マーケティング戦略4つの戦略全体

Samantha Heart

顧客共感の視点

・製品を使用することでできる○○

・人が集まる製品を創る

・製品購入の○○

・どこにもない製品で特異性を感じ当社に依頼する

・今後はデジタルでの対応も増加するみこみ

・ご予算はいくらですかと聞くことで顧客の要望を引き出す(相手に合わせるのではない)

「あい」のある製品コンセプト

対象顧客 × 価値

・集めがいがある

・つながりあいがある

・提案と技術の認め合い

・わかりやすい製品ブランド

競争差別化の視点

・製品構造

・優位性を伝えることのできる会社

・モノ×コト

・製品はほとんど作っているところがない

・顧客の＜活用ねらい/希望/目的＞を聞くことができる(基本プロセス図を持っているから)

↓

これにより、製品の価格主導権を握る、元請け(ポジショニング経営)

↑同業者と大きく違う点

マーケティング戦略の４要素を規定

C 商品・サービス戦略

・製品ブランド

・業界に合わせたカスタマイズできる製品の内容を充実させる

・○○を○○に構築する

製品ができあがっていくまでのプロジェクトマネジメントを重視し、企業価値とする

・希望の製品をつくる

・イメージに近づくように提案できる

・製品のポジショニング

T 価格戦略

・価値価格決定型

・製品オプション

・簡単セット製品作り

・○○企画の価格

・ショップサイト

製品の提案

P 販売促進戦略

・WEB戦略-1
ショップサイトの充実

・ WEB戦略-2
ＨＰのリノベーションとＨＰへの集客

・展示会の出展

・製品の構成をわかりやすく書いたパンフレット、リーフレット提案書

T 店舗・施設

・受注体制をチームで対応するスタイルで社員の力を発揮させる

・製品の○○などを充実させる

・展示会で製品の世界感を伝える

©2008. Samanthaheart . Co.,Ltd.