

# コーチングしてほしい と思わせる泥臭い ブランディング戦略

見込客から「コーチングしてもらえますか？」と言われる

## 今日のセミナーでは・・・

今日のテーマは「ブランディング」です。

ブランディングというのは、あちこちで語られていて学んだり取り組んだりしたことのある方も多いかと思います。

ただ、多くのブランディングが、「〇〇専門コーチ」というよくわからない肩書を作るだけだったり、キラキラした演出をして成功しているように見せかける表面的なものだったりします。

当然、それではクライアントに見透かされます。

今日は、簡単ではないけど、着実に息の長いブランディングをする方法・戦略について考えてみましょう。

# ブランディングとは？

ブランディングとは、

「自分が相手にどう見られたいかと、  
相手が自分をどう見るかを、一致させる作業」

つまり、

「見込客にどのように見られたいか」を明確にし、  
そう見てもらえるように働きかけること

## プロとして、どう見られるべきか？

あなたのコーチとしての個性は、最も重要です。

他人によく見られるために、自分を偽っては、本末転倒。

ですから、あなたの個性を曲げる必要はありません。

ただし、ビジネスとしての「こう見られるべき」はあります。

ここを外すと、契約には繋がりません。

プロコーチは、見込客に

「この人は先生だ」と見られる必要があります。

## なぜ、「先生」になるのか

人がお金を払って相談する理由は、大きく2つです。

- ・自分の問題や悩みを解決したい
- ・自分の目標や夢を実現したい

このどちらかに貢献してくれると思ったとき、  
「相談したいんですけど」という姿勢になります。

逆に、↑のように思ってもらえなければ、  
こちらからお願いしないとコーチングさせてもらえません。

## コーチは先生ではない？

コーチングでは、コーチとクライアントは対等です。  
コーチが指導するわけではありませんし、  
コーチのほうが上とか、偉いとか、そういう事はありません。

ただし、ビジネスとして、クライアントから  
「この人は私と同じだ」と思われたら、契約にはなりません。

人は、自分と同レベルの人には、なかなかお金を払わないのです。

コーチはクライアントと対等である

コーチはクライアントから先生と見られる

この矛盾する2つを同時に実現しなければなりません。

# 何の「先生」になるべきか？

「先生」として見られるためには、いくつかの方向性があります。

- ・ある分野において専門性がある

ビジネスや語学、ダイエット、恋愛、営業など、特定の分野で実績や専門知識がある場合、その分野のコーチとして専門性をアピールすることができます。

- ・コーチング・心理・コミュニケーションの専門家になる

特定の専門分野がなければ、コーチング分野の専門性を発揮します。少し難易度は上がりますが、多くの方はこちらの方向です。競合も多いので、差別化や質の向上が必須です。

# 先生としての振る舞い方

- ・ 謙遜しない

よく、「まだ駆け出し」「始めたばかり」と言う人がいます。この言葉を言った時点で、「見習い」と見られます。見習いの人にお金を払ってコーチングを受ける人はいません。

これらの言葉は、自信がなくて言い訳しているに過ぎません。

相手を良くする技術を持っているなら、もうプロです。

経験年数は関係ありません。

今持っているリソースで、どんな貢献をするかにフォーカスします。



# 先生としての振る舞い方

- ・ 威張らない

「先生になる」というと、偉そうで上から目線になる人がいます

当然、上から目線で接すると、相手からの印象が悪いです。

また、中途半端に偉そうな人は、自信のなさが透けて見えます。

頼まれてもいないのに、知識をひけらかしたり、

悩みに対して説教や演説を始めると、ただ「うざい」です。

それで「さすが〇〇さん」となることはないでしょう。

(やる方法があるにはありますが、難しいです)

人間としては対等です。ただ、コーチングの分野においてのみ

相手より知識・経験が多いだけということを認識しましょう。

## どうやって「先生」に見せるか

専門分野のある人は、その専門性だけでも「先生」になります。  
その根拠を適切に見せれば良いでしょう。

営業で〇〇の実績がある

TOEICで900点を取った など

ただし、中途半端な実績では「専門家」に見えませぬので、  
誰が見ても「すごい！」と思う見せ方が必要です。

専門分野に関する情報を発信することで、  
プロとして見てもらえるようになります。

# どうやって「先生」に見せるか

専門分野のない人が、自分を先生に見せるには、

- ・ 大量の実績と事例
- ・ コーチングを使った悩み解決を教える

という方向性があります。

## 事例と実績でプロに見せる

前にもお伝えしたことですが、コーチのスキルが高いかどうかは、普通の人には判断が付きません。

その中で、圧倒的に「先生」に見せることができるのが「実際にコーチングをした事例」です。

- ・ ホームページ等にも実績や感想を載せる
- ・ コーチングの内容をSNSで発信する（個人情報に注意）
- ・ 会話の中で、過去の事例を紹介する

実際にコーチングをしていないと、これらのことはできません。

事例をたくさん持っていることは、たくさんコーチングをしたという圧倒的な証拠になります。

## もう一つのブランディング

スキルや専門性は重要ですが、  
それだけでは、同様の専門家や他のコーチと競合します。

自分より専門性が高い相手がいると、  
勝負に勝てない可能性があります。

そこで、もう1つのブランディングの軸を持ちます。

## 人柄・個性によるブランディング

コーチングの場合、「自分が商品」です。

「どんな人間か」が、そのまま「どんな商品か」に直結します。

あなたという人間をブランディングすることで、  
他の人には絶対に真似できない要素でクライアントを獲得するのです。

では、どんな個性をどう見せればいいのか？

## 人柄・個性によるブランディング

コーチングの場合、「自分が商品」です。

「どんな人間か」が、そのまま「どんな商品か」に直結します。

あなたという人間をブランディングすることで、  
他の人には絶対に真似できない要素でクライアントを獲得するのです。

では、どんな個性をどう見せればいいのか？

## 人柄・個性によるブランディング

自分の個性は、演じたり偽ったりできません。  
ですから、素の自分を知ることが必要になります。

コーチですから、自分を知る方法はたくさん持っているでしょう。  
それらを駆使して、「自分はどんな人間か」を探求します。  
コーチングを受けたり、友人に聞いたりします。

素の自分を知ったら、その中でアピールしたい特徴を強調して  
そのように振る舞います。

特に、身体の使い方や姿勢、声の使い方を意識します。



# ストーリーによるブランディング

コーチの人柄を伝えるのに、ストーリーを使うこともできます。自分がどんな人生を生きてきたのかを伝えることで人となりをわかってもらうのです。

ストーリーの作り方はいろいろありますが、簡単なものは

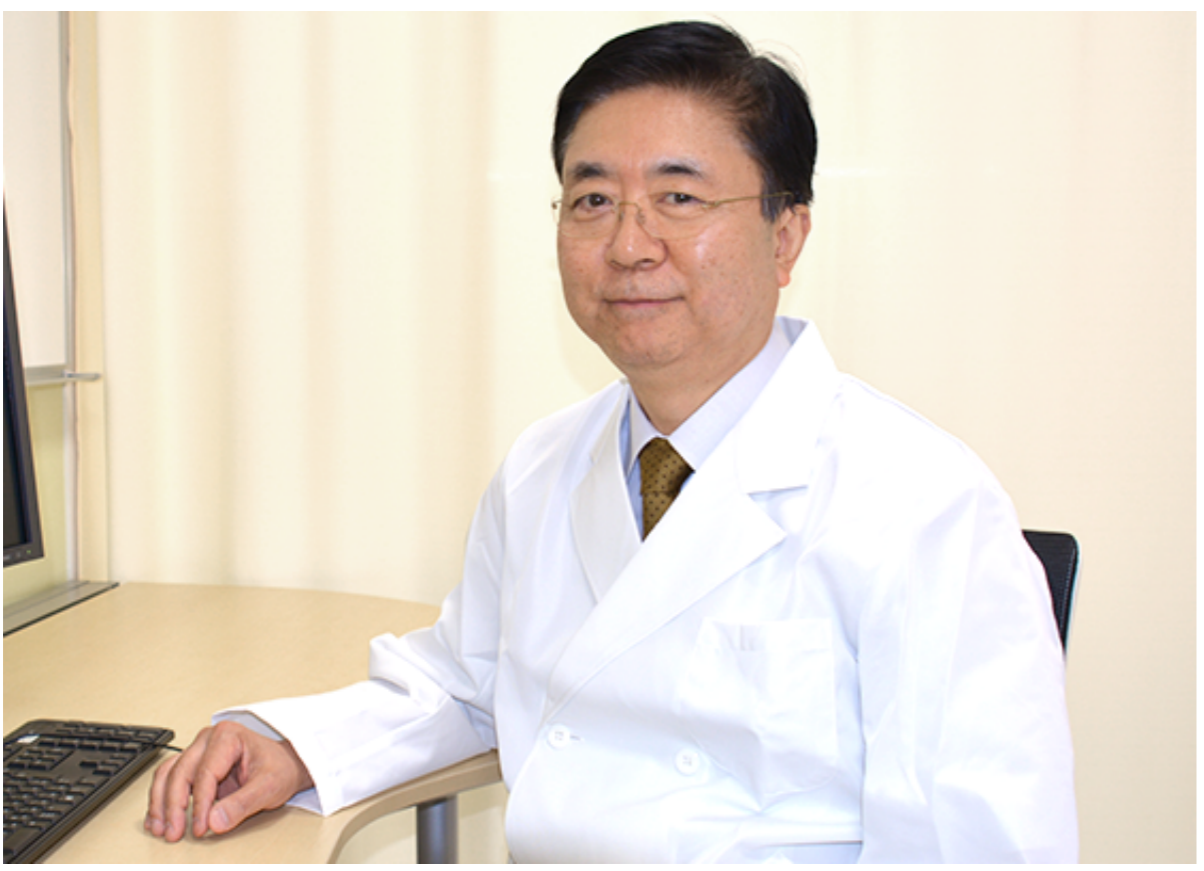
1. ビフォー
2. ターニングポイント
3. アフター
4. これからの未来

の順に伝えます。

ビフォーとアフターのギャップがあると、引きつけられます。

# 参考：見た目も重要

人は、見た目でその人の印象を判断します。



## 参考：見た目も重要

どんな印象を与えたいのかによって、見た目を変えます。

- ・ 知的に見せたい → スーツやメガネ等
- ・ 温かみを見せたい → 暖色系や緩やかな服装
- ・ クリエイティブに見せたい → カジュアル服やこだわりのアイテム等

イメージコンサルタントに相談してもよい

## ブランドは、作るもの

「ブランドというのは、信用なんですよ」 (中谷彰宏)

ブランドは、一朝一夕に作られるものではありません。  
長い時間をかけて実績を積み重ねて、  
一人ひとりのクライアントに向き合って、貢献して、  
その結果として築き上げるのがブランドです。

ブランディングは、中身の無いものがあるように見せるのではなく、  
自分の魅力を、効果的に伝えるものです。

時間はかかりますが、揺るがない信用を作ることが  
「強い」ブランドに繋がります。