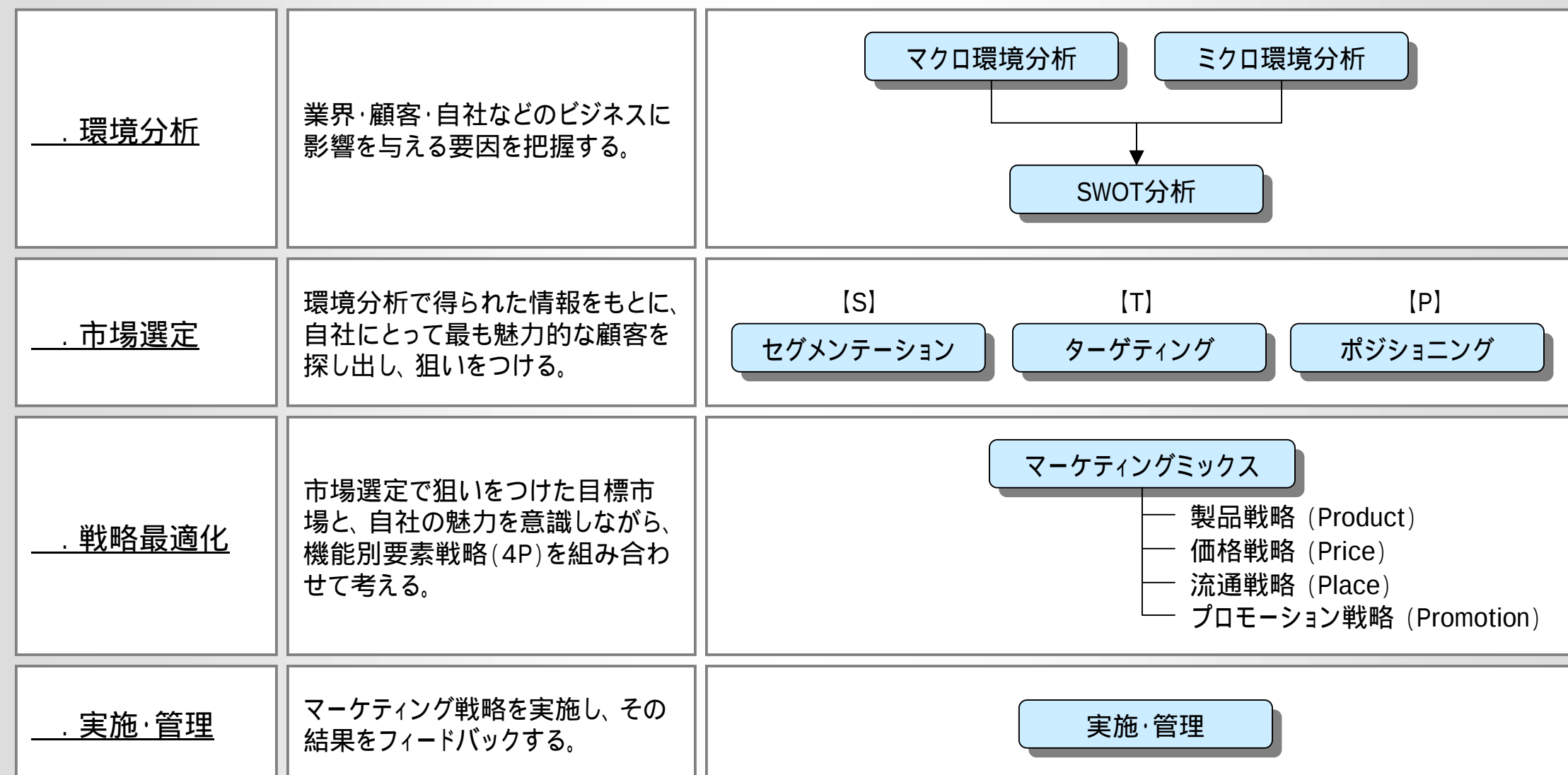


マーケティングの基本フレームワーク

マーケティングの基本プロセス

マーケティングとは・・・売れ続ける仕組みをつくること



環境分析

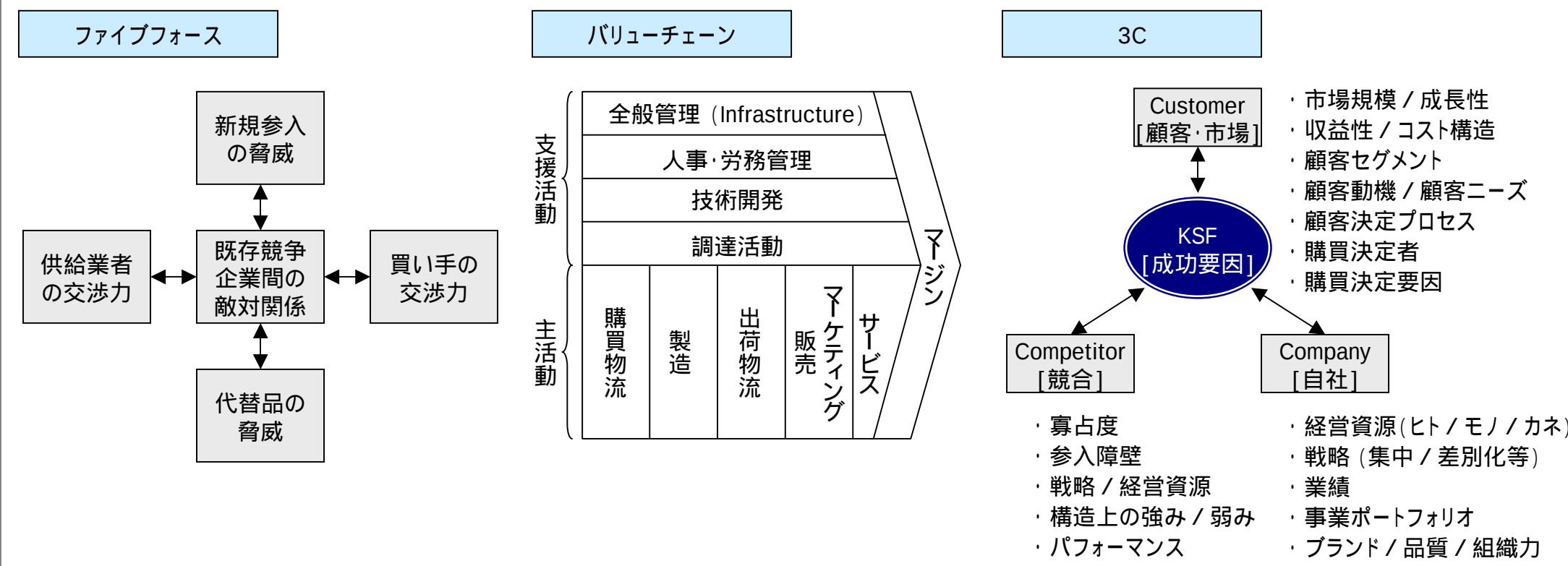
マクロ環境の分析要因

政治的要因 [P]	政治の動向、業界の法的規制、業界の政府助成、政府の市場介入度
経済的要因 [E]	GNP、GDP、為替、金利基準、所得分布、インフレ、デフレ
社会的要因 [S]	道德観・倫理、文化的価値観、生活様式、宗教
技術的要因 [T]	最新技術、技術特許、技術開発予算
人口動態的要因	人口規模、世代別人口、地域別人口、人口密度
自然環境的要因	国や地域の自然環境、環境問題環境保護上の規制

SWOT分析

	機会 (O)	脅威 (T)
強み (S)	事業機会	
弱み (W)		潜在的リスク

ミクロ環境の分析要因

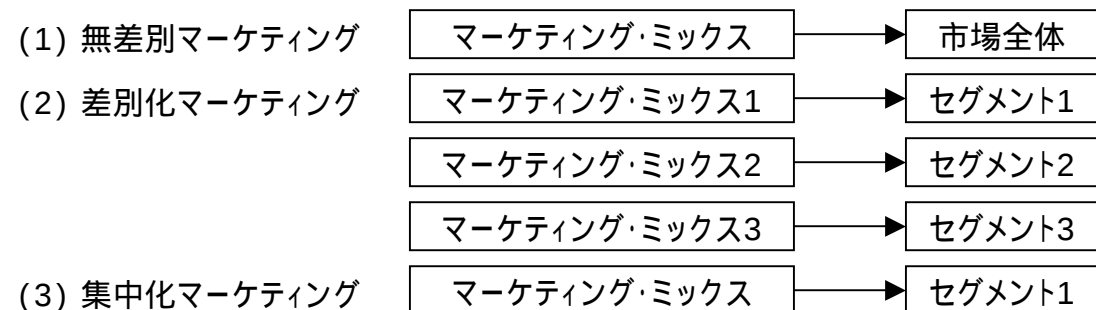


市場選定

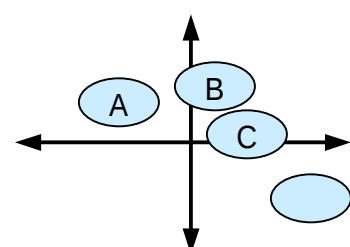
セグメンテーション [市場細分化]

人口統計的変数 (デモグラフィックス)	年齢、性別、家族、世帯規模、所得、職業
地理的変数 (ジオグラフィックス)	地域、都市、人口密度、気候
心理的変数 (サイコグラフィックス)	ライフスタイル、パーソナリティ
行動上の変数	利用頻度、ベネフィット、ユーザーの状態、利用割合、ロイヤリティ、購買認知段階、製品に対する態度
製品・サービスの属性変数	製品・サービスの品質、性能、サイズ、スタイル

ターゲティング [標的市場の決定]



ポジショニング [市場への位置づけ]



* AISAS理論

A	注目する (Attention)
I	興味を抱く (Interest)
S	検索する (Search)
A	購買する (Buy)
S	情報を共有する (Share)

* ロジャーズのイノベーション採用プロセス

イノベーター (革新者)	2.5%
アーリー・アダプター (初期採用者)	13.5%
キャズム (大きな裂け目)	
アーリー・マジョリティ (初期追随者)	34.0%
レイト・マジョリティ (後期追随者)	34.0%
ラガード (遅延者)	16.0%

* 顧客ロックイン戦略

- インティマシー・ロックイン
次第に愛着を沸かせ、なじみ客として取り込む
- メンバーシップ・ロックイン
会員制等の仕組みで顧客関係を強化
- コンビニエンス・ロックイン
利便性の高いサービスで顧客を固定化
- ブランド・ロックイン
企業や製品のイメージで顧客を囲い込む
- ラーニング・ロックイン
顧客の知識不足の解消で長期関係を結ぶ
- コミュニティ・ロックイン
コミュニティの参加を促して顧客関係を強化
- シリーズ・ロックイン
ひとつのラインナップで揃えたいニーズに対応

戦略最適化

製品戦略 (Product)

プロダクトの本質	・ 製品の中核 中核となるベネフィット (便益) ・ 製品の形態 パッケージ、特徴、デザイン、ブランド、品質水準 ・ 製品の付随機能 取付け、配達と信用供与、保証、アフターサービス
アプローチ	ニーズ志向 と シーズ志向
製品ライフサイクル	導入期 ~ 成長期 ~ 成熟期 ~ 衰退期
ブランドの構成要素	ブランドネーム、ロゴ/シンボル、キャラクター、スローガン、シンブル、パッケージング
ブランドエクイティ戦略	ブランドロイヤリティ、ブランド認知、ブランド連想、知覚品質
サービスの特性	無形性、非均一性、不可分性、非貯蔵性、需要の変動性
その他	ネットワーク外部性、計画的陳腐化、プロダクトミックス、サービスマーケティング、PPM

価格戦略 (Price)

価格志向	コストプラス法、マークアップ法、ターゲット法、損益分岐点
需要志向	知覚価値価格、需要価格
競争志向	入札、実勢価格
新製品価格戦略	上澄み吸収価格 (スキミング)、浸透価格 (ペネトレーション)、プレミアム価格
価格調整戦略	割引、アロウワンス、差別的価格、地理的価格、販売促進型価格
心理的価格戦略	端数価格、慣習価格、名声価格、プライスライニング
販売促進的価格戦略	ロスリーダー戦略、EDLP戦略

流通戦略 (Place)

チャネルの幅	開放型、選択型、排他型
卸売業の機能	情報伝達、物流、調達販売、金融の危険負担
商圏の検討要素	商圏人口、住民特性、風土、消費動向、店舗アクセス、競合店の状況
その他	ドミナント戦略、ICタグ、3PL、VMS、フランチャイズ

プロモーション戦略 (Promotion)

広告	マス4媒体	テレビ、ラジオ、新聞、雑誌
	ネット媒体	ホームページ、ブログ、SNS、メルマガ、バナー広告、SEO、モバイル (携帯電話)
	SP媒体	新聞折り込み、DM、電話帳、交通広告、屋外広告
PR		出版、イベント、ニュース、ロビー活動
人的販売		ダイレクトマーケティング
SP	消費者向け SP	クーポン、キャッシュバック、無料トライアル、懸賞、景品
	流通向け SP	値引き、アロウワンス、イベント招待
	社内向け SP	販売コンテスト、ノベルティ
ロコミ		バズマーケティング