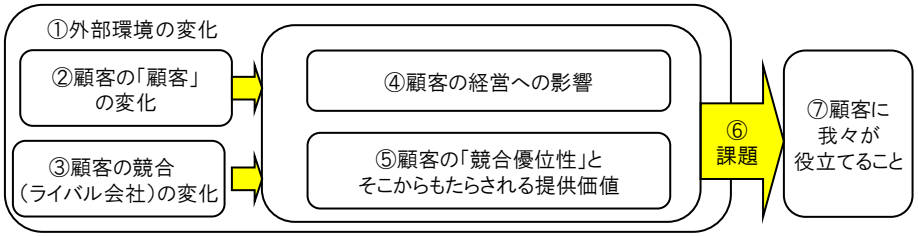
ターゲット顧客の分析と仮説構築のための
３Ｃ（Customer／Competitor／Company）フレーム



＜○○○○株式会社＞
□本店所在地：
□設立：　年　月　日　　□代表者：　　□従業員数：　　名　　□資本金：　円
□事業内容：
□事業所：本社（　　）／支社（　　）
　　支店（　　）／工場（　　）
□その他：

①外部環境の変化	■ターゲット顧客の置かれている外部環境の変化にはどんなものがあるのか。
②顧客の「顧客」の変化	■ターゲット顧客の顧客はどういったところか。変化は起こっているだろうか。 ■環境変化の中で、ターゲット顧客に対する顧客からの要望や期待はどんな変化をしているのか。
③顧客の競合（ライバル会社の変化	■ターゲット顧客の競合（ライバル会社）はどんなところか。変化は起こっているのか。 ■ターゲット顧客の競合（ライバル会社）の強み、差別化戦略はどのようなものか。
④顧客の経営への影響	■①②③からターゲット顧客の経営にはどのような影響があるか。
⑤顧客の「競合優位」からもたらされる提供価値	■ターゲット顧客は何を競合優位性として顧客に価値提供しているのか。

⑥課題 ④⑤から想定されるターゲット顧客の課題は何でしょうか。	⑦ターゲット顧客に我々が役立てること

Copyright (C) 日本グローバルサポート株式会社 All Rights Reserved