



あなた、どの製品開発・マーケティング手法で攻めています??

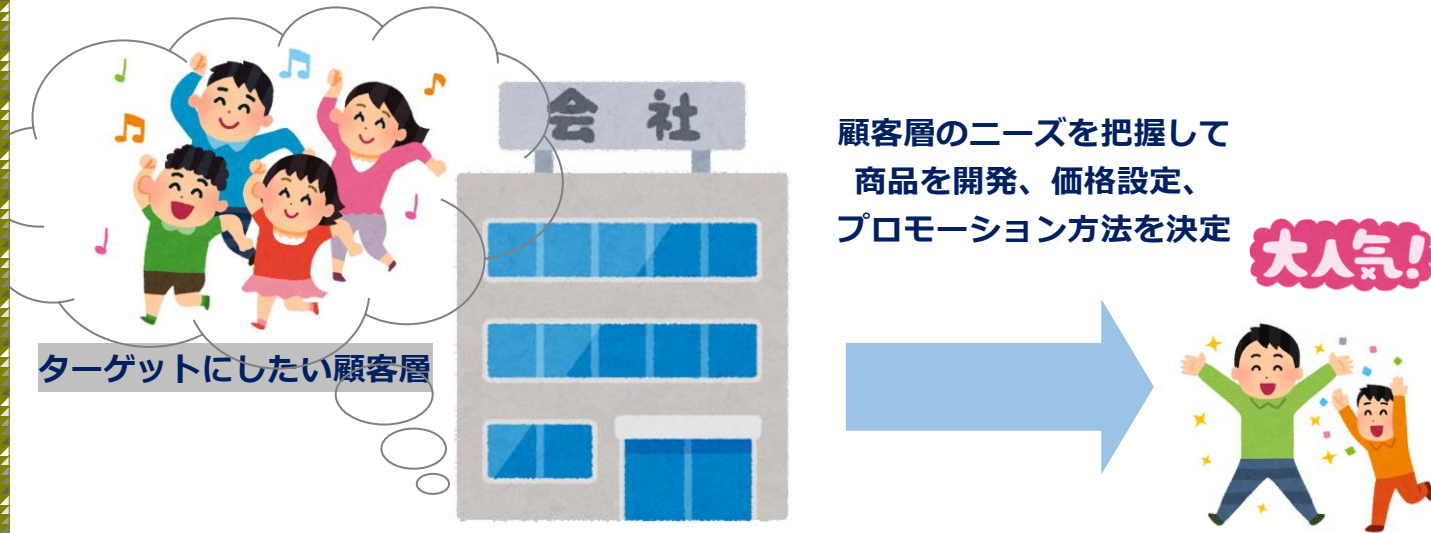
ひろよくんのみみ
2021年11月号 No.387
http://www.myfs.co.jp



～ 商品開発、販売戦略の方法はこれだ!! ～

先日、ゴルフ仲間のお医者様から「ウイルスというのは、変異を繰り返してドンドン強くなっていくけど、強くなりすぎて最後は死滅してしまう。2003年に流行したサースウイルスは完全に死滅して今は地球上に存在していない」という話を聞きました。COVID-19も急激に感染者数が減っていますが、これが死滅の予兆であって欲しいものです。

さて今月号は、日経ビジネス 10月18日号に掲載されていたマーケティング手法から、皆様はどの企業・経営者のマーケティング手法が自社に合うのか考えて貰いたく取り上げてみました。



一般的にマーケティングは、上記のような考え方をしますが、製品開発・マーケティング手法として、見習いたい企業、経営者の取り組みを考えてみます。

企業名・経営者	製品・マーケティング手法の内容
【アップル】 スティーブ・ジョブズ	<p>ジョブズは全てを「シンプル」というコンセプトで消費者に訴えています。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 初代 iPhone は前面にボタンが一つしかない⇒多くの人に喜んでもらえる使いやすい製品を開発 2. マーケティング担当者がモノ作りの段階から会議に参加⇒マーケットインの経営思考の徹底 3. 2の思考で iPod では、音楽配信サービスシステムを開発

【ユニクロ】 柳井正	<p>価格重視⇒機能重視⇒環境重視と社会と消費者のニーズの変遷に合わせた製品を開発</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 1998年、1900円という超廉価な「フリース」を開発。今でもヒットを続けている 2. 2003年東レとの協業により、「ヒートテック」を開発。冬になると大半の方が着ているのではないのでしょうか 3. 2020年ダウン素材を回収して、リサイクルダウン商品を開発
【ソニー】 盛田昭夫 平井一夫	<ol style="list-style-type: none"> 1. 盛田昭夫: 1955年トランジスタラジオの売り込みで渡米中、大手時計会社から10万台のOEMを打診されたが、ソニーで販売する事に拘り辞す。ソニーは高級車と同じでなければならない!! 安売りはしない!! 2. 平井一夫: その後、価格競争に手を染めたソニーは、赤字に転落。2012年就任した平井氏は、高画質・大型化したテレビの販売方法として、リビングの広さを聞きそのリビングに合う高画質・最大インチのテレビを推薦⇒一気に販売量アップ⇒経常利益1兆円企業に復活
【キリン】 常務執行役員 マーケティング部長 山形光晴	<ol style="list-style-type: none"> 1. アサヒにビール市場トップの座を奪われたキリンは味もさることながら、消費者の健康に着目⇒「キリン一番搾り糖質ゼロ」を開発。且つキリンのイメージカラーにない青色を採用 2. 山形常務は、常にスーパーなどの販売店を回り、消費者のニーズに合わせた商品開発を行う

コロナ下の激しい環境変化の中でも自社に合ったマーケティング力を磨き、より一層の成長を目指していきましょう!!

あなた、どの製品開発・マーケティング手法で攻めています??