

顧客別差別化戦略フォーマット

自社製品・サービスを販売していく上で、どのような活動を行っていますか？

また、それに対して、顧客からはどんな反応がありますか？

製品・サービスの認知から販売に至る流れの中で、事例として記入してあります。

認知

顧客心理段階	具体的活動内容 (数値なども記入してください)	お客様の反応 (目標数値)	ツール
認知	<ul style="list-style-type: none"> ・ブログ、新着情報を継続的に書いて顧客やその先の顧客にもSNSなどを通じて見つけてもらう (ホームページPV数10,000) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ブログを見てみよう ・FBもあるんだ! (コンタクト数=毎回300) 	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページ ・ブログ、新着情報 ・FBなどSNS
関心	<ul style="list-style-type: none"> ・ブログを読んでもらって、Zoomで製品体験会に参加してもらう (30名) ・体験会後のコンタクトを取る (インサイドセールス) ・体験会後にサンプルを郵送する 	<ul style="list-style-type: none"> ・メルマガに登録してみよう ・話してみたら楽しそうな人 	<ul style="list-style-type: none"> ・ブログ→メルマガ ・体験会 ・パンフレット ・サンプル
調査	<ul style="list-style-type: none"> ・メルマガを読んでもらい製品特徴を確認してもらう ・他社との比較でも、差別化できるコンテンツ ・顧客の事例紹介へ誘導 	<ul style="list-style-type: none"> ・メルマガ、なるほどね ・製品をもう一度見てみよう 	<ul style="list-style-type: none"> ・メルマガ ・ホームページ ・ブログ、新着情報 ・コンテンツ
意欲	<ul style="list-style-type: none"> ・メルマガから質問をもらう ・Zoomで製品体験会にまた参加してもらう ・サンプルから、問い合わせをもらう 	<ul style="list-style-type: none"> ・当社の場合どうなんだろう？ ・もらったサンプル使ってもいい？ 	<ul style="list-style-type: none"> ・メルマガ ・ホームページ ・ブログ、新着情報 ・サンプル
行動	<ul style="list-style-type: none"> ・電話をもらったり、問い合わせをもらう ・面談日程をもらう ・来店、購入、お支払 (8名) 	<ul style="list-style-type: none"> ・聞いてみよう ・確認できてよかった 	<ul style="list-style-type: none"> ・受付ディスプレイ ・製品 ・アプローチブック ・工場案内
継続	<ul style="list-style-type: none"> ・次回の打ち合わせをお帰りまでに行う ・次回の訪問時前日にお声掛けをする ・その顧客のための次の提案の準備をして伝える 	<ul style="list-style-type: none"> ・次回予定の付けた ・他の社員にも会わせよう 	<ul style="list-style-type: none"> ・次回予約カード ・ブログ、新着情報 ・随時連絡 ・新or裏メニュー

購買
継続