

BtoB マーケティング設計・セルフ診断シート

PART 1…成功の分解・言語化

Q1. 競合他社との決定的な違いは何ですか?(3つ)

1. _____
2. _____
3. _____

Q2. お客様が「ここに決めた」と言う御社に決定した理由となる決め手は何ですか?(複数選択可)

- 価格 技術力 対応の速さ 社長・スタッフの人柄
 アフターフォロー 提案力 その他 _____
一番大きいと感じるもの _____

Q3. 今年最も成果が出た施策・出来事は?

それは来年も再現できますか? はい いいえ わからない

Q4. 来年も再現するために必要なことは?

Q5. 口コミ・紹介が生まれる瞬間はどこですか?

- 初回接客時 見積もり・提案時 納品時
 アフターフォロー時 トラブル対応時
 その他: _____

PART 2…成長の制約発見

Q6. 「もっと売れてほしい」のに売れていない理由は?(複数選択可)

- 認知が足りない(知られていない)

- 問い合わせは来るが成約率が低い
- 受注しても対応キャパが足りない
- 価格競争に巻き込まれている
- リピート・紹介の仕組みがない
- ホームページ・SNS がうまく機能していない
- その他: _____

一番大きいと感じるもの _____

Q7. 売上を2倍にするなら、何が一番のボトルネックになりますか？

- 人員(対応できる人が足りない)
- 工場・設備のキャパシティ
- 集客・認知
- 資金
- 仕組み・マニュアル化
- その他: _____

Q8. ホームページの運用が進まない本当の理由は？

- 制作会社の対応が遅い
- 社内で更新内容を決められない
- 優先度が低い
- 予算が合わない
- そもそも必要性を感じていない
- その他 _____

Q9. 社員さん個人の魅力を発揮できる環境を整えたい、の具体的なイメージは？

Q10. 求人・人材育成で明確にしたいことは?(複数選択可)

- どんな人材を求めるか(求める人物像)
- どう育てるか(教育・研修の仕組み)
- どう評価するか(評価基準)
- どう定着させるか(働きやすさ、やりがい)

理想の社員像を3つのキーワードで

1. _____
 2. _____
 3. _____
-

【診断を終えた皆様へ】

ご回答お疲れ様でした。

この10の問いへの答えこそが、御社の「次なる成長の設計図」の断片です。

しかし、これらの要素をどう繋ぎ合わせれば「営業を増やさずに、自然と選ばれる流れ」になるのか？

その正解は、業界や現在の体制によって千差万別です。

そこで、この回答結果を基に、サマンサハートの高橋が直接御社の強みを分析する「30分間・無料解説セッション」を実施しています。

- ・自分の回答が「設計」として正しいのか確認したい
- ・具体的に明日から何をすべきか、優先順位を知りたい

そうお考えの方は、ぜひ以下の専用ページより、解説セッションの予約（または面談の申し込み）へお進みください。