

ターゲット客 サンプル（ブログ初心者がターゲットの場合）

	潜在状態	①課題認知状態		②解決策情報収集		③導入検討	
		必要性を感じている		必要性を感じているけど購入はしない		必要だから購入した	
	A	B	C	D	E	F	G
検討段階	漠然とした悩み	課題が見えた	具体化な課題が見えた	解決方法を知る	具体的解決方法を知る	欲しいけど不安	安心できたから購入
見込み客の状態	売上が上がらない お客様が増えない	情報が多すぎて整理 できない。どこから 始めれば良いかわか らない。	ブログで集客するた めには、基本を知る必 要がある。	自分にもできそうな情 報を集めている。	本気でブログ集客を学 ぶことにした。	サービス内容や価格 が理解できた。	契約内容やメリッ トが理解できたので申 し込みを決定でき た。
知りたい情報 (キーワード)	売上アップ 集客方法 ブログ集客 伝え方 セールス	新規集客 ブログ集客 Facebook集客 ブログとFBの違い ブログのメリット Facebookのメリット	ブログ始め方 ブログ作り方 ブログ書き方 ブログの基本 ブログ集客方法 人気ブログの作り方	ブログの本 ブログマニュアル ブログ専門家 ブログセミナー ブログ講座 ブログアクセスアップ ブログ集客 ブログ記事	ブログキーワード ブログタイトル ブログ記事の書き方 プロフィール書き方 写真の見せ方 仕組み作り アクセスアップ 検索キーワード	購入後のメリット サービスの流れ お客様の声 実績 価格 サービス内容 相談	購入 今すぐ購入する利点
知る機会	なし	検索エンジン ネットサーフィン 本 知人の勧め	検索エンジン Facebook 本	ブログ記事 メルマガ Facebook	セミナー ワークシート	フォローメール	個別相談
接触方法		ブログ記事	ブログ記事	メルマガ	セミナー	フォロー・相談	限定・特別感
数値化ポイント		ページ別閲覧数 アクセス解析	ページ別閲覧数 アクセス解析	登録者数	参加人数	相談件数	販売件数
伝えるべきポイント		情報の整理 ブログのメリット	課題の整理 ブログの始め方	実行してみる 記事の書き方	達成イメージの明確化 正しく書くメリット	具体的な進め方 ブログ講座のメリット	不安の排除 特別感・限定感

ターゲット客 サンプル（ブログ初心者がターゲットの場合）

	潜在状態	①課題認知状態		②解決策情報収集		③導入検討	
		必要性を感じている		必要性を感じているけど購入はしない		必要だから購入した	
検討段階	漠然とした悩み	課題が見えた	具体的な課題が見えた	解決方法を知る	具体的解決方法を知る	欲しいけど不安	安心できたから購入
見込み客の状態							
知りたい情報 (キーワード)							
知る機会							
接触方法							
数値化ポイント							
伝えるべきポイント							

ペルソナ設定

種類	項目	
基本情報	名前	
	性別	女性
	年齢	36歳
	居住区	札幌
	家族構成	夫婦子供2人（11歳8歳）
	住居	分譲マンション
基本情報2	職業	美容講師
	役職	代表
	企業規模	1人経営
	従業員数	1人
	年収	サロン250万円・夫600万円
	預金	300万円
	お金の使い方	旅行や外食
	現在の状況	自宅サロンから店舗サロンに移転するために、売上を2倍に増やしたいが、思うように売上があがらない。ネットが苦手なので、やる気があってもなかなか前に進まない。相談できる人はあまりいないので、基本的にネットの情報を頼りに経営している。
ライフスタイル	よく行く場所（エリア）	札幌駅周辺
	よく行くお店	スタバなど1人でも利用できるカフェ
	好きなブランド	ZARA
	好きなメディア（テレビ雑誌）	バラエティ
	好きなタレント有名人	綾瀬はるか
	よく使うコミュニケーションツール	Facebook インスタグラム
	趣味	旅行
接触の仕方	このペルソナにとっての商品購入メリット	見込み客が自然に集まる仕組みができる
	このペルソナにとっての購入ベネフィット	毎日ブログの更新を頑張らなくても注目度が高まり見込み客が自然に集まる
	商品の理解度	WEBマーケティングに対する理解度はやや弱い
行動の傾向		嫌いなことは実行できない・好きなことは頑張る・褒められるとやる気が出る
悩み・ストレス		楽に稼ぐ方法はないと知りながら、つい楽な方法を考えてしまう。ネットが弱いので、なかなか前に進まない。ノウハウを意識してまうと動きが止まってしまう。
思考・人柄		前向きで悩んでも気持ちの切り替えが早い。楽しむことが好きなので友達が多いが、いい人になってしまうことが多く、なかなか仕事に繋がらない。考えるのが苦手なので、ストレートに行って欲しいタイプ。
一言でいうとどんなタイプ		目立ちたいけど、無理はしたくない。
ペルソナが求めていること		自分の時間を大切にしつつ、売上が上がる仕組みを作りたい。

ペルソナ設定

種類	項目	
基本情報	名前	
	性別	
	年齢	
	居住区	
	家族構成	
	住居	
基本情報2	職業	
	役職	
	企業規模	
	従業員数	
	年収	
	預金	
	お金の使い方	
	現在の状況	
ライフスタイル	よく行く場所（エリア）	
	よく行くお店	
	好きなブランド	
	好きなメディア（テレビ雑誌）	
	好きなタレント有名人	
	よく使うコミュニケーションツール	
	趣味	
接触の仕方	このペルソナにとっての商品購入メリット	
	このペルソナにとっての購入ベネフィット	
	商品の理解度	
行動の傾向		
悩み・ストレス		
思考・人柄		
一言でいうとどんなタイプ		
ペルソナが求めていること		

ペルソナに喜ばれる情報を整理する

提供情報カテゴリー	タイトル	発信日	内容
A			
B			
C			
D			
E			
F			
G			

ペルソナに喜ばれる情報を整理する

提供情報カテゴリー	タイトル	内容	行動
信頼関係の構築			
教育			
選ばれる理由			
集客販売（クロージング）			
新規登録者の獲得			
個人的な発信			