



< 販促デザイン思考 > 「顧客の心を動かす」販促イノベーション

会社名： _____

日付： _____ 年 _____ 月 _____ 日

このワークシートは、お客様の「本当の気持ち」に寄り添い、心に響く販促のアイデアを見つけるためのものです。正解はありません。難しく考えず、思いっくままに書き出してみましょう。

■ステップ1：

顧客への「共感」と「発見」～お客様は、本当は何を考えている？～

① 最近、あなたの商品やサービスを購入してくれた「特に印象に残っているお客様」は、どんな方でしたか？（できるだけ具体的に思い出してください）

・

② そのお客様は、購入する前にどんなことで「困って」いたり、「悩んで」いたりしたでしょうか？（想像でも構いません）

・

③ なぜ、競合ではなく「あなた」の商品・サービスを選んできたのだと思いますか？（お客様が言っていた言葉があれば、そのまま書いてみましょう）

・



■ステップ2：
課題の「定義」と「焦点化」～私たちが、本当に解決すべきことは？～

- ① ステップ1で考えたお客様を、一人の人物（ペルソナ像）として表現してみましょう。（ニックネームを付けてもOK!）

(例)・年齢 ・性別 ・住まい ・職業 ・子ども ・職業 ・趣味 ・配偶者...など

・

- ② この人が、私たちの商品・サービスを通じて、本当に手に入れたい「価値」や「感情」は何でしょうか？

例：単なる「コーヒー豆」ではなく、「ホッと一息つける豊かな時間」。単なる「印刷サービス」ではなく、「イベントが成功する安心感」。

・

- ③ 【課題を一言で！】この人が抱える一番の悩み（課題）を解決するために、私たちは何をすべきでしょうか？

[_____ (ペルソナ)] が [_____ という最高の体験 (価値)] を手に入れるために、
私たちは [_____ という課題] を解決する必要がある。



■ステップ3：
アイデアの「創造」と「拡散」～どうすれば、その課題を解決できる？～

- ① なぜ自社の事業が顧客の深層課題を解消し得るのか？
・

- ② ステップ2で決めた「課題」を解決するための販促アイデアを、質より量で、自由に書き出してみましょう。(くだらないと思うこと、実現できなそうなことでもOK!)
・

■ステップ4：
アイデアの「試作」と「具体化」～まずは、小さく形にしてみよう～

- ① ステップ3のアイデアの中から、「すぐにできそう」「面白そう」なものを1つ選んでください。

選んだアイデア：

- ② そのアイデアを、お金と時間をかけずに「お試し版（プロトタイプ）」で作るなら、どんな形になりますか？

例) チラシなら、手書きでラフ案を描いてみる。SNS 投稿なら、スマホで撮った写真と簡単な文章を作ってみる。



■ステップ5：
顧客による「検証」と「学習」～お客様に実際に見せてみよう～

① ステップ4で作った「お試し版」を、誰に、どうやって見せて、感想を聞いてみますか？

・誰に？：

・どうやって？：

② どんなフィードバックをもらえそうか、想像して書いてみましょう。また、それを受けてどう改善しますか？

例：「もっと写真が大きい方が見やすいかも」→ 写真をメインにしたデザインに修正してみよう。

・

■ステップ6：
フィードバックを反映させ「実践」～実際に販促を開始する～

① 顧客の感想やフィードバックがあれば書き出しましょう。

② 反応がイマイチの場合は、ステップ3に戻り、別の案を試しましょう。

次に試す案：

販促はすべてが思い通りにいくわけではありません。想定外のことがたくさん起こります。それは、ひとの「心」が関わるからです。9回の失敗の先に1回の成功があります。繰り返し「実験」を行い、ビジネスを成功に導きましょう。