売上アップシート：３ステップ１２項目シート

ステップ	1）集客と差別化				2）購買最適化				3）長期収益化			
項目	1	2	3	4	5	6	7	8	9	１０	１１	１２
タイトル	ターゲット	人口	認知拡大	USP	顧客体験	EFO	CVR	高額戦略	商品選択	リピート	リピートCVR	CRM
解説思考	ターゲットを見直し戦略を立てる	人口分布を活用して戦略を行う	流入数を増やして来店を伸ばす	独自性を高めて優位性を作る	顧客を感動させて体験を磨く	申込フォームを短くして改善する	購入率を上げて成約率を高める	単価を上げて収益性を高める	商品を絞って集中戦略を行う	新規と既存の比率を最適にする	リピート率を上げて継続化・LTVを最大化	顧客カルテを作り推薦メールを送る
行い方	ターゲットを見直して戦略を立てる＝既存顧客に依存せず市場環境やニーズを分析し新しいターゲット像を設定して効果的な戦略を立案する	人口分布を活用して戦略を行う＝地域や年齢などの人口データを基に需要を把握し出店や広告投資を最適化して無駄のない戦略を実行する	流入数を増やして来店を伸ばす＝SEOやSNS広告を活用して潜在顧客のアクセス数を増加させ実店舗やオンラインショップへの来店数を伸ばす	独自性を高めて優位性を作る＝競合との差別化ポイントを明確にして強みを強調し顧客に選ばれる理由を作りブランドの独自性を確立する	顧客を感動させて体験を磨く＝商品やサービス提供の過程で期待を超える体験を演出し顧客の感動を生み出してファン化やリピート購入につなげる	申込フォームを短くして改善する＝入力項目を減らしてデザインを簡素化し離脱率を下げ申込や購入のハードルを下げてCVR向上を実現する	購入率を上げて成約率を高める＝顧客心理を踏まえたUI改善や限定オファーを提示して購入意思決定を後押しし成約率を高めて売上増加に貢献する	単価を上げて収益性を高める＝セット販売や上位商品提案やオプション追加を用いて客単価を上げ同じ顧客数でも収益を最大化する仕組みを作る	商品を絞って集中戦略を行う＝ヒット商品のみに経営資源を集中させ仕入や広告を効率化し売れ筋をさらに伸ばして全体の売上を押し上げる	新規と既存の比率を最適にする＝新規顧客獲得に偏らず既存顧客の維持や育成にも力を入れバランスよく収益基盤を整えて安定成長を目指す	リピート率を上げて継続化する＝顧客満足度を高め購入後フォローや会員制度を整備してリピート購入を促進し売上を継続的に積み上げる	顧客カルテを作り推薦メールを送る＝顧客ごとの購入履歴や嗜好を管理しAIを用いたレコメンドメールを配信して一人ひとりに最適な提案を行う

©2025 ©2025 株式会社シンクディファレント