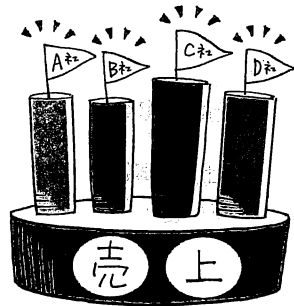


Idea 03



知ってるつもり  
の顧客層を見直し  
ターゲットを絞り込む



\\ 解説 // 自社の市場や顧客層を明確に



商品をどこに向けてアピールしていけばいいのでしょうか。やみくもにすべての顧客を対象にしても効果は少ないと思われます。そうならないように、ターゲット層を絞り込んでいく必要があります。まず、自社の売上ボリュームが大きい既存顧客をターゲットにして、よく現状分析を行い、具体的にアピールしていくことが重要です。

既存顧客の市場性をもう一度見直してみましょう。

\\ 事例 // 「部門長」「管理職」「担当者」にアピール



アピールすべき対象者には3種類のキーマンがいます。それは決定権者である「部門長」「管理職」「担当者」です。

<決定権者=対象とするべきキーマン>

1. 購買決定権者=買う窓口の部門や対象者
2. 使用決定権者=商品や製品を使う部門や対象者
3. 決裁決定権者=社長・担当役員

これらの対象者は誰なのかをきちんと把握し、そのキーマンにブランドイメージを伝えていき、好印象を持っていただくことが重要です。