

15ステップ・リサーチ Ver2

1. 見込み客の願望、欲求は何？その中でもトップ3は何？（Desire）

2. 見込み客のイライラ、恐怖、不安、心配事、解決したい問題、避けたいこと、欲求不満（フラストレーション）、恥、夜中に目が覚めてしまうような事は何？その中でもトップ3は何？（Desire）

3. 見込み客の持っている、この分野、問題、商品に対する思い込みは何？常識だと思っていることは何？（Belief）

4. この商品のメインベネフィットは何？

もし見込み客が魔法の杖を持っていて、一振りで悩みや問題を消し去り、理想の状態になれるとしたら、、、何をする？何を解決する？（Desire、Big Promise）

5. この商品ジャンル、業界に対する気持ちはどんなものか？

この手の商品・業界に対してどう感じてるか？これまでどんなことに期待して商品を買って、どんな風に満足／不満足を経験したか？人やメディアから、どのように情報を得ているか？（Feeling）

6. なぜ、この商品を作ったのか？その理由は？
（お金以外で）

7. 以下のビフォーアフター作文を完成させる。

これは、_____（な人）が、_____（になる）ための商品です。

8. お客はその商品を使った後に何を得る？（結果、変化）

9. 見込み客の不安、問題、痛みとつながる、共感できるストーリー、シーンは？

10. 証拠は？

(なぜ見込み客はあなたの話を聞かなければならないのか？)

11. この商品は、誰のためのもの？

12. この商品は、誰のためのものじゃない？

13. 買わない理由、反論は？それをどう潰す？

14. 見込み客が抱える問題や痛みに関する、他の解決策は何か？それについての主流の解決策は何か？（マーケット）

15. この商品は、上記と比べてどう違う？

理由

Why me?

なぜ、私がこの商品を買うべきなのか？なぜ、他の人じゃなく私？

Why you?

なぜ、他の商品ではなくこれを買うべきなのか？なぜ、他の人からじゃなくあなたから？

Why now?

なぜ、今買うべきなのか？後回しすると、なぜ、どんな損をすることになるのか？（値上げやボーナス終了などのデッドラインも大事だが、それ以外の理由は？）