顧客価値共創堂 「顧客誘導シナリオ」型事業計画サンプル（B to C）vol1.1
計画全体のベースとなるターゲット顧客と提供価値：　（顧客価値提供ストーリーの内容）

状況	まだ知らない	興味がある	見てみたい	買う	初めて使う	わからない・1本使い切った	継続購入・好き・応援したい
お客様の気持ち	・現在ある商品を使っている。もっと自分に合っているものは、試してみたい。 ・新たに困りごとができた。新たにやってみたいごとができた。 ・新しい生活が始まる。自分に合っているもの・方法を利用したい。	XXXて何だろう？もうちょっと知りたい。	XXXってどんなものか話を聞いてみたい。一度実物を見てみたい。	気に入った。買ってみようかな。でも他にもっとよいものがないのかな。	買ってみた・予約してみた。楽しみだ・わくわくする。	使い方がよくわからない、壊れている。助けて欲しい。 ちょうど買うタイミングだった。同じブランドの他商品はどうなのだろう。	このブランドが大好きだ。これからも使い続けたい。友達・知り合いにもこの気持ちを伝えたい。
お客様の行動	困りごとややりたいことに関して積極的に情報収集。 関心がある分野（例　美容、旅行）の記事を気にしてみている。 探してはいないが、興味のある情報偽すると気に留める。 ・ネットで検索する。本や記事を読む。 ・広告を目にする。TV番組や記事を目にする。。 ・友達、知り合い、専門家に相談する、逆に紹介される。	XXXに関する情報収集 ・「XXX」を検索して、サイトで見る。 ・「XXX」に関して、友達・知り合いに相談する。 ・「XXX」を販売場所に見に行く。	販売している場所（含む通販）、店舗を探す。 ・「XXX」がよく行く店や通りがかりで販売されていたら、ついでに見に行く。 ・いつも行動範囲外にあれば、わざわざそれを観に行く。	競合・代替品と比較する。必需品でなければ、そこに「お小遣い」を使う価値があるかを検討する。 ・店頭、ECサイト内で比較する。 ・ブランドサイト、SNS、ユーザーの声、インフルエンサーを比較する。 ・高額の場合、それを購入することを正当化できる理由を考える。	期待と製品・サービス比較する。	お客様相談室に連絡。 わざわざ聞くほどでもないが、疑問を持ちながら、使っている。 使い終わりかけている。ちょうど次回利用するタイミングだ。	継続購入する。→他のアイテムも。 知り合いや友達に勧める。 SNSで紹介する。
目的	ターゲット内での商品名・サービス名を覚えてもらう。	ターゲット内の商品名を覚えてくれている人に、商品の特長を理解してもらう。	ターゲット内の商品に興味を持つ人の生活圏内で販売・展示する。 来店してもらう。	購入・予約してもらう。	期待通り・期待以上の評価を得る。	期待を上回る評価を得る。 次回購入・利用を獲得する。	購入の継続を得る。→共感を得る。
目標	商圏内のターゲットの名称認知率	商品名認知者の中での特長理解率	商圏での商品取扱店舗数または率 来店客数	ターゲット内の初めての購入者数や率	使用者・利用者の再購入意向	再購入意向	お勧め意向、継続購入意向
具体的アクション	・広告 ・マス媒体、SNS広告 ・自社SNS、ブログ ・広報 ・紹介記事獲得	・広告 ・ホームページ、SNS・・・。 ・製品 ・パッケージデザイン ・価格 ・容量と単価	・販路 ・取扱店舗、自社店舗 ・プロモーション ・接客	・販路 ・取扱店舗、自社店舗 ・棚での位置、ECサイトでの表示順 ・製品 ・パッケージデザイン、香り、サンプル ・広告 ・店頭販促物。 ・価格 ・容量と単価 ・プロモーション ・山積み、セール・・・。 ・販売員、オペレーターの対応	・製品 ・製品性能、サービス内容 ・特長に気付いてもらうための特長説明 ・製品力を最大限に得てもらうための使い方説明。	・お客様対応 ・お客様相談・お問い合わせ対応 ・プロモーション ・フォローアップの連絡	・製品 ・製品性能、サービス内容 ・プロモーション ・販売促進キャンペーン ・ロイヤルティプログラム、ファンイベント
必要な支援 （専門性）	広告、広報、	WEBデザイン、パッケージデザイン、営業、ファイナンス、	営業、接客	営業、製品開発、広告、ファイナンス、プロモーション、	製品開発	お客様対応、プロモーション	製品開発、プロモーション
コスト	OOO円	OOO円	OOO円	OOO円	OOO円	OOO円	OOO円