

01

02

03

04

05

06

07

08

09

10

11

12

# Session 04

## ライバルを無力化する差別化の軸

- 1: 差別化戦略3つの軸
- 2: CPFの軸ブレがあるから儲からない
- 3: お客様の成長モデル
- 4: どんな軸でも結局は売上を上げる
- 5: CPF打手の優先順位
- 6: 自己満足にならないために

## 差別化戦略3つの軸

強みや差別化を見つける方法は無限にありそうですが、実は大別すると3つしかありません。 自社はどの軸で差別化をしているでしょうか？

# C

convenience

〔 手軽・便利軸 〕

- ・近い・早い・かんたん・便利・手軽
- ・安い・それなり・こだわらない



# P

professional

〔 商品・品質軸 〕

- ・高品質・最新、最高技術・高価格
- ・スキル・技能・高機能・こだわり



# F

friendly

〔 密着・顧客軸 〕

- ・不満、不便、不安の解消・親密
- ・絆・ニーズに答える・寄り添い・労り

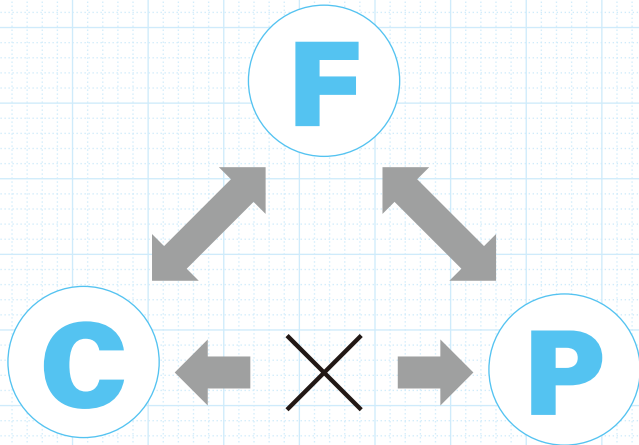


# CPFの軸ブレがあるから儲からない

## 1つの軸で圧倒し、他の2つは平均点。

- C軸とP軸の両立は難しい！ 例:低価格で最高品質なもの・・・？
- 軸は1つに絞るが、他の2軸がゼロで良いわけではない。
- 手軽な店(C)でも、あまりに味が悪い。はNG。
- 味がよくて(P)も、顧客対応が悪い。はNG。

強みを活かすためには、いろいろやらない経営資源を集中させる！



### ビジネスの軸ブレチェック

	C	P	F	
● 商品・サービスは？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	.....
● 品質・クオリティは？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	.....
● 集客の方法は？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	.....
● 各種ツールは？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	.....
● お店・会社の雰囲気は？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	.....
● 顧客への対応は？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	.....
● スタッフの教育育成は？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	.....
● 自分の世界観は？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	.....
● 目指しているところは？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	.....

# お客様の成長モデル

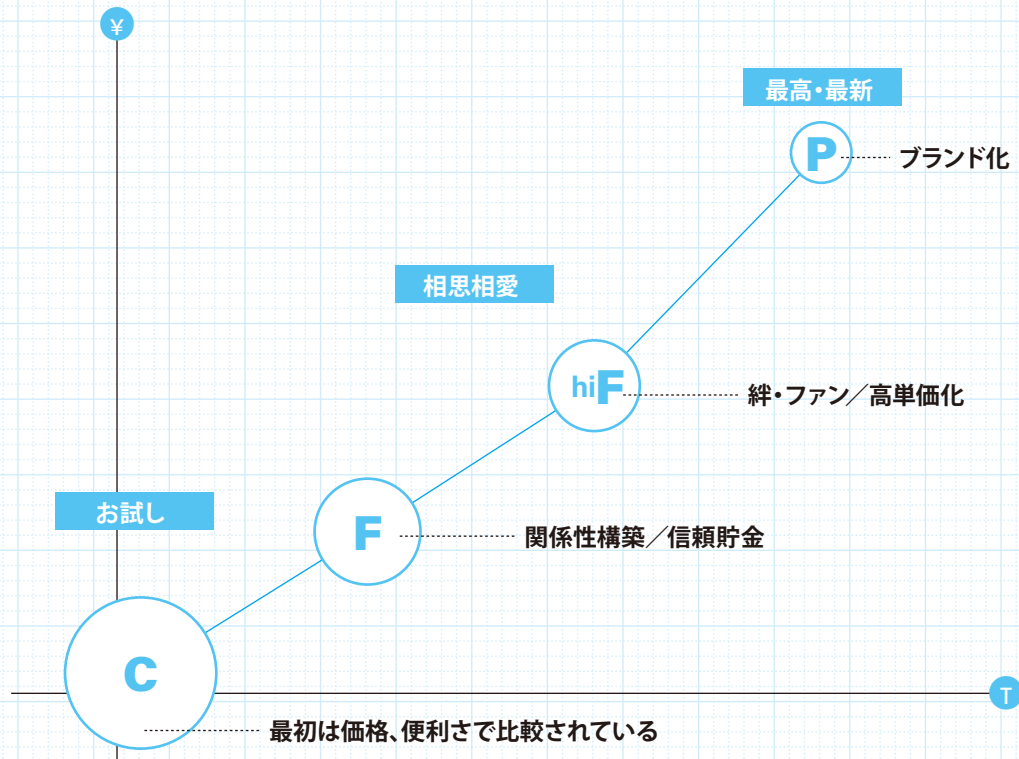
強みや差別化を見つける方法は無限にありそうですが、実は大別すると3つしかありません。 自社はどの軸で差別化をしているでしょうか？

## ▼おすすめ

- **CinF**model
- **FinhiF**model

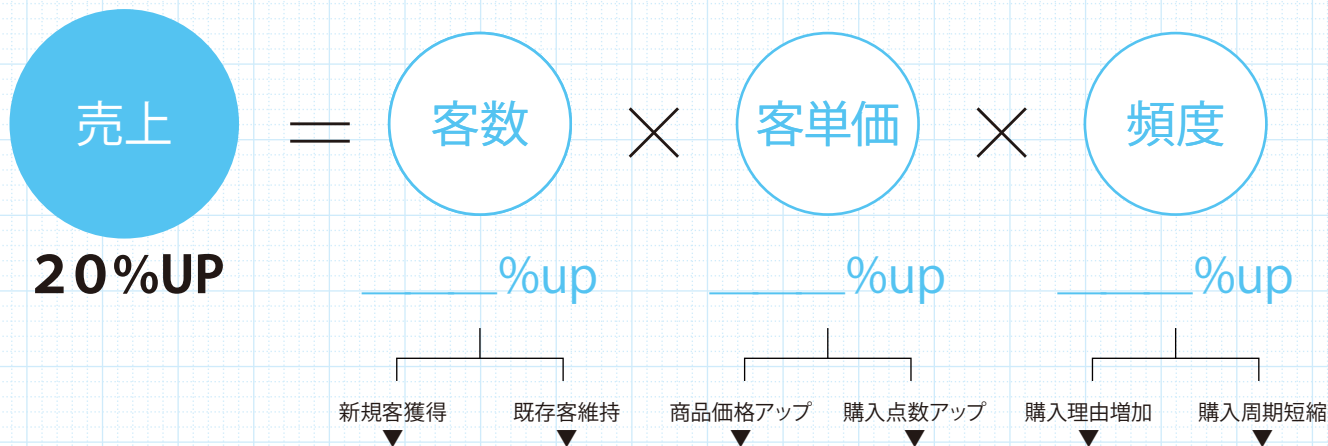
## ▼難易度高い

- **Fin** model
- **Pin** model



# CPF打手の優先順位

CPFの差別化は、そのまま戦略の打手となります。ただ闇雲に動いても、目標に近づかず徒労に終わります。では何から手をつけられ良いのでしょうか？



● <b>C</b> convenience	1			4	3	2
● <b>P</b> professional		2	1		4	3
● <b>F</b> friendly		1	4	3	2	