

顧客の価値変化を起こす

バリューシフト ワーク・シート

ワーク・シートのポイント

Step1 『オブジェクティブ・ラダリング』 顧客にとっての価値を理解しよう

Step2 『リフレーミング』 価値の優先順位を再定義しよう

Step3 『バリューシフト』 顧客が感じる価値の変化を起こそう



Step0：与件の確認

対象と目的

製品・サービス名：

目的：

顧客の属性

顧客の人物像を一言で：

デモグラフィック（購買力）：

ソースオブビジネス（収益源）：

ジオグラフィック（地域特性）：

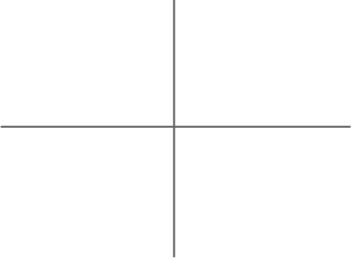
ライフスタイル（役割・状況）：

競合優位性

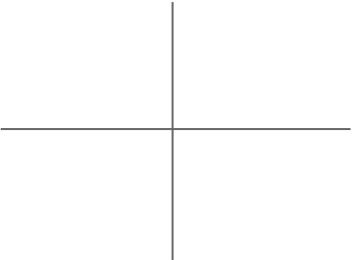
顧客に買ってもらう理由：

ターゲティング / ポジショニング

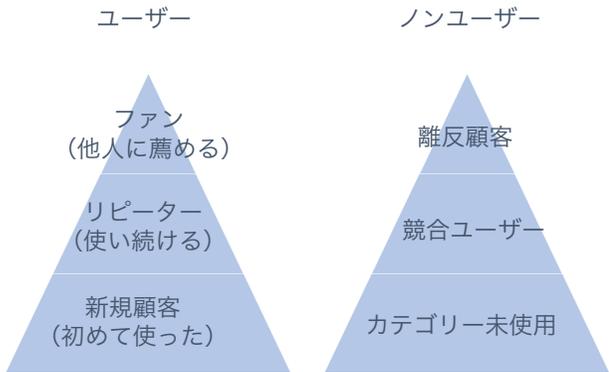
ターゲティングマップ：



ポジショニングマップ：



フォーカスユーザー



Step1：オブジェクティブ・ラダリング（価値の理解）

ラダリング・マップ



ラダリングで抽出した価値

情緒的価値	<ul style="list-style-type: none">••
社会的価値	<ul style="list-style-type: none">••
機能的価値	<ul style="list-style-type: none">••

Step3 : バリューシフト (価値を変化させるシナリオ)

	Communication (コミュニケーション)	Value Shift (価値の変化)	Touch Point (接点・クリエイティブ)	KPI (評価指標)
Encounter (出会い)		▶		
Virtual Experience (疑似体験)		▶		
Action (行動・購入)		▶		
Usage (使用・経験)		▶		
Share (拡散)		▶		