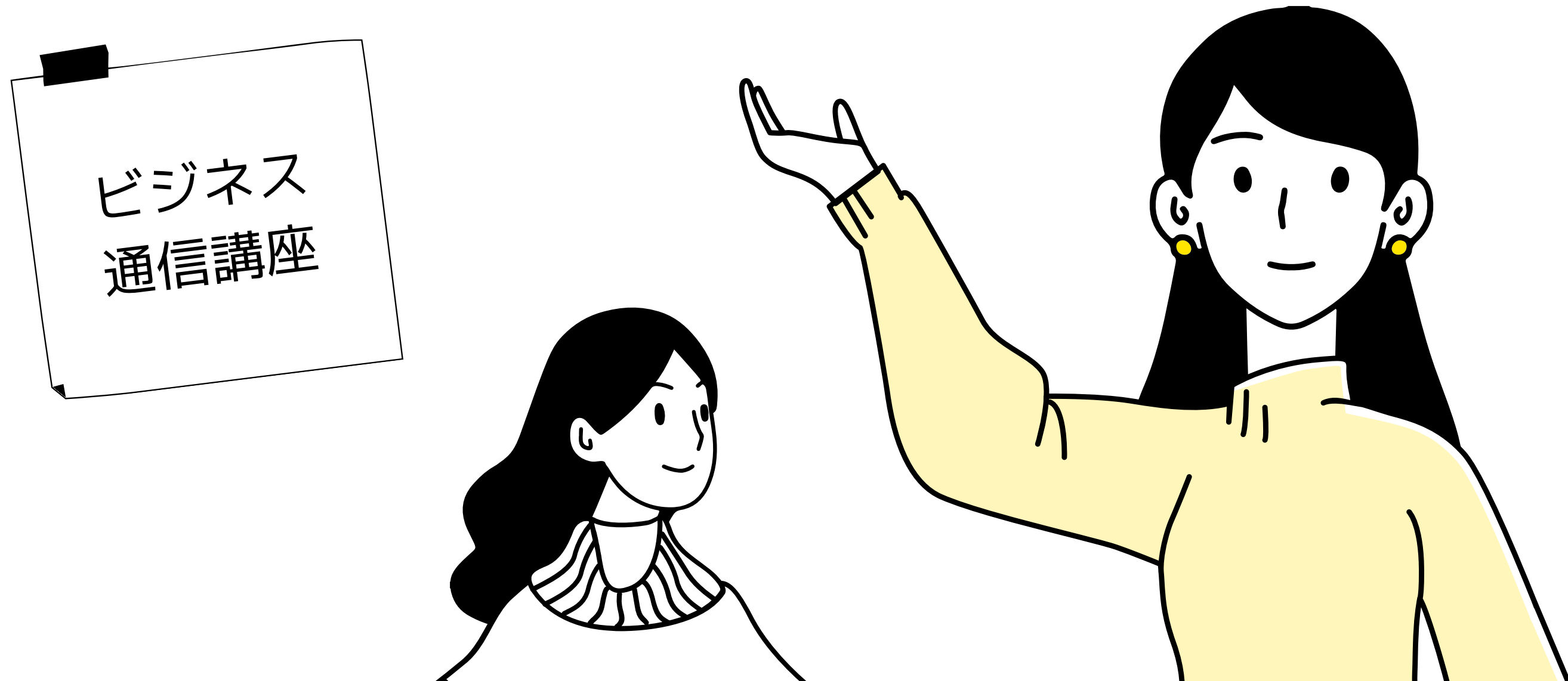


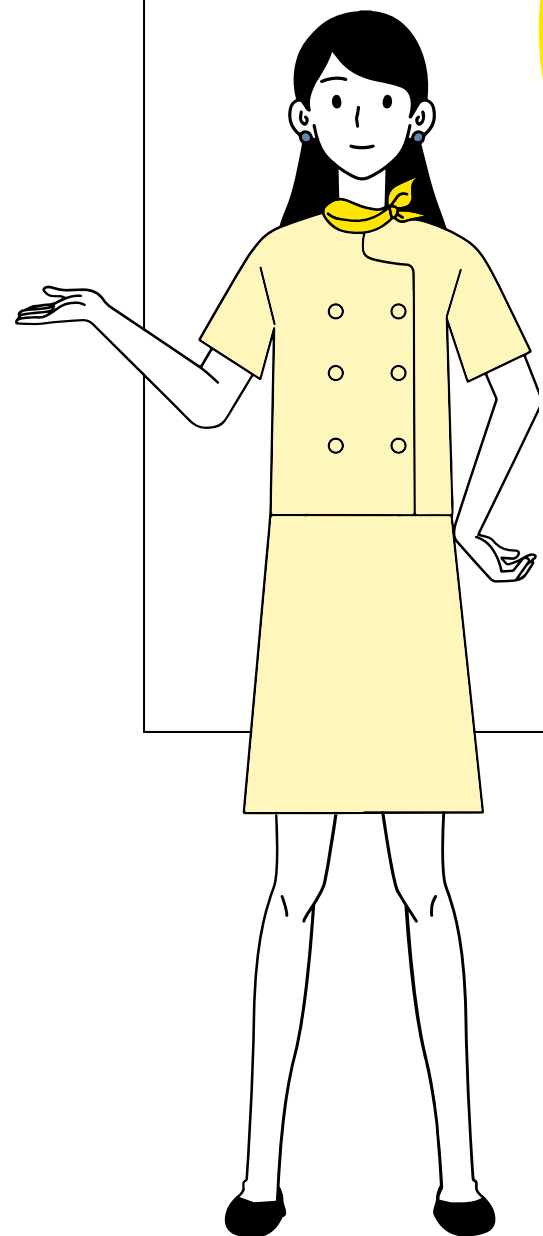
お客様に選ばれるための 「3C分析」



マーケティング手法を紹介する前に



- トノエル式「ビジネス講座」ではいくつかのマーケティング手法をご紹介します
- マーケティング手法はただの道具であって、万能解決策ではありません
- 使うタイミングや使い方がうまくいかないと、逆効果になることもあります
- どんな人がどんなタイミングで使えば効果的かも、合わせてご紹介しますので参考にしてみてください
- やってみて難しいとおもうのなら、今はまだタイミングではないのかもしれませんが



お客様に
選ばれるための
「3C分析」

お客様はどんなサービスを購入するか
比較してから決められます

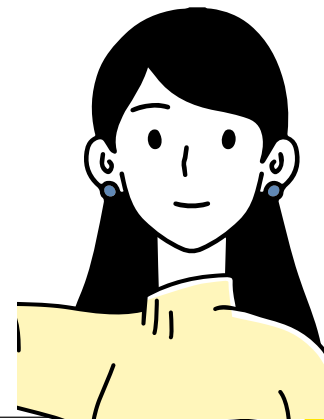
- ①比較されて選ばれる
 - ②比較されない状態へ
- まずは①をめざしていきましょう！

3C分析



1
Customer

市場・顧客
(規模・ニーズ)



2
Competitor

競合
(他の片付けプロ)

3C分析



3
Company

自社
(自分)

1 市場・顧客（規模・ニーズ）分析



- 「整理収納・片付け」は雑誌の特集も多く需要のある市場
- 生活者のほとんどが顧客になりうるくらい可能性がある
- 10年後にもなくならない仕事
(人の感情に関わる仕事なのでAIにも負けない)

※個人の意見