

顧客・消費者と価値の定義 企業の目的

名古屋経済大学経営学部

商品と流通の経営学

徐 誠敏

2020年5月26日(火)・27日(水)

s-sungmin0703@nagoya-ku.ac.jp

www.ssm-gcbm.com/



本日の贈る言葉

「努力は必ず報われる。もし報われない
努力があるのなら、それはまだ努力と
呼べない。」



By 王貞治

重要なキーワード①

Consumer

不確定見込み顧客

**消費者とは、企業から提供される商品と
サービスを購入し消費する者を指す。**

重要なキーワード②

Customer

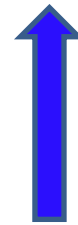
顧客とは、企業から見ると、すでに
自社の商品やサービスを1回以上
買ったり利用したりしてくれた人を指す。

顧客は価値を決める!

企業が提供する商品・サービスに
価値があるかどうかを決める
最終判断を行うのは、
あくまでも顧客(消費者)である。

ここでいう価値とは

Customer & Consumer



Value is What you want

価値とは、顧客・消費者が必要とするモノである。

価値の表現(ストーリーの重要性)

ストーリー

人が魅力を感じるモノにはストーリーがある。

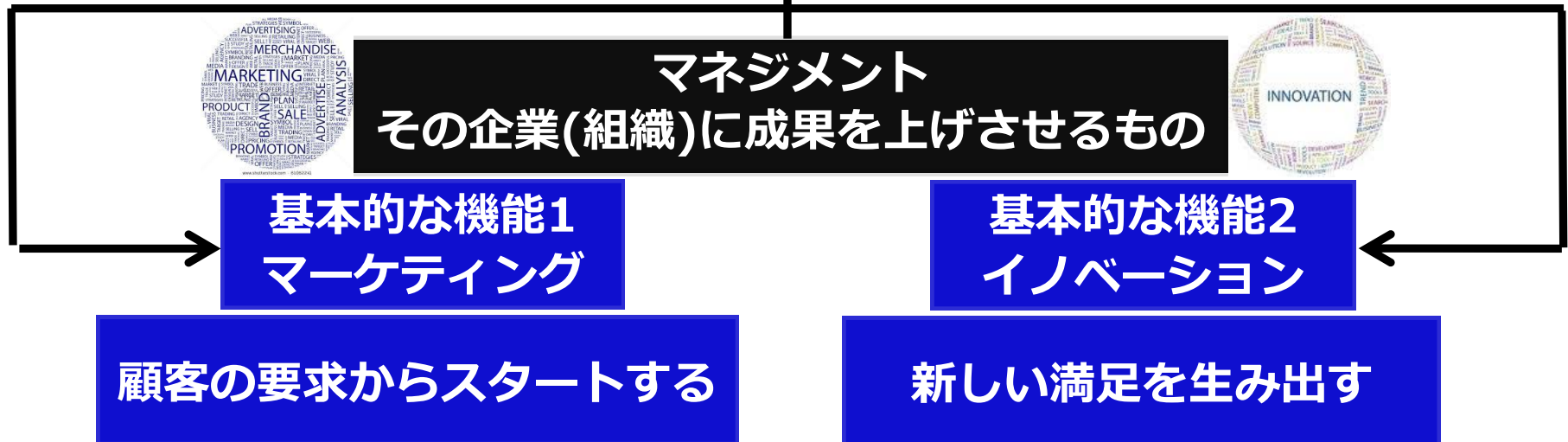


企業の目的

"The purpose of the business is to create customers"

企業の目的 = 顧客の創造

企業(組織) = 機能する機関



出所：ドラッカー著、現代経営研究会訳(1965)、49-53頁をもとに徐誠敏作成。

来週の授業のキーワード

恋愛とマーケティングに
おける三角関係



終

THANK YOU
for your
ATTENTION!

