

プランニング・ワークシート

1. マーケティング環境の整理

MARKETING TARGET (マーケティング・ターゲット)

- 今回の企画は、どのようなニーズを持っている人をターゲットにしたら成功すると思いますか？
 - ✎ 年齢・性別・職業などではなく、「どのようなニーズを持っている人」をターゲットにしたらよいかを記述してください。

RESOURCE (強みとなる資源)

- その MARKETING TARGET が魅力と感ずるのであるう、自社（あるいは自社ブランド）の資源や武器は何だと思ひますか。
 - ✎ 1 つに絞らなくて構いません。ただし具体的に記述してください。

BENEFIT (ベネフィット)

- その MARKETING TARGET は、上述した資源や武器から、どのような価値を得られますか？
 - ✎ 1 つに絞らなくてかまいません。ただし、なぜその MARKETING TARGET が価値を感じるかを、論理的に記述してください。

KEY BENEFIT (鍵となるベネフィット)

- 上述した価値のうち、今回の企画でもっとも強調すべきものはどれですか？
- 鍵となる価値を 1 つ選ひ、その理由を論理的に記述してください。

COMPETITOR (競合)

- 今回の企画において、ライバルとなるのは何ですか？
 - ✎ 具体的なブランドや製品でもいいですし、まったく異なるジャンルのもので構いません。
 - ✎ たとえばそのブランドを買うならば、もう少しお金を貯めて他のブランドを買おうとするかもしれません。あるいはブランドの製品やサービスを楽しむ時間があるならば、他のことをしたいと思うかもしれません。つまりライバルというのは、MARKETING TARGET のお財布や時間を奪い合う相手のことです。

ヒント 1

- MARKETING TARGET、RESOURCE、BENEFIT、KEY BENEFIT、COMPETITOR は、上から順に考えるものではありません。
- すべてが矛盾なく組み合わせるように、5つの要素を並行して（つまり5つの要素を行き来しながら）考えてください。

2. コミュニケーション・プランの作成

COMMUNICATION TARGET

- MARKETING TARGET のうち、具体的にどのような人たちに対してコミュニケーションをしたらよいですか。
- MARKETING TARGET をさらに絞り込むかたちで、具体的に記述してください。

INSIGHT

- その COMMUNICATION TARGET は、どんな本音を持っていると思いますか。
- 彼・彼女らに「何を訴えたら刺さるか」という観点から整理してください。

GOAL

- 今回のプランのビジネス上の目標をどこに置きますか。
- いいかえれば、今回のプランによって、その COMMUNICATION TARGET がどのような行動をとることを期待しますか。

COMMUNICATION PLAN

- これまで記述してきた内容と整合性がとれるかたちで、優れたコミュニケーション・プランを詳細かつ緻密に企画してください。
 - ✖ コミュニケーション・プランは必ず Word で作成しましょう。Power Point や Key Note での作成してはいけません。
 - ✖ 分量はいくら多くなっても構いません。あなたの考えのすべてを、文章や図で表現してみましょう。
 - ✖ COMMUNICATION TARGET に対して自社（あるいは自社ブランド）の資源や武器に基づいた KEY BENEFIT を提供することで、COMPETITOR に勝ち、GOAL を達成できることが企画の前提条件となります。

ヒント 2

- COMMUNICATION TARGET、INSIGHT、GOAL、COMMUNICATION PLAN も、上から順に考えるものではありません。
- すべてが矛盾なく組み合わせるように、4つの要素を並行して（つまり4つの要素を行き来しながら）考えてください。

3. プレゼン資料の作成

- 「1. マーケティング環境の整理」と「2. コミュニケーション・プランの作成」に基づいて、プレゼン資料を作成しましょう。
- プレゼン資料は Power Point あるいは Key Note で作成してかまいません。