

米国のマイケル・ハンナ(男性)のマットレス屋【P20】

<p>キー・パートナー</p> <p>妻 ウェブサイト立ち上げ。 コンセプト作り。 「押し売りしないマットレス屋」</p> <p>友人A 家具屋の経営者。 売れ残りのマットレスのことで 相談される。</p> <p>友人B 特製2人乗り自転車の製造。</p> <p>マットレス保管場所提供者</p> <p>マットレス供給業者</p>	<p>キー・アクティビティ</p> <p>様々なマットレスに関する 多様な知識の獲得。 顧客にわかりやすく伝える 表現方法の修得。 接客。 配達。</p>	<p>与える価値</p> <p>必要なマットレスの 決め方を教える。</p> <p>業界初の自転車による配達。 →宣伝になった。</p> <p>無料配送サービスの特典。</p>	<p>顧客との関係</p> <p>継続的な関係構築。 ファンを増やす。</p>	<p>顧客</p> <p>どんなマットレスを買えば いいのかという疑問を 持っている人。</p> <div data-bbox="1518 475 2051 730" style="border: 1px solid orange; padding: 5px;"> <p>長く通ってくれるお客様もいるんです。小さな幼児を連れて買いに来てくれた家族が、2年後にまた来てくれて、3歳になったその子のマットレスを買い替えてくれる。これほどうれしいことはない。</p> </div>
<p>コスト</p> <p>マットレス仕入れ費用。 ネットで告知作業。(ホームページ、Youtubeなど) 保管場所の賃料。 特製自転車を作ってもらって、自ら配送。 マットレスに関する知識の獲得。</p>	<p>報酬</p> <p>家族を養うに十分な収入が得られた。 会社人間からマットレス屋になった。 それでも、こんなに幸せなことはありません。</p>			