

10分でできる！  
あなたの魅力を  
最大限に引き出す  
ワーク

こんにちは。

詩乃です。

この特典では、あなたの魅力やライバルとの違いをクリアにして、人としての影響力を上げる方法を教えます。

魅力的なブランディングがあつてこそ、発信によってファンができたり、あなたのサービスが売れるようになります。

今後はセラピストや起業家の人数がさらに増えるため、ブランディング無くして売れることはありません。

影響力を上げる重要な要素を5つ解説しますので、しっかり学んでください。

あなたの魅力を最大限活かすために必要なものは、以下の通りです。

1. 価値観（キャラ）
2. 世界観
3. 天才性
4. 今までの経験（ストーリー）
5. あなたはズバリ何の専門家？

発信では「クライアントの知りたいこと」「クライアントの悩み」を題材にするのが基本。

それに加えて、この5つが揃ってはじめて魅力あふれるパーソナルブランドが成立します…！

パーソナルブランドが成立すると

- 「〇〇と言えばあなた」と専門性・信頼性が高まる
- 「あなただから」と選ばれる存在になる
- 「あなたの考え方が好きです！」と強い共感を得られる
- 「あなたの商品なら自分が変われそう」と購入してくれるファンができる

こんな現象が起きます。

あなた自身が魅力あるブランドになるので、  
【誰にもマネできない最大の差別化】になるんですね。

それではそれぞれの要素を抽出するワークをご紹介します。

## 1. 価値観（キャラ、信念）

価値観とは  
何が好きで何が嫌いか  
何が大事で何が大事じゃないか  
のことです。

人生における方向性を決めるもので、同じ価値観を持つ同士が惹かれ合います。

つまりあなたが「私はこれが好きです！」「でもこれだけは許せません」といった、独自の価値観を出すことで

「わかります！」「私も同じことを思っていました」という同じ価値観のファンが集ってくるのです。

自分がどんな価値観を持っているのか自覚がないままだと、発言内容が一気にボヤケます。

「Aもいいと思うし、Bでもいいんじゃない？場合によってはCも有りよね。」

そんな意見の方を、魅力的と思うのでしょうか？

「Aが一番いいです！」と主張することで、同じ「Aがいい」と思う人が集まってくれるんですね。

では、あなたがどんな価値観を持っているのか。  
簡単な質問をしていきますので、教えてください。

あなたが大嫌いな人（発信者）はどんな人ですか？

なぜ、その人が大嫌いなのでしょうか？ どういったところが嫌いでしょうか？

あなたが大好きな人（発信者）はどんな人ですか？

なぜ、その人が大好きなのでしょうか？ どういったところが好きですか？

あなたはどんなキャラですか？ 今まで友人に言われたり、褒められた性格はどこですか？

好きな人、嫌いな人、なぜ嫌いなのか、なぜ好きなのか  
そのことが分ると、あなたが大事にしてる価値観も浮き彫りになります

よ。

## 2.世界観（理念）

世界観とは、あなた独自の理想の世界像のことです。

世界観があって、理念（根本的にどうしていききたいのか？）も生まれます。

ブランディングにおける世界観は

自分のクライアントさんにどんな世界を提供したいのか、どうなっ  
てほしいのか？

ということ。

世界観で分かりやすいのはディズニーですね。

「夢と魔法の国」というコンセプトですが、徹底して守っています。  
パーク内は時計が無い、外が見えない構造、パークキャストも【私語絶対厳禁】。

これらも、ゲスト（お客様）に与える「夢と魔法の国」という世界観を壊さないために必要だからです。

自分のセッションを販売する場合は

「私のセッションによって、あなたはこんな理想の状態になれますよ」  
「こんな感情を味わえますよ」  
という世界観をお伝えすることが必須です。

この世界観に惹かれて、「そうなりたい！」と思うクライアントさんが集まってくるんですね。

もしあなたがセッションを提供するとしたら、お客様にどんな状態になってほしいですか？どんな感情を味わってほしいですか？

あなたはどんなときに「最高に幸せ」と感じますか？

あなたの【人には言えないけど、実はこんな思いがある】そんな想いを言語化してみましょう。「叶うかどうか分からないけど、本当はこんな世界を作りたい」「こんな世界になってほしい」そんな内容を書き出してください。

### 3.天才性

天才性とはあなたが生まれ持った特別な特性のこと。

この天才性は他人や社会との関わりで、よりはっきりするので実績や数字の結果としても現れます。

天才性がはっきりすると、

- あなたの専門性
  - 他のライバルにできないこと
- これが明確になります。

例えば、敏感という方は

- 人に共感する
- 人の変化に気がつく
- 人の望むことが分かる

と言った天才性を発揮できます。

これをビジネスに当てはめると  
例えば

「HSPさん専門

職場での気疲れを90%減らして仕事のパフォーマンスを10倍アップする！

オーダーメイドコミュニケーション術

～あなたにピッタリのアドバイスを提供します～」

といった活かし方ができます。

自分のセッションを販売するためには、この「天才性」を自覚することが大事。

ワークでぜひ出してみて、ご自分のサービスに活かせる言葉などを抽出しましょう。

今まで「それすごいね！」と友人、家族、知人から言われたことはありますか？考え方、技術、知識、スキル、学習、行動、役割、なんでもいいので書いてください。

友人10人の中で、自分がNO.1になる考え方、技術、知識、スキル、学習、行動、役割、その他、なんでもいいので書いてください。

## 4. 今までの経験（ストーリー）

あなたの今までの人生の経験は、まさに唯一無二のもの。

その経験をストーリーとして発信していくと、似た境遇や共感できる人が集まってきます。

また、自分のコンプレックスや苦悩を開示できると、「信頼できる人」と認識され、さらに濃いファンになってもらえます。

コンプレックスや苦悩は、誰でも隠したくなるもの。

それを臆すること無くさらけ出すことで、「すごい人だ」「正直な人だ」と感じてくれるんですね。

あなたがこれまでに乗り越えてきた経験はなんですか？

あなたが今までで「一番苦しかった...!!」と思える経験はなんですか？もしくは「これは限界まで頑張った!」という経験でも構いません。

あなたの「今は言えるけど、過去は苦しくて人に言えなかったコンプレックス」はなんですか？

## 5.あなたはズバリ何の専門家？

あなたが提供するサービスの中でも、一番得意なところはなんでしょうか？

私は潜在意識や脳科学などが詳しいですが、「天才性」や「覚醒」に特化しています。

脳科学の専門家ですとかアロマの専門家です・・・と言われても、母体が大きすぎてクライアントさんはピンときません。

脳科学でもどんなことに詳しいのか？  
アロマでも特にどこに効果があるのか？

例えばもしあなたが引き寄せることが得意だったら、「引き寄せ脳科学」という名前にすれば、「引き寄せに特化した脳科学を教えてもらえる」ってわかりますよね。

アロマでも、もしスキンケアにアロマを使って、人から羨ましがられるような肌を持ってたら「アロマで白肌」みたいに特化できます。

※私が勝手に考えた内容なので、アロマで白肌になるわけじゃありません。

自分が学んできたこと経験してきたことに

- ・効果が出ていること
- ・得意なところ
- ・特に詳しいこと

こちらをプラスして、特化してみましょう。

①あなたが今まで学んできたことや提供したいサービスはなんですか？

②そのサービスで特に効果が出ていることは何ですか？  
得意なところ、特に詳しいことはなんですか？

①と②をプラスして「～～の専門家」と言語化しましょう

すべてのワークはトータル10分ほどでできます。

改めて自分を振り返ってみると、意外な発見ができるはず。

これらのワークは  
「自分を知らること」を大前提にしています。

なぜなら

「自分の魅力をはっきり分かってない人のサービスは、誰も買いたいと思わない」  
から。

どこにでもあるような商品、他の商品と見分けがつかないものは欲しいと思わないですよね？

だからこそ、ブランディングが欠かせないのです。

ぜひあなたの価値観、世界観、強みと能力、経験、専門性を洗い出してみてください。

それがあなたの魅力を最大限に引き出すことに繋がります^^

詩乃