

STEP-BY-STEP SEO

三銃士のペルソナ のワークシート

広告費を1円もかけずに、
アクセスを殺到させる方法

三銃士のペルソナのワークシート

効果的な販売戦略を策定するためには、ターゲットとなる顧客とその固有のペインポイントを明確にすることが重要です。ジグ・ジグラーの言葉にあるように、「ターゲットがないのに、どうやって攻撃するのか？

顧客アバターがなければ、あなたのマーケティング活動は一般的でつまらないものになってしまうでしょう。最近では、ありきたりでつまらないものに財布を開く人はいません。だからこそ、このエクササイズは、あなたのセールスとマーケティングのプロセスのほぼすべての面で成功するための基礎となるのです。

お客様のアバターを明確にすることは、これらの分野にも影響を与えます。

- **製品/サービスの創造** - アバターの問題を予測し、解決するために、どのようなソリューションを開発し、アバターに提供することができるか？
- **コピーライティング** - アバターを惹きつけ、コンバージョンさせるためには、オファーをどのように表現すべきか？
- **メールマーケティング** - あるタイプのメールマーケティングキャンペーンと別のタイプのメールマーケティングキャンペーンでは、どのアバターが受け取るべきか？
- **コンテンツマーケティング** - アバターに購入を促すためには、どのようなリードマグネット、ブログ記事、ビデオ、ポッドキャストなどを作成すべきか？
- **ソーシャルメディア・マーケティング** - どのプラットフォームで活動することが最も重要か？
- **ペイドトラフィック** - どこに費用をかけるべきか、どのようなターゲティングオプションを利用すべきか？

お客様は、信頼できる企業から何度も購入してください。信頼を得るためには、お客様が自分のことを理解している以上に、自分がお客様のことを理解していることを示さなければなりません。努力と想像力が必要ですが、顧客アバターを手に入れば、理想的な見込み客を長期的な購入者に変えるような製品やサービスを作り、販売するための準備が整います。

そこで、理想のお客様について考えてみましょう。彼らのストーリーを想像し、完全なアイデンティティを与えましょう。具体的に、そして感情的に。このワークシートを参考に、恐れずに深く掘り下げてみてください。

注：市場のさまざまなセグメントを表現するために、複数の顧客アバターが必要になるかもしれませんが、一度に1つだけ取り組むことを優先してください。

ステップ1：別のシートに、理想のお客様に共通する人口統計学のおよび心理学的特徴をリストアップします。これまでに行った市場調査や受け取ったお客様の声をもとに、ブレインダンプを行います。

ステップ2: アバターに名前と顔をつける。はい、本当に!写真を探してくるのもいいでしょう。

ステップ3: 自分のアバターになりきって、彼らの目で人生を見てみましょう。もっと詳しく知りたいと思ったら、ぜひ追加してください。

あなたのアバターについて、より具体的な情報があればあるほど良いでしょう。

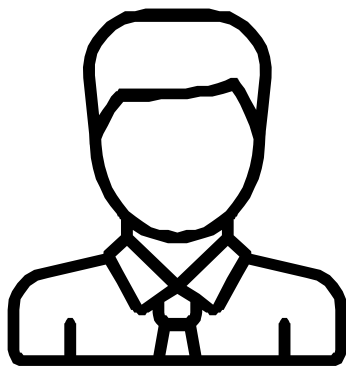
- > 自分は男性か女性か?
- > 自分は何歳なのか?
- > どこがホームなのか?
- > 私には配偶者がいますか?彼らは何歳ですか?
- > 私には子供がいますか?その性別と年齢は?

- > 私の最高学歴は何ですか?
- > 私の職業・業界は?私の年収はどのくらいですか?
- > 私の人生のモットーや好きな言葉は何ですか?
- > 私の趣味や関心事は何ですか?
- > 自分の目標は何か?
- > 自分の価値観は何か?
- > 私はどこで情報を得ているのか?
- > どんな本、ブログ、カンファレンス、グル、ソーシャルメディアなどを利用しているか?
- > 私の夢は何だろう?
- > どのような課題がありますか?
- > 自分の最も不合理な恐れは何か?
- > 購入プロセスにおける自分の役割は何か?

- > 私は意思決定者なのか、それともインフルエンサーなのか?
- > あなたの製品やサービスを購入する際の私の反対意見は何か?

お客様のアバター

代理店 Eric



情報

年齢：40歳

性別 男性

配偶者の有無 既婚

お子様の人数：2名（8歳、10歳）

所在地 フロリダ州オーランド

引用元 "私の周りには私よりも賢い人がいる"

職務内容 デジタルマーケティング

職種 CEO/Co-founder

年収：\$150,000

教育のレベル 大学卒業

その他 LinkedInで人材を探すことに時間を費やす

目標と価値

目標

エリックは望んでいる。

代理店ビジネスの拡大

自分のチームの能力向上 自分のビジ

ネスの拡大

価値観

エリックは、以下のことを約束します。

自分と従業員の能力開発 顧客への価値提供

ホワイトハット」マーケティングの原則を使う

情報のソース

書籍 Good to Great / Think & Grow Rich

雑誌：Wired / Fast Company

ブログ dAge / DigiDay / Social resh

カンファレンス Content Marketing World /

SXSW

Gurus: Jay Baer / Joe Pulizzi / Christopher Penn

その他。LinkedInで人材を探す時間を費やす

CHALLENGES & PAIN POINTS

挑戦

エリックが挑戦するのは

代理店ビジネスの拡大

優秀なマーケティング人材の発掘、育成、リ

テンション CEOでありながら、マーケティン

グスキルを磨き続ける

ペインポイント

エリックのペインポイントは

競合他社にビジネスを奪われること
への不安

デジタル・マーケティング・シーンの
裏側で自分の会社が失敗することへの

CHALLENGES & PAIN POINTS

販売に対する異議申し立て

そのトレーニングは、既存のサービスに合っているのか、
それとも彼が顧客に提供できる新しいサービスなのか

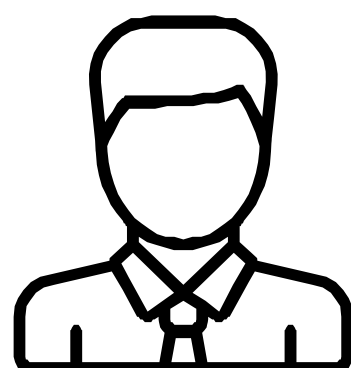
本人とチームメンバーがトレーニングを行う際の "
アウトオブポケット"の期間

購買プロセスにおける役割

Ericは意思決定者です。彼は、自分と自分のチームが
市場で優位に立つために、デジタルマーケティングの
トレーニングを購入しています。

お客様のアバター

エージ



人口統計情報

- 年齢：
- 性別
- 配偶者の有無
- 子供の数／年齢
- 所在地
- 引用
- 職務内容
- 仕事のタイトル
- 年収
- 教育のレベル
- その他

CHALLENGES & PAIN POINTS

挑戦

ペインポイント

目標と価値

目標

価値観

情報源

- 籍雑誌
- ブログ/ウェブサイト
- カンファレンス
- グル
- その他

CHALLENGES & PAIN POINTS

販売に対する異議申し立て

購入プロセスにおける役割