



INDEX

- ◎ ごあいさつ
- ◎ 頭を柔らかくする
- ◎ デジタルマーケティング
ペルソナ・アバターを設定しよう
- ◎ 書評
- ◎ スタッフ紹介 (藤波希望)
- ◎ あとがき

ごあいさつ

こんにちは。Google マップって利用されていますか？私はもっぱら、飲食店を探すのに利用しています。レストランとか、カフェとか検索するとキーワードに応じたお店を地図上に表示してくれます。自分のいる位置を中心にしたり、これから訪問する場所の近辺のお店も検索出来たりしますし、口コミも掲載されていてとても便利。ところで、この口コミ、私もちょこちょこ投稿しているのですが、気づいたらなんと投稿数 1987 件にもなっていました。もっと驚くべきことは、これだけ投稿していますが、投稿に対して返信を頂いたのは多分 2-3 件。来店型ビジネスをされている方、Google Maps 対策は必須です。他社との差別化も簡単ですよ。返信するだけです。

頭を柔らかくする



いきなりですが、問題です。

部屋に電気が付いています。この電気を消した後も、本を読むためにはどうしたら良いでしょうか？

<答えは文末で>

頭が柔らかければわかる問題だそうですが、答えられたでしょうか？(この通信を読んでいる大半の方は、私より先輩が多いので恐縮ですが、) 年取ると頭固くなりますよね。

頭が固くなると、「新しいこと」が苦手になります。新しい発想、新しいやり方、新しい考え方、などなど。

そもそも頭が柔らかいという状況は、固定観念に縛られないということです。人生で様々なことを経験したからこそ、その経験則が固定観念となり、「新しい」を受け入れられなくなってしまうのでしょう。

前回からお伝えしているデジタルマーケティ

ングの分野も比較的新しい分野なので、頭を柔らかくしていただかないと、頭に入りません。ですので、ぜひ、頭を柔らかくしていただきたいと思います。

私流の頭を柔らかくする方法

「頭を柔らかくする方法」と検索すれば、学術的なことも含めて、情報は山程あるとおもいますので、ここでは私が行っている方法をご紹介します。

1) 新しい人に会う

所属するコミュニティが固定化すると、考え方も固定化しがちです。ストレスを感じても、色々な人に会って話すようにしています。

2) ルーティンを崩す

決まった時間に決まった行動をすることも大事ですが、あえて崩すこともします。それが新しい人との出会いにつながったりもします。

3) 仮面をかぶる

自分の思い込みを捨てる為に、もし〇〇さんだとしたらどうする？と考えてみます。例えばソフトバンクの孫さんだったらどうする？秀吉だったらどうする？とか。ゼロベース思考の為に、【解決したい問題】を知る前の自分だったらどうする、でもよいでしょう。他の誰かになっただつもりで考えてみます。

4) 本を読んで映画を見る

人生の疑似体験が出来ます。誰かになりきるためにもたくさんの人物像があると便利です。

以上、私の頭を柔らかくする方法でした。

あ、あと子供と遊ぶもありますね！ 私は幸いなことに、中学生の娘と、未就学児の娘がいるので、自分が必要と思っていない刺激も受けています。それがよいきっかけとなり気付かされることも多々あります。

■問題の答え■

昼間に読む！（笑）電気不要です。



デジタルマーケティング

ペルソナ・アバターを設定しよう

今回はデジタルマーケティングをすすめる上で、「カスタマージャーニー」という顧客がたどる感情や行動のステップがあることをご説明しました。

では、今回はその道筋をどんな人に歩んでもらいたいのか？というお話です。

ペルソナとアバター

マーケティングを学んでいくと、必ずこの言葉がでてきますが、ペルソナとは「人格」を意味し、アバターは「分身」を意味します。どちらも理想の顧客像ということです。違いは無いと思っていただいてもいいでしょう。

ターゲットとの違い

ターゲットとよく混同してしまいがちですが、ターゲットはグループで、ペルソナは個人になります。

具体的にいうと「40代男性で多摩地区に住居と事務所を構える経営者」はターゲットです。

もっと広く、40代男性とする場合もあるでしょう。

ペルソナは、名前は木村太一。1979年生まれ、A型、しし座、趣味はゴルフと筋トレで、娘が3人いて、年収は〇〇万円で、貯金はほとんどなし。週に最低90時間程度は仕事して、民放テレビは殆ど見ないでNETFLIXばかり見てると、言った感じで超具体的な人物像を設定します。写真も加えると、より具体的になりますね。

ペルソナが必要な理由

マーケティングはメッセージです。誰に伝えたいのかをチームで共有したり、認識し直す為に必要となります。ペルソナを設定することで、刺さるメッセージを作れるようになります。

ペルソナをどうやって決めるのか

では、どうやってペルソナを決めればよいのでしょうか？ペルソナとは理想の顧客像ですが、「白馬の王子様」に当たる確率は0に近いので、現実的に顧客になっていただいている人から選びましょう。上得意先様をペルソナにしましょう。その人がたくさんいたら嬉しいですよ？

狙う前に撃つのも大事

お客様が0の状態のスタート時や、新サービスの場合、ペルソナを決める前に、まずターゲットに向けてメッセージを発信し、その中で良い人が現れたらその人をペルソナにすると良いでしょう。あれこれ考えすぎるよりも行動したほうが結果は早くできます。

基本は「構える、撃つ、狙う」です。



今号の「書評」

【新版】小さな会社★儲けのルール

ランチェスターの法則を経営に応用し、ランチェスター戦略を提唱している竹田陽一氏の著書。ポイントとしては、1:何かしらで1位を目指す。2:ランチェスターの法則を応用する。第一法則は「攻撃力=兵力数×武器性能」。第二法則は「攻撃力



＝兵力数の2乗×武器性能」となり、第一法則は接近戦に適用されて、第二法則は遠距離戦に適用されます。

戦闘に例えてみます。第一法則の場合、武器性能(質)が同じ場合10人と6人で戦ったら、6人側が全滅した

場合、10名側も6人が死亡するので、損害の出方は1対1となり、効率は「1.0」です。槍をもった兵士が突撃しあって、相打ち6名、残り4名といった形です。

次に第二法則は遠距離戦です。川を挟んで、銃撃戦を行うとします。兵士の数が5対2の場合、5人側は狙われる可能性が5分の1。相手は2人なので、計算上5分の2となります。一方2人側は、狙われる確率は2分の1。相手は5人なので、計算上2分の5となります。分母を合わせると、「10分の4対10分の25」になります。両方に10をかけて分母を消すと、双方の損害量は「4対25」になります。攻撃力はこの反対になるので、5人側の攻撃力は「25」になり、2人側の攻撃力は「4」になります。このように双方の本当の力関係は2乗比になってしまうということです。

こういった法則を頭に入れた上で、中小企業は局地戦を選び、1点突破で、シェア1位を目指しましょうといったことを、たくさんの事例と共に紹介されています。

個人的には特にスタートアップの時期に読むと大変参考になるのでは無いかと思います。

もちろん、長年事業をされている方でも、なにかの気づきは必ずあると思われる本ですので、ぜひ読んでみてください。

【新版】小さな会社★儲けのルール

竹田陽一(著) 栢野克己(著)

おすすめ度：★★★★☆



スタッフ紹介

クリエイティブ事業部
WEBアシスタント

藤波 希望 (ふじなみ のぞみ)



こんにちは！ドットワンのWEBアシスタントをさせていただいている藤波と申します。

社内で皆様のHPの軽微な修正のご依頼を反映させたり、データ入力したり、細々とした「手が回らないよォ！」という作業をお手伝いさせていただいています。猫の手ですね。

昨年の5月頃に入社し、9月から産休・育休へ。そして4月に赤ちゃんを保育園に入れて復帰だ！と息巻いていたところ、復帰初日の朝に事務所前の廊下で転んで足の骨を折り、追加一か月お休みをいただくという失態を犯しました。痛かったです。

なんやかんやありつつも、無事復職させていただきました！とはいえ赤ちゃんも思春期の子もおり、出社できない日が続いたりもしていますが.....

皆様から頂くお電話口や、お送りするメールなどにも現れるかもしれませんので、その時はどうぞよろしく願いいたします。

自己紹介、というものに慣れておりませんので何を書いたものかと思うのですが.....

生まれは昭和の最後の年。同じ誕生日はのび太君。私も永遠の小学生で居たかったですね。

元気にスクスク.....と言いたいのですが、三歳

の時に大病をし半年入院しました。もうほとんど覚えていないのですが、「カニの甲羅グラタンがインパクトがあって好きなのに味が好みじゃなかった」という事を憶えています。そんなことばかり！

無事に退院したものの、病気の関係で疲れやすくなり、そのまま運動嫌いに。片目の視力を削りながら読書に没頭したりアニメや漫画にはまったりして、世間でいうところのオタクとして成長しました。

オタク以外では、食べるの大好き作るのも好き！に育ち、体は横に大きく成長しました。葉の影響で太りやすくなるよと担当の医師は言っていたのですが「こんな風にまでなるとは言っていない」と仰っていました。不思議不思議。ちなみに姉と兄も同じ体系です。この辺にヒントがありそうですね……。

オタクとインターネットは大変に仲良しなので、中学生の頃にインターネットに触れてから現在まで、噛り付くようにインターネットをしています。今や実際に知り合った人よりも画面の向こうの方が友達が多いのでは？といった気すらします。夫もインターネット経由で知り合いました。

高校を卒業後、勉強熱心ではなかった私はアミューズメント系の会社へ就職。しかし数か月で体を壊し、退職して手術と相成りました。そこからはフリーターとして接客業を転々としているうちに結婚。子供を産んで「まるで一般人みたい！」と思いながら今も生活しています。オタクは結婚できないという思い込みがあったので……。

家族構成は夫、10歳/8歳/0歳の娘三人、猫が二匹です。

ドットワンでは初めての事務作業を経験させていただいています。何分不慣れな業種なので、まだ右も左も分からず、横断歩道を手を挙げてわたるような働きしかできていませんが、皆様のお役に立てればと思います。どうぞよろしくお祈りします。

【追伸】ドットワンの Twitter を稼働しています

(Instagram も！)。よかったらフォローしてください！

<木村より>

藤波さんの入社経路はちょっと変わっていて、藤波さんの旦那さんが一瞬弊社在籍していたことがあり、その流れで入社していただきました。旦那さんが奥さんの勤め先として勧められる会社であったことは、ちょっとだけ自分の会社を褒めてよいのかなとも思いました。

朗らかな性格で電話の応答も明るく、どんな仕事も笑顔で引き受けてくれるので、社内が明るくなります。

ちなみに猫の名前はマオ（猫）だそうです。

あ・と・が・き

- クリスマスまでをカウントダウンするアドベントカレンダーですが、例年レゴなのに今年はワインのアドベントカレンダーを買ってしまいました。12月、飲みすぎないように注意します・・・
- 今年中にベンチプレス 100kg ですが RC クラブの後輩にネガティブトレーニングというのを聞いたので、肩を気をつけつつ頑張ります。
- 小さな社会貢献として「子供が売られない世界をつくる かものはしプロジェクト」に寄付継続中です。



代表者プロフィール

木村太一 (Kimura Taichi)

1979年8月9日生まれ 東京都日野市出身

日本大学第二高等学校 卒業

日本映画学校 (現日本映画大学) 卒業

家族構成：妻と娘3人

趣味：ゴルフ 筋トレ

・東京稲城ロータリークラブ 会員

・カッコいい資格はもってません。正直、元気、やる気、親身が取り柄です。

出版・編集

ドットワン合同会社

電話 :042-519-6960 / FAX:042-533-5421

〒196-0001 東京都昭島市美堀町 5-16-22-302

URL: <https://dot1.tv> e-mail: info@dot1.tv

配信停止について

このニュースレターでは、すぐに役に立つ情報アドバイスを提供していますが、本ニュースレターがご不要な場合は上記連絡先まで、ご連絡ください。

免責事項

このニュースレターでは、すぐに役に立つ情報アドバイスを提供していますが、本ニュースレターで提供された情報、およびアドバイスによって発生した問題に関しましては一切、当方やライターに責任や義務は生じません。読者はここでの情報を参考に下した判断や行動は、全て各人自身の責任となります。