****

**スタートアップのための市場開拓計画**

市場投入計画

会社名

番地

市区町村、州、郵便番号

webaddress.com

バージョン 0.0.0

00/00/0000

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 作成者 | タイトル | 日付 |
|  |  |  |
| 電子メール | 電話 |
|  |  |
| 承認者 | タイトル | 日付 |
|  |  |  |

目次

[1. 経営概要 4](#_Toc22671329)

[2. ミッションステートメント 5](#_Toc22671330)

[3. ビジョンステートメント 5](#_Toc22671331)

[4. 状況分析 6](#_Toc22671332)

[4.15 °C分析 6](#_Toc22671333)

[4.1.1 会社 6](#_Toc22671334)

[4.1.2 協力者 6](#_Toc22671335)

[4.1.3 顧客 6](#_Toc22671336)

[4.1.4 競合他社 6](#_Toc22671337)

[4.1.5 気候 6](#_Toc22671338)

[4.2SWOT 分析 7](#_Toc22671339)

[5. コア機能 8](#_Toc22671340)

[6. 目標 9](#_Toc22671341)

[6.1 短期目標 9](#_Toc22671342)

[6.1.1 財務 9](#_Toc22671343)

[6.1.2 製品 9](#_Toc22671344)

[6.1.3 人材 9](#_Toc22671345)

[6.1.4 マーケティング 9](#_Toc22671346)

[6.2 長期目標 10](#_Toc22671347)

[6.2.1 財務 会計10](#_Toc22671348)

[6.2.2 製品 10](#_Toc22671349)

[6.2.3 人材 10名](#_Toc22671350)

[6.2.4 マーケティング 10](#_Toc22671351)

[7. ターゲット市場 11](#_Toc22671352)

[7.1 情報収集 11](#_Toc22671353)

[7.2 ピンポイント 11](#_Toc22671354)

[7.3 ソリューション 12](#_Toc22671355)

[7.4 バイヤーペルソナ 12](#_Toc22671356)

[8. マーケティング戦略 13](#_Toc22671357)

[8.1 購入者の購買サイクル 13](#_Toc22671358)

[8.2 ユニークな販売提案(USP) 13](#_Toc22671359)

[8.3 ブランディング 14](#_Toc22671360)

[8.4 マーケティングミックス - 4Ps14](#_Toc22671361)

[8.4.1 製品 14](#_Toc22671362)

[8.4.2 価格 14](#_Toc22671363)

[8.4.3 プレイス 15](#_Toc22671364)

[8.4.4 昇格 15](#_Toc22671365)

[8.5 マーケティングチャネル 15](#_Toc22671366)

[8.6 予算 16](#_Toc22671367)

[9. 性能基準及び測定方法 17](#_Toc22671368)

[9.1 パフォーマンスの基準 17](#_Toc22671369)

[9.2 ベンチマーク 17](#_Toc22671370)

[9.3 成功を測定するためのマーケティング指標 18](#_Toc22671371)

[9.4 測定方法 18](#_Toc22671372)

[10. 決算短信 19](#_Toc22671373)

[10.1 業績予想 19](#_Toc22671374)

[10.2 損益分岐点分析 19](#_Toc22671375)

[10.3 財務諸表 20](#_Toc22671376)

[10.3.1 損益計算書 20](#_Toc22671377)

[10.3.2 キャッシュフロー予測 20](#_Toc22671378)

[10.3.3 貸借対照表 20](#_Toc22671379)

[11. 付録 21](#_Toc22671380)

[11.1 研究成果 21](#_Toc22671381)

[11.2 製品仕様と画像 21](#_Toc22671382)

# エグゼクティブサマリー

|  |
| --- |
|  |

# ミッションステートメント

|  |
| --- |
|  |

# ビジョンステートメント

|  |
| --- |
|  |

# 状況分析

## 5C分析

### 会社

|  |
| --- |
|  |

### 協力

|  |
| --- |
|  |

### 顧客

|  |
| --- |
|  |

### 競合 他社

|  |
| --- |
|  |

### 気候

|  |
| --- |
|  |

## スワット分析

|  |
| --- |
| 内部要因 |
| 強み (+) | 弱点 (-) |
|  |  |
| 外部要因 |
| オポチュニティ (+) | 脅威 (-) |
|  |  |

# コア機能

機能 1

|  |
| --- |
|  |

機能 2

|  |
| --- |
|  |

能力3

|  |
| --- |
|  |

# 目標

## 短期目標

### 金融

|  |
| --- |
|  |

### 積

|  |
| --- |
|  |

### 人的資源

|  |
| --- |
|  |

### マーケティング

|  |
| --- |
|  |

## 長期目標

### 金融

|  |
| --- |
|  |

### 積

|  |
| --- |
|  |

### 人的資源

|  |
| --- |
|  |

### マーケティング

|  |
| --- |
|  |

# ターゲット市場

## 情報収集

|  |
| --- |
|  |

## ピンポイント

|  |
| --- |
|  |

## ソリューション

|  |
| --- |
|  |

## バイヤーペルソナ

|  |
| --- |
|  |

# マーケティング戦略

## 買い手の購買サイクル

|  |
| --- |
|  |

## ユニークな販売提案(USP)

|  |
| --- |
|  |

## ブランド

|  |
| --- |
|  |

## マーケティングミックス – 4P

### 積

|  |
| --- |
|  |

### 価格

|  |
| --- |
|  |

### 場所

|  |
| --- |
|  |

### 振興

|  |
| --- |
|  |

## マーケティングチャネル

|  |
| --- |
|  |

## 予算

|  |
| --- |
|  |

# 性能基準と測定方法

## 性能基準

|  |
| --- |
|  |

## ベンチマーク

|  |
| --- |
|  |

## 成功を測定するためのマーケティング指標

|  |
| --- |
|  |

## 測定方法

|  |
| --- |
|  |

# 財務概要

## 業績予想

|  |
| --- |
|  |

## 損益分岐点分析

|  |
| --- |
|  |

## 財務諸表

### 損益計算書

|  |
| --- |
|  |

### キャッシュフロー予測

|  |
| --- |
|  |

### 貸借対照表

|  |
| --- |
|  |

# 虫垂

## 研究成果

|  |
| --- |
|  |

## 製品仕様と画像

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| **免責事項**Web サイトで Smartsheet が提供する記事、テンプレート、または情報は、参照のみを目的としています。当社は、情報を最新かつ正確に保つよう努めていますが、本ウェブサイトまたは本ウェブサイトに含まれる情報、記事、テンプレート、または関連グラフィックに関する完全性、正確性、信頼性、適合性、または可用性について、明示的または黙示的を問わず、いかなる種類の表明または保証も行いません。したがって、お客様がそのような情報に依拠する行為は、お客様ご自身の責任において厳格に行われるものとします。 |