

うんこがうんこを見てうんこを を生ま出すという悪循環

年末と言っても暇でやることないんで今年のレポートでも書いときます。

いや、まず実業コンテンツ。

うんこすぎやわ。

よくそれで今まで生き残れてたね？

ハッキリ言ってうんこですよ。

うんこがうんこを見てうんこを生ま出すという悪循環。

例えばとあるフィットネス業界。

僕が作り直したコンテンツで一瞬で問い合わせ2倍。

簡単すぎる。

信じられんかもしれんけど、
ホームページ汚くした。

集客に困ってるとか言ってるからね。

目ついてんのか？
お前。

もうね。
イラつくぐらいできてない。

今キレイながら書いてますよ、これ

Web制作業者にキレイなホームページ20万円とか30万円かけて作ってもらって

「あれ？お客さんがきませーん (T__T) 」

当たり前じゃぼけ

理由を簡単に言うと

フィットネス屋さんは、
トレーニング技術と栄養は知っている

飲食屋さんは、
料理を創作する技術はある

行政書士さんは、
法律の知識はある

けど、

マーケティングはわからん。

ビジネス戦闘力はゼロだけど、開業はしたい。

じゃあどうする？

まずやることは、近くの同業者のホームページをお手本にする。

「ふんふん、こんな感じか」

うん。

じゃあこんな感じのをWeb制作業者に発注しよう。

だけど、

「ふんふんこんな感じか」

とお手本にしているところがもううんこなんですわ。

そして、

Web制作業者という人間の大半は作るだけしかできない。

キレイなページを作る脳しかない。

デザイン教の信者が結構いるからね。

こいつらは制作料金で食ってるだけだから。

つまりビジネス戦闘力はゼロ。

ビジネス戦闘力ゼロのうんこの開業したい人間が、
ビジネス戦闘力ゼロのうんこの同業者をお手本にして、
ビジネス戦闘力ゼロのうんこの制作業者にホームページ発
注している。

うんこがうんこを見てうんこを生み出すという悪循環。

アホらしい

普通に世の中そんなレベルやからね

この間きいたとある健康系業界で最近、
広尾・渋谷・恵比寿の店舗がどんどん衰退していつてい
らしい。

そりゃそうやわ。

実際月商が0円とかザラにある。

けど、ホームページ見たら、
まさかこのお店が月売上ゼロ円だとは普通思わんよね。

外見だけは整えてるから。

けどそういう事例が腐るほどあるのが現実。

制作業者は「側」は作れるけど、

「中身」は作れない。

じゃあ中身はどうか？

そう。

うんこをコピーしちゃうのです。

うんこをコピーしちゃうから、
街中がうんこだらけ～

いや、これ、
まじなんで。

真剣に。

本当に真剣に。

「側」がキレイで「中身」がうんこ。

おっぱいにシリコン入れて、
エラの骨削って、
あごと鼻に人工軟骨入れて、
黒のタートルネック着て
シャネルのネックレスで着飾ってるけど、
話ししたら全く男の話し聞いてない
中身のない女みたいな感じか。

Webページ汚くしたのに、

劇的に反応が変わったらそりゃびっくりするよね。

デザイン教の信者には信じがたい現実だろうけど。

わかるよ

その気持は。

大企業とかのサービスとかだとUIとかデザインとかで
ユーザーの離脱とか変わってくるから。

問い合わせフォームの項目めっちゃくちゃ多いとか、
エラーのバリデーションをリアルタイムにしてなくてとか
で離脱とかあるからね。

そうじゃなくて。

僕が言ってるのは、
個人事業、零細企業、中小企業の話で。

なんで僕がWebで絶対に負ける気がしないし、
Webコンテンツとかでトップ0.1%に入れるか。

別に言ったところで誰もやらないし言ってもいいけど、

- ・「そいつである理由は何か？」

というコンテンツを極限まで意識して作っているのと

・リアリティがあるかどうか

コンテンツを極限まで意識して作っている。

この2つだけ。

ほんまにこの2点に尽きる。

これだけやっというて、
world wide web (www) に浮かせておいたら、
勝手にお金は入ってくる。

僕が関わる案件全部に言えることだけど、
僕はやろうと思えばキレイなページ作れるし指示できる
し、キレイな言葉も使える。

けど、

収益を生むためにそこは重要ではない枝葉だからカットし
ているだけだ。

みんなそれがわからんから、
誰が言っても同じようなことを必死で言って、
それを何十万円もかけてWebページ化して、

「集客ができません」とか言っている。

いや、本当に残念。

ほとんどの人が、
world wide webにうんこ浮かせてる～

個人メディア系とかだったら、

~~~~~

女性がグッとくる男性の何気ない仕草5選

~~~~~

みたいなコンテンツがいっぱい浮いていたりするわけですよね。

で、

~~~~~

いかがでしたでしょうか？

最後までお読みいただきありがとうございます。

~~~~~

みたいな。

誰が書いても一緒やし、

企業のホームページ見たら見たらで、

~~~~~

日本を元気にしたい

~~~~~


みたいなの書いてるから、
うちも「日本を元気にしたい」って書いとくかみたいな。

まず自分の会社元気にした方がええんとちゃうんか。

で、中途採用試験受けにきたヤツに

志望の動機は？

とか聞くと、

「はい、私も御社の理念に共感して日本を元気にしたいと
思っています！」

とか回答するこの循環。

クソすぎるw

もう今の時代って、
小学生がYouTube動画見て、
これは企業案件かどうかって見極めている時代で。

やっぱなんか不自然だし、
作った感があるのってシラケるんですよ。

リアリティがないから。

そういうこれからは、
コンテンツがつまらないのは死活問題になる時代。

もちろん前からそうだったんだけど、
だんだん顕著になってきているなーと感じる。

コンテンツがつまらないと具体的にどうなるか？

そりゃ役務型の提供が増えてしまう。

ネット使っている意味ない。

Web使っているのに忙しい人は何をしているの？

要は自営業でも労働集約型から抜け出せないということ。

会社を辞めて独立したけど、
結局またずっと夜遅くまで働き続けて～
みたいな。

Googleの検索上位表示だけに頼って死んでる人は多い

逆に言うと、
面白いコンテンツさえ作れたら、
自動収益は上げ放題だし、
依存率が低くて安定するし、
めちゃくちゃ仕事は頼まれる。

おまけに仮に明日緊急入院して、
1年間病院のベットで治療する生活で、
ずっとパソコン開けなくても数千万円利益出るとか。

現実的にできる。

そういえば今月僕が東京で月1回だけやってるセミナーで、僕が所有している「コンテンツ×システム化」で収益を生み出している解説したら、参加者の人たちはめっちゃく希望持ってくれてたなー

「レンガさんが暇人経営者の理由がよくわかりました」

とか言って。

そりゃそうよ。

コンテンツ100本作って1万円の収益の人は世の中にいっぱいおるけど、1本作って100万円の収益を生み出せる人はほとんどいない。

Webの醍醐味は、
従業員を大量に雇わなくても、
24時間黙って仕事してくれる分身を作れること。

これをわかっている経営者がどれぐらいいるか？

いない。

いるんだけど本当に少ない。

2020年はさらにSNS&動画時代になるけど、

フォロワー多いけど収益に結びつかないとか動画数増やしているけど収益に結びつかない問題を抱える業者がもっと増える。

断言できる。100%と言い切っている。

たった1本でもいいから、
見る人の人生変えるレベルのコンテンツ持ったら、
全然違うからね。

しかもそれ家で一人でやれるんで。

中年の引きこもりがダメだみたいなニュースとかあるけど、何がダメなんかさっぱりわからん。

家で引きこもって面白いコンテンツ作っといたら、
家族との時間とかいくらでも増やせる。

なのに無理矢理お外に連れ出して揉めてるけどさっぱり意味がわからん。

っていうか、

そもそもコンテンツが資産になることに気づいてる人おらんから楽勝というか。

マーケティング勉強している人はチャンスしかない。

チャンスだらけ。

実際に僕の教材で売れるパターンとかネタ決めとか思考とか学んで、3人子供いる女性の人、今月会社辞表出して「もう仕事とれそうです」とか連絡きたりするし。

まあ家でできるしね。
子育てしながらも仕事できる。

あと時間がある人がやっぱり強い。

無職が最強。
僕もハッキリ言って無職みたいなもんです。

何もしてないけど収益が生み出される構造を作ることしかやってないから。

けど、

世の中はキッチリスーツ着て、
バシッとメイク決めて、
髪も巻いて、

満員電車乗って

ヒールの音、
カツカツカツって鳴らして

スターバックスに入ってちょっとだけ健康意識してソイラテ頼んで、

めっちゃ難しそうなカタカタばかり並べて「目次」のことをわざわざ「アジェンダ」とか言ってドヤって資料作ってるのがそれが仕事やと思ってるんやろうな。

もったいないぜよ

僕なんか家でユニクロのウルトラストレッチスウェット着て布団の中でiPhoneとかでザーッとリサーチ。

それで、

さっきの2点意識したコンテンツ作ったら成約率余裕で2倍。

月商100万円の店舗が200万円になったら、クライアントに毎月100万円分の価値提供したことになる。

簡単やけどできる人ぜんぜんいない。

なんでかって外に出て行ってなんかするのが仕事やと思っているから。

難しいそうなカタカナ使って長時間会議したら仕事してると思ってるんやろうね。

生産性低すぎない？

とは思う

僕なんか30代にもなって年末に暇でPDFにこんなうんこうんこ書いてるだけやしな。

僕みたいにもともと人とネチネチ関わりたくなくて、一般企業内だと社会不適合者扱いされるような人間でも面白いコンテンツさえ作れたらいくらでも収入が増やせるというインターネット時代に生きてしまっているがために人生がイージーモード化してしまった。

もしこれが30年前だったら僕はおとなしく月給23万円をもらい続けるしかできなかった。

普通に助かる。

っていうか起業して思ったのが、組織内では僕ほうんこだったけど、起業の世界では組織内でできる人間がうんこちゃん化する。

その現実気づけるかどうか。

その理由は簡単で。

みんな難しく考えすぎるから。

社会起業家のような高い志を持って、原価や利幅を計算して商品をしっかり作り上げて・・・

って思ってるからだろうね。

そういう常識で、
「俺もいつかは独立して・・・」

と思い続けて早15年。

みたいな人が圧倒的に多いんで
ライバルがしょぼいっていうのはある。

基本的に頭良い人は動かない。

動かない人が多いんでその時点でライバルがいない。

一方で、アホみたいにすぐ行動する人は、
自営業でも自転車操業してるパターンは多かったりする。

労働から抜けられない問題。

次の年に税金も払わないといけないから止めるわけにもい
かないとか。

けど毎日自分の体を使って労働しているから考える暇がな
い。

労働って言葉だけ聞くと大変なように聞こえるけど労働は
実はラクなんよね。

自分自身が労働してしまう収益って簡単だからある種ドラッグみたいなところがある。

快樂物質が分泌されてるんやと思う。

頑張っって労働した自分へのご褒美みたいな感じで。

だから沢尻エリカをあんまりバカにはできんよなー

まあこうやってそれぞれの属性で偏った特徴がある。

だから僕は行動もしてるし学習も両方して暇人を目指してきた。

時間があつたら情報収集できるしリサーチできる。

とある業界のランディングページとか15社ぐらい全部分解してみたら全部しょぼいのとか1日で気づける。

目の前の売上とか役務提供に追われてたらそれやってる暇はないと思う。

他にも最近だったら何をしてたかって、M-1グランプリとか見てるだけ。

実はこういうのも超勉強になる。

優勝したミルクボーイはたしかにネタは面白いけど、かまいたちよりかは、

「そいつである理由は何か？」と
リアリティは薄いなーとか思ってコンテンツの分析。

僕が担当の作家だったら、
左の人のマッチョ具合と右の人の角刈りと昭和感をもう
ちょっと使ったコンテンツにするよなーとか考えてみたり。

(※ただ、おそらくそのために最初に出てきて「ベルマーク」って言葉を放り込んでいるんだとは思う)

ちなみにある程度売れている漫才師は作家がついてます。

かまいたちの、
UFJとUSJを間違える話とか、
となりのトトロ1回も見たことない自慢とか、

実際にそういうヤツおるからリアリティあって、
やっぱりリアリティある方が爆発力あってコンテンツ力高
くなるよなー

とかめちやくちや重要な気づきがある。

じゃあ、

実業コンテンツに活かすってなったら、
例えば脚痩せの商材とかだと、

「お前足だけ太いな。と父親から言われたのがコンプレックスで中学生のとき制服のスカートの下に足隠すためにいつも体操着のズボン履いてた」

みたいな話したら、

めちゃくちゃリアリティあって、
ピラティススタジオのホームページにそれ書いたら女性が共感するコンテンツになって売上につながるだろうなーとか。

すぐにM-1見て学んだことを応用できる。

こんなん2、3分あったら思いつくし。

即売り上げアップなう、につかっていいよ

そんな感じで僕は遊んでるのか仕事してんのかわからん。

言えることは全部家でできるし、何回も言うけどユニクロのウルトラストレッチスウェットで副交感神経優位状態になれて生産性は爆上がりする。

謎のクソ上司と長時間会議とかするんだったら、M-1とか見ておいた方がだいぶいい。

なので僕はだいたいの業者のコンテンツがうんこに見えてしまう。

いくらでも仕事とろうと思えばとれる。

今の自分の会社をもっと組織化してもいいんだけどね。

けど、忙しくすぎて自己投資して学ぶ時間とかなくなった
ら本末転倒やしな一

JVでできてしまっているところもあるし。

まあ気が向いたら情報収集のためにも増やしてもいいかな。

- ・雇っている正社員 0

- ・借金 0

- ・出資 0

- ・在庫 0

リスクはないけど、

地元のツレが「危ないないん？」とか言ってたな一

危ない要素はゼロ。

特別な事は何もしてない。

面白いコンテンツ考えてるだけ。

もう世の中の人が何にがんばっているかが僕にはわからん。

次。

これもうんこがうんこを見てうんこを生み出すという悪循環の一例。

上司がうんこ。

例えばこの年末の時期になると、
「おーい！ 挨拶回り行ってこいよー」とか。

わざわざ出向く必要ある？

けど、これも上司がもはや悪いんじゃない。

その上司の上司がうんこだったから思考することもなく年末がきたら「挨拶回り行ってこい」になってしまう。

これの一番怖いのが、
自分自身が30代とか40代になって
それを全く疑うこともなく
「おーい！ 挨拶回り行ってこいよー」
と部下に言ってしまう状態。

これがうんこを見てうんこを生み出すという悪循環。

僕だったらどうしても年末の挨拶回りが必要なら動画撮るけどね。

YouTubeで限定公開で動画撮って取引先の担当者さんのLINEに送って挨拶する。

そしたら、

師走の忙しい時期でも好きなタイミングで見てもらえる。

それこそ相手が電車の中とか移動の時間に見てもらえるし、1回再生じゃなくて何度も見てもらえることになる。

そしたら他社との挨拶回りとは完全に差別化できるじゃないですか。

内容は、

そーやねー

僕だったら、
社内で一番美女の社員と一緒に撮って、
まず挨拶するとかですね。

「来年は弊社に是非お越しくださーい！」

とか言って。

キャバ嬢がお店の外でキャピキャピ手振ってるみたいな感じで（笑）

そしたら年明けから取引先の人を自分のオフィスに呼べて自分の移動時間とかカットできるじゃないですか。

簡単。

動画メディアはこんな使い方でもええんよねー。

けどメディアの使い方がわからん企業は多いですからねー

社員のムダな交通費カットしたり、ムダな時間カットするのも全体で見たら収益化していることになります。

↑意外に結構大事ですよ

再生回数増やして広告で稼ぐしかわからん人がほとんど

まあいいや。

言えることは実力のないうんこちゃんを見てたら自分もうんこになってしまうということ。

うんこがうんこを見てうんこを生み出すという悪循環から抜け出すのは自分が学んで実践してそこから抜け出すしかない。

ここまでの合計うんこ出現回数38回。

キリよく50回うんこが出現するレポートにしたいんで、あと12回足しときます。

うんこうんこうんこうんこうんこうんこうんこうんこうん
こうんこうんこうんこ

良いお年をお迎えください

では

レンガ