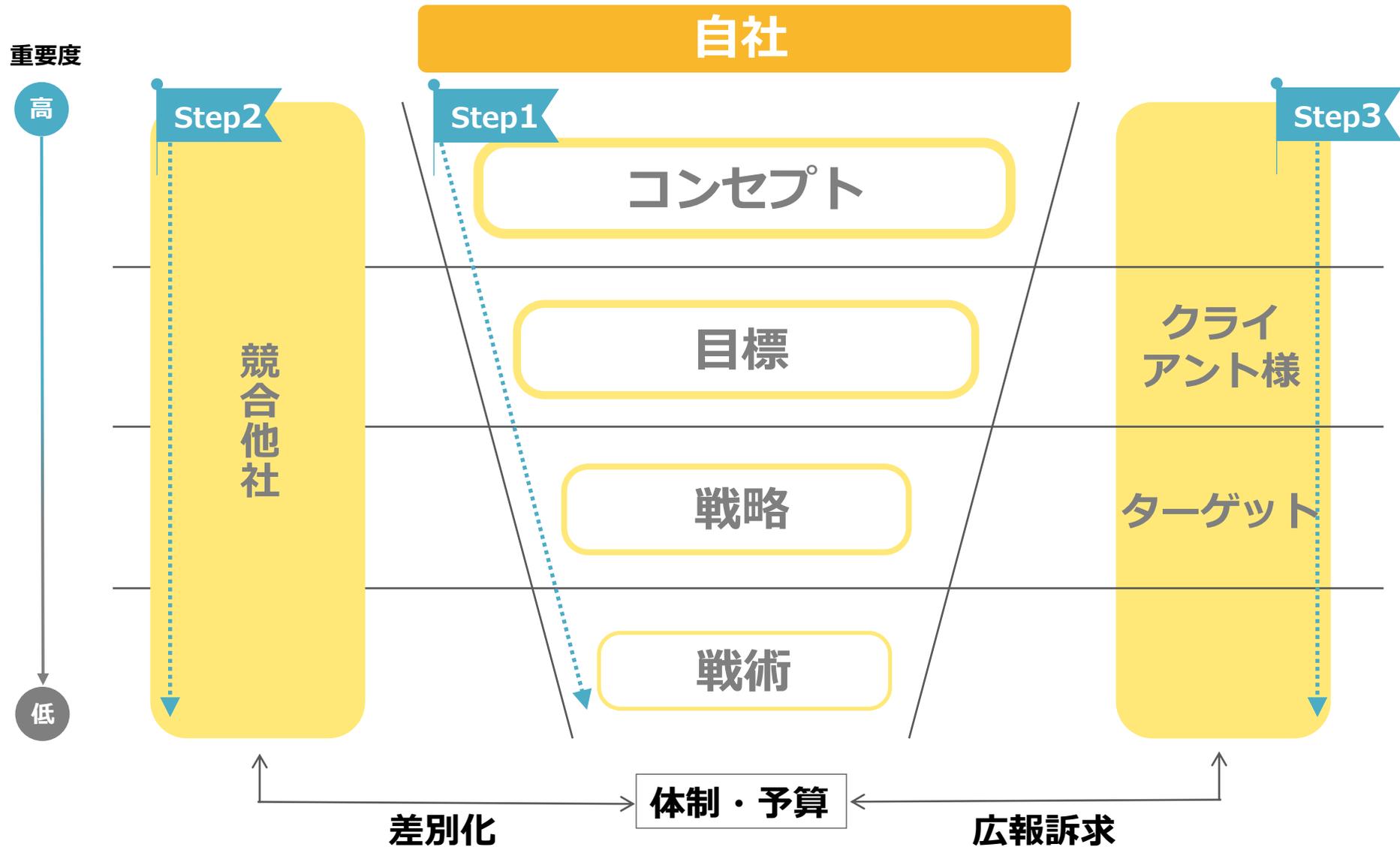


企画内容整理フォーマット



①自社の企画をコンセプトから順番に組み立てる→②競合他社のプランナーになったつもりで①と同様に企画をつくる→③自社の企画に対してターゲットはどう感じるかを考える。3ステップで企画を整理していきます。





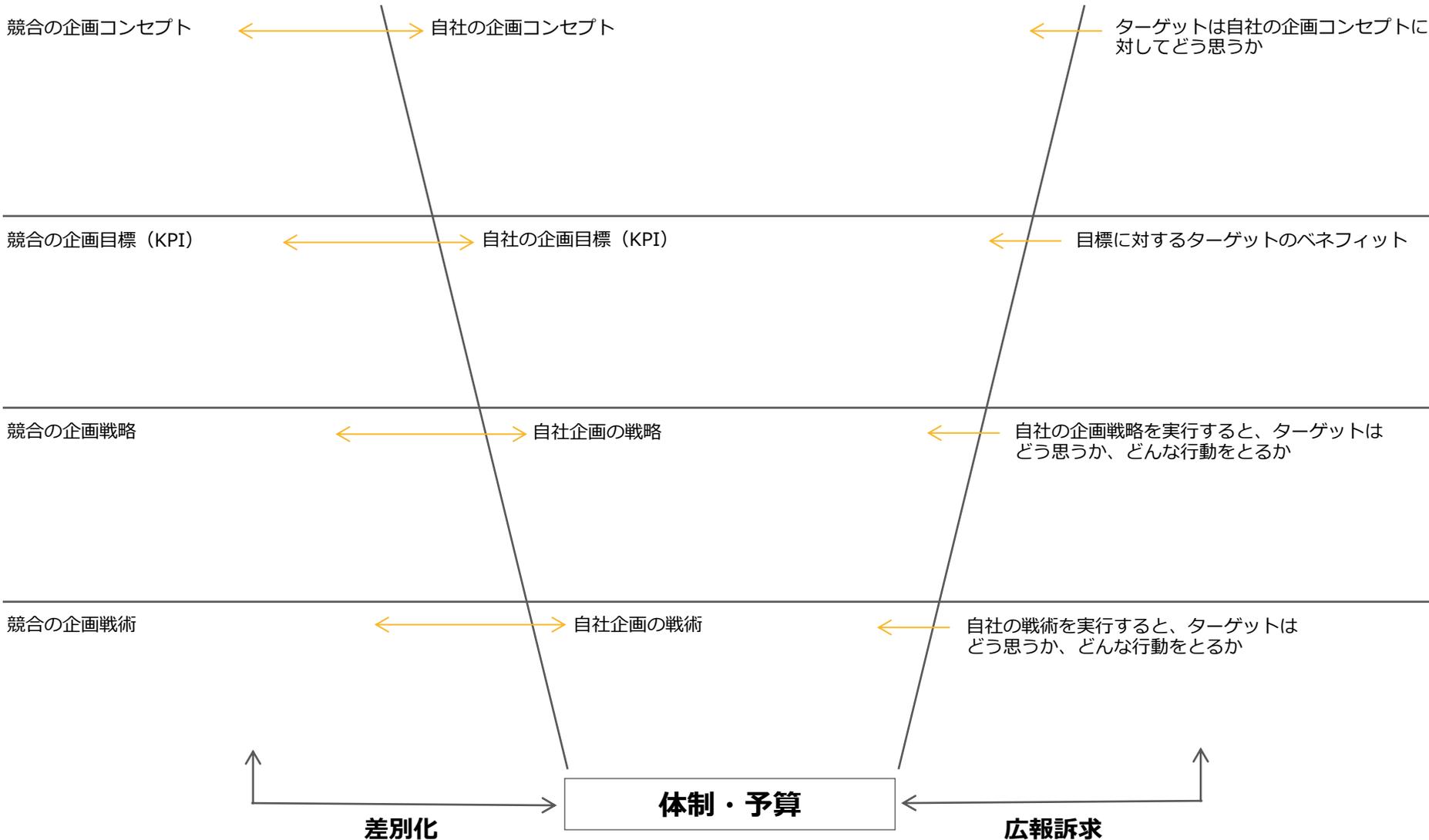
実際にフレームを埋めて情報を整理していきます！

競合他社

(競合のプランナーになったつもりで作成)

自社

ターゲット・顧客





「②」で整理したことを更に深掘り・精査して、企画の骨子をまとめます!



私はこの表をエクセルで作って、そこに書き込んでいます。比較の欄が全て「○」になるまで考え抜くのがコツ!

■ 企画全体像

項目	自社	比較
コンセプト		<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content;"> 自社と競合を比べて負ける要素がなければ「○」、不安や懸念があれば「△」競合に負けていたら「×」。この全てが「○」になる戦略がないか考える </div>
訴求ポイント		○
目標		△ (○○の部分競合優位)
戦略的視点		
戦術的視点		
実績		× (自社に類似実績出し)



競合A社	競合B社

強化ポイント	
--------	--