「売れるキンドル出版」通信講座
出版準備

【第8回】

コンセプト設計
読者ターゲット

©2024 Ayumi Goto

＝目次＝

読者ターゲットとは
読者ターゲットの具体的な決め方
低評価レビューの原因

©2024 Ayumi Goto

＜読者ターゲットとは＞

あなたは「誰に」本を読んでほしいですか?

対象者を絞り込む

読者が知りたい内容をさらに深く落とし込むことができる

どんなことに悩んでいる？
何を知りたがっている？

©2024 Ayumi Goto

＜読者ターゲットとは＞

あなたは「誰に」本を読んでほしいですか?

対象者を絞り込む

読者が知りたい内容をさらに深く落とし込むことができる

どんなことに悩んでいる？
何を知りたがっている？
なんのために本を探している？

©2024 Ayumi Goto

あなた自身が

「この本はこんな人のためにありますよ」と

読者を限定しないと

本当に読んでほしい人に届きません

©2024 Ayumi Goto

＜読者ターゲットの具体的な決め方＞

過去の自分を対象にする

悩んでいた頃・情報を探していた頃の自分

●年代・性別を想定する・・・30代男性　　40～50代　女性

●職業を想定する・・・会社員　起業家　主婦　学生

●仮想モデルを決める・・・真剣に結婚相手を探している人/体重を10kg減らしたい人

●悩み・心理状態を考える・・・フラれるのが怖くて声をかけられない/痩せたいが運動はきらい

©2024 Ayumi Goto

ターゲットがはっきりしていると
誰に読んでほしいか、誰のために書いているかが
具体的になり読者ニーズにハマる・反応があがる

ターゲットが曖昧になると
読者の知りたいことが抜け落ちたり
関係ない・役に立たない情報が混ざったりと
本の魅力が半減

©2024 Ayumi Goto

＜低評価レビューの原因＞

アマゾンカスタマーレビューは
あなたの本を読んだ読者が感想を
関する意見や感想を自由に公開できる場所

アマゾンカスタマーレビューを読んで
自分に合った書籍であるかどうかを判断

☆5の高評価は売上アップ
☆１の低評価は売れにくくなる

©2024 Ayumi Goto

＜低評価レビューの原因＞

☆1の低評価の原因を探ってみると
本来のターゲットではない人に読まれたことで
「役に立たなかった」というレビューがついた・・・

例）
プログラミング**初心者のための入門書**をプロが読んだら
「知ってることばかりで役に立たなかった」

専門家に読んでほしい本を初心者が読んだら
「難しくて訳がわからなかった」

©2024 Ayumi Goto

ターゲットを明確にし
表紙デザインや内容紹介文などで案内しておく

↓

本来のターゲット以外の人は手にしない

「**この本は〇〇の人のための本です。**」と
はっきり伝えられるように
ターゲットはしっかり設定しましょう。

©2024 Ayumi Goto

©2024 Ayumi Goto