

ポジショニングと競合分析

ポジショニングとは、同じようなことをしている人がたくさんいる中で、自分がナンバー1になれるポジションを見つけて確率していくことです。点がとれる場所をみつけ、相手の強みを消す場所を確保する行為です。

そうすることによって無競争状態をつくることができます！
人と被らない部分を見つけて自分の勝てる場所を作りましょう^^

ポジショニングの見つけ方はいくつかありますが、
<1番簡単なポジショニングの見つけ方>として

競合をリサーチする

方法があります。

あなたのペルソナさん（理想のお客さま）の
「悩み・課題」を解決している同業他社を見つけていきます。

どんなふうに見つけていくのかというと

-
- ・ 「いいな」と思っている人
 - ・ 理想、憧れの人
 - ・ ライバルだと思っている人
 - ・ 「上手くやっているな」と思う人
 - ・ 嫉妬、妬みの対象
 - ・ 周りの評価が高い人
 - ・ 検索で探してみる
-

10人ピックアップしてください！

最低限おさえるポイント

- ・ 名前
- ・ ホームページ (ブログ)
- ・ サービス内容
- ・ 料金体系

競合分析の最低ラインはこの4つをおさえておいてください。

表をつくったりしておく、後から見返すと便利です！

詳しく分析していくにあたって、下記のポイントを押さえてください。

競合リサーチ・詳細分析ポイント

- 1、 ターゲット (誰に)
- 2、 ベネフィット (何を叶えているか、解決しているか)
- 3、 メソッド (ハウツー、方法、特徴)
- 4、 どんな悩みを解決しているのか？
- 5、 肩書き
- 6、 サービス内容 (商品ラインナップ)
- 7、 料金 (価格体系)
- 8、 1番の売りは何か？
- 9、 強みは？そして弱みは？
 - ・ **もっと強化した方がいい点**
 - ・ **不満が出るであろう点**
- 10、 ブログやHPなどのコンテンツ情報 (タイトル、コンテンツ、マーケティングの流れ)
- 11、 キャラクター
- 12、 サポート
- 13、 実績や経歴
- 14、 その他の特徴、特典

15、実際にブログに登録してみる！

・ 競合他社を10社（者）ピックアップして リサーチする

これをしておくと、コンセプト（あなたの商品を一言でいうとどんな商品？
どんな方法で何を提供する・実現する）を作る際に役立ちます。

他の競合他社に勝てる商品を作っていくために、競合の穴や隙間を見つけます！！

特に、競合の

- ・ もっと強化した方がいい点
- ・ ぐちや不満が出るであろう点

に注目していくと、その人にできない部分を商品にできて
勝てる気がどんどん湧いてくるのです、、

例えば、「〇〇さんのサロンには人がたくさん集まっている、けど1人1人のお
客さまにたくさんの時間をとることができないだろう、、」

→私のサロンは1日おひとり様だけの限定サロンだから、ゆったりとした時間を
を過ごしてもらうことができるし、丁寧な接客、アフターフォローもしっかり
とすることができるじゃん！」

と思えるようになります。笑

競合分析、楽しんでやってみましょう！