Work1/2. ターゲットを知る

1 ペルソナイメージ

年齢

性別

居住地

職業

役職

年収

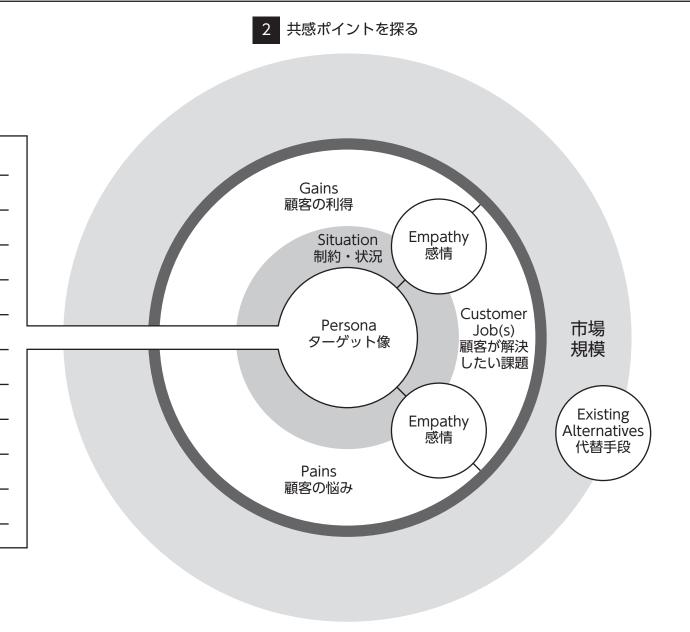
趣味

価値観

家族構成

ライフスタイル

ネットリテラシー



自社の戦略策定やマーケティングの意思決定、経営資源の最適化などをおこなうためのフレームワーク

4C	Custo	mer Value	Cost	Conve	enience	Communicat	tion	
5C	Company		Consumer	Competitor		Coustome	er	Community
			プラス要因		マイナス要因			
	内部要因	強み			353			
	外部要因		楼会			脅易	艾	

強み

弱み

機会

脅威

v1.00

		内部環境						
		強み	弱み					
外部環境	機会	積極的攻勢	段階的改善					
	脅威	差別化	防衛·撤退					

v1.00

分析結果 (参考)

SO戦略

機会を活かして強みを発揮する

積極的攻勢

強み:

機会:



ST戦略

強みを大きく、脅威を最小に抑える

差別化

強み:

脅威:



WO戦略

弱みを最小化し、機会を最大化する

段階的改善

弱み:

機会:



WT戦略

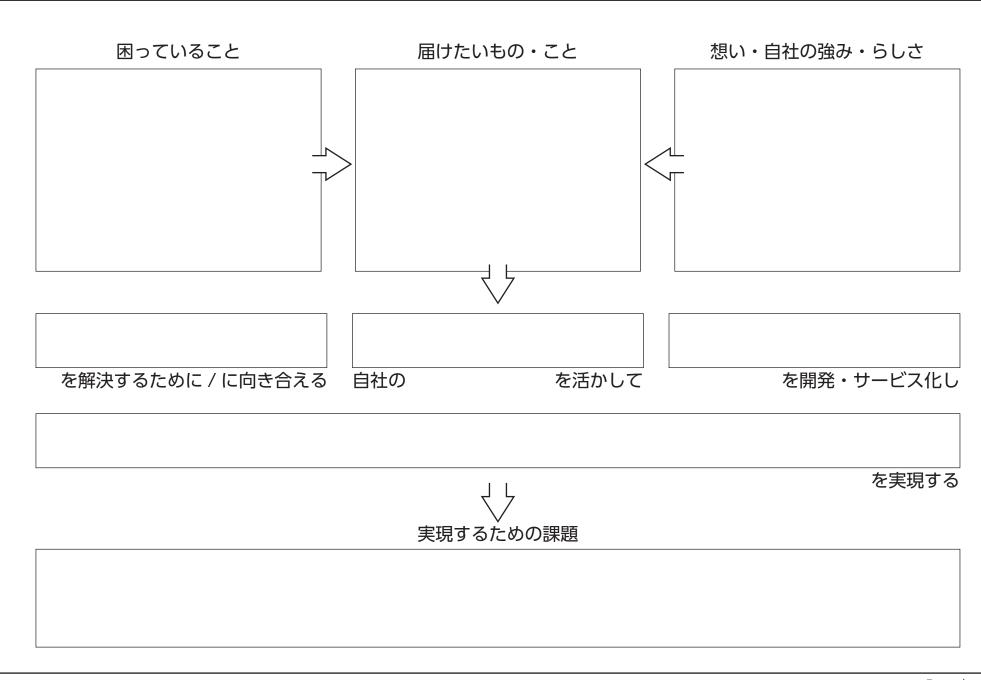
弱みも脅威も最小化する

防衛・撤退

弱み:

脅威:





アイデアを絵に描いてみる