

ファイナンシャルプランナーが 独立して成功する4つの理由

行列のできるFP事務所プロデューサー 林健太郎

ファイナンシャルプランナーが成功する理由 ポイント

- しっかりターゲット設定ができています
- あなたから買う理由がある
- (大雑把にでも) トレンドを把握している
- 集客力を向上し続けている



ターゲット設定の重要性

● 広いターゲット vs 狭いターゲット



広いターゲット



狭い(特定の悩みを持つ)ターゲット

狭い(特定の悩みの)ターゲットにネットで効率よくメッセージを伝えよう
最初のターゲット規模は1万～数万人程度でOK

「あなたから買う理由」を作る

- 専門特化している
 - FPは範囲が幅広いだけに、非常に重要
 - 特定のスキルを持っている
 - 特定のジャンルに集中している
 - 特定の悩みに詳しい
- 個人の実績や魅力が突出している
- あなた以外に選択肢がない（外部要因的）
 - 知人の紹介など断れない理由がある
 - （地域特化していて）他にライバルがない

あなたの過去の経験や実績、魅力を活用しよう！

今後のトレンドをつかんでおく

- 今後縮小していく市場を狙うのは一般に得策ではない。
- FPのビジネスは長期間に渡るので、短期的なビジネスでは立ち上がったときに終わってしまう。
- ただし縮小していくことが分かっている、あえてそこから参入する戦略はアリ（ライバルが弱い、少ないなど参入しやすさがポイント）。実力をつけ、徐々に拡大市場に移行していけばOK。

集客力を磨き続ける

- ビジネスは集客が命。起業の失敗原因の9割は売上不足、すなわち**集客力不足**！
- 見込み客に理解されにくいFPは**情報発信がなにより重要**。
- 情報発信し続けているFPとそうでないFPとでは、説得力に大きな差。**情報発信自体が選ばれる理由になる**。
- **効率のよい媒体はネット**。専門特化するなら、なおさら。

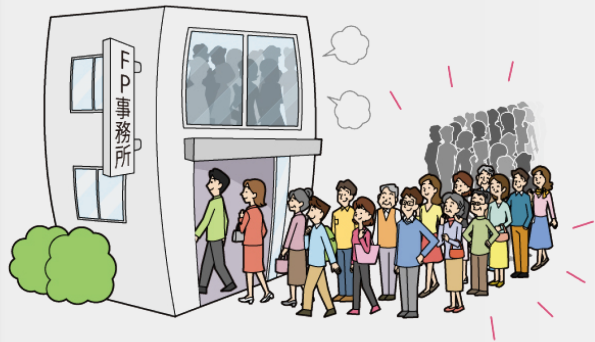
ブログ(HPコラム)、メルマガ、(+α SNS)で情報発信し続けよう

ファイナンシャルプランナーで独立成功する理由 まとめ

- 「悩みを持つターゲット」を選定しよう。
- あなたの強みを生かし、選ばれる理由を一つでも増やそう。
- トレンドを活かせば、さらに強いビジネスになる。
- 集客力の向上（情報発信）を欠かさずに。

期間限定で**無料**プレゼント中！

行列のできる
FP事務所



詳しくはこちら



<https://startup-fp.com/presentpdf>