女神開花起業プログラム

コンセプト　ペルソナ設定

M

コンセプトとは

誰【ペルソナ】に

どんな価値【商品、サービス】を

どんな方法で届けるかを明確にする事

まずは、ペルソナ設計していきましょう



ペルソナ＝運命のお客様

誰の為のサービスなのか、どんな人に商品を届けて

どんな困り事を解決し

お客様をどんな未来に連れていくのかを明確にする事が

発信、集客、商品の【コンセプト】です

コンセプトを誰に届けるのかを明確にするのがペルソナ設計です



あなたは
どんな事で困っている人をお客様にしますか



あなたは
どんな事で悩んでいる人をお客様にしますか　お悩みを書き出しましょう



どんな事に不満を持っている人をお客様にしますか



どんな事を望んでいる人を運命のお客様にしますか？



あなたの商品は何ですか？
何を解決するの人なのかを明確にしましょう

お客様があなたのサービスを受けて
どんな変化に期待していますか



あなたのサービスは、どんな人(お悩み)が
どんな未来(変化)になる事をお約束しますか？

お客様がお悩みを解決すると
どんな未来があるのでしょうか？何が叶いますか？どんな気持ちですか



ここまでをまとめると
あなたは何を届ける(伝える)人ですか？



テーマとコンセプト設計

テーマとは、どの市場、業種、サービスを扱うのを明確にする事

コンセプトとは
サービスをどんな『魅せ方』『切り口』で届けるのかを明確にする事

- 同じ業種、サービスでも、コンセプトが違うからお客様が選びやすい
- コンセプトが明確だと、発信も明確になる
- 自分が何をやっている人なのかを差別化できる

【テーマとコンセプトの例】

- テーマ。。エステ、美容
- コンセプト。。①時短で美肌に導く♡モチ肌研究科
- ②たるみも撃退！食いしばり改善専門サロン
- ③足魅せファッションを叶える！美脚トレーナー

コンセプトは誰にどんな価値を届けるのか

①②③　かさなる事がコンセプトになる

①自分を知る

自分の情熱、興味、好き、得意

自分の人生の価値観の土台

②お客様を知る

お客様の困り事

お悩み、解決したい事、欲しい未来

③マーケットを知る

どんなニーズがあるのかを知る事で、
サービス、商品を提供しやすくなる

具体化し、サービスにする事で

継続し、使命を感じれる仕事になる

好きを仕事にするには、どんな人に
届けるかを明確にする必要がある

お客様の何を解決できるのかを言語化



コンセプトはお客様にとって
明確で具体的にイメージしやすい事が大事⇒１番になるまで具体化する【専門家】

幸せになる●●、きれいになれる●●など抽象度が高いと

覚えてもらえない
発信が抽象的になる
発信、商品がまとまらない
お客様に見つけてもらえない



何を届けるかが明確になったら
コンセプトを決めましょう

USPとは

USPは『ユニーク セーリング プロポジション』

コンセプトがＵＳＰになります

コンセプト、ＵＳＰは、インスタグラムの

プロフィールまたは、紹介欄に記載します

サロン名の前に入れたりもします。

ＵＳＰをつける理由は

あなただからこそ

お客様の悩みを解決できる人とわかってもらえるからです

お客様目線で言うと、あなたなら自分のお悩みを解決してくれるかもと、興味を持つきっかけになるのです



発信は自分目線ではなく、ペルソナさんのお悩みに答えていく

コンセプトに沿って
ペルソナが解決したいお悩み
具体的に悩みが解決した未来を発信していく

自分の商品は、お客様のお悩みをどのように解決ができるかを
言語化してお伝えするのが愛の発信