

ターゲット	お客様にしたい人(ターゲット)が決まっている
	お客様の不安・不満が明確である
	お客様の不安・不満が大きい
	お客様が抱えている悩みの原因がわかっている
	実際にお客様のニーズ調査をしている
商品コンセプト	誰のどんな悩みをどうやって解決するか明確である
	お客様のゴールが明確である
	お客様のメリットが明確である
	お客様にワクワクする未来が見せられている
	お客様に響くキャッチコピーがある
	商品を通してどうしても叶えたいミッションがある
	商品に人から共感されるストーリーがある
商品づくり	コースになっている
	高額にできるテーマと組み合わせている
	お客様の悩みを解決できるステップがある
	6か月以上の期間である
	個別相談やサポートがついている
	特典が5個以上ついている
差別化	すごいと言われる自分の実績がある
	すごいと言われるお客様の実績がある
	あなただけの独自性がある
	他にはない目新しさがある
	限定性や希少性がある
	オーダーメイドになっている
	コンテンツのボリュームが多い
	凄そうと思わせる権威性がある
商品名	具体的なキーワードが入っている
	記憶に残るキーワードが入っている
	目を惹く数字が入っている
値段	20万円以上のメニューになっている
	2～3個の料金プランがある
	値段に自分なりの根拠がある
マインド	自分に自信がある
	自分のサービスや商品に自信がある
	自分の高額商品を安いと思える
	なぜ今の仕事をやっているかが明確である
	お客様にどうなって欲しいかというイメージが明確である
	絶対にお客様のためになるという強い気持ちがある
その他	動画コンテンツがある

	マネできるテンプレートがある
	問題点を客観視できるチェックシートがある
	資料がある
	会員限定のサイトがある
	過去の資料を見ることができる


