

@アイデアル・コーチング起業

盛らない下げないあなたのコーチング価格

適正価格 設定ガイドブック



堤紀久夫 著

@idealcoachinglaunch

多くのコーチが、価格設定は
綱渡りのようなものだと感じ
ています

適正でバランスの良い価格
設定をするにはどうしたらいい
のでしょうか？

盛らない・下げない コーチングサービス適正価格設定ガイド

コーチング・サービスの価格設定は、まるで綱渡りです。

コーチングの価格を低く設定しすぎると

価格を低く設定しすぎると、あなたの専門知識が過小評価されてしまい、十分な収益を得られません。

十分な収益とは、あなたと家族が生活するのに必要な金額、というだけではありません。

家族とレジャーを楽しむためのお金というわけでもありません。

あなたが、クライアントを成功に導くために必要な情報を探したり、学習したり、研究するために必要な資金です。

つまり、価格を低くしすぎると、クライアントを満足させることができなくなります。それがあなたの評判につながり、新規クライアントを得られなくなるのです。

「南の島で余暇を楽しみながらコーチングで金を稼ぐ」みたいな宣伝をしている起業塾は多くあります。しかし、それを真に受けて夢を見ているのであれば、コーチングで起業するのはもう少し考えたほうがいいかもしれません。

しかし、このガイドブックで説明するように適正な価格を設定して、クライアントに成果を出させ、満足させる覚悟があれば、その夢を現実のものにすることも不可能ではありません。

なぜなら、私自身、現在フィリピンのビコル地方に住んで、日本にいるクライアントのサポートをしているからです。私が居住しているのは、マニラから自動車で12時間、飛行機なら2時間＋空港から車で2時間の港街です。

コーチング・ビジネスは、リモートでサポートできる体制を整えれば、場所と時間を選ばずに、自分の思い通りのやり方で、仕事を行うことができます。

コーチングの価格を高くしすぎると

価格が高すぎると、クライアントが契約をためらう可能性があります。

つまり、新規のクライアントと契約できなくなり、収入が安定しなくなります。

結論：コーチングの価格は、適切なバランスの価格にすることが重要

価格が低すぎても、高すぎても、あなたと家族は、この経済的低迷の続く日本で、サバイバルすることができなくなります。

これは、私がサポートしてきたコーチのほぼ全員が直面した問題です。

それでは、これからコーチング・ビジネスでサバイバルする方法を説明します。

準備はいいですか？

よくあるコーチングサービスの価格設定方法

まず、よくある価格設定方法と、そのデメリットを解説しましょう。

「私の知識の価格はいくらでしょうか？」

あなたが長年受けてきたトレーニング、継続的な学習、現場での実践経験が、あなただけのコーチングスタイルを築き上げてきました。

つまり、知識の量や質や種類に、標準的な価格はありません。クライアントをそれが適正な価格だと納得させるのは困難です。

なぜなら、クライアントはあなた分野での専門知識をもっていないからです。クライアントには、どんなにその知識を習得するのが難しいか、どんなに努力が必要か理解できません。それを理解できるのは、あなたと同じ専門家だけです。

「私のようなコーチの相場はいくらですか？」

確かに、他のコーチの料金を調べれば、おおよその価格がわかります。

しかし、あなたは他のコーチと全く同じコーチングをしているわけではありません。

別のコーチと同じコーチングをしているなら、クライアントはあなたを選ぶ理由がほぼありません。あるとすれば、クライアントの近くにいたりとか、他よりも圧倒的に安いとかという理由です。

結局の所、「コーチングの価格を低く設定しすぎると」で述べたように、あなたはコーチングビジネスを続けられなくなります。

別のコーチと違ったコーチングをしているのなら、相場で価格を決めるのは、「リンゴの価格でオレンジの価格を決める」ようなものです。クライアントに納得してもらえません。

「時間単価を設定すればいいですか？」

時間当たりの料金はシンプルで、わかりやすくなります。

しかし、この価格設定方法では、あなたの目標とクライアントの目標の両方をバランス良く価格に反映させることはできません。

たとえば、「半年後のアメリカ留学を目指して英会話を習いたい」という人と、「3ヶ月後のハネムーン旅行のために英会話を習っておいたほうがいいかな？」という人では目標の重要度が異なります。同じ価格で良いはずがありません。

「潜在的なクライアントに、私のコーチングの価値を伝えるには？」

第三者からの評価を伝えるのが最も効果があります。例えば、お客様の声や成功事例と実績です。

しかし、それはあくまでも、全く同じ状況のクライアントにしか響きません。

その上、起業当初で実績がなければ、使うことができません。

そこで、クライアント固有の問題を解決するために、カスタマイズやパーソナライズしてください。

価格設定は戦略的に行う

私がサポートしてきた多くのコーチは、価格設定を戦略的に設定し、明確な内容と価格のメニュー表を作ったところ、コーチングビジネスを安定させることができました。

あなたも、戦略的に、わかりやすい価格設定をしてください。

では、戦略的に価格設定するにはどうしたらいいのでしょうか？

コーチングサービスの価格を戦略的に設定する方法

価格を設定することは、起業の始めに行うべき、大きな第一歩です。

この章では、コーチが価格を設定する正しい方法を学ぶことができます。

コーチの価格を設定するには、次の 4 つの要素が重要です。一つ一つ説明していきましょう。

1. コーチングしたいビジネス、またはクライアントの種類
(個人事業主や、非営利団体は法人顧客と同じくらいの予算)
2. 市場（しじょう）での競争力
3. 費用と経費
4. あなたの経験と知識
(あなたが知っていることは、あなたが思っている以上に価値があります)

コーチングサービスの価格設定例

【マンツーマンコーチング】

クライアントと密接に連携して、クライアント特有のニーズに取り組むコーチング。クライアント個人にパーソナライズし、フォーカスを絞ってください。

クライアントはセッションに全力を尽くし、あなたはクライアントと一緒に目標の達成に向けて取り組んでください。

スケジュール：毎週、または隔週 ～ リモートまたは対面

最低希望価格：290,000円

【少グループでのコーチング】

各セッションでは、選ばれたグループのメンバーと一緒にコーチング。

メンバー間でアイデアや経験を共有し、学習プロセスの効果を最大化してください。

スケジュール：毎週または隔週 ～ リモートまたは対面

人数：5～8人

最低希望価格：一人あたり 140,000円

【チーム向けワークショップ】

チーム全体向けにカスタマイズした1日のイベントを開催。

インタラクティブで、チームの特定のニーズと目標に焦点を当ててください。

スケジュール：1回のみ ～ リモートまたは対面

人数：5～25人

最低希望価格：5人あたり 400,000 円

【講演】

講演を行い、最後に質疑応答を受ける。価格は、あなたの経験やクライアントの予算などによって決まります。

スケジュール：1回 ～ リモートまたは対面

最低希望価格：80,000～400,000円

より大きな成功のために、コーチングサービスをパッケージ化する

コーチングパッケージを作成すると、サービスが販売しやすくなります。

なぜなら、クライアントは何が得られるのか理解しやすくなり、その結果として決断しやすくなるからです。

お客様の声や成功事例を使わなくても、あなたのサポートで問題を解決できるということを、効果的に伝えることができますようになります。

そして、より高い価格を設定することができます。

コーチングパッケージにすると、特定の問題を解決するための最高のサービスになります。クライアントは、目標への道筋がはっきりと理解できるので、満足することでしょう。

逆にあなたから見れば、クライアントから何を期待されているか、何を期待してもらうかが明確になります。

あなたは独自のスタイルでクライアントに貢献できるということです。

つまり、パッケージ化は、コーチとクライアント両方にメリットがあります。

それでは、どのようにコーチングパッケージを作ればよいのでしょうか。その手順を次の章で説明します。

コーチングパッケージを作成する手順

1. パッケージの名前を決める。

名前には、どんなクライアントのどんな問題を、何という解決策で、どのように解決して、どのような状態になれるかというフレーズを含めてください。長くなっても、ちょっとダサく見えても構いません。

自分の中のイメージを単語で表すのではなく、クライアントがイメージしやすい名前をつけてください。そのため、単語ではなく文にしたほうがイメージしてもらいやすくなります。

名前を知った人が興味を持ち、見過ごせなくなり、内容を知りたくなるような名前にしてください。

ただし、内容は最後に決めます。内容を最初に決めてしまうと、それに縛られてしまいクライアントに最高のサービスを提供する内容にならなくなりがちです。まず、大枠を決めてから詳細を決めていってください。

2. 価格を決める

どのような状態になれるかという、クライアントにもたらす利益から価格を決めてください。ここでも、詳細な内容は考えずにクライアントの利益のみを考えてください。

3. 内容を決める

どんなコーチングをしますか？どのくらいの時間でコーチングしますか？どのくらいの頻度でコーチングしますか？追加サポートはありますか？追加サポートの料金は？

コーチングパッケージを作成するときは、この3つのステップを順番を変えずに決めていってください。例外はありません。

コーチングパッケージ・メニューを作る

コーチングパッケージのメニューには、「グッド」「ベター」「ベスト」の3つの選択肢を含めてください。蕎麦屋さんでよくある「松竹梅」の選択肢です。

1つか2つの選択肢しかない、たとえば購入されたとしても将来に繋がりません。

さまざまなパッケージを提案することで、様々なタイプのクライアントとそのニーズにアピールすることができます。

そして、1つのコーチングパッケージが完了したときに、次のパッケージにアップグレードしてもらうことができます。つまり、クライアントに、次のレベルに達成するためのパッケージを提案することができるのです。

では、それぞれの選択肢の内容を説明します。

もちろん、それぞれのパッケージの名前は、単に「グッド（梅）」「ベター（竹）」「ベスト（松）」ではなく、最初にパッケージの名前を作ったときのように、クライアントがどんな状態からどんな状態になれるかを表した名前にしてください。

「グッド」

- より多くのクライアントがパッケージを利用できるようになる
- 基本的なサービスを備えた、予算に優しい選択肢

「ベター」

- 「グッド」パッケージのサービスをすべて備え、2～3の追加サービスを含む
- より個別化された内容とフォローアップを提供する
- サポート期間は、最低6ヶ月にすることをお勧めします

「ベスト」

- クライアントの体験に重点を置いたプレミアムなパッケージにしてください
- 「ベター」パッケージの内容をすべて含む
- 完全な価値を提供する限定的なパッケージにします
- サポート期間は最低1年間にすることをお勧めします

まとめ

私がサポートしてきた多くのコーチのように、以上の手順で価格戦略を明確にしてください。あなたのコーチングビジネスを安定させることができますようになります。

では、あなたのコーチングビジネスの成功を願っています。

アリザ・アイデアル・ファウンダー つつみきくお