

## ■ ビジネス概要

コンセプト/ルール(6W3H)
-----------------

あなたの顧客の現状や背景/こんな悩みはありませんか?	あなたの顧客の欲求や理想像
----------------------------	---------------

ギャップを埋めるために必要なもの/ギャップを埋められる理由/提供するモノ・サービス
---

## ■ ビジネスモデルの基礎分析

顧客が得るモノ・サービス	費用(金銭的成本)
	時間コスト
顧客が得る価値(ベネフィット)	選択エネルギーコスト
	考えられる機会費用

**■ ビジネスの公式-現状**

売上			経費/時間コスト
			利益/時給

**■ ビジネスの公式-理想**

売上			経費/時間コスト
			利益/時給

**■ 数値のためのメモ****■ ビジネス課題といまやるべきこと**

	集客	教育	販売
顧客外			
体験顧客			
購入顧客			
ファン顧客			

## ■ ベネフィットと背景分析

サービスのステータス	メリット	ベネフィット
ターゲットと気持ち		同じベネフィットを感じるのモノ・サービス

## ■ ターゲティングとセグメンテーション

あなたの商品の顧客分類

**革新者 / 初期採用者 / 前期追随者 / 後期追随者 / 遅滞者**

理由

同じ商品で想定できるセグメント(顧客パターン)

--	--	--	--

ターゲットはこんな人

## ■ 差別化戦略

ターゲットでわかる市場背景  
ベネフィットとセグメントでわかる競合サービス

差別化方法は…

**お手軽 / 品質 / 密着度合い**

具体的プラン

## ■ 4Pの決定

Product-実現

Promotion-伝える

Placement-届ける

Price-対価

## ■ 実行のための最終まとめ

顧客が得るモノ・サービス	顧客の費用(金銭的成本)
	顧客の時間コスト
顧客が得る価値(ベネフィット)	顧客の選択エネルギーコスト
	顧客の考えられる機会費用

あなたの商品の顧客分類

**革新者 / 初期採用者 / 前期追随者 / 後期追随者 / 遅滞者**

顧客セグメント	ターゲット
---------	-------

あなたの改善するポイントは **リーチ数 / 決定率 / 商品単価 / 購入あたり品数 / 費用 / 時間コスト / 選択コスト**

今回の対象顧客ステージは **顧客外 / 体験顧客 / 既存顧客 / ファン顧客**

今回の対象アプローチは **集客 / 教育 / 販売**

現状の数値	目指す数値
-------	-------

具体的プラン
--------

キャッチフレーズなど
------------