



マーケティング&ブランディング ～ 販売促進・売れる仕組み. ～

STEP 1

販促適正分析

① ターゲット分析

市場性とペルソナ設定の精度分析。

② 商品戦略寿命分析

商品・サービスの市場戦略がどの程度有効か戦略寿命の観測。

③ プロモーション分析

プロモーションとストーリー性の有効性を分析。

④ 販促現状総括

①～③を基に、強化点と改善点と必要条件を整理。

ご主人		奥さま	
イメージ			
お名前	近藤 隆(コドウ タカシ)	近藤 美月(コドウ ミツキ)	
年齢	35	32	
年収	600万	400万	
勤務先	県立高校教師(国語)	公立保育士(育児休暇中)	
お子様	長女 華菜(ハナ) 年齢 3歳	長男 太洋(タイヨウ) 年齢 1歳	
最終学歴	徳島大学総合科学部地域創生科	西国大学生活科学部	
高校	城北高校	城東高校	
中学校	城西中学校	城西中学校	
小学校	千原小学校	千原小学校	
趣味・関心事	釣り	読書	
クラブ活動	サスライズ	ダンス	
その他活動	フットサル	ジャグリング	
ご両親のお住まい	田舎	北矢三	
居住地	徳島市北矢三町3丁目		
なれそめ	大学の友人の紹介		
新築時の同居者	なし		
外観的特徴	男前/178cm/すらっとしている	かわいい/158cm/品がある	
話し方の特徴	フツフツ	サバサバ/わかりやすい	
好きな事	オウ		
苦手な事、弱点	ニ		
スキル、得意なこと	ソ		
どんな問題があるか	ソ		
問題解決で実行したこと	ソ		
困りにくい不安にかまめる	ソ		
抱えている悩みは	ソ		
感じている不安は	ソ		
その他	ソ		
家づくりで知っていること	各社の		
どこからその知識を得たのか	雑誌		
家づくりの思い込みは	家族が		
家づくりの意思決定の過程			
意思決定を左右する人			
意思決定で相談する人			
意思決定する時に気になる事柄			
家づくりにおける重要な要素			
何でやる気がアップするか	奥さん		
これなら盛り上げられるサービスは	サ		
何に対して特に不安を感じているか	仕事へのストレス	夫の収入に対して期待していない	
何でそれを克服するか	話を聞く	自己満足が盛り込まれていない	
結果について期待は	無	雑貨屋ショッピング	
理想のライフスタイルは	家族でアウトドアを楽しむ	車でハイウェイ	
どのようにお昼や時間を過ごすか	趣味に使う	家族のための旅行/食事	

販促分析表

③ そのうち客	④ いますぐ客
① まだまだ客	② おなやみ客

購入頻度: 高

ニーズ