

売り手の目線で考える4P（自社の弱み抽出）

4P：売り手目線	競合と比べて負けていそうな点	解決の難易度 (リスク)	解決後の影響度 (リターン)
①Product (製品)			
②Place (流通)			
③Price (価格)			
④Promotion (プロモーション)			

買い手の目線から見る4C（自社の弱み抽出）

4C：買い手目線	競合と比べて負けていそうな点	解決の難易度	解決後の 売上への影響度
⑤Customer (ユーザーの価値)			
⑥Convenience (利便性)			
⑦Cost (ユーザーのコスト)			
⑧Communication (コミュニケーション)			

