©米丸剛

ビジネスのターゲットと

キャッチコピー検討シート

１　ターゲット

1. 概ねどんな人をターゲットにするか

例）悩みで絞るのが良い。　又は、以下の属性も考慮。

主婦、会社員、非常勤、アルバイト、フリーランス、経営者、

士業、子育て中の人など

　　　男性・女性など

　　　30～40代など

|  |
| --- |
|  |

1. (1)のうち、今すぐサービスを欲しがりそうな人は誰か

「今すぐ客」でないと高単価商品を買わないので、ここを絞り出すのは重要

|  |
| --- |
|  |

1. (2)の人のどんな悩みを解決したいのか

例）

・ 人生のいろいろな局面での目標を、どのように達成すればいいか

わからない

・　会社で仕事をそれなりに頑張っているけど、やりがいを感じられ

ず、ストレスも多く、この仕事をずっと続けられそうな気がしない

　　　・　今の仕事は、忙しい割には収入が低く、このまま続けたら心身の

健康が心配

・　仕事の選び方は難しく、どのように考え、行動すべきかわからな

　い

・　今、事業をやっているが、思うように稼げていない

　　　　　など

|  |
| --- |
|  |

２　解決策

　　別のシートで検討した、「解決策」を精査し記載する。

|  |
| --- |
|  |

３　ベネフィット

別のシートで検討した、「ベネフィット」を精査し記載する。

・　私のサービスを受けたら、どうなるのか？

・　どんな人生になるのか？

　　（ベネフィット　＝　得られる利益、状態

　　　　　　　　　　　　悩んでいる状態から、理想の状態に

連れて行ってあげる）

※　悩みとベネフィットの差が大きいほど、サービスに魅力を感じる

|  |
| --- |
|  |

４　キャッチコピー

　　悩み（ターゲットの修飾語として記載）　＋　ターゲット　＋　解決策

＋　ベネフィット

　　で構成すること。

|  |
| --- |
|  |

©米丸剛