

コンセプトの4つの要素→あなたが伝えること

良い悪い、正しい間違っているということはありません。何度も考えて、掘り下げてください。

あなたの仕事の定義：自分がやりたい、やるべき仕事は

- ・あなたが自分の能力や経験やネットワークなど最大限活かせる仕事はなにか？
- ・あなたは、人とどんな関わりをしたときに最も力を発揮できるのか？

ターゲットのビフォー（現状）

- ・ターゲットの現状
- ・どんな人、年齢、仕事、いる場所、好きなもの、興味ある本やサイトなど
- ・呼びかける対象
- ・困っていることは何か、求めていることは何か？

強み：積み重ねてきたこと

- ・会社員時代の仕事、学生時代の専攻
- ・自分が積み重ねてきたこと
- ・試行錯誤したこと（こだわり）
- ・他人より上手くできること
- ・経験や実績、適正などが土台にあること
- ・ターゲットが納得・満足してくれること
- ・将来に向けて訓練していること

内容例

強み

好き：お客様の共感を得ること、ワクワクすること

- ・ほんとうに好きなこと
- ・自分が夢中になれること
- ・苦しくても続けられること
- ・積極的に広く深く情報発信できること
- ・魅力が伝わるか？共感できるか？

好き

強み・好き・ニーズ・オリジナリティは
提供する価値の根拠となる

コンセプト 自分を最大限活かして提供する価値は

ビフォーとアフターに変化を起こせるか

ニーズ

ニーズ：お客様が必要なこと、関心をもつこと

- ・お客様が求めていること
- ・必要なもの
- ・独りよがりじゃないか？
- ・関心を持ってもらえる
- ・買いたい商品、買いたい価格帯などの
お店のルールに合っていること

オリジナリティ

オリジナリティ
他にはない自分だけの「選ばれる理由」

- ・競合と比べて選ばれる理由があるか？
 - ・他には無い自分だけの特長があるか？
 - ・お客様が認識できる特長か？
- ※競合を知らないと書けないところです。

ターゲットのアフター（理想像）

- ・理想とするターゲット像
- ・どうなりたい、どんな生活がしたい
- ・ブランドのイメージ