

<p>①課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ・納期 ・値段 ・クオリティー 	<p>④ソリューション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・希望のニーズに合わせる 	<p>③独自の価値提案</p> <ul style="list-style-type: none"> ・納期の対応 ・値段を合わせる ・品質の向上 	<p>⑨圧倒的な優位性</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社での一貫制作(短納期に対応) ・技術的提案 	<p>②顧客セグメント</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建設業者 ・金属金物業者 ・硝子店 <ul style="list-style-type: none"> ・建造物の意匠を考える設計士
	<p>⑧主要指標</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実績物件の紹介 		<p>⑤新規顧客との接点づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・同業者からの口コミ・紹介 ・実績 	

⑦コスト構造

- ・設備投資(機械)

⑥収益の流れ

- ・仕事を受ける
- ・値段を下げてでも利益を残す(最低価格の理解)
- ・顧客の過度の要求に対応→次回物件の継続