



提供価値： _____

商材

顧客

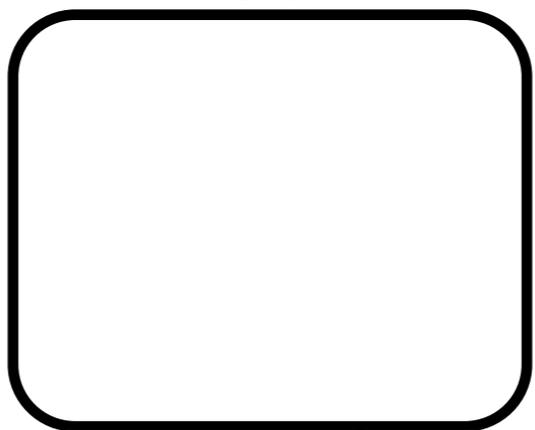
商品・サービス概要

戦略

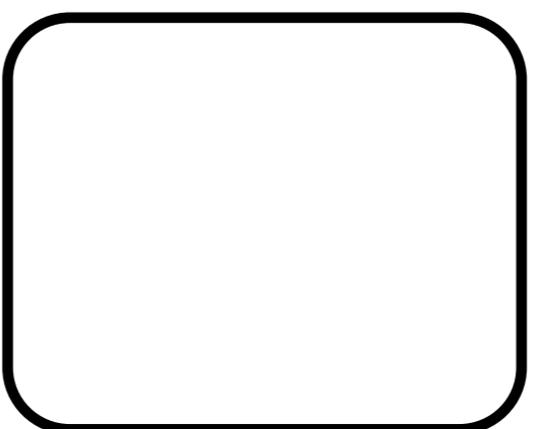
顧客情報

特徴・強み

顧客の抱える課題・ニーズ



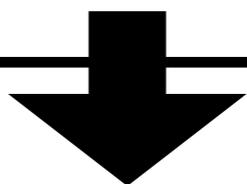
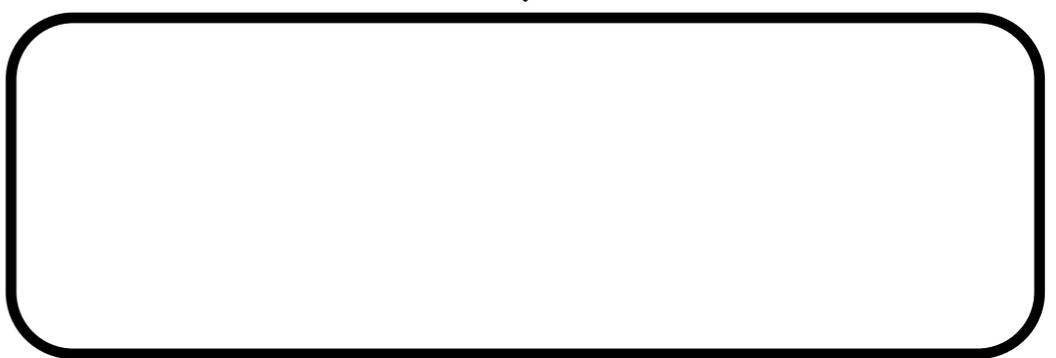
販路



製造・調達方法



顧客未来図



提供価値：ターゲット顧客への販売サポート

例：百貨店の
ビジネスモデル

商材

顧客

商品・サービス概要

都内一等地にある百貨店内での
売場スペースの貸与

戦略

- ・ 駅近などの立地戦略
- ・ 販売スタッフの
トレーニング
- ・ 優良顧客囲い込み

顧客情報

- ・ 高級アクセサリメーカー
- ・ 対面接客による高付加価値戦略
- ・ ECは現在実施しておらず
- ・ 販売員は少数

特徴・強み

- ・ 都内一等地の駅直結ビル
- ・ 一流の接客スタッフを配置
- ・ 各フロアにコンシェルジュ設置
- ・ 多言語対応可能な体制
- ・ 会員制コミュニティも運営。
- ・ 専用クレジットカード展開。

販路

- ・ バイヤーを通じた
テナント誘致

顧客の抱える課題・ニーズ

- ・ 高単価販売を維持したい
- ・ 一流ブランドイメージ
- ・ ECにより店舗売上が落ちている
- ・ 販売スタッフがない為、
販売部分をアウトソースしたい
- ・ 広告を出稿する予定はない

製造・調達方法

- ・ 鉄道&不動産会社とのリレーション
- ・ 一流デザイナーによる店舗デザイン
- ・ 美術館やCSR活動による顧客獲得

顧客未来図

販売したい対象への無駄のない認知
& 販売ルートの確保