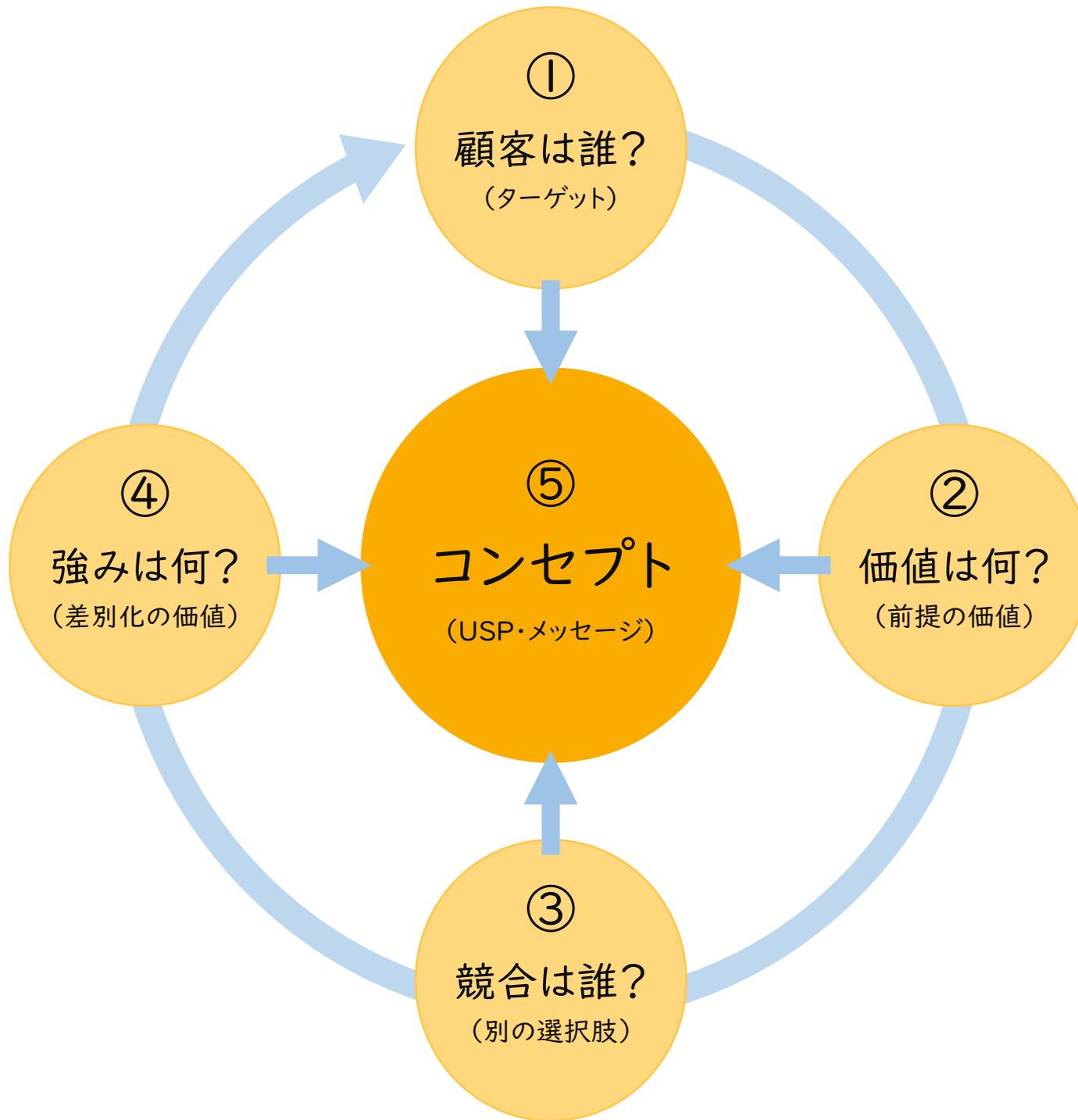


5原則実践活用編

FIVE GENERAL RULE'S





やっぱり

難しそうに感じた

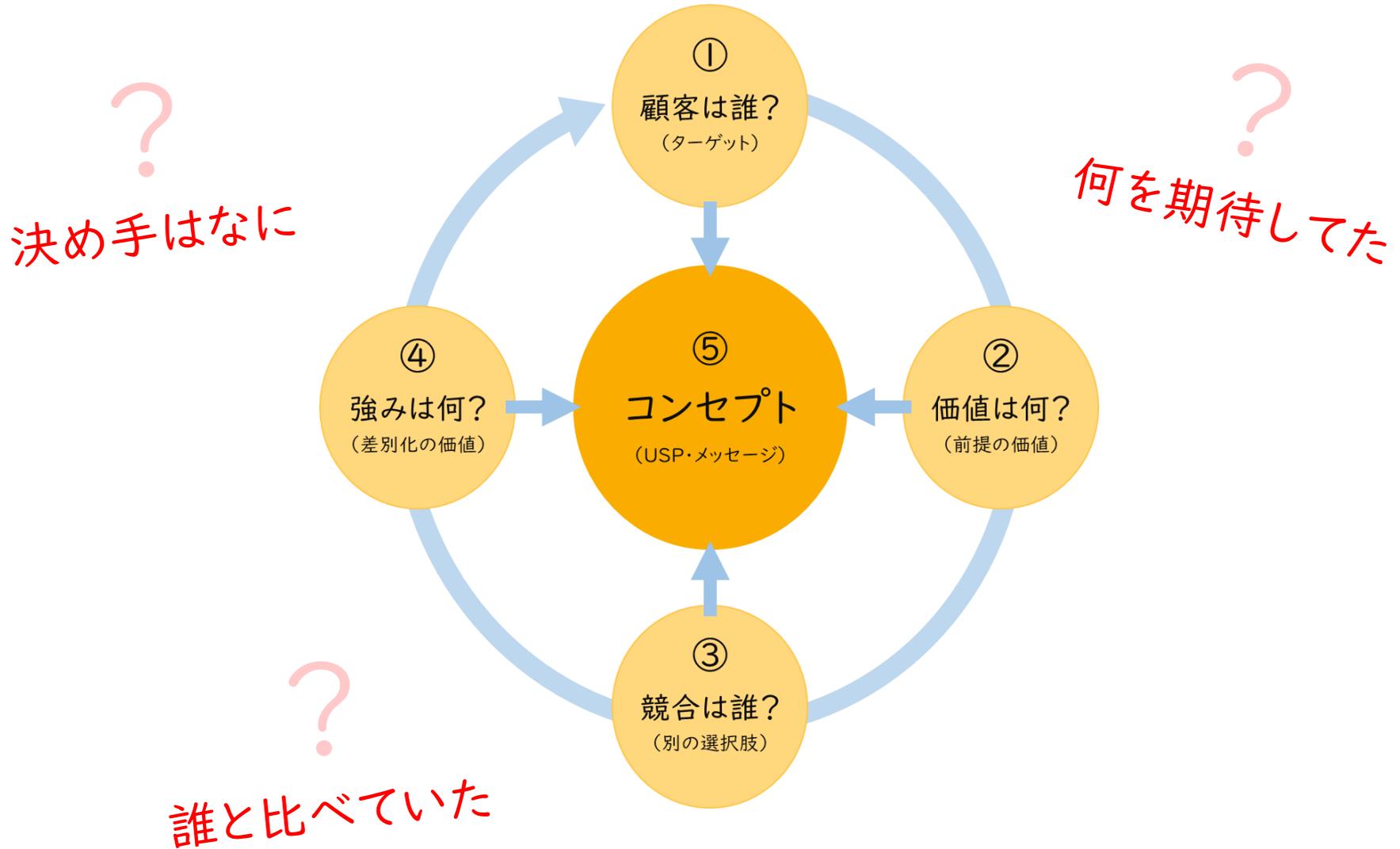


顧客の声と共に成長

SECTION I



やっぱり考えても分からない…



サクッと考えたら試せば良い!



コンセプトワーク (現状診断)

下記の項目は、お客様自身の事業目標、コンセプトを構築するために必要な要素を、ワークショップ活動の入り口に記入していただくことで、本日の活動に活用させていただきます。記入しなくても構いませんが、事前に記入しておくと、本日の活動がスムーズに進みます。記入しなくても構いませんが、事前に記入しておくと、本日の活動がスムーズに進みます。

■ Q1. あなたの仕事、業種、提供しているサービス(商品)は何ですか?

■ Q2. あなたの理想を実現するために持っている、仕事上の目的は何ですか?

■ Q3. あなたのサービス業種、商品/サービスは具体的にどんな人ですか?

■ Q4. そのお客様は、サービスを利用することで、どんな成果・状況/状態を達成したいと考えていますか?

■ Q5. そのお客様は、サービスを利用する際に、どのような時間・場所・状況/状態を制限されていますか?

■ Q6. そのお客様は、あなたのサービスが成功/失敗/成功/失敗の場合、代わりに何を期待していますか?

■ Q7. そのお客様は、競合ではなく、あなたのサービスを利用する「理由/決め手」は何だと思いますか?

■ Q8. そのようなお客様に、サービスを利用してもらうために「書くべき文章」は何だと思いますか?

1

健康診断のように
まず現状を書き出す

① 顧客は誰? (ターゲット)	
② 価値は何? (前提の価値)	
★ 何屋さん? (事業の再定義)	
③ 競合は誰? (別の選択肢)	
④ 強みは何? (差別化の価値) ※具体的なアクション	
⑤ コンセプト	

2

戦略設計図に転記
仮説的な戦略をつくる

参加者様のお声をお聞かせください。

本日のセミナーは、お客様自身の事業目標、コンセプトを構築するために必要な要素を、ワークショップ活動の入り口に記入していただくことで、本日の活動に活用させていただきます。記入しなくても構いませんが、事前に記入しておくと、本日の活動がスムーズに進みます。記入しなくても構いませんが、事前に記入しておくと、本日の活動がスムーズに進みます。

Q. セミナー参加前、どんなことにお悩みでしたか?

Q. 何がきっかけで、今回のセミナーを知りましたか?

Q. セミナーを通じて、何を感じましたか? さななかった場合、それはなぜでしょうか?

Q. 何が決め手となって、今回のセミナーに参加されましたか?

Q. 実際に、セミナーにご参加いただいた、いかがでしたか?

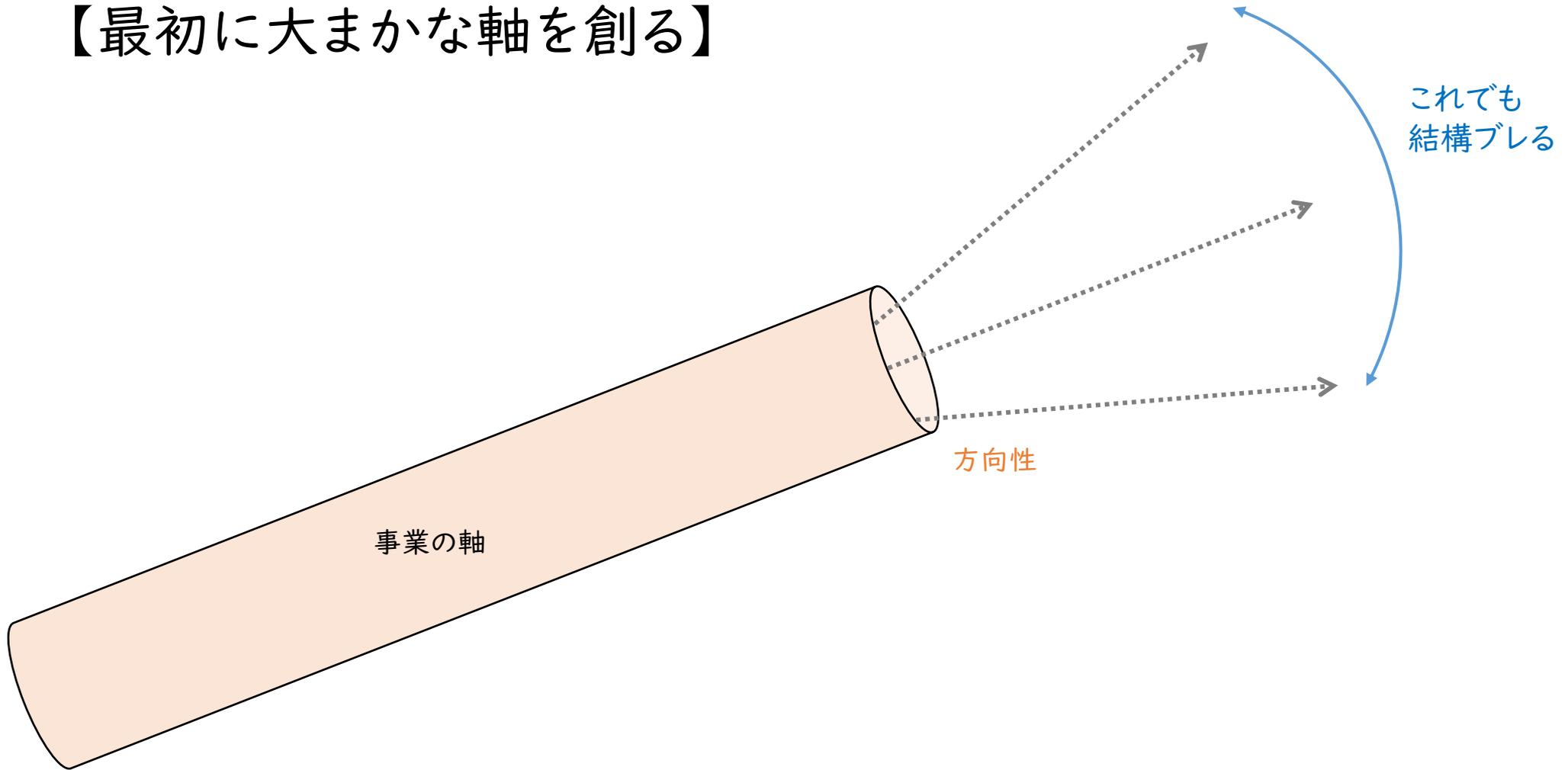
3

専用のアンケートで
精度を上げていく

軸を強固にしていく



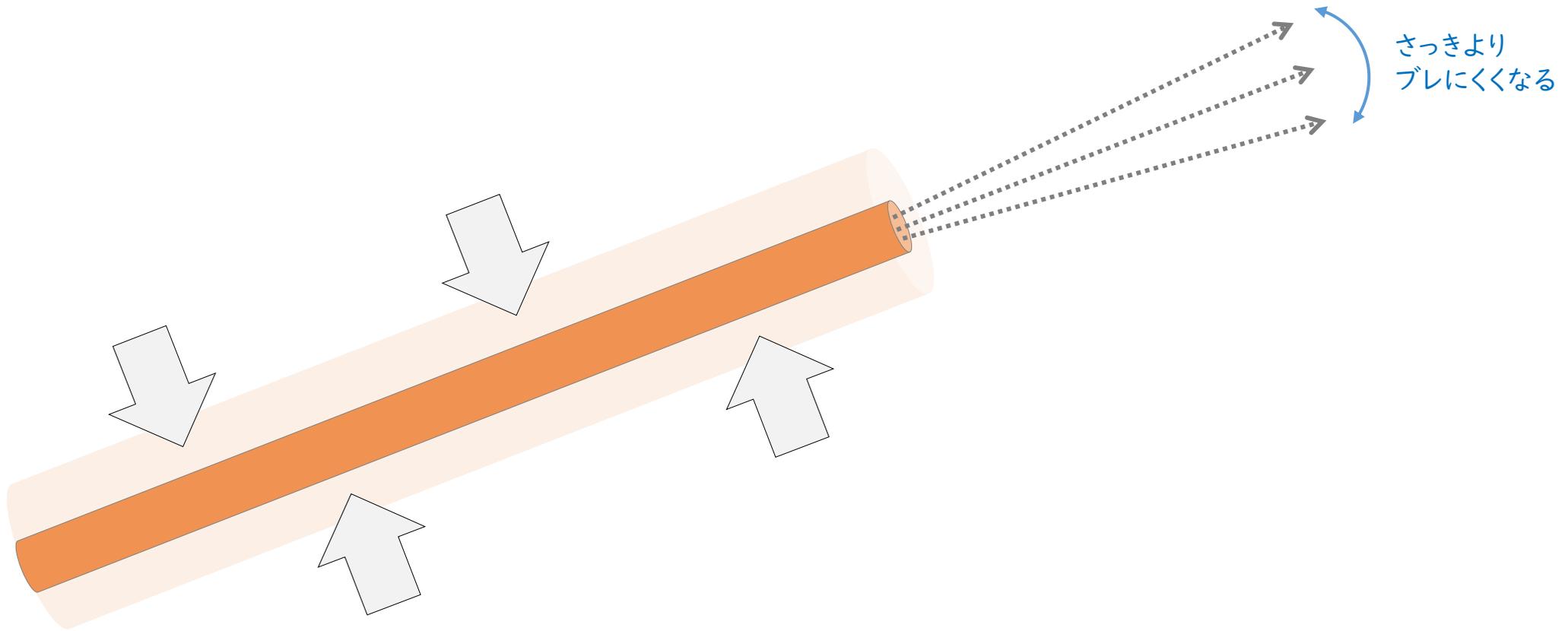
【最初に大まかな軸を創る】



軸を強固にしていく



【仮説検証により強固になる軸】





究極的には、**お客様**を観察し、直接お声を聴いて
事業に反映させることに勝るマーケティングはない。



売り手と買い手の目線は違うと知る



POINT その1

自分で考えることをやめる
お客様の声を中心に**仮説検証**をしていく

実践活用の方法

SECTION 2

実務上の取り扱い



ファイリングする



定期的に集計する



※アンケート用紙も一緒にファイリングする

① 顧客は誰? (ターゲット)	
② 価値は何? (前提の価値)	
★ 何屋さん? (顧客視点の事業定義)	
③ 競合は誰? (顧客の別の選択肢)	
④ 強みは何? (差別化の価値)	

どの声を採用するか の基準



1

多数意見

2

強みが活きる

3

やりたいか



POINT その2

お客様の声・観察して分かったことを
ファイリングして、節目に上書きしていく!

「おまけ」に続く >>