

1. 自己探求

人生の目的、価値観、BIG5

| | |
|-----------|--|
| 人生の目的 | |
| 価値観 | <ul style="list-style-type: none">●●●●● |
| 人生の BIG 5 | <ol style="list-style-type: none">1.2.3.4.5. |

ピカソワークの発見

参考：<https://www.shikumikeiei.com/what-is-hedgehog-concept/>

| | |
|-----------------|--|
| 情熱を持って取り組めることは？ | |
| 世界一になれることは？ | |
| 経済的原動力になることは？ | |
| あなたのピカソワークは？ | |

時間管理システム

標準的（理想的）な1日のスケジュールを設計してみましょう。

| | |
|-------|--|
| 5:00 | |
| 6:00 | |
| 7:00 | |
| 8:00 | |
| 9:00 | |
| 10:00 | |
| 11:00 | |
| 12:00 | |
| 13:00 | |
| 14:00 | |
| 15:00 | |
| 16:00 | |
| 17:00 | |
| 18:00 | |
| 19:00 | |
| 20:00 | |
| 21:00 | |
| 22:00 | |
| 23:00 | |
| 24:00 | |

2. 商品/サービス提供の仕組み

顧客の入口と出口

| | |
|--|--|
| <p>入口</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 何に困っている？✓ 何がしたい？✓ 何を節約したい？✓ 何を実現したい？✓ 何を体験したい？✓ 気が付いていない問題は？ | |
| <p>出口</p> <ul style="list-style-type: none">✓ 何が得られるのか？✓ 何が出来るのか？✓ どんな感情になるのか？ | |

商品ラインナップを改善するアイデア

| | |
|--|--|
| <p>顧客がもっと買いやすいエントリー商品は？</p> | |
| <p>入口と出口をつなげるために、階段を減らす(増やす)アイデアは？</p> | |
| <p>顧客があなたの商品を購入後、さらに必要とする商品は？</p> | |

生産性の計算

| | |
|---|--|
| あなたが目指す理想の時給（人時生産性）は？ | |
| 現在の時給（人時生産性）は？ （標準的な1日の粗利 ÷ 稼働時間） | |
| 理想の時給に到達するためにできることは？ ✓ 商品の価格を上げるアイデア ✓ 稼働時間なしで売れる商品アイデア ✓ 稼働時間を減らすアイデア | |

自分じゃなくても提供できる仕組み

商品やサービスを自分じゃなくても提供できる方法をあげてみましょう。

- ✓ マニュアル化
 - ✓ 教育の仕組み
 - ✓ オンライン化
 - ✓ 下位商品
 - ✓ 認定制度/資格制度
 - ✓ FC化
 - ✓ フルFC
 - ✓ スモールFC
- 等

詳細設計 - 視覚

| | |
|--|--|
| <p>色</p> <p>✓ どんな色が、あなたのビジネスの目的を最も的確に表現するだろうか？</p> | |
| <p>形</p> <p>✓ 丸い、角が柔らかい、鋭い、角ばっているなどどんな形だろうか？ロゴ、ユニフォーム、建物、商品は？</p> | |
| <p>詳細</p> <p>✓ いつも何かを発見して驚くように。あなたのビジネスを注意深く見たとき、顧客が気付く詳細は何だろうか？</p> | |
| <p>情報</p> <p>✓ どのようにして関係者には、視覚的に情報を伝えるだろうか？</p> | |
| <p>整頓</p> <p>✓ 清潔さ、完璧さ、管理されているという感覚を伝えるには？</p> | |

詳細設計 - 感情

| | |
|--|--|
| <p>整頓</p> <p>✓ 自分がしている仕事が、構造化され、理論立っていて、基盤があり、基準や原則、公平性がはっきりしていることを必要としている。あなたのビジネスは人々にどのようにして整頓されているという感覚を伝えるだろうか？</p> | |
| <p>聞かれていること</p> <p>✓ 人々は聞かれていると感じる必要がある。問題としていることを表現する手段があり、それがいつも開かれていると感じる必要がある。どのようにすれば、人々に聞いてもらっていると感じさせることができるだろうか？</p> | |
| <p>つながり</p> <p>✓ 人々は自分よりも大きな何かとつながっていると感じる必要がある。どのようにして、より大きなものとつながっているという感覚を与えるだろうか？</p> | |
| <p>目的</p> <p>✓ 人々は目的意識を感じる必要がある。目的がなければ、人々は荒波にもまれ、お互いに引っ張り合い、被害者意識を持ち始め、時間もわからなくなる。どのようにして目的意識を与えるだろうか？</p> | |
| <p>良心</p> <p>✓ 人々は彼らがしていることが道徳的な重さを持っていると感じる必要がある。あなたのビジネスはどのようにして人々に道徳心を与えるだろうか？</p> | |

詳細設計 - 財務

| | |
|--|--|
| <p>価格帯</p> <p>✓ あなたの顧客はどのような価格帯の商品を好むだろうか？必ずしも安さを求める顧客だけではない。プレミアム価格に価値を感じる人もいる。</p> | |
| <p>支払方法</p> <p>✓ 現金、カード、電子決済等、柔軟な支払方法にするには？</p> | |
| <p>支払期間</p> <p>✓ 一括払い、分割払い、定額課金等、柔軟な支払期間にするには？</p> | |

詳細設計 - 機能

例はアマゾン社

| | |
|---|--|
| <p>私たちの顧客が私たちにして欲しいと切望していることで、他社が彼らに提供していないものは何だろうか？</p> <p>例) インターネットでモノが買える。</p> | |
| <p>いままで、それを誰かがやろうとしただろうか？</p> <p>例) YES。他のインターネット企業</p> | |
| <p>もしそうならば、なぜ彼らは失敗したのか？</p> <p>例) インターネット上で見知らぬ会社からモノを買うことに抵抗があった。</p> | |
| <p>なぜ私たちはそれを出来ないのだろうか？</p> <p>例) 買ったものが確実に届くという安心感を与えられないから。</p> | |
| <p>それをやるベストな方法は何だろうか？</p> <p>例) 買った瞬間から、自分の商品がどこにあるのか、逐次チェックできる。</p> | |
| <p>それをやるのにはどれくらいかかるだろうか？それはコストをかけるに値するだろうか？</p> | |
| <p>もしイエスならば、顧客にどれだけのインパクトを与えるだろうか？</p> <p>例) 自宅にいながらにして、お店に行って購入するよりも満足感のある買い物が出来る。</p> | |
| <p>もし顧客にネガティブなインパクトがあるならば、どのようにそれを乗り越えるだろうか？</p> <p>例) 送料がかかる。→一定金額以上の買い物は送料無料にする。 買ったものが想像と違う。→30日以内の返品を受け付ける。</p> | |

3. 集客の仕組み

鉄板の集客メッセージのアイデアを挙げてみましょう。

ストック型集客につながる活動を挙げてみましょう。

4. セールスの仕組み

セールスプロセス

セールスの流れを書いてみましょう。

| | 目的 | 戦略 |
|---|----|----|
| 1 | | |
| 2 | | |
| 3 | | |
| 4 | | |
| 5 | | |
| 6 | | |
| 7 | | |

DNA キット

自分じゃなくても売れるために
DNA キットに何を含める必要が
あるか挙げてみましょう。

ストーリーテリング

顧客を引き寄せるストーリーを書いてみましょう。

参考：<https://www.shikumikeiei.com/kingdom-6/>

| | |
|---|--|
| <p>1. 日常の世界</p> <p>主人公が日常の世界に登場する場面の描写。主人公の人生に何かが欠けているが、その欠けているものが何なのか、気が付くことができない。</p> | |
| <p>2. 天命</p> <p>主人公を旅へと駆り立てる何かに出会う。予期せぬ何かとの出会いが、旅へと導いていく。。</p> | |
| <p>3. 賭け/決断</p> <p>天命によって旅に導かれるが、主人公は、果たしてその道に進むべきなのかどうかを葛藤する。</p> | |
| <p>4. 探索</p> <p>「新しい世界」に足を踏み入れ、主人公が新しいことを体験し始める。</p> | |
| <p>5. 困難</p> <p>冒険の中で、困難に突き当たる。ライバルや敵との対立によって、主人公が叩きのめられそうになることで、ストーリーに引き込む力が生まれる。</p> | |
| <p>6. 変革</p> <p>主人公が困難に遭遇し、それを乗り越える過程で、英雄として成長していく。読み手は、その姿を自分と重ね合わせる。</p> | |
| <p>7. ひらめき</p> <p>日常の世界で常識として考え、行動してきたことが、新しい世界、新しい世界では、通用しないことに気が付き、ひらめきの瞬間がやってくる。</p> | |
| <p>8. 挑戦</p> <p>これまでのシーンを統合させ、より大きなものに挑戦していくことを描写。挑戦がまだ道半ばでも良い。</p> | |