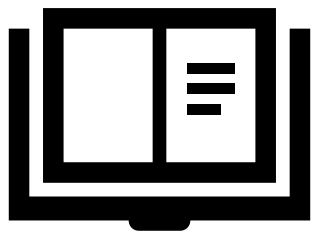


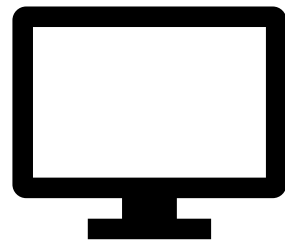
構造化 コンテンツメイク

構成編 事前整理

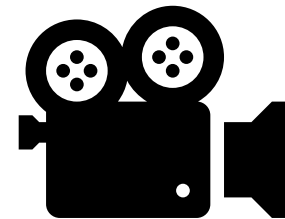
コンテンツツメイク手順



構成



スライド



撮影

それぞれにポイントがある

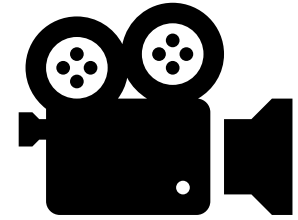
コンテンツツメイク手順



構成



スライド



撮影

それぞれにポイントがある

コンテンツの構成を作る手順（事前整理）

1. コンテンツテーマを**1つ**決める
(例：ライティングの3つのNotについて)

2. コンテンツの**軸となる部分**を決める
(例：ライティングの3つのNotの使い方)

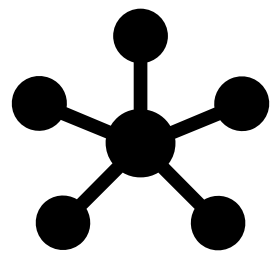
3. **コンテンツの軸＋ベネフィット**でタイトルを決める
(例：お客を信頼させ、あなたの商品へと導く3つのステップ)

コンテンツの構成を作る手順（内容作成）

4. **軸を中心に**コンテンツの内容を作成する
(例：ライティングの3つのNotの使い方は3ステップ→1つ目は…)

5. 内容が完成したら**冒頭**を考える（重要）
(例：ライティングの”3つNot”を正しく理解していますか？)

いきなりスライドを作らないのが鉄則



マインドマップ

情報整理や検討に
向いたツール



スライド

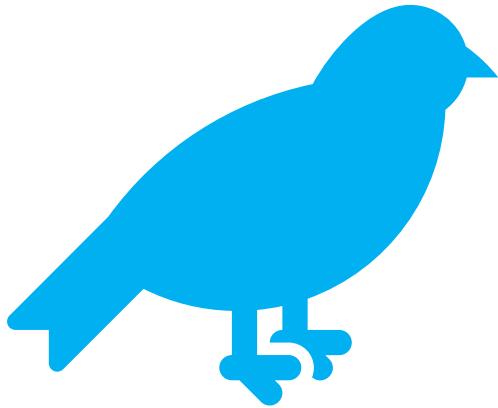
ビジュアライズに
向いたツール

ビジュアルに気を取られ、情報を整理できない

1. コンテンツテーマを1つ決める

概念
そのもの

Twitter
マネタイズ



プロダクトローンチ

コンテンツメイク

コンセプトメイク

セールスライティング

2. コンテンツの軸となる部分を決める



コンテンツテーマ（＝概念）の「何を説明するか」＝軸

コンテンツの軸によって話の比率が変わる

軸が「ローンチとは何か」

ローンチとは何か

ローンチの手順は～

ローンチの定義・理論の説明

軸が「ローンチの実行手順」

ローンチとは何か

ローンチの手順は～

ローンチの実行手順の説明

ここまで考えておけば、格段に話が分かりやすくなる

軸の設定フレームワーク

1. 概念の定義・理論（雑記ブログ型）

（例：ローンチとは何か）

2. 概念のやり方・進め方（ステップ型）

（例：ローンチの6ステップ）

3. 概念の紹介（随筆型）

（例：僕がローンチで行ったツイートとは）

4. 概念の分析・考察（キュレーション型）

（例：強者のローンチの分析結果）

だいたい
1か2のどちらか

商品設計と同じ考え方で決められる

3. 軸＋ベネフィットでタイトルを決める

3. 軸 + ベネフィットでタイトルを決める

軸が「プロダクトローンチとは何か」

実績ゼロの30代の会社員だった僕でも
年収2,000万稼いだ“プロダクトローンチ”とは？

軸が「プロダクトローンチは6ステップ」

実績ゼロの30代の会社員だった僕でも
年収2,000万稼いだ“6ステップ・プロダクトローンチ”

A person stands in a vast, snowy landscape under a dark, starry sky. The person is silhouetted against the snow, and their reflection is visible in a small pool of water in the foreground. The background features rugged, snow-covered mountains.

ここまでのまとめ (この後が最重要パート)

まとめ

1. コンテンツテーマを1つ決める

2. コンテンツの軸となる部分を決める

3. 軸+ベネフィットでタイトルを決める

軸が「プロダクトローンチとは何か」

実績ゼロの30代の会社員だった僕でも
年収2,000万稼いだ“プロダクトローンチ”とは？

軸が「プロダクトローンチは6ステップ」

実績ゼロの30代の会社員だった僕でも
年収2,000万稼いだ“6ステップ・プロダクトローンチ”

構造化 コンテンツメイク

構成編 内容作成

4. 軸を中心にコンテンツ の内容を作成する