

(5) マーケティングの 切り口となる4P

デザインとは、



- デザインとは、
恒常的な製造原価によらず、
顧客に、**価値を与える性質全て**
- 商品のデザインだけではなく、工業デザイン、
企画デザイン等、**マーケティングの大きな要因**

マーケティングの4P

- Product (製品)
- Price (価格)
- Place (チャネル、物流)
- Promotion (プロモーション)



4Pの詳細

要件	説明
製品	製品の性質・特徴・種類、品質、ブランド、パッケージ、アフターサービス etc
価格	価格戦略、価格変更戦略、値下げ、割引etc
チャネル 物流	流通経路、業者、倉庫の数、輸送手段、在庫量、取扱店舗、販売場所 etc
プロモーション	広告予算、広告媒体、販売員の数・質、販売促進の種類・展開方法 etc

製品設定



技術的側面

- 性能
- 味
- 大きさ、量 etc



感性的側面

- デザイン
- パッケージ
- 使い勝手 etc

価格設定



一般論として、**値下競争**で、
大ロットの大企業と競争することは困難



こだわりの**高付加価値戦略**

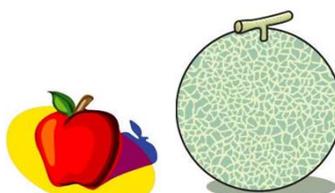
例：売れなくてもいい製品



北海道旅行に
来た際は…



物産展でも…



ニュースで見たことが、
あるかも…



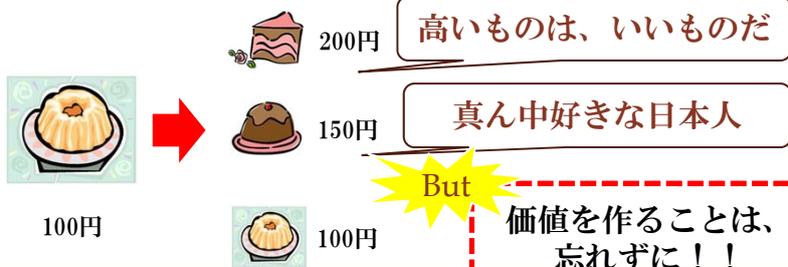
値上げをしたい時も



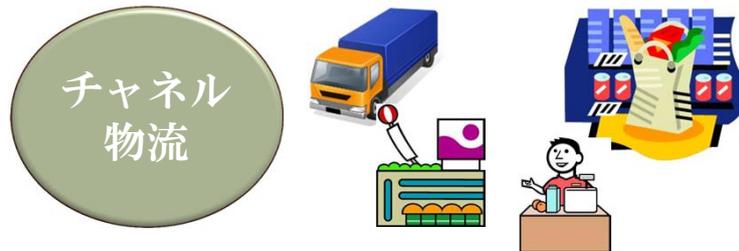
☞原則：価格を超える価値を作る

But

☞言うほど簡単ではない

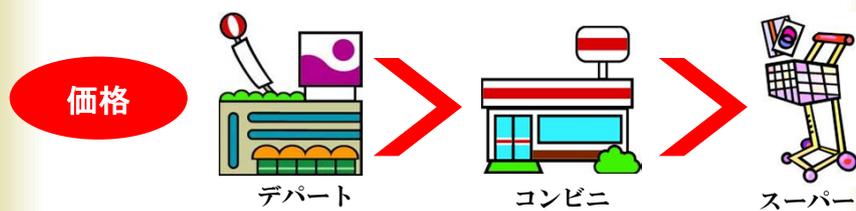


チャンネル、物流



どのルートで、どこに置くかで、
製品設計・価格にも、影響を与える

取り扱いによる差



プロモーション



プロモーション

- ☞ 広告
- ☞ パブリシティ
- ☞ 販売促進

SALE



中小企業一般として、
安価で、どう**話題性**を高められるか？

メディアに取り上げられるポイント



☞ ニュース性（話題性）

…No. 1、業界初、特許 etc



☞ 時流適合性（社会性）

…節電、温暖化、食の安全安心 etc

☞ 共感性

…人間ドラマ、動物・子供 etc