



ミライズ ブランディングリサーチシート

注意★必ずコピーして使ってください★

33の質問で強み・差別化・お客様の欲しい！理想のお客様を掘り起こす

・量が多いですが、ここにLP・広告等のすべての材料を集めたいと思います！
・質問が似通っているもの（質問の切り口が違っても、書くことは結局同じっぽいもの）もありますが、色んな切り口から「言語化」するため、書き出していきます！

・お客様の言葉、自分の実体験などからの書き出しが一番有効ですが、例えば、お客様の実績がまだ少ない場合などは、WEBで同業他社のお客様の声をみて、こういうニーズがあるんだ！こういう悩みが解決したら喜ばれるんだ！こういう書き方が伝わりやすいな～などをリサーチしつつ書き出してください。

=====

◆参考となる リサーチシート記入例◆

（外には出さないでください…。質問の順番が異なっている場合もあり見にくくて、すみません。）

参考①吉田星子のリサーチシート ⇒

https://docs.google.com/document/d/1rhbCtoaLPmWKKnROSp3Wdmk9pi2rWGD_u_PHK6tCOWo/edit?usp=drive_link

参考②お花屋さん（物販）だけど、寄せ植えや花育てをしたい人のための講座を新たに作った人のリサーチシート ⇒

https://docs.google.com/document/d/1ovPQv1SX9PvMFaHujXvUmbEbS3vIuku_Mwc0cUqJX-s/edit

=====

では、次のページからは、参考をみつつ、実際に、自分の言葉で書き出し＆洗い出しをお願いします！

1:ターゲットについて(メインターゲット・サブターゲット)。どんな人があなたのサービスやメルマガ・LINEに興味を持つでしょう？(※日々の発信では興味を持たせるような発信も必要ですね。一旦、ここはざっくりとしていても大丈夫です。)

※メインターゲットとサブターゲットとは、、、例えば「ママ」がメインターゲットで、「先生」がサブターゲットなど、書き出してみてください。

※すでにクライアント様がいらっしゃる場合は

- ーこういう人が今後もクライアント様だといいなと思う人(理想の方)
- ー普通のクライアント様
- ーこういうクライアント様は苦手だな・・・という人 を分けて考えてみてください。

①メイン

②サブ

もしくは

A:理想のお客様

B:普通のお客様

C:苦手だな・・・

2:ターゲットが知りたいことはどんなことでしょうか？

※ターゲットさんのスキルレベルや悩みの深さによっても、知りたい内容が変わってくるので、メインターゲットのスキル別・悩みの深さ別に分けて書き出してみてください。サブターゲットがいる場合は、サブターゲットのスキル別・悩みの深さ別にも書き出してみてください。

【ポイント解説】※スキルや悩みの深さ別とは・・・？

例えば、食事を改善したいと思っている人をターゲットとするサービスがあったとして、

①そもそも食べていない人

②食べているけど、ジャンクフードが多い(料理ができない、したくない、メンタル的にできないetc)

③スーパーで買い物はしているし、食べてはいるけど、不健康

- ④ヴィーガンや、薬膳などを習っているけど、不健康
- ⑤かなりこだわった食材を使って、添加物も減らしているけど、不健康
- ⑥健康だけど、もっと健康になりたい人(健康・食事が生きがい・趣味レベルの人)

誰をターゲットにするかで、かなり、発信すべき内容や、使う言葉が変わるというのはイメージできると思います。

また、できるだけ節約したい人なのか、お金に糸目はつけない人なのか、時間がたっぷりある人なのか、ない人なのか？などによっても、変わりますね。

こんな風に、自分のターゲットとするお客さんの「レベル感」や「ライフスタイル」をイメージしながら書いてみてください。

3:一番のターゲット(=ペルソナ)について。ターゲットの中で一番真剣に読んでくれる人は誰ですか？

【ポイント解説】

★一番このサービスを必要としている人は誰ですか？(←これは「今すぐ客」。サービスをすぐ必要としているお客様)

★まだ必要としていないけれど、あなたが、サービスを届けたい人は誰ですか？(←これは、興味はあるけど、まだ購入しなさそうな「これから客」ですが、いいお客様になる&一番助けたい人なので、興味関心を育てていってあげないといけない)

★もっと言うと、興味はあるけど買ってくれない人、興味もない人は、ターゲット・ペルソナにはしてはいけません。

①プロフィール

年齢・性別・住所は？

②家族構成

既婚・未婚？何人で住んでいる？

子供は？親と同居している？

③勤務先

サラリーマン？OL？経営者？

勤続年数は？地位は？

起業して2年

④趣味

インドア派？アウトドア派？休日の過ごし方は？
好きなファッションや音楽は？

ファッション

音楽

⑤ライフスタイル

その環境で身に付いた性格や考え方は？

⑥価値観

世の中の何に価値を感じるか？自己成長欲は？
大切にしているものは何？

⑦商品への関心度

あなたの商品を必要としている理由は？
購入するとしたらその理由は？

4: 受講者（またはサービス提供者）が**受講前に悩んでいる**ことを書き出してください。メインターゲット・サブターゲットがいる場合は両方共通のもの、それぞれのものを書き出してください。悩みとして「表面的なもの」と「潜在的なもの」や性格やスキルの有無などによっても変わってくるので、洗い出しましょう！

①顕在的な悩み

②潜在的な悩み

③その悩みがもたらす感情

④スキル・知識面

⑤マインド・性格面

5:受講者様(またはサービス提供者)がこれまで受講した理由・受講に踏み切ったタイミングを具体的に書き出してください。

※ ↓ ターゲットが メインターゲット・サブターゲットと2つに分かれている場合は分けて書き出してみてください。

【...】

・
・
・

【...】

・
・
・

【...】

・
・
・
・
・
・
・

【...】

・
・
・
・
・
・

6:その人たちは どうなりたいと思っていますか？お客さんが使っている言葉があれば、その言葉で書き出してください。

【ポイント解説】お客様の実績がまだない場合は、WEBで同業他社のお客様の声を見て、こういうニーズがあるんだ！というのをリサーチしつつ書き出してください。

【ポイント解説】お客様の声が実際にある場合は、頂いたお客様の声を書き出してみてください。

例)キャリアアップしたい。転職したい。ストレスに負けないマインドを鍛えたいなど、できるだけたくさん。お客様から言われた言葉があればリアルな言葉で。

※ ↓ ターゲットが メインターゲット・サブターゲットと2つに分かれている場合は分けて書き出してみてください。

【...】

・
・
・
・

【...】

・
・
・

【...】

・
・
・
・

7: 受講者さんが、受講後達成したい、本当のゴール・目的・理想はなにですか？

例) 経験値やスキルの向上により収入アップがしたい、フレキシブルな働き方で仕事とプライベートのバランスを取りたい。仕事に生きがいを見出したい。など、できるだけたくさん。お客様から言われた言葉があればリアルな言葉で

※ ↓ ターゲットが メインターゲット・サブターゲットと2つに分かれている場合は分けて書き出してみてください。

【...】

・
・
・
・

【...】

・
・
・
・

【...】

・
・

- ・
- ・

8:あなたのサービス以外に、その理想を達成する方法はありますか？

- ・YouTube
- ・運動教室に通う？（...例えば）
- ・
- ・

9:あなたがメルマガ・ステップLINEを発行している目的は何ですか？

例)

お一人お一人の課題や悩みに寄り添いたい
体験会＆説明会に参加してもらいたい
自分にあう色の選び方をお伝えするため

10:あなたのメルマガ・ステップLINE・サービスを受けた人はどうなれますか？

例)

人生が好転してく具体的な方法がわかる
今の仕事のプラスαできる強みが作れる など

11:あなたがメルマガ・ステップLINEで発信して、提供するするジャンルは、
なんのジャンルですか？

例) ホームページの作り方
色の選び方
プロフィール写真の撮られ方

12:あなたがメルマガ・ステップLINEで読者に推奨していく手段・ノウハウ・商品・サービス
はズバリどんなものでしょうか？

・商品・サービスの概要と、キャッシュポイント(どこで収益を出すのか?)を明確にする質問で
す。

- ・
- ・
- ・
- ・

・

13: その手段・ノウハウと比較され得る競合を全て挙げてください

例) 自己啓発書・セミナー

・
・
・
・

14: あなたの推奨する手段・ノウハウ(商品・サービス)は、その他のたくさんある手段・ノウハウの中であなたはなぜそれを推奨しているのですか？お客様にとってのどんな点が優れていますか？

・
・
・
・

15: たくさんある手段・ノウハウ(商品・サービス)の中で、あなたはなぜそれを推奨しているのですか※この項目はあなたの価値観を発見するための質問です！

例) ブランディングしながら、ビジネスに必要なツール、LP、自分の強みもわかって、マインドも整っていくから。

他のコンサルだと、ここまで手厚くしてくれない。

HP制作なども、まとめて依頼ができる。

16: またそれを推奨するキッカケになったエピソードや経緯、これまでの経験などのストーリーを教えてください

※この項目はあなたの価値観を読者へ伝え、共感を得るための質問です！！

17: あなたが推奨する手段・ノウハウ・商品・サービスを読者が選択するに当たり、その決断の前に抱く懸念点をいくつかあげてください

設問趣旨

【この項目は読者の決断リスクを排除するための質問です】

例) 講座の費用が高いのではないかと？

時間が確保できるだろうか？
どれくらいのサポートがあるのだろうか？
子供がいても参加できるか

18:あなたがこの手段・ノウハウ・商品・サービスをオススメしたい人はどんな人でしょうか？

設問趣旨

【この項目はあなたが本当に対象としたいお客様を明確にするための質問です】

例)熱心に取り組める人

自分でやってみたい、自分でトライしようと自立している人。
本気で変わりたいと思っている人

29:その商品のコンセプトを明確に教えてください。ヒトコトで表すと？

※この項目は商品の強みとターゲットを明確にするための質問です】

例)起業3年目の人が、ブランディングと集客の仕組化が完成する個別コンサル

20:その商品・サービスは何を解決してくれますか？

※商品・サービスが解決できる悩み、こうなれます！を明確にする質問です。

21:手段・ノウハウ・商品・サービスをオススメしたい人が知りたくて、かつ、手段・ノウハウ・商品・サービスをオススメしたい人が興味を持って前のめりになってくれるような、プレゼントや特典はありますか？

※SNSやブログで見ている ⇒ メルマガ・LINE登録 ⇒ 本命商品 という風に、お客様の関心度は高くなっていきます。お客様の興味関心を引く、背中を押す、基礎知識を渡してあげるとしたら、どんなプレゼントや特典がありますか？ 出せるものを全部書き出してみてください。

例)ブランディングチェックシート

ペルソナ設定シート

無料セッション

3ステップで学べる動画講座(無料版)

22: その商品・サービスの ネーミング・内容・提供時間・方法・価格などのサ詳細を教えてください

※商品・サービスの「物理的特徴やスペック」を明確にするための質問です

例) 起業に関する必要なノウハウ動画で30本以上見られる。

かつ、1:1のコンサルティングサービス12時間と添削が受けられる。

23: 商品・サービスのメリットとデメリットを書き出しましょう

※どの商品・サービスにも必ずメリットデメリットがあります。自社商品・サービスの理解を深めるため、また、これに当てはまらないお客様に売らないためにも書き出しておきましょう。

例)

メリット

学びながら、自分のブランディングができる
自分に自信が持てるきっかけを得られる
売れるマインドがわかる
人生が変わる
周りの人のためになる

デメリット

多少時間がかかる(約90時間程度)

継続・実践して、自分の身につけていくまで継続する必要がある。

24: この商品・サービスを手に入れた時に得られる読者のベネフィットはなんですか？

【ポイント解説】ベネフィットとは？

ベネフィットとは、理想の未来を指します。

読者自身に悩みを解決した時の自分の姿を連想させる、具体的な内容を挙げていきましょう。例えば、コンサルタントにとって「年収が上がった」「売上を自動化してビジネスが上手く回るようになった」というのは、ベネフィットではなくただのメリットです。

「年収が上がったことによって、本当にやりたい事業に時間をさけるようになり仕事自体にやりがいを持てるようになり、人生が楽しくなった」「売り上げを自動化し、安定的に収益が上がるようになったため、家族と一緒にいられる時間が増えて幸せな人生を歩めている」

これらがベネフィットと呼ばれるものになりますので、混同しないようにしましょう。

例)

理想の働き方ができるようになる。

イメージ構築法がわかるので、人にも提供できて、仕事が増える。

意

識の変容

25: 逆に、あなたの商品・サービスを知らないまま・または知っているのに手に入れなかった時に失うものや、残り続ける「痛み」はありますか？

※商品・サービスを手に入れない時のリスクを明確にするための質問です。

例)ブランディングとWEB集客の仕組化をしていないと、ずっと、忙しいまま。

売上も伸びないまま。自分の良さを言語化できないまま。現状維持・・・。

一人で不安。ひとりだと、WEB集客の仕組化は完成しない(やることが多いので)

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

【受講に興味はあるけど受講しない(サービスを受けない)ひとに、声をかけるとしたら？】

- ・
- ・
- ・
- ・
- ・

26: その商品の主な競合商品とその特徴を教えてください

ライバル・競合を調べるといろいろと勉強になります。他社の商品の特徴を把握し、自社商品・サービスの方がよいポイントも見つけられます。

また、競合他社がかなり先行している場合は、今後そのようなスタイルを目指していけばいいという目標値（ベンチマーク・モデリング）としても使えるので、洗い出してみてください。

【ポイント解説】他の人がすごい・・・と思わずに、自分もこうなれるんだ！こういうサービス・組織づくり・仕事の仕方いいな～という風にワクワクしてリサーチ検索してください。逆に、わ、私の方がスゴイやん！っていう気づきになるかもしれません。

ライバルA:

次の切り口から徹底してリサーチする

- ①ターゲット
- ②コンセプト
- ③USP
- ④キャッチコピー
- ⑤メリット
- ⑥デメリット
- ⑦特典
- ⑧向いている人
- ⑨向いていない人
- ⑩価格
- ⑪キャンペーン
- ⑫プレゼント

ライバルB:

次の切り口から徹底してリサーチする

- ①ターゲット
- ②コンセプト
- ③USP
- ④キャッチコピー
- ⑤メリット
- ⑥デメリット
- ⑦特典
- ⑧向いている人
- ⑨向いていない人
- ⑩価格
- ⑪キャンペーン
- ⑫プレゼント

ライバルC:

次の切り口から徹底してリサーチする

- ①ターゲット
- ②コンセプト
- ③USP
- ④キャッチコピー
- ⑤メリット
- ⑥デメリット
- ⑦特典
- ⑧向いている人

- ⑨向いていない人
- ⑩価格
- ⑪キャンペーン
- ⑫プレゼント

27: その商品の権威性や社会的証明要素を教えてください

口コミや、知っている人が購入したり、同じ境遇の人が商品・サービスを受けていたりすると人は安心するものです。さらに、社会性の高いところで紹介されたりしていると安心します。自分自身に実績がまだない場合は、例えば所属協会の実績などを使ってよいか確認してみてください。

次の切り口から自社の商品・サービスの実績をリサーチしましょう。

- ①購入者数
- ②購入者の感想
- ③実績のある人の推薦
- ④購入者の実績
- ⑤再現性
- ⑥モニターの声
- ⑦アンケート結果
- ⑧お客様の声
- ⑨受賞歴
- ⑩テレビ・ラジオ等での紹介・雑誌掲載・新聞掲載・
- ⑪専門家の推奨・芸能人、有名人が使用
- ⑫販売実績・ランキング・累計販売数

28: その商品が他の商品と比べて優れている点、**USP**・魅力はどんなところでしょうか？3つ教えてください

※USP＝USP (Unique Selling Proposition) とは、顧客から見た自社(商品、サービス)が持つ独自の強みや売りのことを指します。

例)

USP: 初心者でも、動画を見ながら学んで実践できる

USP: 起業迷子から卒業

USP: ドミノピザ ⇒ 『熱々でおいしいピザをお宅まで30分以内にお届けします。間に合わなければ代金はいただきません。』 ※昔のピザやは時間がかかる・冷めている...という課題を解決する USPで爆発的にヒット。

29: 読者がその商品を購入するにあたり、不明に感じる点や障壁となる点がありますか？

読者の不安やリスクを排除するための質問です！過去に商品・サービス購入前、提供中にお客様から質問されたこと、ここはどうなんですか？って聞かれたことを書き出してみてください。

例)

こんな私でも受講して大丈夫？
資格をとった後の活用方法は？
アフターフォローはどのくらいあるの？

30:この商品・サービスを手にした人は、実際にどんな成果を得られましたか？

商品・サービスの効果・効能・再現性を伝える項目です。ターゲットのレベルによって 成果は異なる場合もあるので、それぞれ書き出してみてください。

- ①悩み別
- ②使用・実践歴別
- ③成果の度合い別

31:あなたの提供する商品・サービス・講座など を受けることで手に入るもの

①学ぶこと

②心身の変化

③どんな未来が手に入る？本人と周りの人に分けて書いてみましょう

商品・サービスを受けた本人 ▶

- ・
- ・
- ・
- ・

商品・サービスを受けた人の周りの人 ▶ 例:ママがにこやかになれば家族も幸せになる

- ・
- ・
- ・
- ・

32: 商品・サービスの開発の大変だったエピソードはありますか？
商品・サービスの見えない裏側を伝えるための質問です

・
・

・
・
・
・
・

33: あなたの自己紹介をお願いします。

・
・
・

33-1: 33の中で、読者にとって関係があって、興味関心共感を引くものだけを抽出して再度まとめてください。

=====リサーチシートここまで=====