

自社分析 マスター講座

 Avance



目次

Contents

- 1 自社分析講座
- 2 自社分析の実践解説

- 第1章 -

自社分析講座の解説



自社分析講座



はじめに

自社分析で行うこと

自社分析では

「自分自身の経験・体験を深掘りする」作業を行う



SNSビジネスでは

自分の「経験・体験・価値観」などを反映させていくことで
独自のポジションが確立されていき、
稼げるようになる



実際に自分自身を深掘りすることで
「自分にもできそうなSNSビジネス」が見つかる



具体的に言うと・・・



自分がコンプレックスを
乗り越えた経験



ダメなところから
それを解消できた過去





これらがある人ほど
「価値提供できる値」が大きくなるので
「早く稼げるようになる」可能性が高い



逆にこれらがない人は、今から作る必要があるので
「ある人よりはスピード感が遅くなる」可能性が高い



例えば・・・



初心者の状態から
英語ができるようになった



サラリーマンの酒飲みから
マッチョになった



肌荒れがすごい状態から
ツルツルになった



子供を大手企業に
就職させた



非モテ会社員から
超絶美人の彼女を作った

自社分析講座



自社分析の全体像

自社分析で深ぼることは5つ

どんな環境で
(過去の状況)

自分が具体的に
何をしてくて (過程)

どんな結果を得たのか
(定量・定性)



これらを振り返って
どう思うか (価値観形成)

最終的に「自分のアセット」を
見極める

自社分析講座



各項目の解説

どんな環境で（過去の状況）

”

過去に自分が置かれていた
状況や心境



”

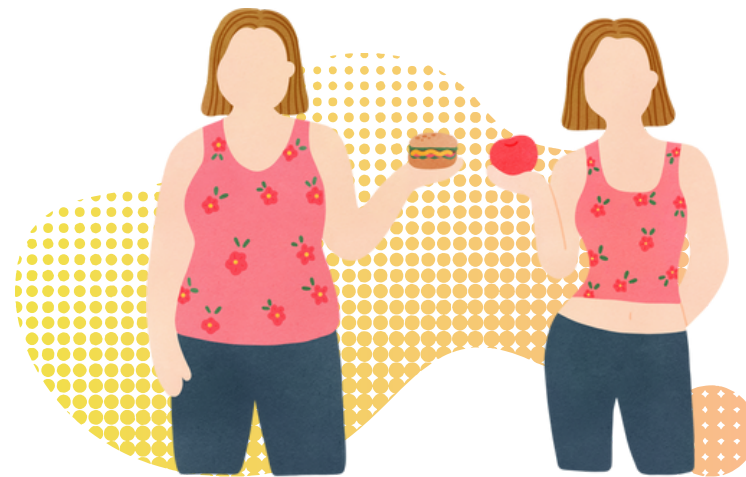
抱えていた深刻な悩みや
コンプレックス



具体的に何をしてきて（過程）

”

その環境下において
実際に自分が何をしてきたのか

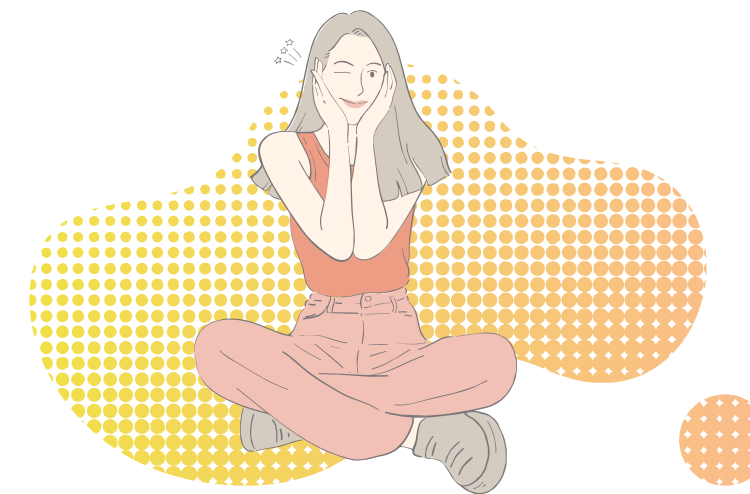


どんな結果を得たのか

”

その環境下で行動をして

「実際にどんな結果を得たのか」を
「定量的な側面」と「定性的な側面」で書く



定量的な側面とは

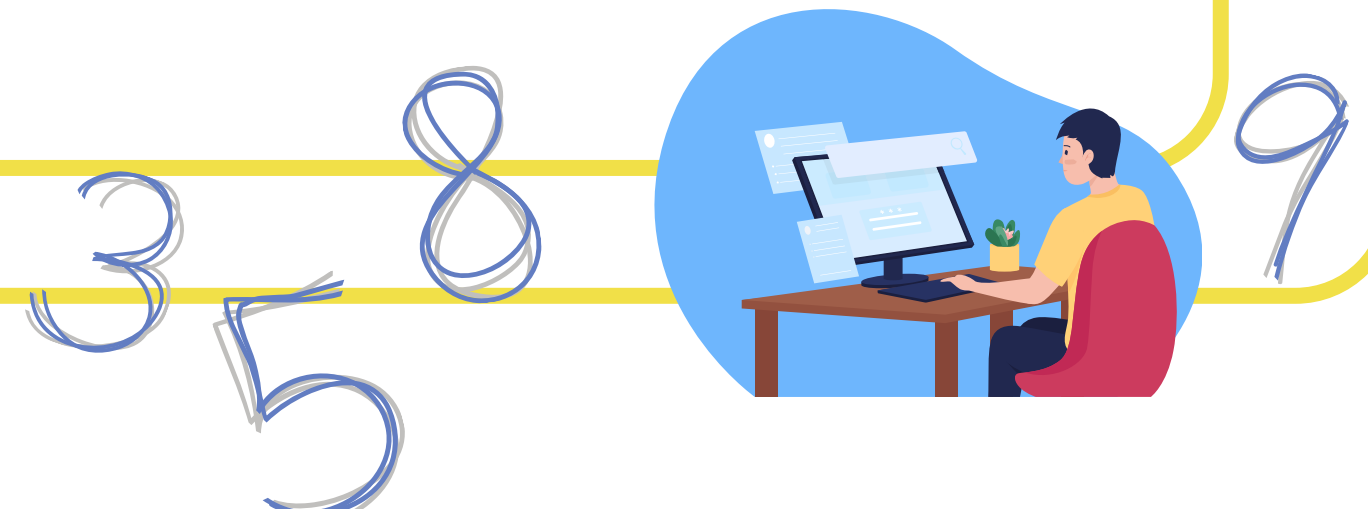
定量とは 「数字」 で表せる変化の部分のこと

例えば・・・

ダイエット 6ヶ月で-15キロ痩せました

転職 3ヶ月で大手企業に転職して年収100万円アップした

肌荒れ 5ヶ月でニキビの数が無限 ⇒ 2個とかになった



定性的な側面とは

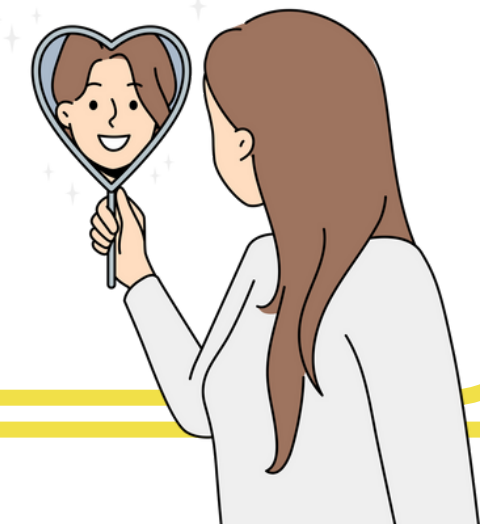
定性とは 数字で表せない「感情」の変化の部分

例えば・・・

ダイエット 着たかった洋服が着れるようになって
買い物が楽しくなった

転職 給料も安定して週1の贅沢を我慢しなくて済むようになり
精神的に安定した

肌荒れ 鏡を見たり人に会うのが憂鬱だったけど、
今では綺麗な肌を自慢したいくらいになった



振り返ってどう思うか

”

これらの経験をする中で芽生えた
「あなたの価値観」の部分。



価値観の形成



価値観の形成

結果を振り返ってみて・・・



”

「その業界の風潮・風習」に
対してどう思うか



”

「それを乗り越えた自分」に
対してどう思うか



「過去の状況にいた自分」に
対してどう思うか

最終的な自分のアセット

”

これらを踏まえて**自分のアセット**は何なのか？



アセットとは



自分の強みや得意



価値提供出来るスキル



コンプレックスを
乗り越えてきた経験



価値観や自分の信念

分析する期間

- 15歳～18歳のとき
- 19歳～22歳のとき
- 23歳～30歳のとき
- 31歳～40歳のとき
- 41歳～50歳のとき



- 第2章 -

自社分析の実践解説



この講義の下にある
マインドマップのテンプレートをダウンロードして
穴埋めしていきましょう。


その際の注意点は
必ずコピーして使用してください。

これ!? クセづけちゃってくださいね



この講義の下にあるダウンロードをクリック

Avance Community Site トップページ 新規会員登録 登録情報



上記のスライド講義を把握したら、テンプレート（マインドマップ）をダウンロードして大ジャンルのフレームワークを決めていきましょう。

テンプレートのダウンロードはコチラから

[ダウンロード](#)

次章へ進む ↑

※スライド講義をダウンロードしたい人はコチラから

左上にあるマップ情報をクリック

市場リサーチ フレームワーク

マップ情報

自社分析

フレームワーク

23歳~30歳のとき

- これらを振り返ってどう思うか
- 自分が具体的に何をできてきた (過程)
- どんな結果を得たのか (定量「数字」・定性「感情」)
- どんな環境で (過去の状況)

31歳~40歳のとき

- これらを振り返ってどう思うか (価値観形成)
- 自分が具体的に何をできてきた (過程)
- どんな結果を得たのか (定量「数字」・定性「感情」)
- どんな環境で (過去の状況)

41歳~50歳のとき

- これらを振り返ってどう思うか (価値観形成)
- 自分が具体的に何をできてきた (過程)
- どんな結果を得たのか (定量「数字」・定性「感情」)
- どんな環境で (過去の状況)

自分のアセット

- 最終的な「自分の強みや得意」「価値提供出来るスキル」
- 「コンプレックスを乗り越えてきた経験」「価値観や自分の信念」

1.誰に売っているのか

View only

伊誠

マインドマップ

77%

…をクリック

市場リサーチ フレームワ...
最終更新日：2023年7月24日
伊誠 梨 +99
リンクをシェア
<https://mm.tt/app/map/26649645>

市場リサーチ フレームワーク

社分析 フレームワーク

- 23歳~30歳のとき
 - こんな環境で（過去の状況）
 - これらを振り返ってどう思うか
 - 自分が具体的に何をきて（過程）
 - どんな結果を得たのか（定量「数字」・定性「感情」）
 - どんな環境で（過去の状況）
 - これらを振り返ってどう思うか（価値観形成）
- 31歳~40歳のとき
 - 自分が具体的に何をきて（過程）
 - どんな結果を得たのか（定量「数字」・定性「感情」）
 - どんな環境で（過去の状況）
 - これらを振り返ってどう思うか（価値観形成）
- 41歳~50歳のとき
 - 自分が具体的に何をきて（過程）
 - どんな結果を得たのか（定量「数字」・定性「感情」）
 - どんな環境で（過去の状況）
- 自分のアセット
 - 最終的な「自分の強みや得意」「価値提供出来るスキル」
 - 「コンプレックスを乗り越えてきた経験」「価値観や自分の信念」

1.誰に売っているのか

コピーするをクリック

The image shows a screenshot of a mind map application. A context menu is open over the 'フレームワーク' (Framework) node, with the 'コピーする' (Copy) option highlighted in blue and a red arrow pointing to it. The menu also includes options for '共有' (Share), '統合' (Merge), and '移動する' (Move). A red text label '移動する' is positioned below the menu. The mind map itself is a tree structure with a central node 'フレームワーク' and four main branches: '23歳~30歳のとき', '31歳~40歳のとき', '41歳~50歳のとき', and '自分のアセット'. Each branch contains several sub-nodes with text. At the bottom left, there is a toolbar with 'マインドマップ' (Mind Map), zoom controls, and a search icon. At the bottom right, there is a question mark icon and the text '1.誰に売っているのか'.

市場リサーチ フレームワ...
最終更新日: 20...
伊誠 梨
リンクをシェア
https://mm...

共有
統合
コピーする
移動する

移動する

市場リサーチ フレームワーク

フレームワーク

- 23歳~30歳のとき
 - こんな環境で (過去の状況)
 - これらを振り返ってどう思うか
 - 自分が具体的に何をきて (過程)
 - どんな結果を得たのか (定量「数字」・定性「感情」)
 - どんな環境で (過去の状況)
 - これらを振り返ってどう思うか (価値観形成)
- 31歳~40歳のとき
 - 自分が具体的に何をきて (過程)
 - どんな結果を得たのか (定量「数字」・定性「感情」)
 - どんな環境で (過去の状況)
 - これらを振り返ってどう思うか (価値観形成)
- 41歳~50歳のとき
 - 自分が具体的に何をきて (過程)
 - どんな結果を得たのか (定量「数字」・定性「感情」)
 - どんな環境で (過去の状況)
- 自分のアセット
 - 最終的な「自分の強みや得意」「価値提供出来るスキル」
 - 「コンプレックスを乗り越えてきた経験」「価値観や自分の信念」

1.誰に売っているのか

顧客分析のフレームワーク

15歳～18歳のとき

- どんな環境で(過去の状況)
- 自分が具体的に何をできて(過程)
- どんな結果を得たのか(定量「数字」・定性「感情」)
- これらを振り返ってどう思うか(価値観形成)

19歳～22歳のとき

- どんな環境で(過去の状況)
- 自分が具体的に何をできて(過程)
- どんな結果を得たのか(定量「数字」・定性「感情」)
- これらを振り返ってどう思うか(価値観形成)

自己理解をするために
穴埋め式テンプレートを埋めていってください。



この作業は、あなたがこれから
SNSビジネスで稼いで行くために必要不可欠になります。

なぜならこれを行うことで、あなたの強み、弱み、独自性など
あなたの**ブランディング**をするためです。

年齢別に過去を振り返り穴埋めしていき
自己理解を深めるとアセットが見えてきます。

最後の自分のアセットを必ず埋めてください。



追記

いきなり迷っている方がいるとしたら…

あなたのことを良く知っている人に
自分の長所と短所を聞いてみるのも手です。

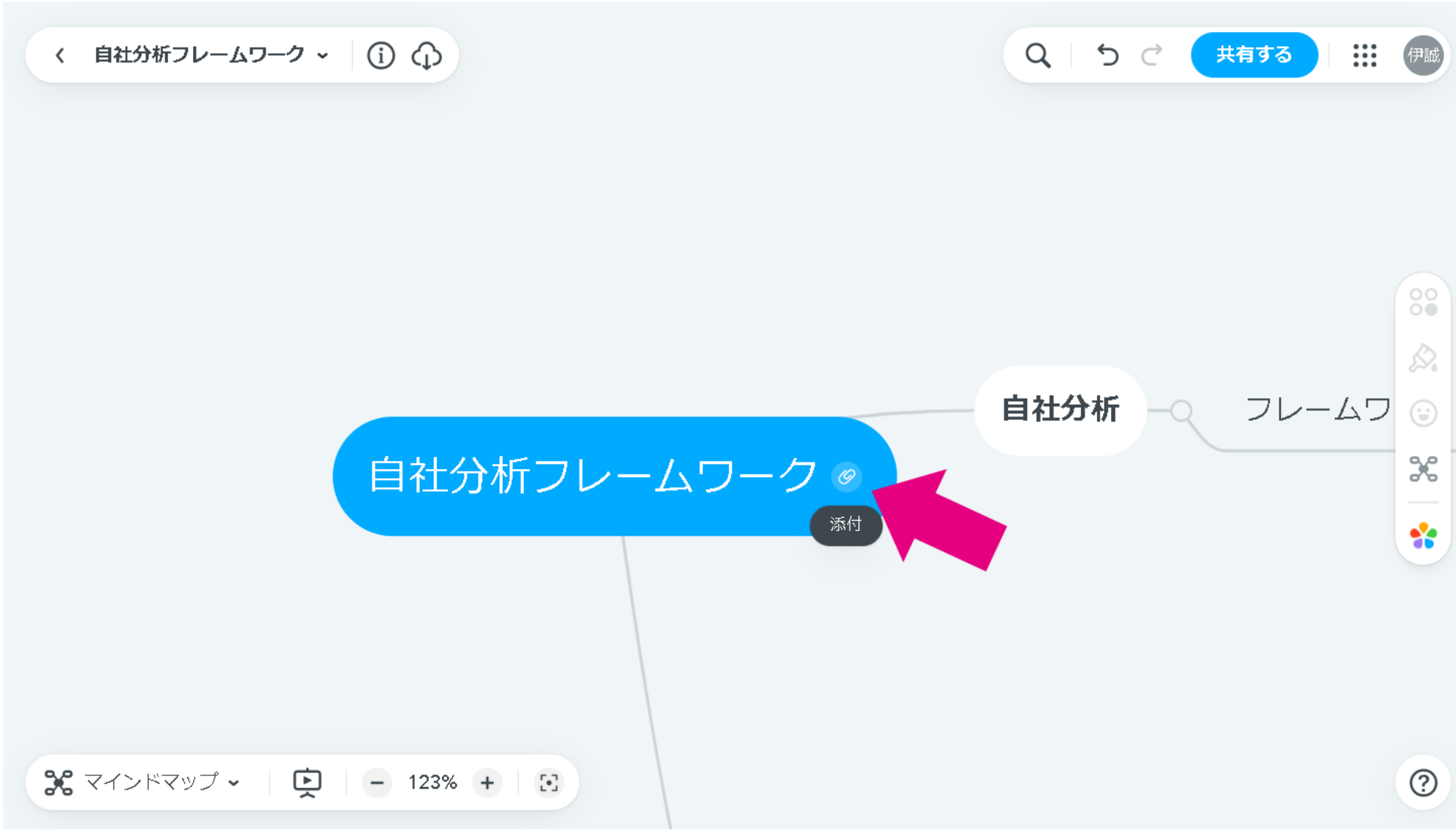
自身のことはわからないけど人のことは良くわかるものですから

念のため、

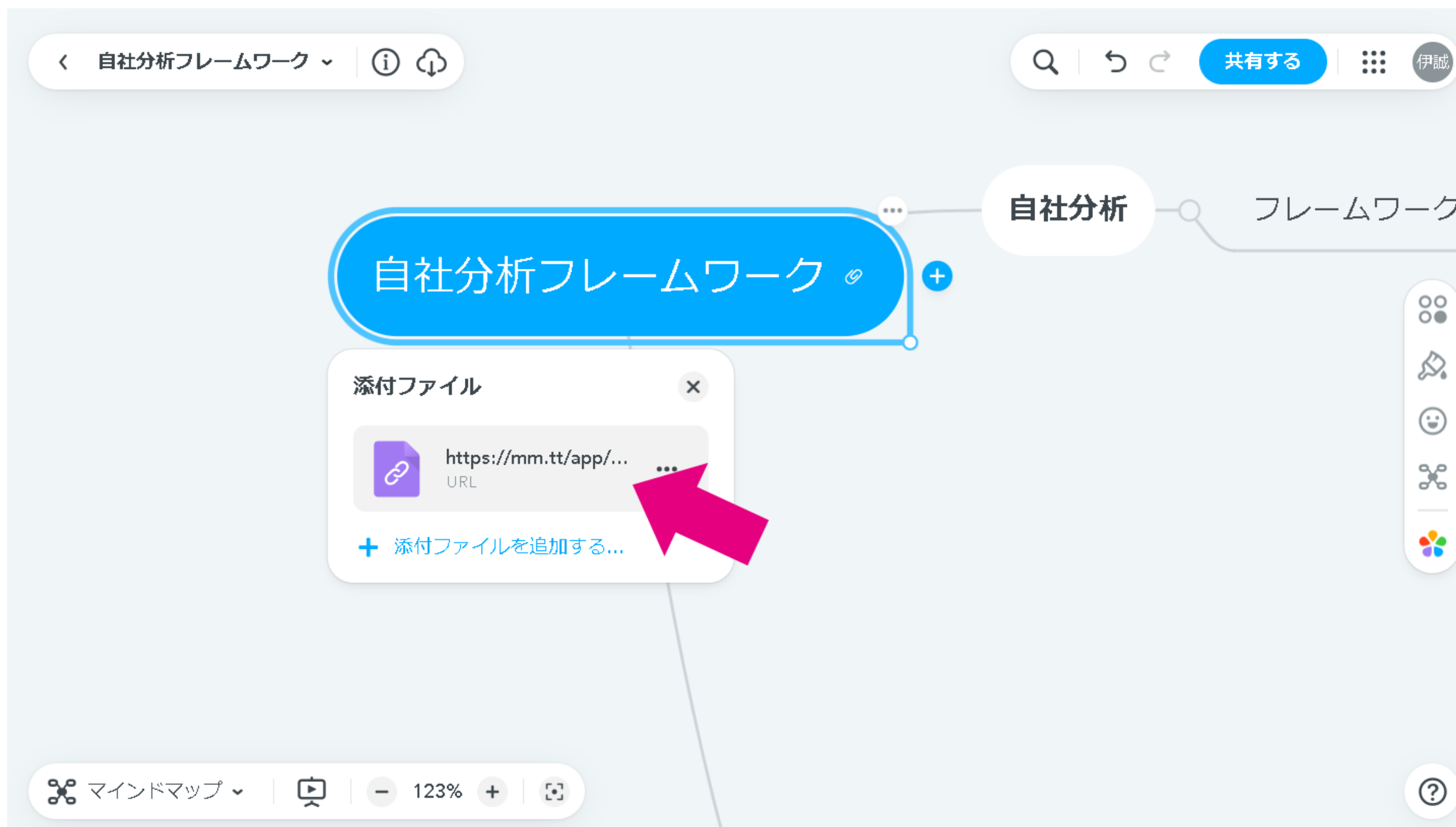
僕の自己分析参考にしてみてください
まったくためにはなりませんけどね



下記のリンクマークをクリック



リンクをクリックすると僕の事例が確認できます



それでは、さくっと
自社分析を穴埋めして次の章へ進んでいきましょう！

