

一般的なマーケティングの 定義から学ぶもの①

名古屋経済大学経営学部

徐 誠敏

(ソ ソンミン)

2021年9月28日(火)

s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp

www.ssm-gcbm.com/

徐誠敏

共に成長しよう!



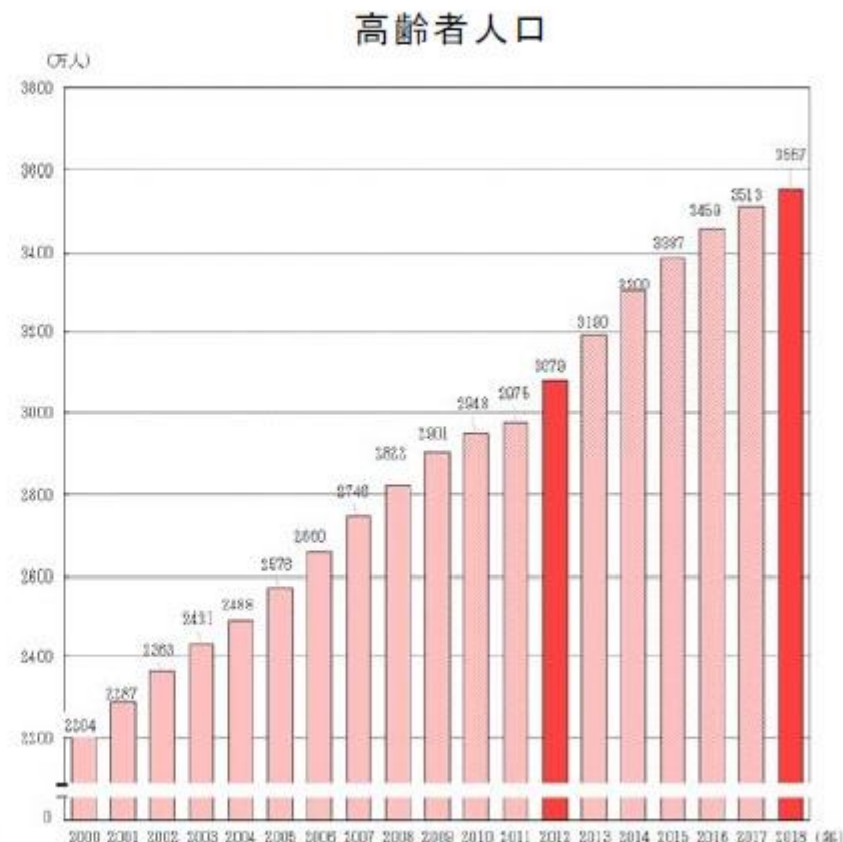
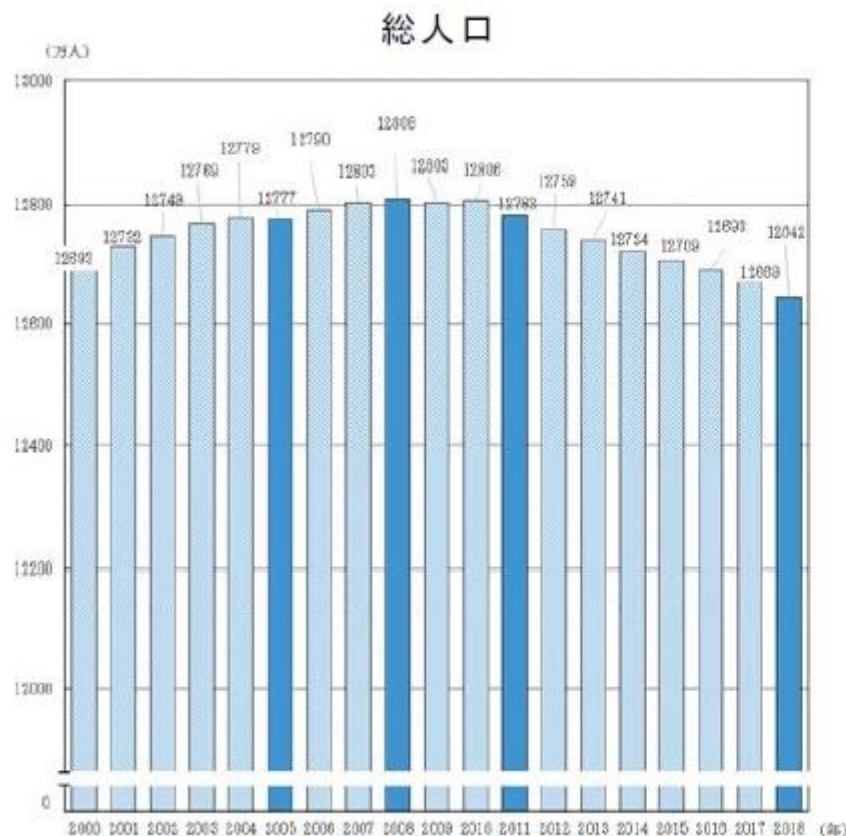
徐誠敏(ソソンミン)の
オリジナル・キャラクター
「ブランドリ」

なぜマーケティングは 必要なのか



**少子高齢化、人口減少を迎えた
日本の消費市場は、成熟期にあり、
供給過剰時代に入っているからである。**

日本の総人口および高齢者人口の推移 (2000年～2018年)



資料：2000年、2005年、2010年及び2015年は「国勢調査」、その他の年は「人口推計」

注) 2017年及び2018年は9月15日現在、その他の年は10月1日現在

出所：<https://www.stat.go.jp/data/topics/topi1131.html>(2020年9月14日確認)。

マーケティングは必要なのか

日本の消費市場は、供給過剰状態で、モノが売れない時代だからこそ、マーケティングが必要!



マーケティングは、供給過剰期・過剰品質時代における企業経営の重要な戦略である。

我々は、下記の企業が行うマーケティング活動に多大な影響を受けている



上記の企業は マーケティング力が強い企業

すなわち、上記の企業は、顧客と消費者の
ニーズを的確に把握し、それを満たす
良質な製品・サービスを提供している。
その結果、自社ブランド価値が向上している。

聴診器のような マーケティングの役割



マーケティングというのは、聴診器のように、
日々変わり続ける顧客・消費者のニーズの変化を
見つけ出しそれらを満たすように図る
戦略的仕組みであると言える☆≡^_^☆≡

挫折は過程、
最後に成功すれば挫折は過程に変わる。
だから成功するまで諦めないだけ

本田圭祐

これらの企業の共通点とは



Google



TOYOTA

DAIKIN



i'm lovin' it®



SHISEIDO



P&G

Wacoal



HONDA

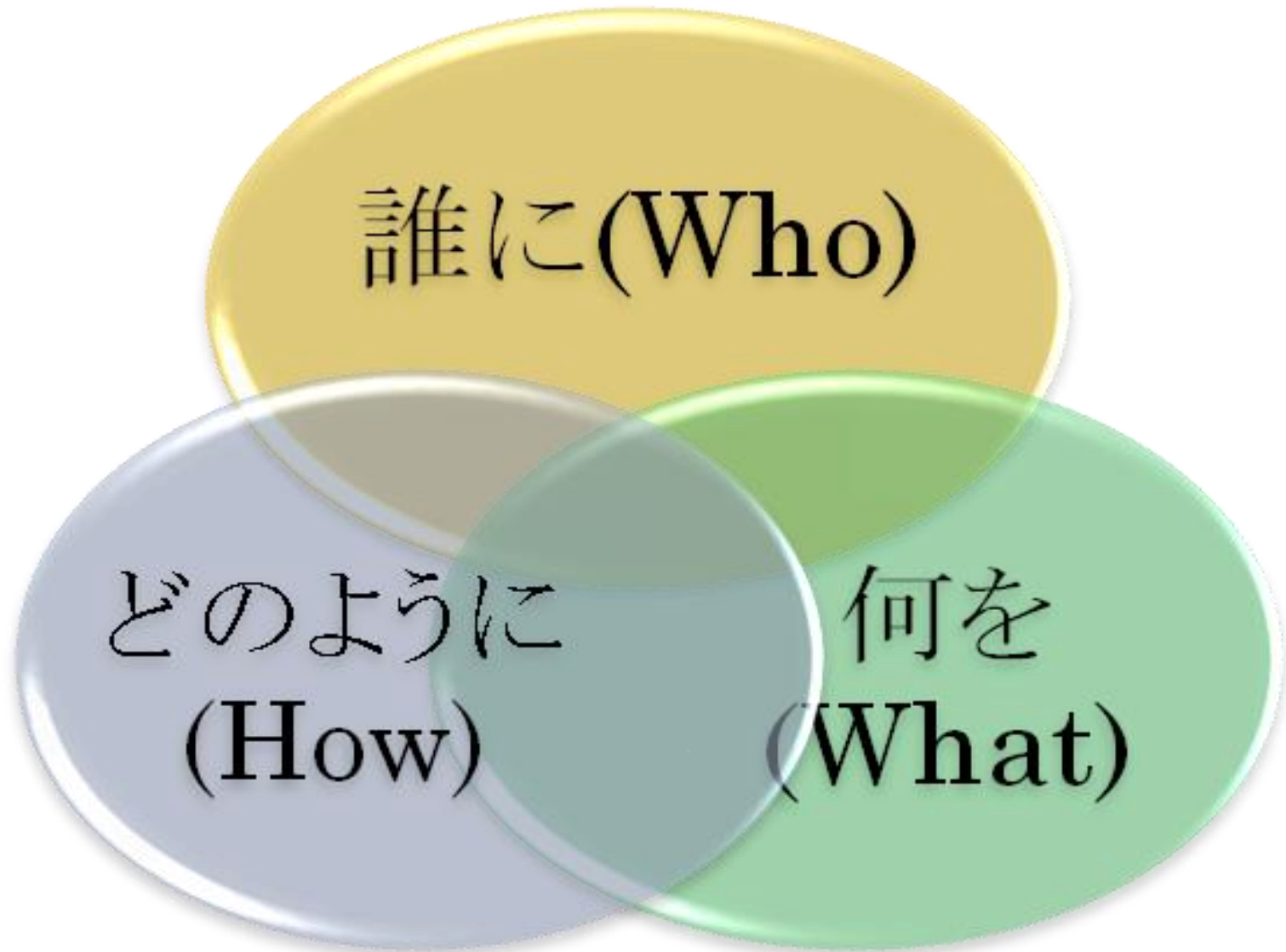
UNI
QLO



THE RITZ-CARLTON

マーケティング力が強い

わかりやすいマーケティングの定義



顧客を創造(獲得)するために、

「誰に」 「何を」 「どのように」

提供(表現)することで、

顧客の問題・悩みを解決するために

企業が行う一連の活動である。



Marketing

わかりやすいマーケティングの定義

マーケティングとは、

「適切な顧客に、適切な製品を、適切な価格で、

適切な場所で、適切な表現方法で伝えることで、

顧客の心を動かすこと」である。

わかりやすいマーケティングの定義



どのような機能やブランドイメージをお客様が求めているのか？

商品の品質や機能、
ラインナップ、
ブランドイメージ、
アフターフォロー、
パッケージデザイン
などを検討する。

Product
(製品)

いくらで販売すると最も利益が残るのか？

定価、割引、支払方法など
を検討する。

Price
(価格)

どのような方法で
商品・サービスを購入
できるようにするか？

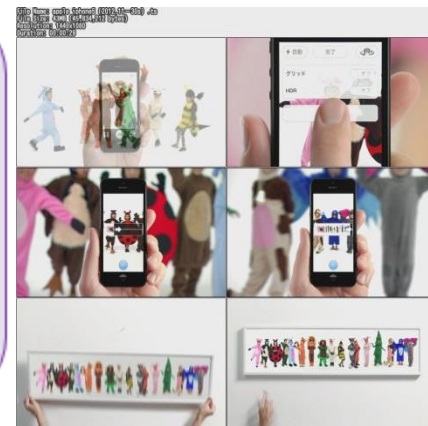
チャネル、流通範囲、
調達、品揃え、場所、在庫
輸送、などを検討する。

Place
(流通)

Promotion
(プロモーション)

いかに認知度を上げ
いかに訴求したい
イメージを伝えるか？

広告宣伝活動、広報活動
店頭販売促進活動
などを検討する



わかりやすいマーケティングの定義

**マーケティングとは、4Pを組み合わせ、
市場との関係を最適化することで需要を
創造する諸活動である。**

来週の授業の内容

日本マーケティング協会による

マーケティングの定義から学ぶもの②



終



THANK YOU
for your
ATTENTION!

