

【プチワーク】

- ・既に型ができているテンプレートのようなイメージです。

【ワーク1】

KGI：コーディング速度UP-----KPI：学習の時間数-----KPI：知識の量
└ KPI：タイピングのスピード └ KPI：経験の量

【ワーク2】

明治...健康的、爽やか、広告に有名人を起用、カラーが赤

ロッテ...健康的な商品がある。親しみやすいキャラクター、広告に有名人を起用、カラーが赤

グリコ...健康に力を入れている、広告に有名人を起用、カラーが赤

【共通点】

各社、代表的(人気で昔から続いている)な商品がある
健康的なイメージを持つような商品がある。
目をひくような赤いカラーを使っている。
誰もが知っている有名人を起用している。

【結論】

お菓子だけど健康的な面もあるということをアピールしながら
広告に誰もが知っている有名人を起用することで
親しみやすさを出している。

【一番印象に残った点】

今回一番印象に残ったのは、ロジックツリーのワークの部分です。
実際にやってみて、いかに自分は物事を理論的に考えていないかが分かるきっかけとなりました。

なのでロジックツリーを作るのも難しく、時間をかけてしまったのですが、
要素を分解することで見えていなかったことも見えてきたという感覚があったので
情報を整理する・要素を分解することの重要性を知ることができました。

【感想】

難しい内容だったのですが、考え方や情報の整理をすることで得られるメリットはとて多いので、身につけて今後使っていきたいと強く感じました。
ワークのロジックツリーもなかなか進めることができなかったのですが、日常から今日のことを意識して
慣れて今後にどんどん活かしていきたいと思います。