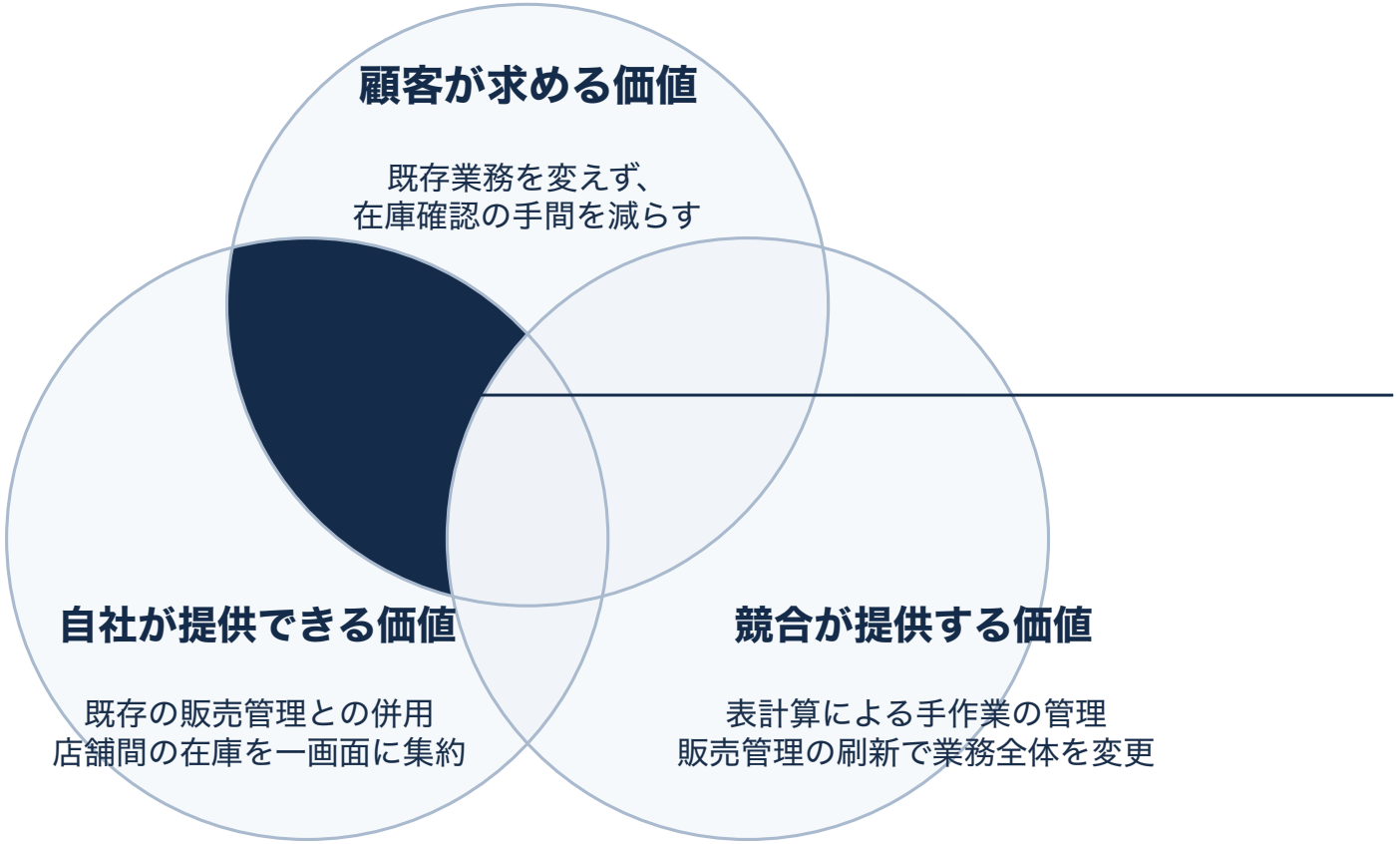
顧客が求め、自社が強く、競合が満たさない領域を狙う



濃紺 = 顧客と自社の重なりのうち、競合に含まれない領域

出典：架空の小売向け在庫管理サービスの構成例。顧客・競合・自社の記述は仮説であり、調査結果ではない。

ハイグラウンド候補

既存の販売管理を残せる店舗横断の在庫確認

顧客が求め、自社が提供でき、
競合の提供範囲には入らない価値。

競合が満たしていないかを検証

既存システムとの併用条件を
競合調査で確認する。
未確認のため、独自性は仮説とする。

優先する顧客は、店舗間の在庫確認に困る小売本部

S → T｜顧客を絞る条件

小売企業

店舗数で分ける

単店舗

店舗間の課題がない
今回は優先しない

複数店舗

既存システムの
継続意向で分ける

優先する対象

既存の販売管理を継続

店舗間の在庫確認に課題がある

販売管理を刷新

業務全体の見直しは別の提案へ

濃紺 = 今回の優先対象

P｜顧客に選ばれる理由

**販売管理を入れ替えず、
店舗間の在庫を
一画面で確認できる**

本部運営担当者へ訴求する

既存業務を続けながら、
各店へ連絡する手間を減らしたい
担当者に提案する。

出典：架空の小売向け在庫管理サービスの構成例。顧客・競合・自社の記述は仮説であり、調査結果ではない。

有効な相談申込10件を、流入数と申込の質に分解する

30日間の目標と、その内訳



有効申込率 = 有効相談申込数 ÷ 相談申込数

出典：30日間の広告経由を対象とした目標・試算例。実績ではない。獲得単価は広告費のみで、制作・調査費を含まない。

申込数と対象条件を確認する

有効申込の定義

複数店舗の在庫確認に課題があり、
販売管理を継続したい企業の申込が対象。
申込時点で判定し、
重複・対象外の申込は除く。

費用の条件

広告費30万円 ÷ 10件
= 有効申込1件あたり3万円

10件以上・3万円以下を継続判断の目安にする。