

ペルソナ設定（あなたの商品を選ぶ顧客はどんなニーズや課題を持った顧客か？）

- ・中高年男
- ・年齢的にもここで身体を鍛えないとドンドン太っていきそう
- ・過去にパーソナルジムに通った事もあるけど、今ひとつ満足出来ない
- ・セルフのジムに通っているけどあまり体が変わらないと感じている
- ・せつかくなのでもっと追い込んで欲しい
- ・がちりと引き締まった二の腕と胸板が欲しい



		タッチポイント	行動	顧客の思考・感情	離反ポイント (顧客がここで止まる理由)	改善策
認知	媒体 メッセージ	Googleリスティング広告 Instagram 中高年メンズに人気のパーソナルジム・ハードに追い込む分その結果を保证・初回体験3980円男性がエクササイズしている動画広告	Googleで「地域名+パーソナルトレーニング」で検索 なんとなくインスタを眺めている時	あ、私向けのジムっぽい ちょっと怖そう 耐えられるかな 体験してみたいな	Instagram広告の場合は、 ・動画が目止まらなかった場合 ・違う情報に気をとられていた場合	・動画広告の質を高める ・早めにメッセージを伝える
興味	媒体 メッセージ オファー	LP ・筋肉をつけるには、「もう一回も持ち上げられない」所まで追い込む事が大切であるという知識 ・最後の1回まで追い込むことは自分一人では難しい ・科学的根拠に基づいたトレーニングで最短であなたを理想の体に ・中年男性がたくさん結果を出している ・セルフのジムでは結果の出なかった方もきっと変わる 初回体験3980円 ・体組成計での詳細な筋肉量レポートプレゼント	広告をタップ	・確かに一人でトレーニングしてても、あまり追い込めないよな ・トレーナーをつけて本格的に鍛えてみようかな ・でも、知らないトレーナーにいきなり申し込むのも何と無くストレスを感じるな	・金額にひっかかる ・トレーナーが怖そう ・自分に続けられるか不安	・初心者でも続けられる事をLPに記述 ・トレーナーの笑顔の写真、自己紹介
比較検討		Google広告、SEO上部に出てくる店舗 Instagram	Googleで他社を検索 インスタでジム名で検索	他にも私に合う所は無いか？ もっと安い所、近い所は無いか？ どんなジムなんだろう。 どんな人が通っているのか？ どんなトレーナーなのか知りたい	よりニーズを満たすジムが見つかった Instagram投稿の内容と広告内容が違う場合	通常のインスタの内容も男性写真を多めに投稿する。女性も3割程度。
体験申し込み		LPの申し込みフォーム or WEB予約 or LINEから予約	初回体験の申し込み	ワクワクと不安	申し込み手段が面倒・わかりにくい	顧客を囲い込めるよう、LINE登録してもらってから、簡単なWEB予約を案内
体験		ジム内（トレーニング後にプロテインを飲みながらコースの説明を聞く）	初回体験	暖れただけで本当に追い込まれて、体が変わりそうと実感	・追い込まれすぎてついていけない ・金額にひっかかる	・筋肉の回復サイクルを説明する資料を用意する ・価格を松竹梅で設定する
契約		ジム内	8回回数券を購入	身体を変えるぞとやる気に満ちている		・今日契約してもらったらプロテイン300gプレゼント
利用		ジム内	週に2回通う	今までとレベルの違う筋肉痛に耐えながら、鍛えられている事を実感	・モチベーションが続かない ・仕事を優先してしまう	・来店時に必ず次回予約をとってもらう ・できれば8回分とってもらう
リピート		ジム内	8回利用後	持ち上げられる重量も増えてきて満足感を感じている	・身体の変化に気づいていない ・成長を実感できない	成長を感じてもらえるように、最初の8回中に扱う重量を少しでも上げる
口コミ		職場（最近瘦せたと言われた）	仕事仲間におすすめ	自分で成果が出たので、みんなも鍛えるといい。 トレーニング仲間が欲しい		・LINE公式アカウントに紹介用のリンクを設置 ・プロテイン一杯プレゼント