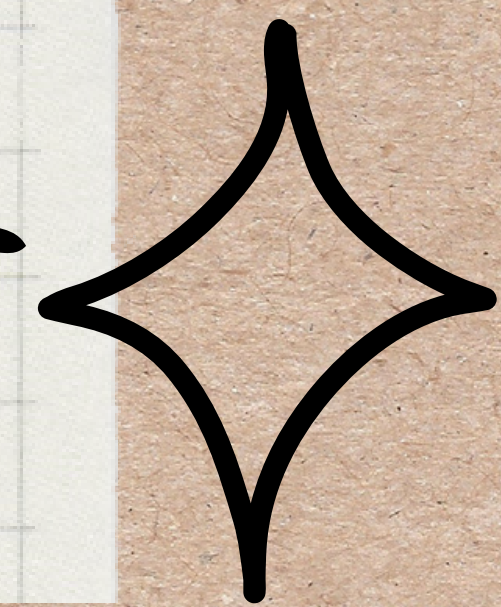
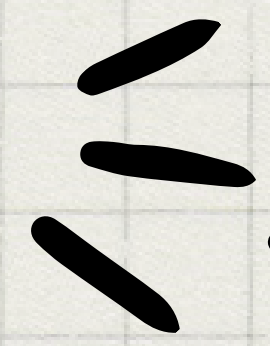


YOGA BUSINESS -1



Presented by Shoko Kapalili Hawaii



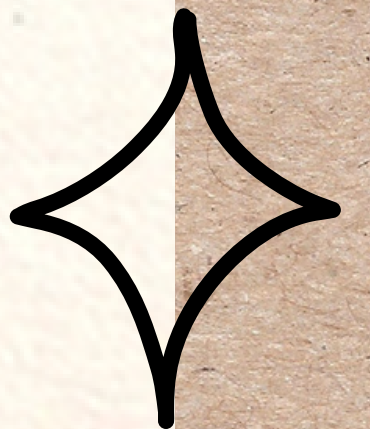


About me

- *Owner & Founder of Kapalili Initiations Inc.*
- *Creative Director of Kapalili Hawaii*
- *Hawaii SUP Yoga Associations 理事*
- *ACSM Certified Personal Trainer*
- *ERYT 500 Instructor*

Shoko

Creative Director of Kapalili Hawaii





Shoko

Creative Director of Kapalili Hawaii

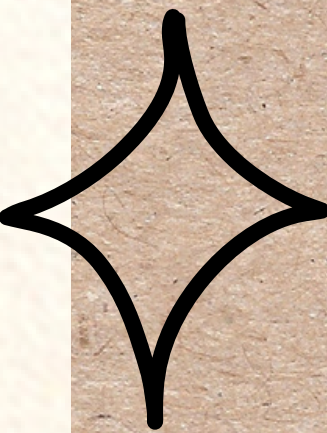
About me

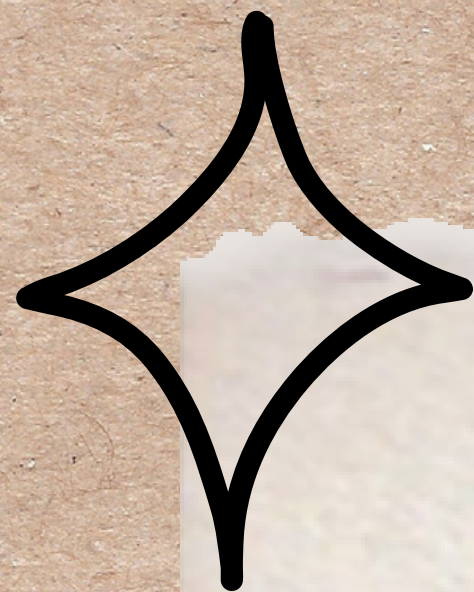
- 入社1ヶ月目で売上トップ
- 全社員の前で表彰を達成
- 売上トップまたはNo2を5年継続
- ハワイ移住
- 大学入学 インプット期
- サラリーマン 修行期
- 独立 米国法人設立
- アパレル店舗の展開
- 本、映像の出版
- *Kapalili Academy Start*



Today's Curriculums



- 1、ライフワークとは？
 - 2、好きなこと、得意なこと、時代に合ったこと
 - 3、あなたのライフワークのパーパスは？
 - 4、いつの時代も変わらず人々が求めている事とは？
 - 5、10種のビジネス
 - 6、トライアングル・マネタイズ
 - 7、77MBモデルとは？
 - 7、自分の得意なターゲット層の分析
 - 8、理想とする人を分析してみよう！
- 



What is your dream?

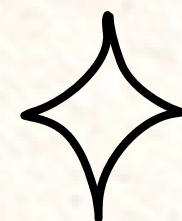
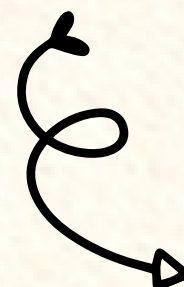
What do you love to do?

Why do you do?

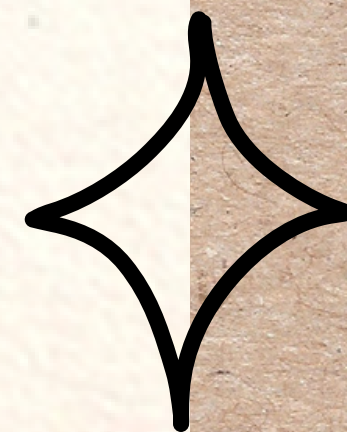
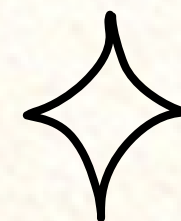
What are you good at?

What resources do you have?

How does your offering to help people?



Your Talent





LIFEWORk



C, 時代に合っていること



Success!!

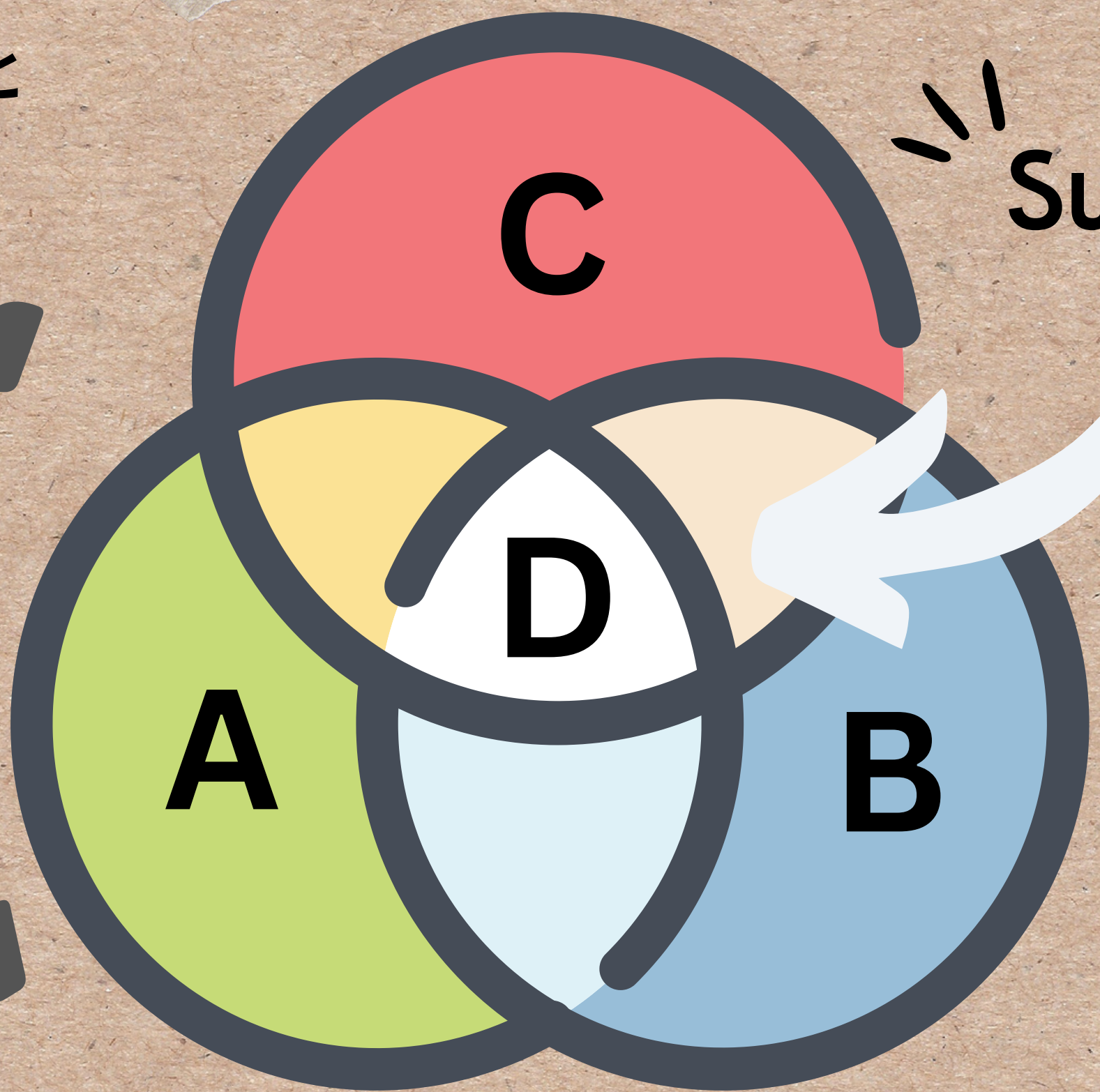
D, Life Work



A, 自分の好きなこと



B, 自分の得意なこと



LIFEWORk

ライフワークとは、一生かけて行う仕事として、
人生を掲げたテーマの事である。

A, 好きなこと

- ・単純に自分がやっていて楽しいと感じ、とにかく夢中になれること。
- ・子供の頃夢中だったこと。無意識に週何回もやっていることなどを思い出してみるとよいです。

B, 得意なこと

- ・強みや才能とも言う
- ・人と比べて上手くできること。
- ・苦勞しなくても自然と上手にできること。
- ・特殊知識ともいう。

C, 時代にあっていること

- ・ニーズのあること。
- ・時代とは関係なく昔から今もなお変わらない人々が求めることとは？
- ・今日さらにスピードアップしている世の中の変化を先取りし世の中のニーズを読み取る。

PURPOSE

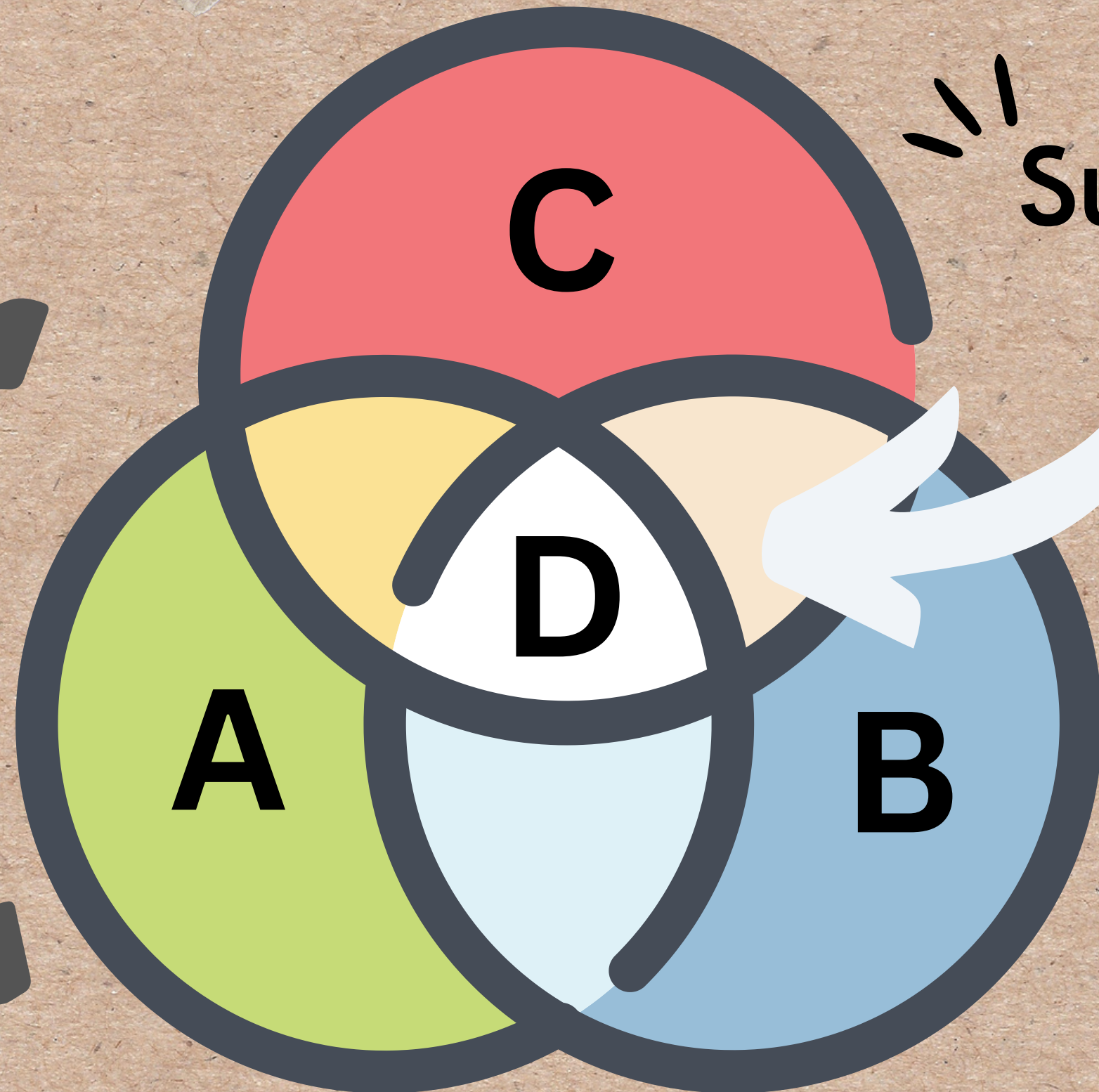
C, Dreams 夢

Success!!

D, Purpose 志し
存在意義

A, Passion 情熱

B, Strength 強み





PURPOSE OF YOUR LIFEWORK

PASSION

どうしてあなたはその道を進むと決めたのか？
そのビジネスを始めたのか？

STRENGTH

何が得意か？
こういったリソースを持っているか？
あなたが提供するものはどのように相手の利益になるか？

DREAM

その人の必要なものは？
欲しいものの事は何か？
なぜその人はそれらを必要としているのか？

あなたがしたい事は？
あなたの夢は？

THE PURPOSE OF KAPALILI

PASSION

どうしてあなたはそのビジネスを始めたのか？ →ワクワクをを伝えたい。

あなたがしたい事は？ →ハワイの自然の素晴らしさ、その環境の中で体を動かす素晴らしさを体感してもらう。

STRENGTH

何が得意か → ワクワクするサービスを考えること。

どういったリソースを持っているか？ → 素晴らしい環境、メソッド、スキル、アイデア

あなたが提供するものはどのように相手の利益になるか？
→ ワクワク体験。美と健康。夢の実現。

DREAM

その人の必要なもの、欲しいもの事は何か？ → 内側と外側の両方の美と健康。夢の実現の為の道筋。

なぜその人はそれらを必要としているのか？ → 全ての人々は充実した人生を生きたい
あなたの夢は？ → 関わる人々の健康 & 美をサポート。思い描く人生を達成するサポート。



ABOUT US

Kapalili(カパリリ)とはハワイ語で**Felling of Excitement** ♥ ワクワクの気持ちを意味します。

ワクワクの気持ちには最大のプラスのエネルギーがあります！

みなさまに胸のワクワクを感じる、そんな人生を送っていただきたい
という思いから**Kapalili**という言葉を選びました。

もう一つは、そよ風で木々の葉がゆれる音を意味します。そんなさわやかなハワイの風を
みなさんの生活にお届けいたします。**Kapalili Hawaii**では、ハワイの大自然の中で楽しく遊びな
がら体を動かし、外側はもちろん内側からも美しい女性になってもらうことを
コンセプトにしています。

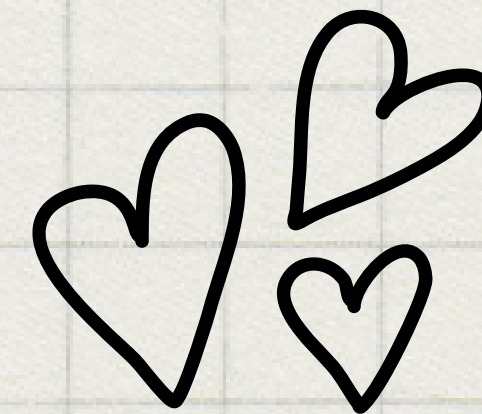
Kapalili Hawaiiをきっかけにワクワクのプラスのエネルギーで
あなたの思い描く人生の実現のサポートとなることが私たちの願いです。

＊**Kapalili Initiations Inc** = ワクワクを伝える人々の集まり。





PURPOSE

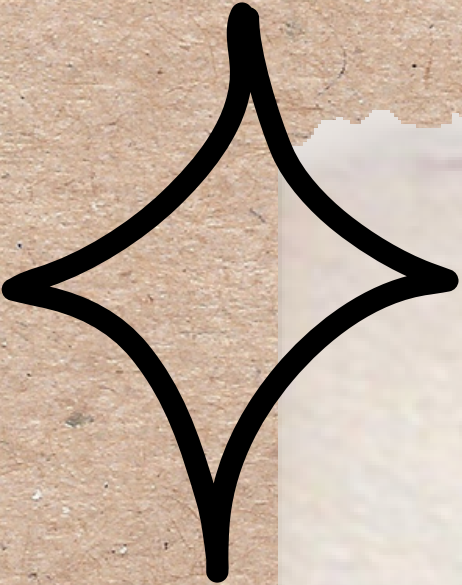


Healthy Diet / Healthy Mind / Healthy Action

“今日あなたが口にした食事が明日のあなたを作る。
今日あなたが口にした言葉が明日のあなたを作る。
今日のあなたの行動が明日のあなたを作るのです。”



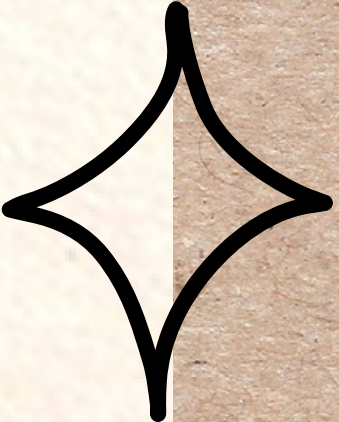
By Kapalili Hawaii



いつの時代も変わらず人々が求めている事とは？

人々は自分達が抱える苦痛を取り除きたいと考えます。
あなたのサービスによってその苦痛を取り除いてあげることができるのであれば、そのサービスにはニーズがあるといえます。

いつの時代も変わらい人々のニーズ

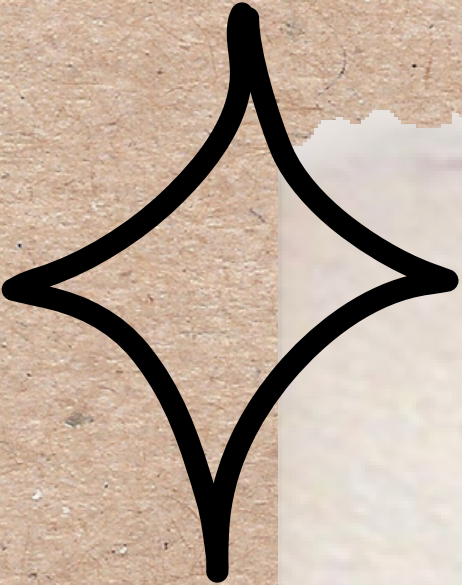
- 1、健康に関すること 美容も含む
 - 2、人間関係に関すること 恋愛も含む
 - 3、お金に関すること
- 

LIFEWORk

Life
Work



自分のライフワークが明確になったら、その分野を軸として進めていくことを決める。次はその分野に関連するビジネスに繋がる項目を10個リストアップし、優先順位に並べ替える。上位3つが今すぐ行動に移すべき項目となります。

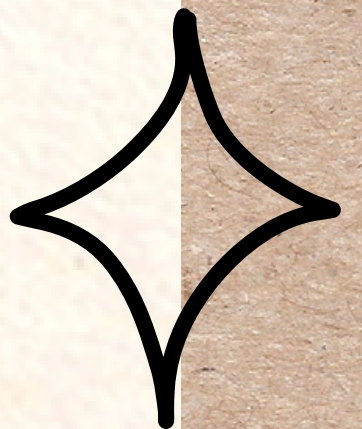


10種のビジネス展開



例えば、あなたが歌手だとします。
あなたができる事は歌を歌うことだけではありません。

- 1、歌を書くこともできます
- 2、曲を作ることもできます
- 3、タレント業や女優業
- 4、歌手を育てる
- 5、学校を作る
- 6、本を出版する
- 7、オリジナルグッズを作る
- 8、ライブをする
- 9、ファンクラブを作る
- 10、*YouTube*



TRIANGLE MONETAIZE

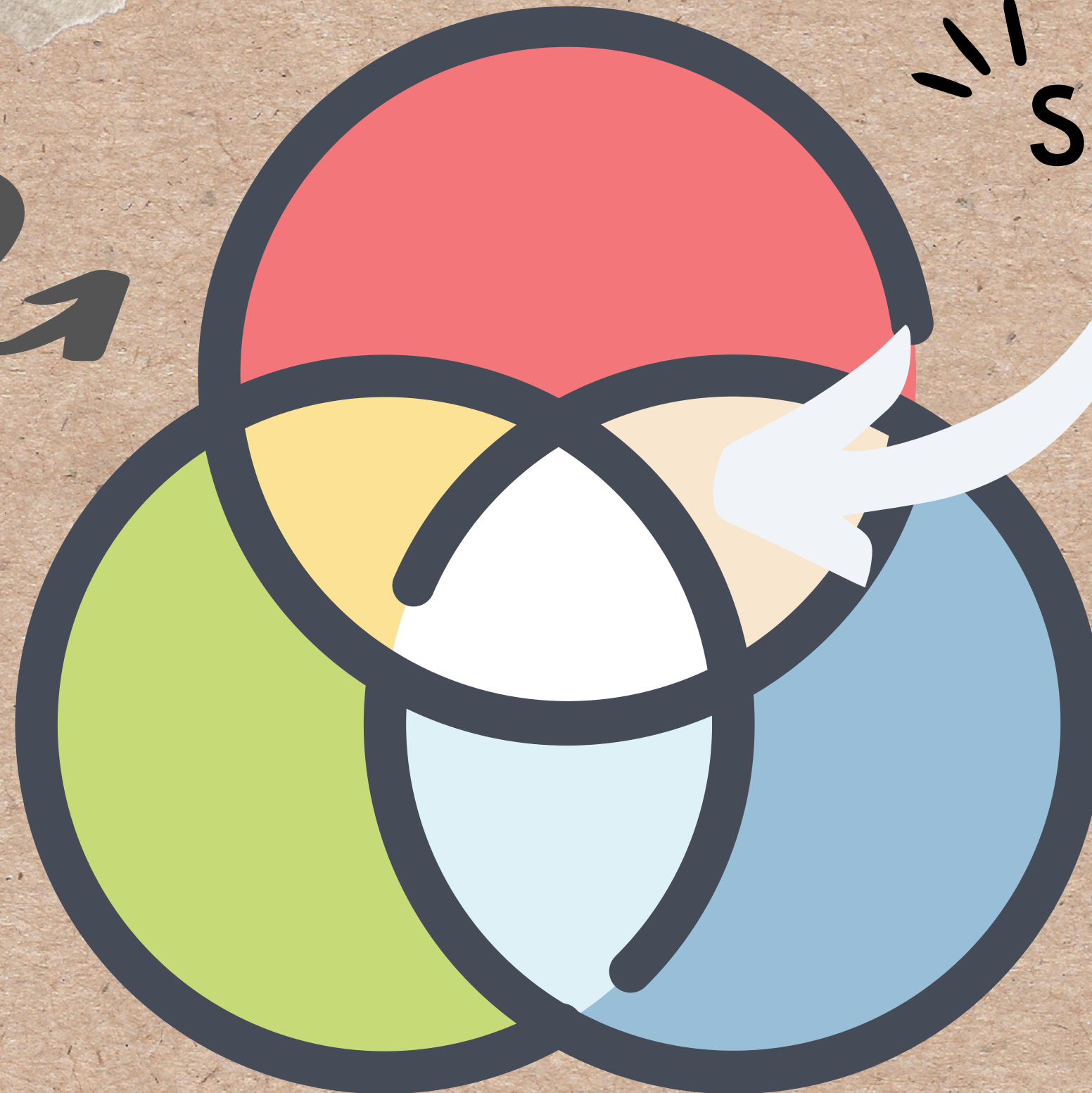
A, Teaching Yoga
"SKILLS"

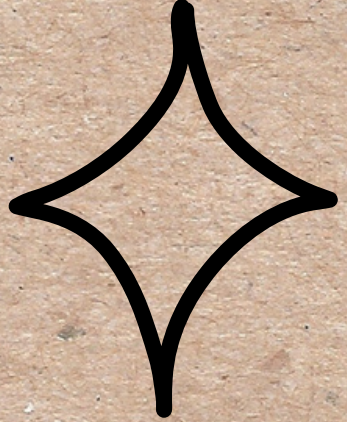
B, Making Clothing to Sale
"DSIGN & GOODS"

Success!!

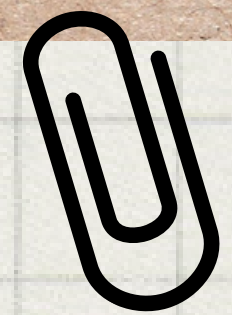
全ての仕事枠で顧客を
シェアできる強み
"Core Customers"

C, 人材の育成
"KNOWLEDGE"





FFMB モデルとは？

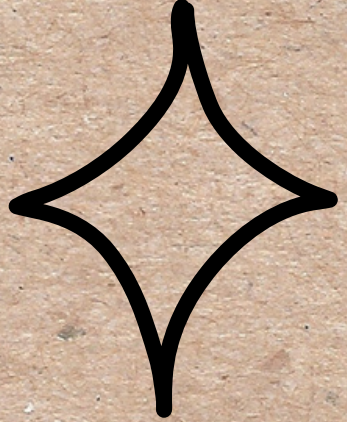


FFMBモデルとは、提供するサービスを以下の4点から構築するセールスモデルです。

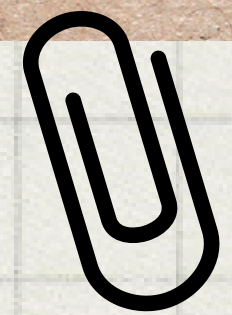
- **F: Free-end** (フリーエンド)
- **F: Front** (フロントエンド)
- **M: Middle-end** (ミドルエンド)
- **B: Back-end** (バックエンド)

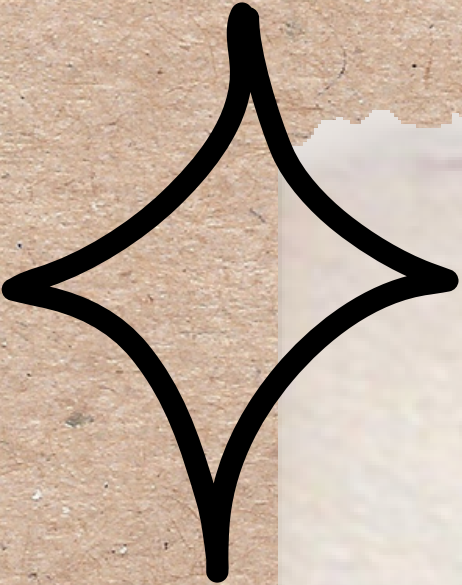


これら4つの種類に様々な商品やサービスを当てはめ、どのようにして自社の認知度を高め、自社利益に繋がる高利益を上げていくかを考えます。



FFMB モデルとは?

- 
- **F: Free-end** (フリーエンド)
SNS, note, Blog, Live, YouTube コミュニティ化する
 - **F: Front** (フロントエンド)
お試し商品、お試し期間、サンプル
 - **M: Middle-end** (ミドルエンド)
フロントエンドのお客さま向け商品
 - **B: Back-end** (バックエンド)
バックエンドのお客さま向け商品
- 



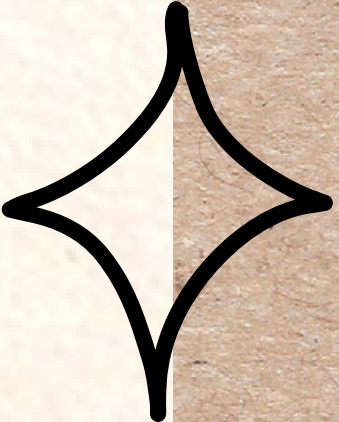
コミュニティ化の重要性

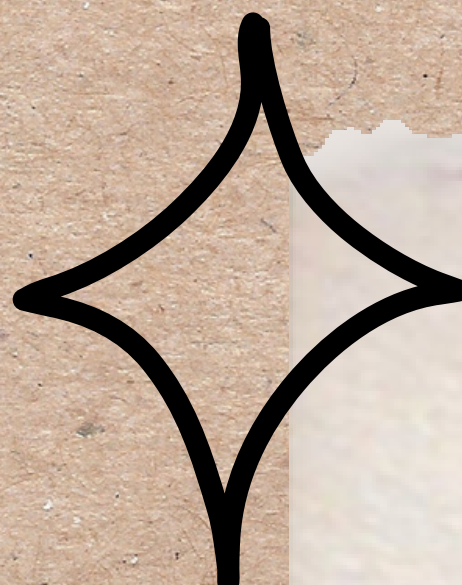
コモディティ→お腹いっぱいの状態
情報があふれすぎている
人口が少なくなっている
物が売れにくい時代

同じような価値観を持っている人たちが集まっている
コミュニティが求められている

コミュニティは
エンゲージメントが高いため
バリューが高いと言える

たった2割の人たちが8割の売り上げを上げている現実
コアファンが売り上げのほとんどを占めている事を忘れてはいけない



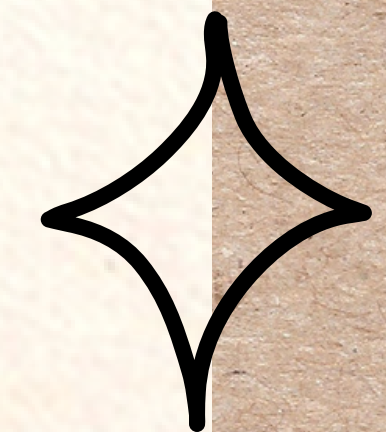


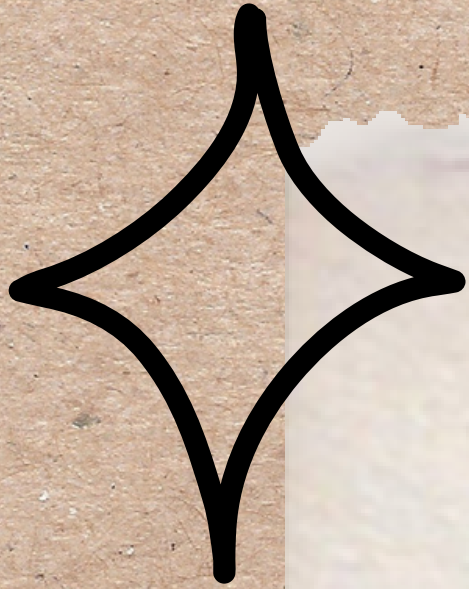
自分の得意なターゲット層の分析

自分の得意なグループカテゴリーは？
あなたが自然と接することのできるグループは？
あなたが好かれやすいグループは？

男性？ 女性？
日本人？ その他の国の人？
子供？ 大人？ 高齢者？

さらに詳しい年齢層を考えてみよう！
10代から20代？
30代から40代？
50代以上？





理想とする人を分析してみよう！

あなたの理想とするビジネスモデルは何？ だれですか？

その方のビジネススタイルは？

サービス内容は？

パーパスは何だと思われますか？ 何だと公表していますか？

どんなニーズに応えていますか？

トライアングル・マネタイズはできていますか？

スペシャリティはなんですか？

良いところをリストアップしてみよう！

さらにデベロップできるところがありますか？

アドバイスをするとすれば？

そして、徹底的に真似をする！ 実はそれが一番の近道。
そこに自分だけのエッセンスを加えていく。

