



Branding

USP（独自の売り）作成プログラム

このプログラムは、USP（Unique Selling Proposition：独自の売り）を作り、マーケティング活動の手助けをするためのプログラムです。

USPを作るときの考え方

USPを探すには、まずは以下の項目に関して自社の提供する製品・サービスの特徴を整理してみるとよいでしょう。

- ・ 価格
- ・ 品質の高さ
- ・ スピードの速さ
- ・ サービスの充実
- ・ カスタマイゼーション可能性
- ・ 保証は充実度
- ・ ラインアップの広さ
- ・ 利便性
- ・ 専門性

上に挙げたなかでUSPとなりそうなものがあれば、それを具体的な形にしていきます。例えば、スピードに自信がある場合、ただ「早い」「速い」ではなく、ドミノピザのように「30分」と明確に分かりやすい形にした方が効果的で独自性が出ます。

USPを考える際の7つのコツ

- 1.ユニークで個性であること
- 2.複数の考え方を掛け合わせる
- 3.ニッチな市場をターゲットとし、ニッチ分野での専門性を売りにすること
- 4.全員に喜ばれようとしなないこと
- 5.新しいビジネスの場合は、タイミングをはずさないこと
- 6.商品の機能の高さはUSPではない
- 7.USPは商品・サービス開発の指針になる

1.ユニークで個性であること

基本的でありもっとも重要なことです。

ほかの人が簡単に真似できる価値であっては、USPとはなり得ないからです。

製品自体の独自性や機能の高さにおいてユニークさを実現するのは簡単ではないと思われるかもしれません。

しかし、市場のニーズは絶えず変化し、それに合った新しいサービスは常に求められています。例えば、QBハウスは既存の美容院・理容店に存在する充実したサービスを取り除くというアプローチでユニークさを実現しました。

2. 複数の考え方を掛け合わせること

1つの考えに固執せずに、複数の考えを掛け合わせることで、新たな価値が生まれることがあります。例えばCCC カルチャア・コンビニエンス・クラブ株式会社が展開する蔦屋書店は、本屋とカフェ空間が掛け合わされて生まれた新たな価値であると言えます。

3.ニッチな市場をターゲットとし、 ニッチ分野での専門性を売りにすること

狭い市場のなかで、専門性を活かすことがUSPになります。

例えば、あなたの会社がWeb制作会社だったとして、医薬品通販専門のWeb制作サービスを提供する、あるいは、あなたが弁護士だったとして、セクハラ被害専門の弁護士になるなどです。

消費者や発注する側の心理としては、自分が抱えている問題の解決に特化している専門家を選びたいものです。

4.全員に喜ばれようとしないうこと

すべての顧客に喜ばれる商品やサービスを追求すると、結果として標準的でつまらないものとなってしまいます。

自分が提供するユニークな価値を求める一部の顧客を喜ばせることが重要です。

一部の顧客と強い結びつきを築きあげることで、より速いスピードでその影響力を広めることができるからです。

5.新しいビジネスの場合は、タイミングをはずさないこと

これまでに世の中になかった新しいビジネスを始める場合は、USPをなるべく早い段階で決めて、同じビジネスを他社が始める前に、タイミングよくそのUSPを広めるのが成功のカギです。

あなたの会社が最初に始めたビジネスであっても、USPを決めるのが遅ければ、あとから同じビジネスを始めた企業がインパクトの強いUSPを発信した場合、その会社のほうが消費者に強い印象を与え、そのビジネスのリーダー的存在とみなされてしまう可能性があります。

6.商品の機能の高さはUSPではない

技術開発に力を入れている場合は、自社商品の持つ優れた品質・機能がUSPであると考えてしまいがちです。

しかし、たとえどんなに優れた品質でも、消費者にとって価値あることと認識されなければ、USPではありません。

実は消費者は独自性の高い機能よりも、安さ、便利さなど別の価値を求めているかもしれません。

7.USPは商品・サービス開発の指針になる

企業側がUSPだと思っている提案が消費者のニーズとマッチしない場合は、製品・サービス自体に問題がないか見直す必要があるでしょう。消費者に刺さる価値を指針に製品・サービスを開発・改善すれば、USPがどこにも見当たらないサービスを開発してしまうリスクが減らせます。



Branding

USP（独自の売り）作成プログラム

簡単な質問を入力していただくだけで、貴社の強み・独自の売りが見えてくるようになります。

こちらの資料は実際に弊社で製作するために活用している資料ですので、日々の業務にお役立てください。


USP（独自の売り）作成プログラム

貴社のお客様が抱えている問題や悩みはなんですか？



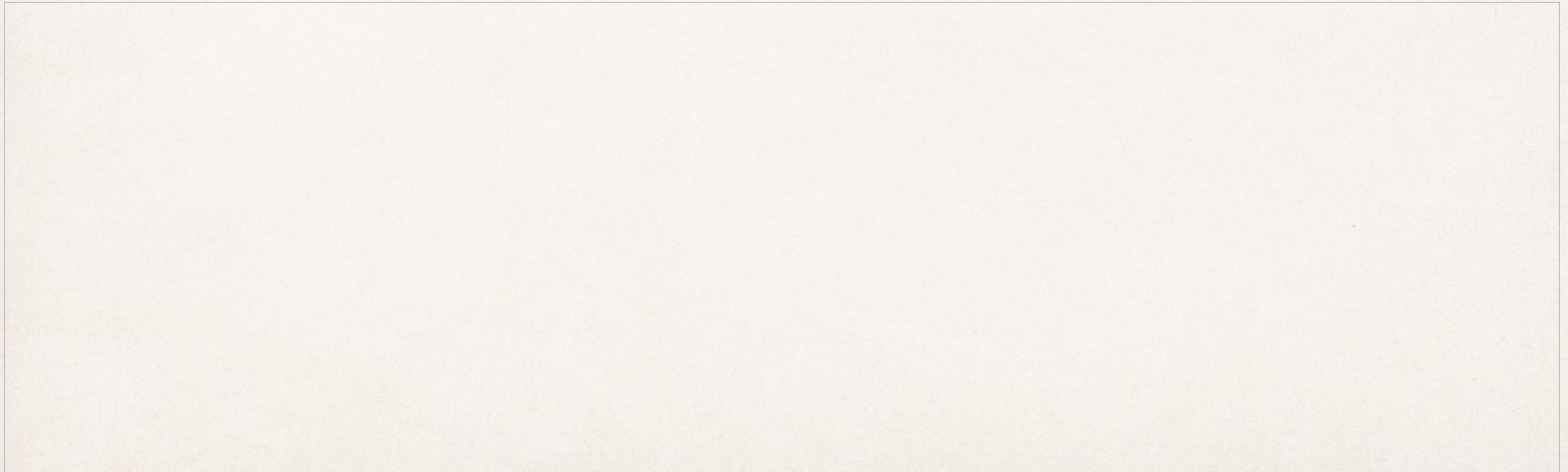
USP（独自の売り）作成プログラム

お客様にしてあげたいことを、お客様目線で



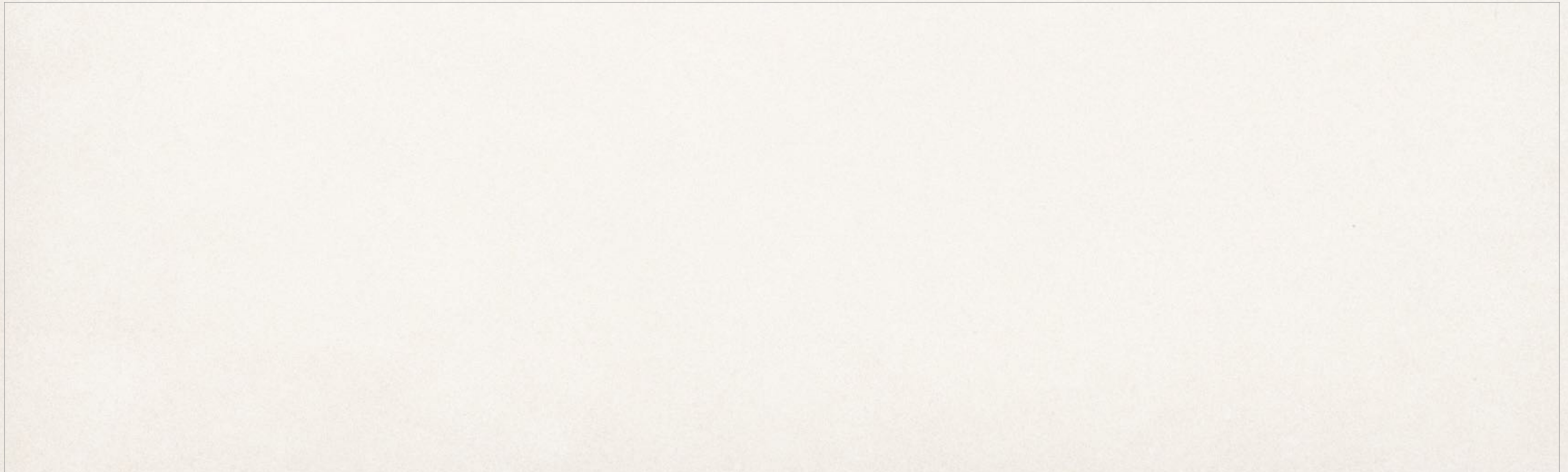
USP（独自の売り）作成プログラム

今、提供できるサービスはどんなものがありますか？



USP（独自の売り）作成プログラム

今、提供できるサービスはどんなものがありますか？



USP（独自の売り）作成プログラム

囲みたい理想のお客様像はどんな方ですか？



USP（独自の売り）作成プログラム

サービス提供する価値（目的・目標・ゴール）

A large, empty rectangular box with a thin black border, occupying the lower half of the page. It is intended for the user to input or write the service value (purpose, goal, goal) mentioned in the text above.

USP（独自の売り）作成プログラム

基本メソッド（基本ノウハウ・経験）



USP（独自の売り）作成プログラム

お客様のビフォーアフター



USP（独自の売り）作成プログラム

これまで書き起こした文章を下記に当てはめてみましょう。

実はその悩みは〇〇が原因なんです。
このようなお客様に私は〇〇を解消することで悩みを解決します。
なぜ私がこの方法を提供できるかというと、
同業者の中でも特に私の場合は、
だから私にお任せください。