Step0	トレース企業		理念／ビジョン	

Step1 ⓪観察

観察メモ　選ばれている理由、選ばれていない理由、自分はトレースブランドをどのように捉えているか？

Step2 ①外部環境分析（PEST分析）

政治 Politics　規制・政策・制度	**社会 Society**　人口・価値観・生活様式
経済 Economy　景気・所得・価格環境	**技術 Technology**　技術・情報環境

意味づけ　最も重要な変化＝「　　」。

Step2 ②競合の定義（5Forces分析）

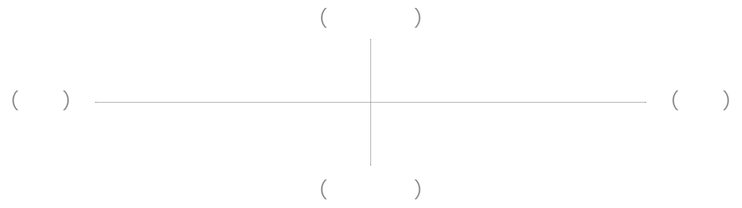
市場定義　市場・業界定義＝「　　」

業界競合 同じカテゴリ	
価値競合 同じ目的を別の手段で	

Step2 ③ターゲティング／象徴的な顧客像

年齢／性別	
行動特性	
嗜好性	
利用場面／困りごと	

Step2 ④ポジショニング



Step2 ⑤マーケティングミックス（4P）

商品 Product	
価格 Price	
届け方 Place	
伝え方 Promotion	

Step2 ⑥トレース企業が選ばれている理由は？

要因①	
要因②	

Step3 ⑦自分がその企業のCMOだったら？

仮説 私がCMOなら	