

ベンチャー講座 in 埼玉大 マーケティング戦略の立案と実践

平成19年12月7日(金)
さいたま商工会議所 産業企画部
浜中真人

マーケティングとは

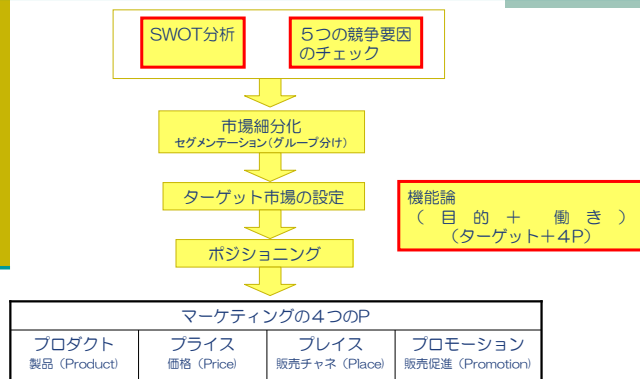
個人や集団が、ものを創造したり商品や価値を交換したりするプロセスを通じてニーズと欲求を満たす活動(フィリップコトラー)

自分のサービスでいかに相手を満たすか(儲けさせるか)という「課題を持った活動」

セリング	マーケティング
販売志向のアプローチ、プロダクトアウト、企業内部論理優先、強引な売り込み・押し売り、顧客を説得、受注型、御用聞き型、戦術、効率、セールスマン、原価積上計算	顧客志向のアプローチ、マーケットイン、顧客満足優先、売れる仕組みづくり、顧客が納得、需要創造型、提案型、戦略、効果、ITも活用、売れる値段で原価を決定

2

マーケティング戦略策定のプロセス



3

現状分析(1)

メリットとデメリットは背中合わせ

SWOT分析

(活動領域・事業ドメインの確認)

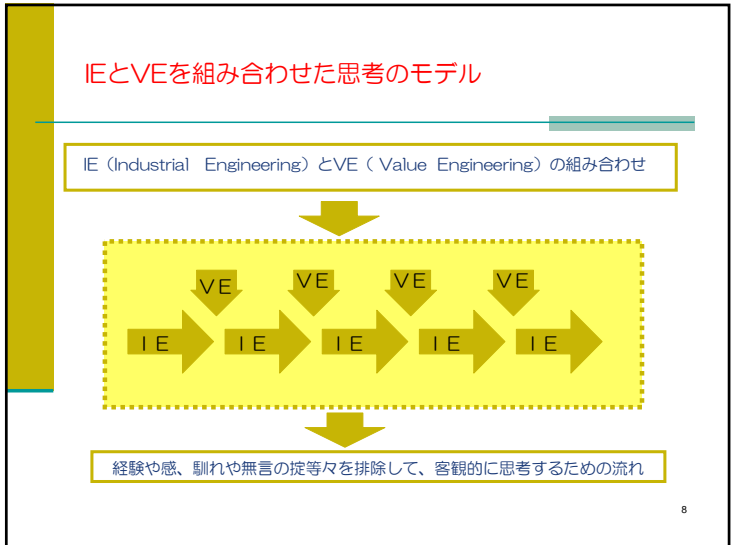
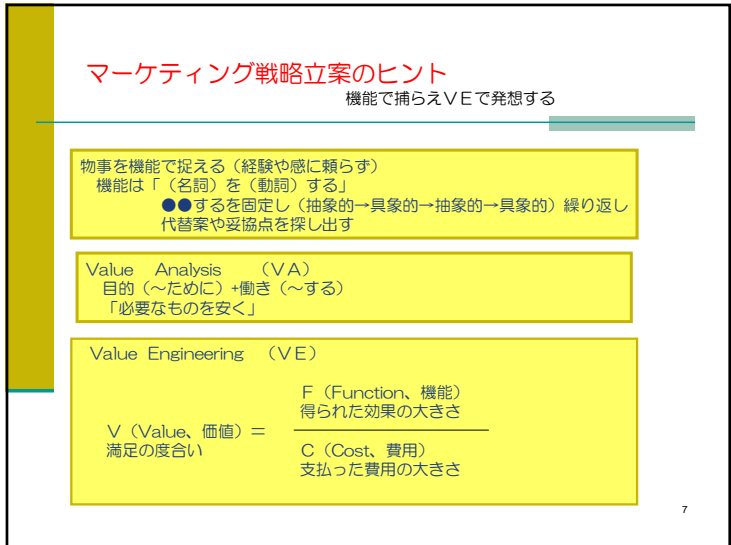
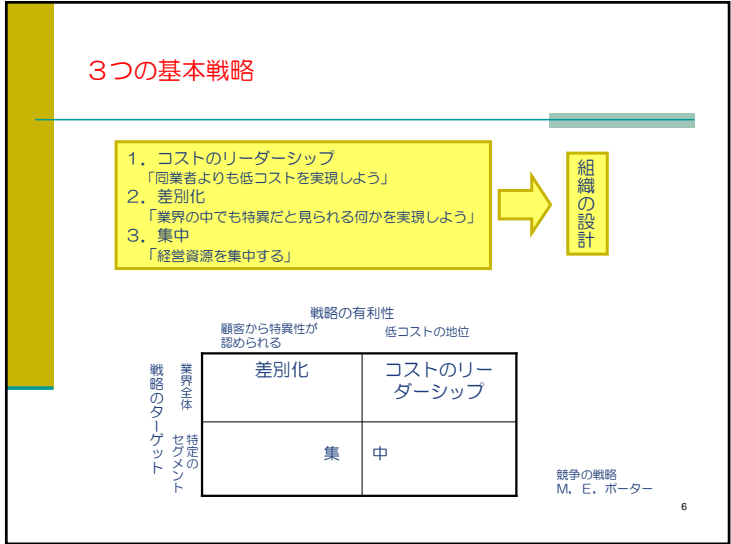
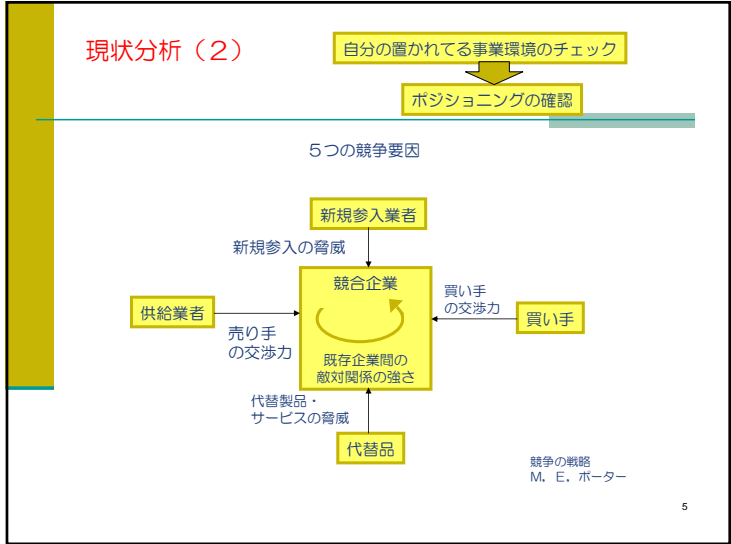
強み (Strength)	弱み (Weakness)
機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)

瓢箪から駒
ピンチをチャンスに
怪我の功名
人間万事塞翁が馬
溺れる者は藁も掴む

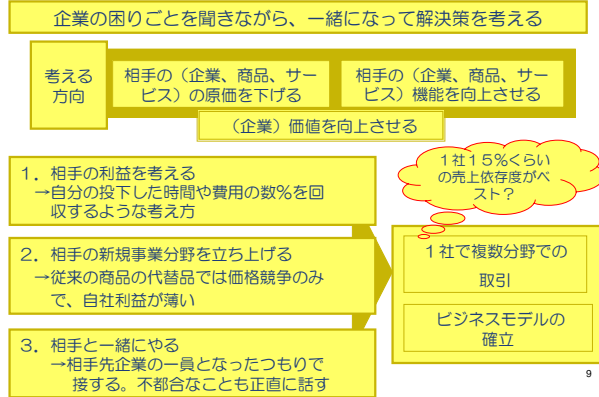
善れる者は久しからず
ダムにアリのあな
蜂のひと刺し
河童の川流れ
サルも木から落ちる
弘法も筆の誤り

事業領域(ドメイン)の確認

4

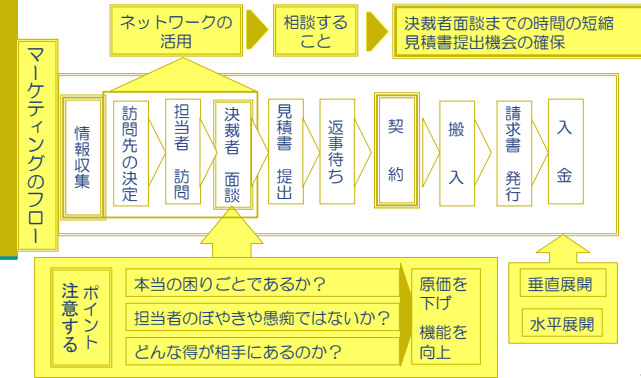


実践のポイント



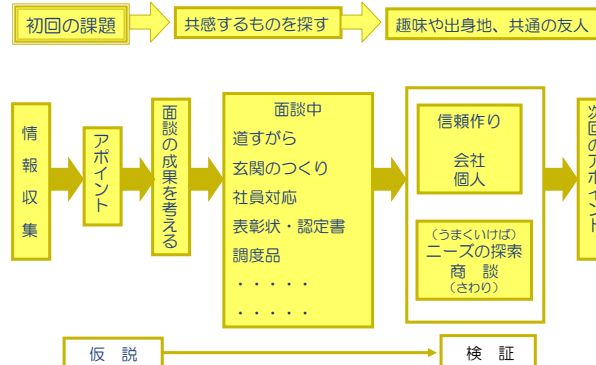
マーケティングのステップ

ネットワークの活用
紹介される責任



マーケティングの実践

今相手の心はどこにある？



マーケティングマネジメント

受注確度と進捗状況
の管理

向こう3ヶ月間の契約予想

作成日 月 日 作成者

受注確度（自分の期待度）A=期待、B=普通、C=ダメ
進捗状況、A=担当者訪問、B=決裁権者面談、C=見積提出、D=返事待ち、E=契約、F=搬入、G=請求書発送、F=入金

会社名	担当者	受注内容	回数	1	2	3	4	5	6	備考（受注への確書等）
1			訪問日							
			受注確度							
2			進捗状況							
			訪問日							
3			受注確度							
			進捗状況							
4			訪問日							
			受注確度							
5			進捗状況							
			訪問日							
6			受注確度							
			進捗状況							
7			訪問日							
			受注確度							

12

事業成功のポイント

