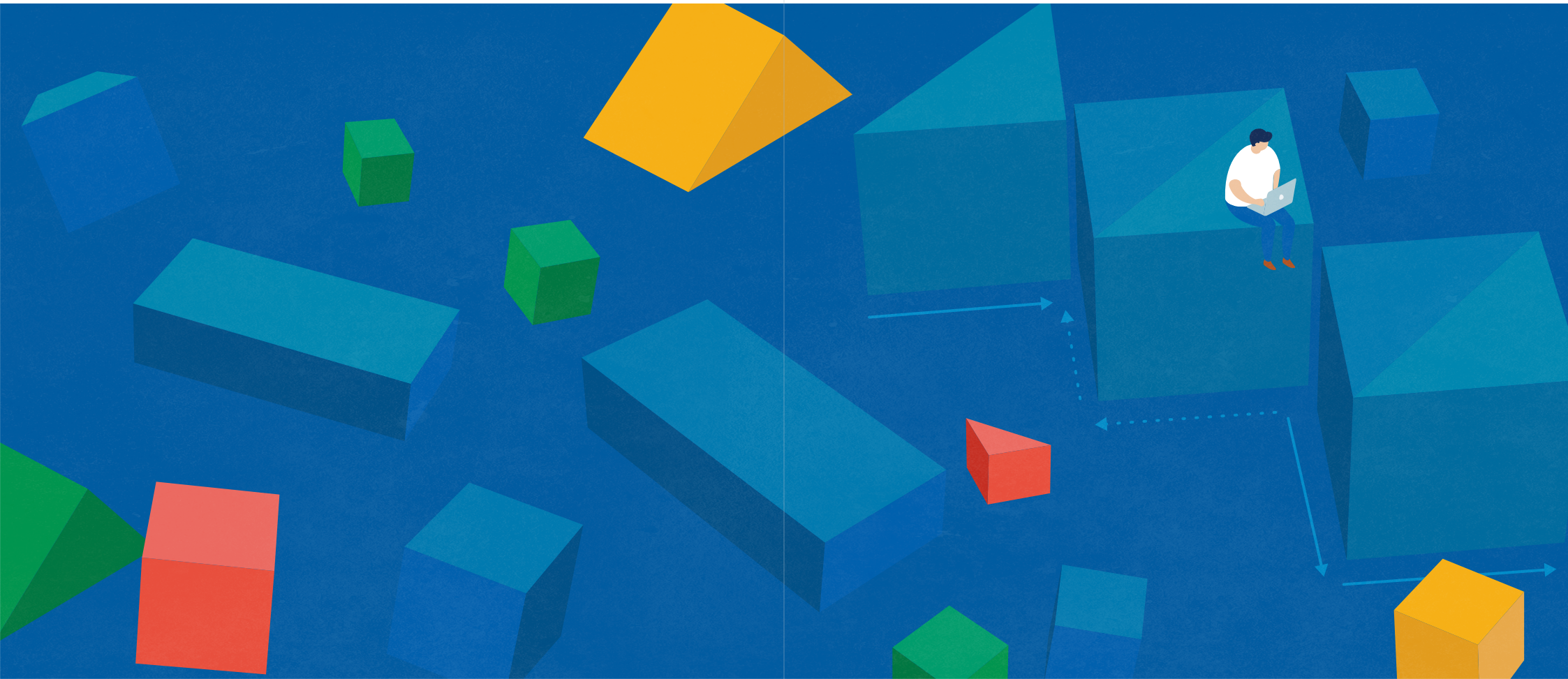


CUEM HANDBOOK

BASiS



理想を現実に。
課題を喜びに。
さあ **CUEM**とともに未来へ。



目次

CUEMとは？	03
----------------	-----------

CUEMストーリー	04
------------------	-----------

CUEMのビジネスプロセス	05
----------------------	-----------

① 得たい成果を明確に	07
-------------	----

RESULT

② 相手を知る	09
---------	----

DIVE

③ インサイトの抽出	11
------------	----

INSIGHT

④ 解決策の発散	13
----------	----

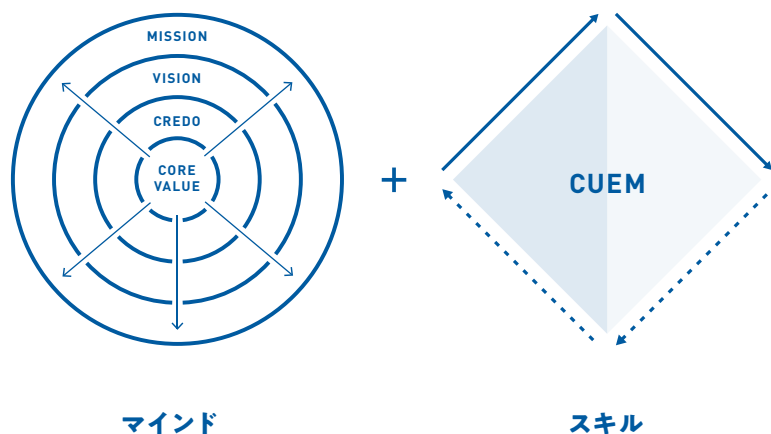
IDEATION

⑤ 届けるために磨く	15
------------	----

UPGRADE

より本質的な課題解決のためのフレームワーク。

CUEMとは？



CUEMはヒト・オリエンテッドなデジタルマーケティングを行う、CUEBiCの基幹技術。CIで定められたマインド同様、全社員が持つべきスキルです。「ヒト」をリアルに想起し、表面的なニーズではなく「インサイト」をつかみ、より本質的な課題解決へと導くためのこの技術が、あなたと社会の未来を輝かせます。

ヒトを、人生を、社会を
輝かせるために、CUEMは生まれた。

CUEMストーリー

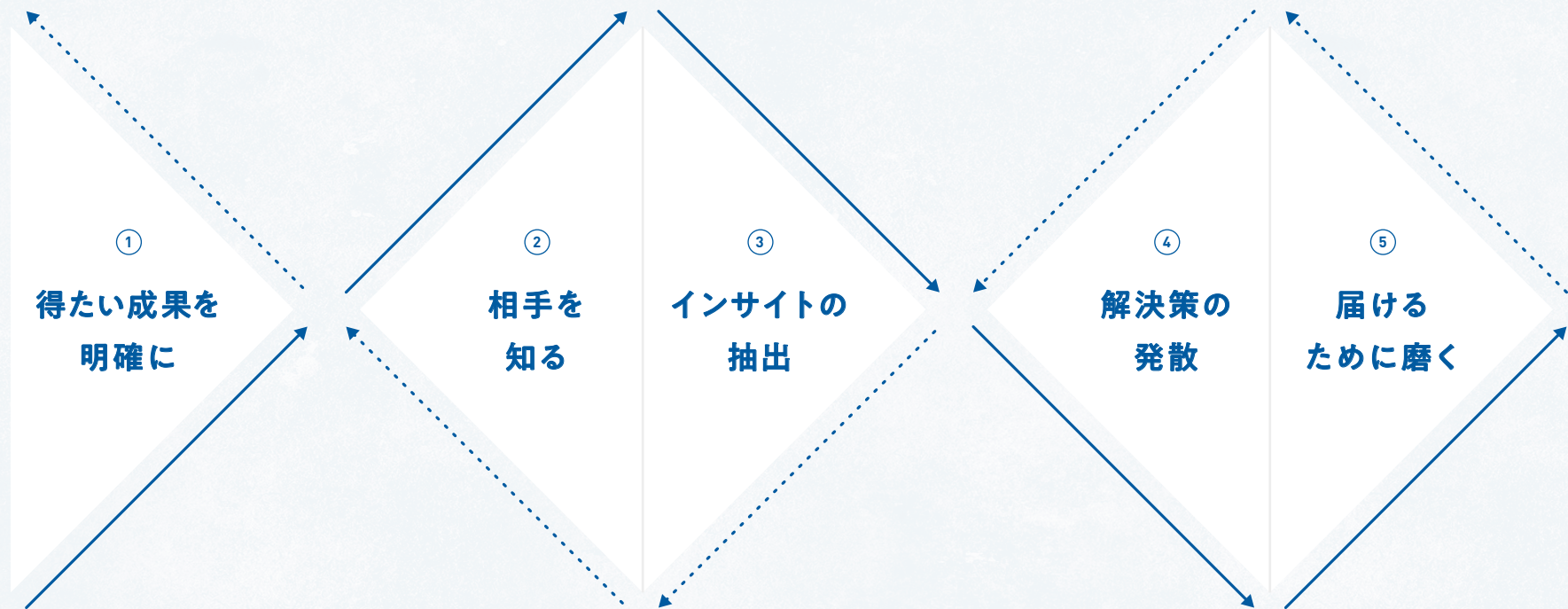
CUEMのはじまりは、より本質的なマーケティングを行うためのフレームワークでした。しかし、その徹底的なユーザー視点で、ヒトの潜在的なニーズにアプローチする手法は、マーケティングのみならず、いまやビジネスのフレームワークとして、さまざまな課題を解決するための技術となり得ます。

「ドリルを買おうとしている人は、ドリルが欲しいのではなく穴を開けたいのだ。」マーケティングの巨匠、セオドア・レビットのこの有名な言葉のように、「ユーザーが深層心理で求めていることは何か」を追及するそのスタンスで、あらゆる課題を解決できると信じています。

そう、CUEMは、CUEBiCの基幹技術でありながら、
広く社会や世界の課題を解決する
羅針盤となります。



ヒトに、あなたに、たしかな前進を。



CUEMの ビジネスプロセス

CUEMのプロセスは、全部で5ステップあり、「得たい成果を明確に」「相手を知る」「インサイトの抽出」「解決策の発散」「届けるために磨く」から成っています。しかしこの各ステップは、一度きりの

プロセスではありません。より品質を高めるために、時には戻り、時には改善することを繰り返します。さあ、インサイトに挑み、ヒトにたしかな前進をもたらしましょう。



答えは、スタートで決まる。

得たい成果を明確に

RESULT

CUEMはまず、
「得たい成果を明確にする」ことから始まります。
何をゴールにするのか、
自分なりの答えをしっかりと持つことで、
そのプロセスにおいても決して目的を見失わず、
ブレることなく前進することができるのです。
何事においても前提条件を持った上で取り組み、
「達成するべき姿」を具体的にイメージすること。
あなたが獲得したいゴールは、
スタートのあり方で決まっているのです。



深く潜れば、高みへ行ける。

相手を知る

DIVE

「自分は、相手のことを何も知らない」

その謙虚な姿勢こそが、豊かな答えを導きます。

ヒト、モノ、コトをより深く知るためには、

わかった気にならずに、深く深くその対象にDIVEすること。

そのためには、机の前でじっとしているのではなく

「実際に現場に出向き、理解する」という

行動をともなったDIVEも重要です。

根拠をさぐる行動の質と深さで、自分のレベルを高くし、

誰もたどり着いたことのない答えをつかむのです。





なぜ?の数だけ、答えは近づく

インサイトの抽出

INSIGHT

まるで子どものように「なぜ?」を問い続ける。

好奇心や探究心を強く持ち続ける。

まだ誰も気づいていないインサイト＝深層心理をつかむために、

表面的な声や言葉を鵜呑みにするのではなく、

その背景にある真実を想像すること。

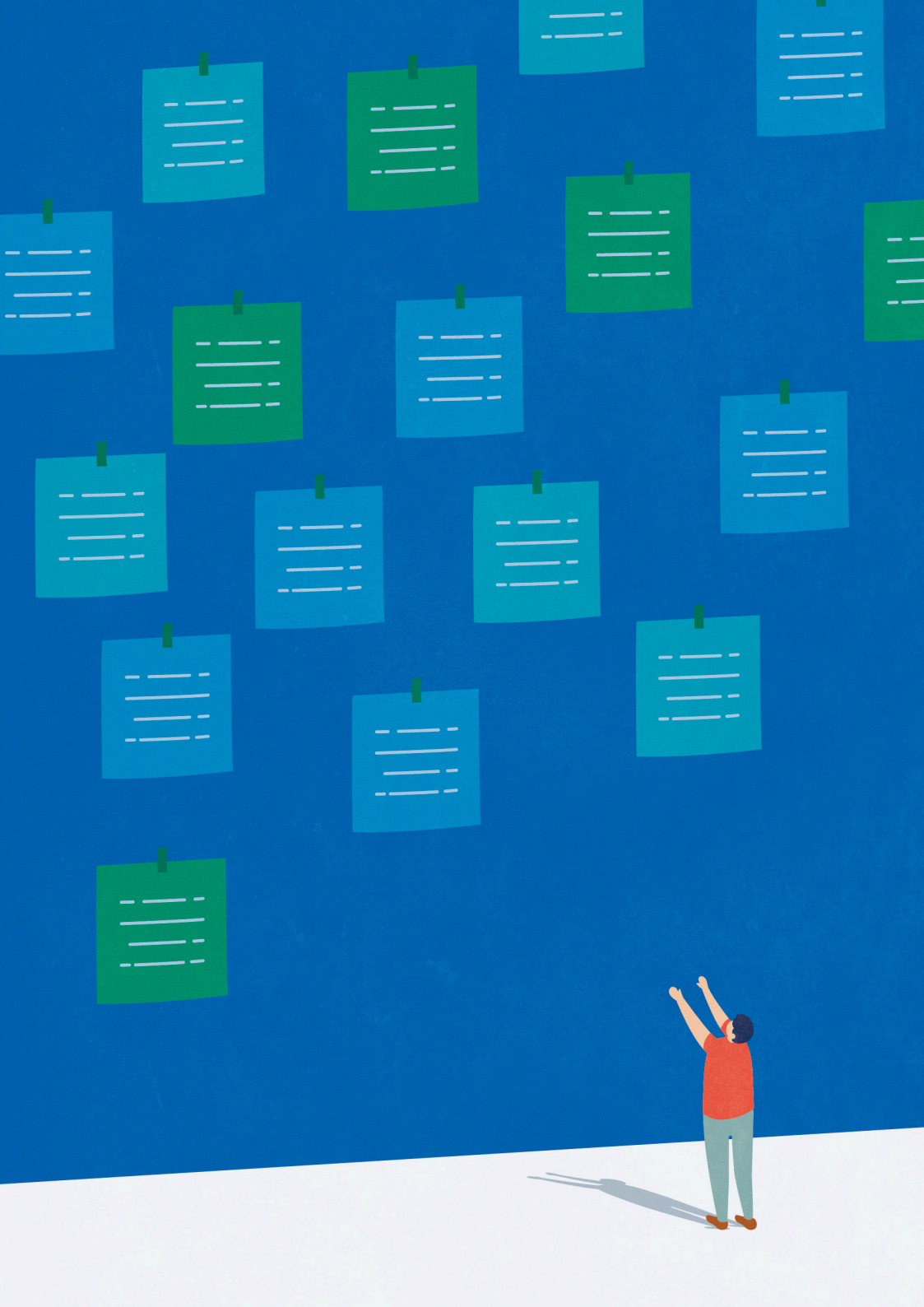
そして、データや数字は「ヒント」にしながら、

時には疑う探究心も必要です。

「真実にたどり着きたい」という強い追求心と行動こそ、

これまで世の中になかった鮮やかな答えを導き出すことを、

私たちは知っています。



満足しない、だから、前進する。

解決策の発散

IDEATION

やっと出した答えは、誰でも嬉しくホッとするものです。

しかし、CUEMの考え方は違います。

答えこそ、はじまりです。

「もっと良くできるはず」「もっと他にあるはず」、

その姿勢がさらに品質の高い回答を生み出します。

またアイデアも質にこだわりすぎるのではなく、

まずは数多く出すこと。

そして、評価者になることなく、全員が生み出す側。

つまりクリエイターの意識を持ち、

批判を恐れないスタンスで提案することで、

前進することができるのです。



より伝わるように、より届くように。

届けるために磨く

UPGRADE

表現に、終わりはありません。

もっと伝わるように、もっと届くように、

粘り強く磨き上げれば、その価値はさらに光り輝きます。

私たちが考える解決策の収束とは、

アイデアを評価して決定することだけではなく、

解決策を導き出した仮説をさらに、

ユーザーのインサイトに届く表現へブラッシュアップ。

「もっと届くために、表現にこだわる」という意識を持つことで

提供価値のレベルをより高めます。

そのためには失敗を恐れず、何度でもやり直す。

すべては、ヒトのよろこびのために。

