

「ピーティックス」

1 課題 Problem

- 主催者

イベント集客が難しい、決済や入場管理が煩雑、コストが高い
- 参加者

面白いイベントを探しにくい、支払いが不便、イベント情報が分散している

4 解決策 Solution

- 数分で作れるイベントページ
- チケット販売・決済システム
- QRコードによる入場管理
- SNSとの連携による集客

8 主要指標 Key Metrics

- イベント開催数
- チケット販売数
- 参加者のリピート率

3 独自の価値提案 Unique Value Proposition

- 「誰でもすぐにイベントを立ち上げられる」
- 「参加者と主催者が出会えるコミュニティ型プラットフォーム」

9 圧倒的優位性 Unfair Advantage

- 多数のイベントデータと参加者コミュニティ
- 「小規模イベント」への特化とブランド認知

2 顧客セグメント Customer Segments

- 小規模～中規模イベントの主催者（個人、団体、スタートアップ）
- 趣味・学習・交流を求める参加者

5 チャネル Channels

- 主催者

検索広告、口コミ、SNS共有
- 参加者

プラットフォーム内のイベントレコメンド、友人の招待

7 コスト構造 Cost Structure

- サービス開発・運営
- サーバー費用
- カスタマーサポート・マーケティング

6 収益の流れ Revenue Streams

- チケット販売の手数料収入