

極端に言えば

「なりたい自分」を名乗ってしまったもの勝ちです！

肩書きの通りに、脳があなたの体に行動するよう指令を出すのですから

やはり「言葉の使い方」で「人生は変わる」はず。

さて、肩書きに入れる言葉について

そこにはあなた自身の

「思い」や「コンセプト」、「在り方」が含まれていなければいけません。

それでは、具体的に話を進めましょう。

オンリーワンにするには？

オンリーワンな肩書きには、あなたらしい「キーワード」が必要です。

実際の作り方については後ほど、ワークをしてもらいますが、

ここでは、考え方を説明します。

一体、肩書きにどんなキーワードを使えばいいのか？

簡単です。

あなたらしいキーワードを出しつくして、組み合わせたり、

オリジナルの言葉（造語）を考えたりして、

お客さんが見て一目で「何をしている人？」

「メリットが何か？」がわかるようにすれば良いのです。

そして声に出してみて、言いづらいものは NG だと思ってください。

「音」としても、しっくりくるものを選ぶ必要があります。

さあ、仮に作った肩書きがオンリーワンかどうか？

他人の肩書きとカブらないことを確認することが必要です。

やり方は、ネット検索して同じ屋号が無いこと。

これは基本中の基本ですが、つついありがちなネーミングをしないための方法でもあります。

世の中には、ありきたりな肩書きで溢れていますから。。。

ワーク～肩書きを考えてみましょう

そもそも、あなたが起業した理由はなんでしょう？

そんな「思い」や、

「誰に？」（ターゲットとするお客様）

「どうなってもらう？（メリット）」ために「何を提供する人？」なのか

そんな大切なあなたらしいキーワードを紙に書きまくってください。

なるべく多くです、30個以上は欲しいです。

例えば、「自分らしさ」、「自立」、「女性起業家を応援」、「仲間」、
「ご縁」、「つながり」、「健康」、「子育て」、「ストレス」、「支援」、
「サポート」など。。。

◆「健康」→なぜ健康なのか？「自分の子供が病気がちだったから」

→「幼児の健康」など、深掘りしながら特徴を出せるようにしてください。

【↓ここにキーワードを書いて、書いて、書きまくってください】

キーワードを出し尽くしたら、あと5個考えてください。

「もうこれくらい」で終わったあとに、

振り絞って考える「言葉」が本当の大事なキーワードであることが多いのです。

さて、あなたらしいキーワードを出しつくした後は

それらの中から、「ピカッと輝く」、「直感的にこれ！」と思えるものを3つ

選んでください。

そして、

「〇〇が〇〇になれる〇〇アドバイザー」のようにメリットと何をする人かが
一目でわかるように組み立ててください。

例：「食育」＋「ナチュラル」＝「ナチュラルー食育」：組み合わせる

例：「簡単」＋「集客」＝「らくらく集客」：ひらがな、カタカナにする

例：「育児」＋「ママ」＝「育ママ」：短縮する

肩書きによく使われるキーワード集

↓これらの言葉に「あなたらしさ」を加えると、素敵な肩書きの完成です。

〇〇コンサルタント

〇〇コーチ

〇〇カウンセラー

〇〇セラピスト

〇〇アドバイザー

〇〇エキスパート

〇〇マイスター

〇〇スペシャリスト

〇〇インストラクター

〇〇専門家

〇〇コンシェルジュ

〇〇クリエイター

〇〇コーディネーター

〇〇スペシャリスト

〇〇プロデューサー

〇〇プランナー

おまけ～「在り方」って何？

あなたがビジネスをしている業界の中で、

あなた自身の「在り方」とは、「立ち位置」、「位置付け」のことを指します。

「ポジショニング」と表現することもあります。

つまり、「在り方を決める」とは

ライバルと似たような大勢の中の一人ではなく、

オンリーワンの事業をする「ただ一人と位置付ける」ことです。

そもそもオンリーワンな事業とは、「お客さんありき」でなくてははいけません。

「〇〇が〇〇になれる」という絞られたお客さんに対して、

独自のメリットを提供できる事業のこと。

「差別化」とよく言われることも、これらに関係します。

絞り込んだ顧客（ターゲットを決める）に対して、

絞り込んだサービスを提供できることが、「差別化」するということです。

だから、肩書きを決めることは、「在り方」を決める大事なことなのです。

第2章、サービスメニューにつけるネーミング



普通のネーミングでは価値が伝わらない？

これは極端な例ですよ。

「女性の為のお悩み相談」って漠然としたメニュー名ですよ？

具体的に「誰が？どうなれるのか？」がわかりません。

これを例えば、

「毎日のストレスからスッキリ解放されるための育児セッション」とすれば、

対象者も、悩み事も、どうなれるのか…も一目瞭然です。

安易に「キラキラとか、ワクワク」という言葉を入れても、

お客さんからは「よくわからない」と受け取られます。

また言わないと、価値が伝わらないことも、

あえて言うことで単価アップできる理由になります。

「10年の修行で手に入れた秘伝の～」、「7つの資格を凝縮した～」など。

わかりやすさにこだわる

先ほどの例で言うと、「ストレス、スッキリ解放、育児」という

キーワードがわかりやすい表現であり、他との違いを表しているわけです。

また、数字を入れて実績をアピールする場合がありますよね。

「487人カウンセリング実績のある**マインドバスター・セッション**」や

「3ヶ月で心が軽くなる**寄り添いカウンセリング**」など

より具体的に説明できるのです。

インパクトを与える

これは意外性、ギャップの意味もあります。関係が無かったり、

逆の意味を持たせるキーワードを組み合わせます。

例えば、

「レシピのない**簡単おつまみ調理法**」とか、

「子どもでもネコでも続けられる**ゆるふわヨガ**」など…

また、他にも

「オーガニックセッション」、「悩みを燃焼」、「インスタント集客法」など

インパクトのあるメニューのネーミングは工夫次第で、いくらでも作れます。

メリットを書く

例えば、

「たった1ヶ月でネガティブ思考が変わる！キャンセル待ちセッション」

「今までの教材費、セミナー代のもとが取れる、最速集客メソッド」

など、

「受けるとどうなれるのか？」

一目瞭然であるメニューのネーミングです。

あくまで、メリットとはお客さん目線の「得が大きい」こと、

お客さんの理想の状態が何か？

生の声を調査すると一番心に刺さるキーワードが出てくるでしょう。

これだけは要注意！

やりすぎは禁物です！

ありとあらゆるメニューに凝りすぎたネーミングをつけると、

お客さんが迷ったり、逆にどれも違いが見えなくなることがあります。

目玉サービスやキャンペーンメニューなど限定して、

それを選んでもらえるよう「誘導的」にネーミングを作ると

良い結果に結びつくでしょう。

あとは、誇大表現に気をつけて下さい。

「良いと言いきすぎる」ことで、お客さんの期待を高めすぎて後でガッカリさせてしまう可能性もあります。

効果的にメニューのネーミングは考えましょうね。

ワーク～1番売りたいメニューの ネーミングを考えてみる

今のあなたのメインメニューは、

普通の表現や価値を伝えられていなかったりしていませんか？

「わかりやすさ」、「インパクト」、「メリット」が入った
ネーミングを考えてみましょう！

【現状のメニュー名】

【選びたくなるメニュー名】

あしがき

いかがだったでしょうか？

メニュー名一つとっても、ネーミングには意味を込めることができ、

欲しくなったり、選びたくなったりと、

お客さんの行動を意図的に促すことが出来るものです。

私のモットーである「想いを言葉に」には、

言葉の持つチカラで、人って変われるんだ。

メッセージが伝わることで、お客さんに選ばれるようになるんだ。

そんな想いが込められています。

あなたも、この電子ブックのノウハウから良いところ取りをして、

ご自身の事業から、より多くの収入を得られることを願っています。

そして、成功したやり方を「起業したて」や「上手く稼げていない」人たちに

教えてあげてくださいね。ビジネス成功の輪が広がっていきますように♪

加納隆昭