

特典②

CONTENTS



S Y U

信頼構築するための 無形商品作成チェックシート

目次

1. 商品コンセプトの設計

2. ルートの整理

3. チェック項目

目次

1. 商品コンセプトの設計

2. ルートの整理

3. チェック項目

1. 商品コンセプトの設計

- ・ 商品コンセプトを設計する目的

発信するコンセプトも設定するが、商品にもコンセプトを設定することで、より悩みを明確にし、悩みが解決したゴールへ導けるようにするため

1. 商品コンセプトの設計

・ 商品コンセプトを設計するための3ステップ

①理想顧客（ペルソナ）の地獄の苦しみを書き出す

<例>

リサーチの方法が分からず先に進まない...

時間が無い中にダイエットするのが大変...

※書き出すのは多ければ多いほど良い

1. 商品コンセプトの設計

- ・ 商品コンセプトを設計するための3ステップ
- ②理想顧客（ペルソナ） 欲している輝かしい未来を書き出す

<例>

リサーチ方法が明確になり差別化手法で月50万
3ヶ月で水着姿をビーチで披露できるようになっている

※書き出すのは多ければ多いほど良い

1. 商品コンセプトの設計

・ 商品コンセプトを設計するための3ステップ

③理想顧客（ペルソナ）の輝かしい未来を実現する方法を書き出す

<例>

かんたん市場&競合リサーチ術

甘いものも食べてOK、無添加野菜ダイエット

1. 商品コンセプトの設計

- ・ 商品コンセプトが設計された

ステップ①→スタート：Who（誰に＝悩み）

ステップ②→ゴール：What（何を＝提供価値）

ステップ③→手段：How（どのように＝悩みの
解決策）

※発信コンセプトと一貫性が無くてはならない

目次

1. 商品コンセプトの設計

2. ルー트의整理

3. チェック項目

2. ルートの整理

- ルートを整理する目的

理想顧客（ペルソナ）がスタートからゴールに
どのように行くのかの『道＝ルート』を明らかに
するため

2. ルートの整理

・ ルートの整理

→1-③で出た方法論を分解していく

<例>

甘いものも食べてOK
無添加野菜ダイエット

1. 食事管理指導

2. 低カロリーの甘いものの把握

3. 無添加野菜の選び方

4. 野菜クッキング

目次

1. 商品コンセプトの設計

2. ルーートの整理

3. チェック項目

3. チェック項目

- ✓理想顧客（ペルソナ）の悩みは明確か
- ✓理想顧客（ペルソナ）を連れていく輝かしい未来が魅力的か（機能と情緒的価値があるか）
- ✓方法論はあなたができるものか

3. チェック項目

- ✓書き出した方法論は具体的か
- ✓方法論は無形のサービスとして何ならできそうか
- ✓整理したルートのマインドマップを人に説明できるか

不明な点はしゅうの公式LINEへ
ご連絡ください

2023年度 High-DETOX (オンライン作業会)

1月	7日 (土)	16日 (月)
2月	5日 (日)	20日 (月)
3月	5日 (日)	20日 (月)
4月	2日 (日)	17日 (月)
5月	13日 (土)	22日 (月)
6月	4日 (日)	19日 (月)
7月	2日 (日)	17日 (月)
8月	6日 (日)	21日 (月)
9月	3日 (日)	18日 (月)
10月	1日 (日)	16日 (月)
11月	5日 (日)	20日 (月)
12月	3日 (日)	20日 (月)