



3C分析	自社分析	・強み・弱み・機会・脅威 整理する ・市場と認知度の想定 ・メイン事業の販促、マーケティング予測	<input type="checkbox"/>
	競合分析	・既存製品と新製品の競合の把握 ・自社のUSPを明確にする ・他社のチャネルやマーケティングを把握できているか？	<input type="checkbox"/>
	市場分析	・新製品の製品ライフサイクルの確認 ・PEST分析はできているか(政治、経済、技術等 市場動向)	<input type="checkbox"/>
STP	セグメント	・自社の得意分野で戦略を立てセグメントしているか	<input type="checkbox"/>
	ターゲティング	・細分化しコア事業で勝負しているか	<input type="checkbox"/>
	ポジショニング	・自社領域での価値ポジションをとっているか	<input type="checkbox"/>
4P	製品	顧客に価値が伝わる製品になっているか(マーケットイン)	<input type="checkbox"/>
	流通	販売チャネルや流通計画を立てているか	<input type="checkbox"/>
	価格	市場にあった価格帯になっているか。競合よりも優位性ある	<input type="checkbox"/>
	販促	・継続的に販促を検討しているか ・競合と違った自社のマーケティングを検討しているか ・マーケティング施策の市場規模を把握しているか	<input type="checkbox"/>
戦略準備	営業資料	・営業トークの準備 ・パンフレット&WEB&動画資料の準備 ・営業リストの準備	<input type="checkbox"/>
	商材 教育	チェックリストの社内共有はできているか	<input type="checkbox"/>
	ターゲットリスト	・売上目標に対するリスト準備はできているか ・リスト収集の施策を準備しているか	<input type="checkbox"/>