

<div><div>なぜお客様は喜んでくれる？</div><div>課題 PROBLEM</div><div><div>1. 父親は、奥さんや娘さんの機嫌を取るのに日々苦勞している</div><div>2. 冷えきった家庭環境では、奥さんや娘さんのご機嫌を伺うのは大変！</div><div>3. 奥さんに「付き合ってた当時は、あんなことをしてくれたのに…」と愚痴られる</div><div>4. 娘さんは、反抗期真っ最中で会話がない</div></div></div>	<div><div>具体的に何を提供する？</div><div>ソリューション SOLUTION</div><div><div>・奥さんの機嫌を定量化</div><div>・機嫌に応じたオススメの対応策を進めてくれる機能</div><div>・過去の対応策とその後の奥さんの機嫌の変化の記録する機能</div></div></div>	<div><div>なぜお客様は我々から買いたくなる？</div><div>独自の価値提案 UNIQUE VALUE PROPOSITION</div><div><div>一般的に男性は他者の感情を察するのが苦手</div><div>・このアプリを使うことで、家族の機嫌を知ることができる</div><div>・プレゼントを贈るタイミングをはかれる</div></div><div>→結果的に夫婦円満、家族円満！</div></div>	<div><div>なぜ我々は喜ばせることができる？</div><div>圧倒的な優位性 UNFAIR ADVANTAGE</div><div><div>・普段なかなか窺い知ることのできない機嫌を測ることができる</div><div>・夫婦円満に不可欠！</div></div></div>	<div><div>誰に喜んでほしい？</div><div>顧客セグメント</div><div>最近娘と妻の機嫌が悪くなることが多くなり、家庭内で肩身が狭い思いをしているパパ</div></div>	MEMO
<div><div>既存の代替品</div><div>EXISTING ALTERNATIVES</div><div><div>1. 奥さん、娘さんがほしくもないプレゼントをする</div><div>2. 「怒ってるの？」って聞くと、逆に機嫌が悪くなる</div></div></div>	<div><div>喜んだことをどうやって知る？</div><div>主要指標 KEY METRICS</div><div><div>主要指数</div><div>獲得:口コミ、広告</div><div>アクティベーション:アンケートの結果</div><div>定着: ユーザーの機嫌記録の長さ</div><div>収益:広告or課金コンテンツ</div><div>紹介: 職場などのコミュニケーション</div></div></div>	<div><div>どうやってコミュニケーションする？</div><div>チャネル CHANNELS</div><div><div>1. 認知度向上</div><div> ブログなどで宣伝</div><div>2. フィードバック</div><div> 満足度アンケートなど</div><div>3. 購入プロセス</div><div> スマホにインストール？</div><div> webアプリ？</div><div>4. サービスを届ける</div><div> (3)による</div><div>5. サポート</div><div> 定期メンテ？</div></div></div>	<div><div>アーリーアダプター</div><div>EARLY ADOPTERS</div><div>そこそこスマホをチェックし、実生活で相談できる人がいない、またはあまり相談したくないパパ</div></div>		
<div><div>コストはどれぐらいかかる？</div><div>コスト構造 COST STRUCTURE</div><div>7</div></div>		<div><div>結果として我々には何がもたらされる？</div><div>収入の流れ REVENUE STREAMS</div><div>6</div></div>			