Life Chops

**ターゲット：**

・１８～２４歳の男性で、

・営業系インターンをしている大学生

・日本人留学生

・就活生

・もしくは、社会人１年目２年目

**解決する問題：**

・情報を消費する方法として、ネット記事や本など「読んで消費する情報」が多数あるが、動画と言う形でアニメーションや音声によって、読む事よりも：

１．素早く（読むよりも、聞く方が早い）

２．エンタメ性により富んだ（絵や音声のプレゼンの仕方）

体験を提供しているので、情報を消費するハードルを下げている（読む事は動画を見たり聞く事よりもエネルギーを使う）

・知識を蓄える事が出来るまともなサイトが無い（主観）

・既存の知識系サイトは簡潔さ明確さに欠いており、Life Chopsでは短時間で分かり易い情報を提供している。

Twitter 動画など、日々のコンテンツなり、動画にしていない物を紹介。

FB

**プロモーション戦略**

対象相手：

・日本人留学生（英語、留学、プレゼン、勉強方法）

コミュニティ：

・留学

・英語教育

・インターン

・営業

・プレゼン

・就活

レガシー

**ターゲット：**

・子持ちの親

解決する問題：

・子供との会話ネタの無さ

・子供のために、どんな道を指し示したり、何を教えれば良いか分からない