



6W3Hシート

(記入用)

How much (いくらで?)




Whom (誰に?)

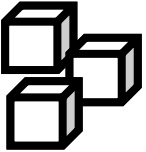


Why (なぜ? 1)

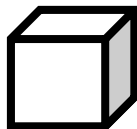
1: ユーザの購買動機



How many (いくつ?)

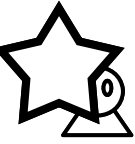


What (何を?)



Who (誰が? 2)

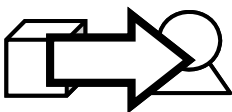
2: 競争優位となる、実施者の強み



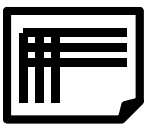
Where (どこで?)



How (どのように?)



When (いつ?)

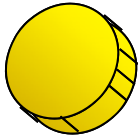


記入ガイド

[Who]: この項目はたいてい「自分」が入りますが「強み」をチェックすることで、そのアイデアを実行するのに自分が最適な人物かを判断します。もし他の人の強みのほうが適している場合、そのプランが成功する可能性は低いでしょう。その人・組織のもつ強みに立脚したプランであるからこそ、他者には真似できないものになります。プランが、強みを十分に活かせるものであるように、Who項目は他の8要素に軌道修正を促します。

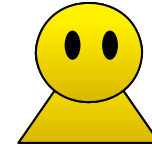
How much (いくらで?)

いくらで提供するのかを書きます。想定顧客とその購買理由からして、いくらで顧客が買うのかは、ある程度限定されます。



Whom (誰に?)

誰向けの商品・サービスかを書きます。



Why (なぜ? 1)

顧客は、なぜその商品を買うのか、お客さんが買いたくなる理由(購買理由)を書きます。

1: ユーザの購買動機



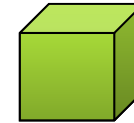
How many (いくつ?)

どのくらい販売(生産)するのかを書きます。あるいは、一度にいくつ提供するかを書きます。



What (何を?)

新商品、新サービスの名称を書きます。



Who (誰が? 2)

誰がそのビジネスをやるのかを書き、そして()をつけて、その人がこのプランをうまく実行できる「強み」を書きます。

2: 競合優位となる、実施者の強み



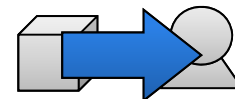
Where (どこで?)

どこで売るのか(オンラインストアか、実店舗か、実店舗だとしたら、どういうところか)どの販売チャネルで売るのかを書きます。



How (どのように?)

どのように顧客に提供するか(ビジネスの仕組み)を書きます。



When (いつ?)

いつから売ることか、どれくらいの時間提供するのかを書きます。

