

競合他社との差別化要因(強み)の考え方

本日はセミナーにご参加いただき
ありがとうございます

- 12:45にセミナーを開始いたします
- マイクをオフにさせて頂いております。周囲で音がしてもセミナーには影響ありませんので、ご安心下さい
- ぜひ、メモをご用意ください



あきばれホームページ

競合他社との差別化要因(強み)の考え方

株式会社WEBマーケティング総合研究所

2022/5/26

本日の目次

1. セミナーのゴール
2. 前回の復習
3. ワーク
4. ペルソナから考える自社の強み
5. 検索結果上の競合と強みを比較する
6. ワーク
7. まとめ



1. セミナーのゴール



本日のセミナーのゴール

競合他社と差別化できる
自社の強みを明確にする

2.前回の復習

ペルソナとは？

「ターゲット」よりも、さらに具体的(顔や普段の生活など)に想像したお客さまのことを「ペルソナ」と呼びます。

例)ターゲットの場合

30~40代、男性、サラリーマン、肩こりや腰痛に悩む

例)ペルソナの場合

- ・32歳
- ・男性
- ・都内のIT企業に勤める
- ・毎日パソコンを9時間以上見るのに加え、運動をほとんどしないから肩こりに悩んでいる

ペルソナを設定することで、よりニーズやお悩みを想像しやすくなります。



3. ワーク

ペルソナの設定方法※12:57から再開いたします

ペルソナを設定する際にはペルソナ設定シートを使うと設定しやすくなります。

ペルソナ設定シート

【work】ペルソナの作成

例を参考に、弊社のペルソナを作成してみてください。

項目	(例)ペルソナ	ペルソナ	
デモグラフィック	写真		
	名前	小林 啓太	
	年齢	42歳	
	性別	男性	
	職業・業種	司法書士	
	役職	事務所代表	
	年収	550万円	
	居住地	愛知県名古屋府	
	最終学歴	愛知学院大学法学部法律学科 卒業	
	恋人の有無・未婚・既婚	未婚	
所持しているデバイス	iPhoneX		
よく使用するSNS	LINE		
インターネット利用頻度	120分/日		
食生活(外食頻か自炊派か)	外食派		
よく利用するアプリ	YouTube		
よく行く飲食店	すき家		
好きな番組	WBS		
インドア/アウトドア	アウトドア		
週末の過ごし方	トレンディング・動画を見る		
現在課題に思っている事(悩み)	・ホームページがスマホ対応していない ・ホームページで電話番号を掲載できていない ・できるだけ安い費用でホームページを作りたい		
将来実現したいと思っている事(ニーズ)	Google検索エンジンで検索して、電話にて問合せする		
ビジネス価値	業者との接触方法	まずは移動時間などで口コソを見て、いくつかの業者に絞る。そこから問合せをする	
	製品・サービスを調べるときに行動パターン	通勤時間に、スマホで競合のサイトを調べたりしていたら、競合の小中企業にスマホ対応がなされたサイトにリニューアルしている事を知り、若干検討する。 「あの事業者価値かてるの...?」「俺と一緒の時期に開業したはず...?」をそろそろ新規顧客の開始に叩き落とされていられないかなと思っている。 今のライバルは結構高価なお金を出した。今見ている案件の売価高の回収にも時間がかかりすぎるから、売価を回収できたら1件作成しようかと、でも採算が合わないかな...とおもっている。 そこで、「ホームページ作成」と検索して、自分から3~5件目にヒットしてきた制作会社に電話してみた。お話しが分かるかなって思い、対面提案は断りつつ、「ホームページ リニューアル 安い」と調べて出てきた業者に電話で問合せしてみた。 さっき電話したところより安価にできるし、自分でもできるかな。まあ、これくらいいいかなかなって思いつける。ただ、提案につながるのだから、コンタクトを取ってやるかなって思った。 と案外、経理員を電話やメールで解決して、PCのホームページの申込みフォームから申込みに来る。	
悩みや課題に気づいてサービスを利用するまで			
※POINT※	・「外」に「個人」や「個人」ではないのか ・どのように個人事業主になるのか ・個人事業主のメリット・デメリットを事前に把握しておく ・売が採れてサービスを利用するのか		

4. ペルソナから考える自社の強み

ペルソナからニーズ、お悩みを書き出す

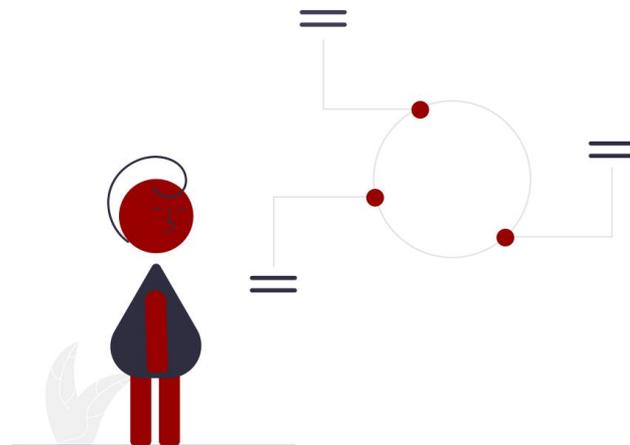
ペルソナが設定できたら、まずはそのペルソナのニーズやお悩みを書き出します。

【お悩み】

- 結婚したいけど、職場が男性ばかりで全然出会いがない
- 自分に自信がなく、しばらく女性ともコミュニケーションをとっていない

【ニーズ】

- 結婚を真剣に考えている女性と出会いたい



ニーズやお悩みに対するサービス(商品)

ニーズやお悩みを解消できるサービス(商品)に対して、なぜ解消できるのか、なぜ解決できるのか、それはなぜなのか…となぜを繰り返していきます。

【お悩み】

- 自分に自信がなく、しばらく女性ともコミュニケーションをとっていない

【解消出来るサービス】

ファーストプラン(はじめて婚活する方向けのサービス)

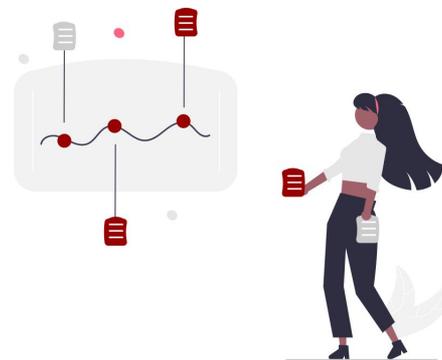
【なぜ?を繰り返す】

ファーストプランならそのお悩みを解決できる

なぜ? → 自信がつくまでアドバイスするから

なぜ自信がつく? → 印象の良い服装や、話し方、身のこなしをアドバイスするから

なぜ自信がつく? → 実際に同行しての洋服選びや、会話をリアルに学べるから



5. 検索結果上の競合と強みを比較する

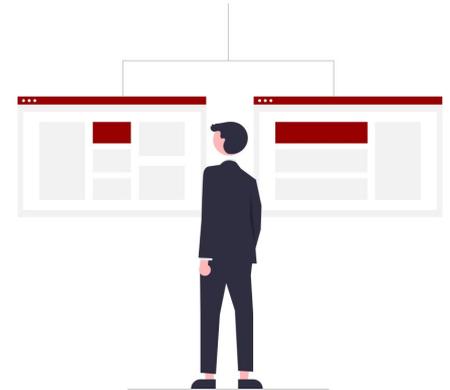
競合と強みを比較する

トップページで狙ってるキーワードで検索した結果の上位10サイト(ポータル除く)を確認します。

そこで、競合他社の特徴や強みと、ペルソナから書き出した自社の特徴や強みを比較します。

書き出した強みの中で、競合に勝てる強みを選択して、ホームページに掲載してください。

※掲載方法は次週のウェブセミナーで解説いたします



6. ワーク

ワーク(強みを書き出す)

※13:10に再開いたします。お手元のノートに書き出してみましよう。

例:

【お悩み】

- 自分に自信がなく、しばらく女性ともコミュニケーションをとっていない

【解消出来るサービス】

ファーストプラン(はじめて婚活する方向けのサービス)

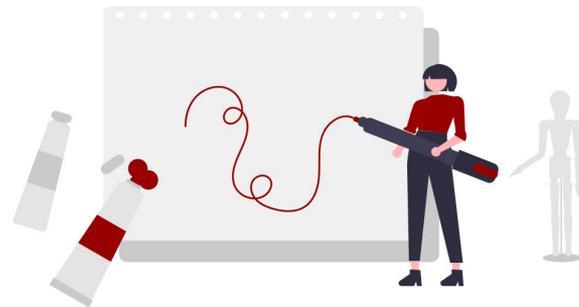
【なぜ?を繰り返す】

ファーストプランならそのお悩みを解決できる

なぜ?→自信がつくまでアドバイスするから

なぜ自信がつく?→印象の良い服装や、話し方、身のこなしをアドバイスするから

なぜ自信がつく?→実際に同行しての洋服選びや、会話をリアルに学べるから



7. まとめ

まとめ

- 書き出した強みは競合他社と差別化できる強みになっていますでしょうか？
差別化出来ていない場合はさらに、「なぜ？」を繰り返して深掘りをしてみてください。



ご清聴いただきありがとうございました

次回ウェブセミナーのご案内

開催日時 : 6月2日(木) 12:45～13:30

対象 : 会員さま

参加費 : 無料

次回タイトル : 強みを生かしたページ作成のノウハウ