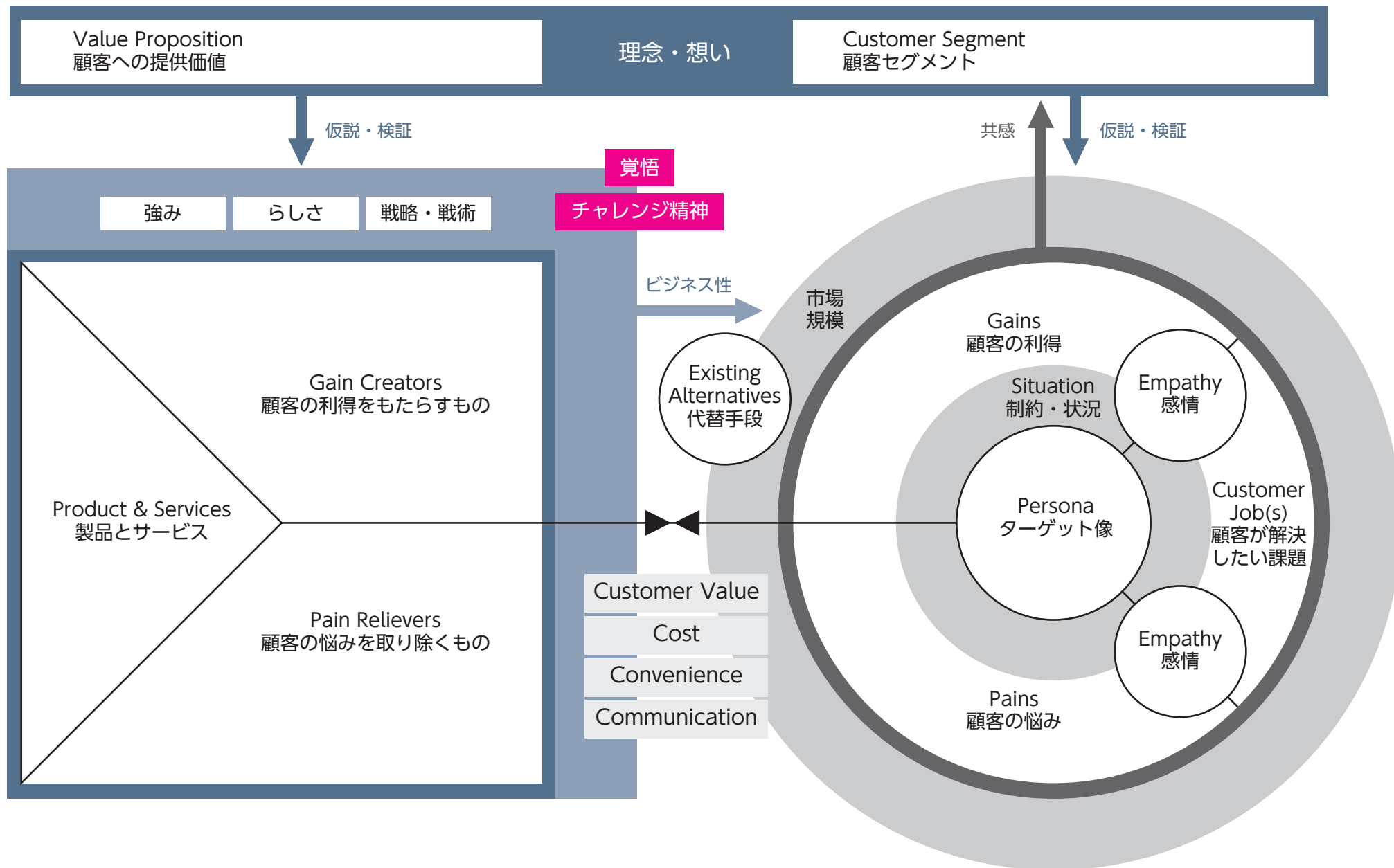


<p>姿勢</p> <p>想い</p> <p>どんな想いで 取り組むか</p>	<p>姿勢</p> <p>目的</p> <p>どんな目的で 取り組むか</p>	<p>顧客を知る</p> <p>顧客</p> <p>顧客を明確に しているか</p>
<p>自社を知る</p> <p>強み</p> <p>自社の強みを 3つ挙げる</p>	<p>自社を知る</p> <p>弱み</p> <p>自社の弱みを 3つ挙げる</p>	<p>自社を知る</p> <p>競合</p> <p>競合他社の 取り組みは？</p>
<p>創造する</p> <p>解決</p> <p>なにが顧客の悩みを 取り除くか</p>	<p>創造する</p> <p>創造</p> <p>どのような 製品・サービスか</p>	<p>実現性の検証</p> <p>市場性</p> <p>ビジネス性は 見込めるか</p>

<p>顧客を知る</p> <p>課題</p> <p>顧客が解決したい 課題や問題はなにか</p>	<p>顧客を知る</p> <p>悩み</p> <p>顧客が抱えている 悩みはなにか</p>	<p>顧客を知る</p> <p>利得</p> <p>顧客が得られる 利得はなにか</p>
<p>自社を知る</p> <p>課題</p> <p>解決したい 自社の課題</p>	<p>共感ポイントと 課題を探る</p> <p>共感</p> <p>どんなことに 共感したのか</p>	<p>共感ポイントと 課題を探る</p> <p>想い</p> <p>なぜその課題を 解決したいのか</p>
<p>実現性の検証</p> <p>流通</p> <p>流通経路は 整っているか</p>	<p>実現性の検証</p> <p>販促</p> <p>プロモーションを 考えているか</p>	<p>試作検証</p> <p>試作</p> <p>どんな試作を 行うか</p>

<p>自社を知る</p> <p>らしさ</p> <p>自社のらしさを 3つ挙げる</p>	<p>伝える</p> <p>伝達</p> <p>顧客との コミュニケーション の手段はなにか</p>
<p>創造する</p> <p>価値</p> <p>どうして顧客に 利得をもたらすか</p>	<p>伝える</p> <p>コスト</p> <p>顧客が費やす コスト感</p>
<p>試作検証</p> <p>検証</p> <p>検証する場と パートナーはいるか</p>	<p>伝える</p> <p>利便性</p> <p>顧客にとっての 利便性はなにか</p>



アイデアを絵に描いてみる



企業活動とコスト

顧客の状況と収益の流れ