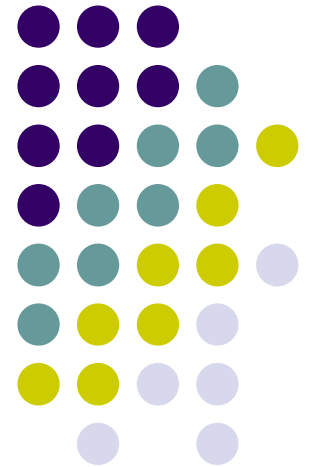


マーケティング・ベーシック

Marketing Basics

第2・3・4講



東京工科大学
目黒 良門

戦略的マーケティング



戦略：自由に発想すべきもの



● 手段 → (適応) Adaptation → 標的市場



製品 (Product)

価格 (Price)

流通 (Place)

プロモーション (Promotion)



「適応」のための戦略は様々



[様々な戦略モデル]

リレーションシップ

データベース

リアルタイム

パーミッション

バズ

ロングテイル

? (自由に「発想」しましょう!)

「戦略」
の
実行

「手段」
(製品・流通
・広告など)

戦略を阻むもの(マイオピア・Myopia)



- 既存の製品発想？

 - 製品ありき？ “ねずみ取り器”

- 既存の技術(テクノロジー)発想？

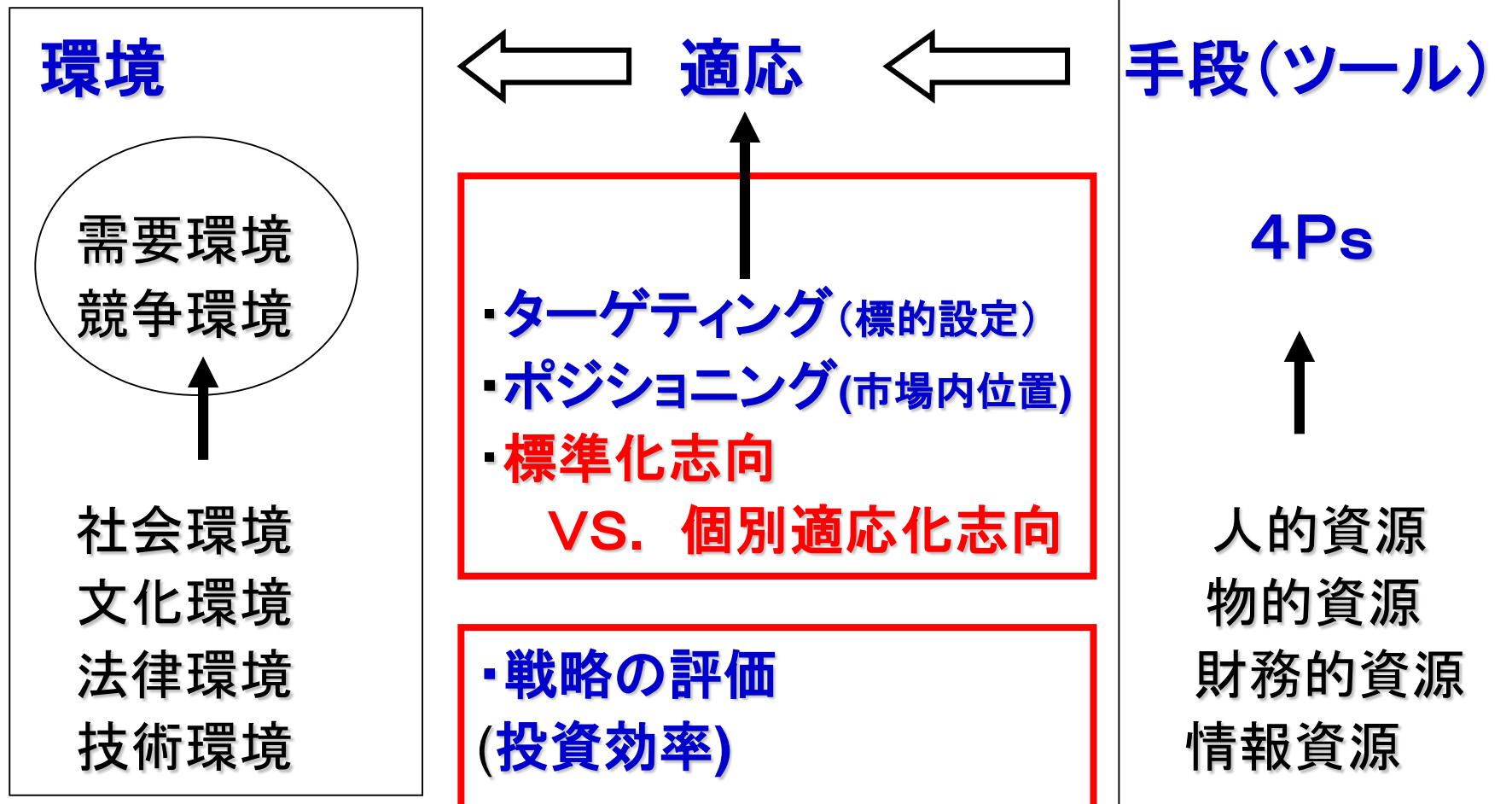
 - 技術(テクノロジー)ありき？

① マーケティング・マイオピア (Marketing・Myopia)

② テクノロジー・マイオピア (Technology・Myopia)

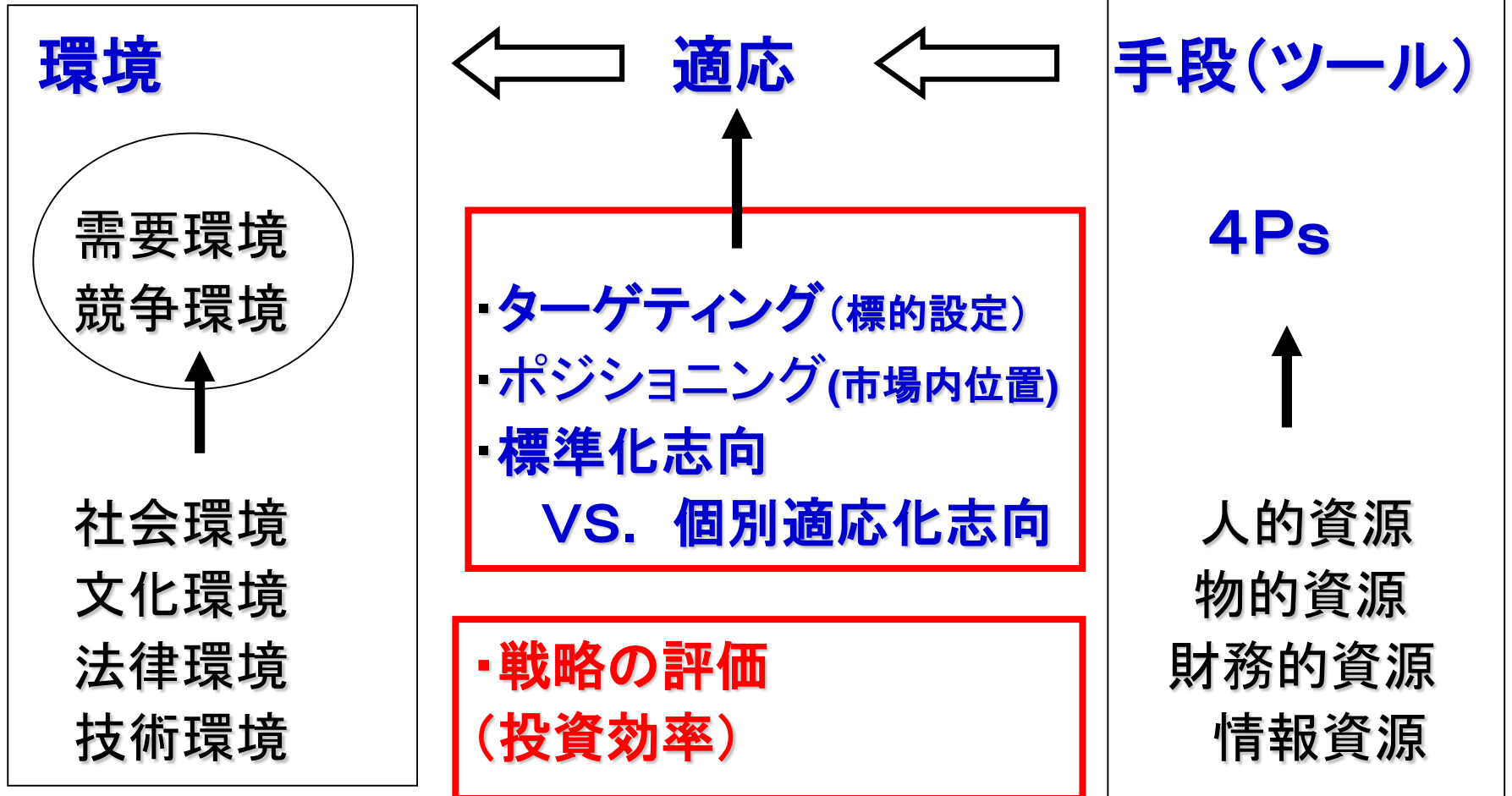
戦略的マーケティング

標準化 vs. 個別適応化



戦略的マーケティング

戦略の評価



戦略的マーケティング

戦略の失敗

