



どんなお客さんに売りたいのか明確にしよう！

## ターゲット明確化シート

ターゲットが明確でないままに  
販促計画を立ててしまうと、効果的にプロモーションを  
行えず、本当に買ってほしいお客さんに  
知ってもらうことが出来ない可能性があります。  
初期の段階で本当に売りたい相手を  
明確に思い浮かべ、設計しましょう！

# ターゲット明確化シート（カスタマージャーニー）


## <自社特性>

商品

販売形態

特徴

## <想定ターゲット>



- 年齢
- 住んでいる地域
- 年齢

家族構成：

ニーズ：

	出会う	情報収集	比較	検討	購入	共有
顧客行動						
顧客接点						
感情変化						
対応策						

行動特徴

よく使う言葉



ターゲットを定めずに手段を決めてしまうと、  
施策の方針が定まらず効果を最大化できません

# ターゲット明確化シート（カスタマージャーニー）


例

**商品**  
宮城産を中心にした  
ダイエット食セット

**販売形態**  
EC、定期購入

**特徴**  
冷凍、温めるだけ簡単調理

## <想定ターゲット>



・28歳  
・仙台在住  
（出身は東京）

家族構成：  
独身の一人暮らし  
ニーズ：  
毎日帰りが遅くご飯を作る気が起きない。だが  
ダイエットはしたいので出来れば食には気をつ  
けたいし、美味しいものを食べたい

	出会う	情報収集	比較	検討	購入	共有
<b>顧客行動</b>	友達からダイエット食の通販がいいと聞く	ダイエット食セットの特徴について調べる	商品やECサイトを調べる、検索する	値段や定期購入の頻度などを調べる	お試しで低価格帯の商品を購入する	おいしいあまりSNSでシェア
<b>顧客接点</b>	・日常会話	・記事 ・ブログ	・まとめサイト ・SNS	・ECサイト	・ECサイト	・日常会話
<b>感情変化</b>	それいいかも	忙しすぎて御飯作るの大変だし、たまに使う分には便利かも	どこの商品がいいかな ●●さんは何を使っているかな	初めて購入するから、まずは手ごろで合わなかったとき辞めやすいものがないな	楽しみ おいしいかな～	購入してよかった
<b>対応策</b>	・リアル媒体による広告 ・インフルエンサーとのタイアップによる商品開発、PR	・ダイエット食セットの内容についての詳しい紹介、メリットデメリット	・リスティング広告 見込みの高い顧客の獲得 ・アフィリエイト広告 ・SNS インフルエンサー、メディア連携	・サイト構成 他社との違い 優位性 メリット （定期縛りなしの明示）	・商品設計 入口商品と 定期商品	・同梱物 ・メルマガ

## 行動特徴

- ・SNSでの口コミに敏感
- ・友人など信頼する人の情報に影響を受けやすい
- ・あんまり環境に悪いのは好きではない

## よく使う言葉

- ・「美味しいご飯食べたいけど、太っちゃうんだよね～」
- ・「今日も残業でコンビニ飯。辛い。」
- ・「インスタで見たからかってみたんだよね」