あるシニア向けタブレットの場合

シニアむけに使いやすく
丁寧に設計された商品でした

デザインもよく、画面も見やすく
シニアモニターからは

「**これは使いやすい！**」
と絶賛されました。

そこで自信を持って販売開始

シニアでもかんたん！
圧倒的に使いやすいタブレット

ところが、販売すると、
全く売れませんでした。

担当者は悩みます。
あんなに評判良かったのに、
なぜなんだ？

考えても、わかりません。

25のチェックポイントを確認。

そして見つけます



「これではないか！」

チェックポイントNO11

商品の価値や効果を、
購入前に、顧客が実感できるか？

CHECK

抜粋

CHECK 11｜商品の価値や効果を、購入前に確認できるか？

1. なぜ、ここを見るのか？

商品に十分な価値があっても、購入前にその価値を確認できなければ、顧客は購入の判断ができません。

特に、「使いやすい」「効果がある」「便利」といった価値は、言葉で説明するだけでは伝わりにくい場合があります。

2. こんな状態になっていませんか？

- 使用したモニターのヒアリングを重ね、使用前の意見を聞いていない
- 購入して実際に使うまで、本当の価値が分からないかもしれない
- 顧客が「自分にも使えるか」「実際の効果」を購入前に確認できない
- 「使ってもらえれば分かる」と考えている

シニアでもかんたん！
圧倒的に使いやすいタブレット

これは、購入する前の人に、
実感できるのでしょうか？

購入後の評判は上々でした
でも
購入前の感覚は、全く別物です

わかっていたつもりでしたが、

使用したモニターの
評価があまりに高く
自らは気づけませんでした。

原因はわかった！
ではどうしたのか？

それは、「発想・再設計フェーズ」で
ご紹介します。

ただし
原因が明確になったことが
この商品の転機になりました

事業に邁進していると
冷静に見れない部分を

専門家の視点で
ひとつひとつ客観的に
確認できた結果です。

このように、
25のチェックポイントでは

事業に邁進する担当者が
見落としがちな視点を

客観的に確認できるように

解説付きのリストとして
まとめています。

あなたの商品も
一度確認してみませんか？

売れない原因を究明する
25のチェックポイント