

公立鳥取環境大学 公開講座 社会人経営セミナー

岩美にもあるものを岩美にしかないものへ ステップアップ岩美人

岩美が描くべき世界観とは—ブランド理論が示唆するもの

1. 品質+世界観の必要性

マズローのニーズ階層理論:

生理的ニーズ;安全ニーズ;愛情ニーズ;承認ニーズ;自己実現ニーズ

提示すべき世界観とは:顧客にとっての(愛情・承認・自己実現の)憧れや夢となるような世界観であるべき
そのために、顧客にとって何が憧れ・夢か、の理解が必要。

2. 顧客理解の必要性

STP (Segmentation, Targeting, Positioning) セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング

—どんな顧客がいて(セグメンテーション)

—その中のどの顧客を対象とするのか(ターゲティング) を考え、決める。

顧客理解のための顧客調査

- (1) 顧客定性調査(例:インタビュー、観察、「お客様の声」、など)
- (2) 顧客定量調査(例:アンケート、購買履歴調査、動線調査、など)

3. 岩美が描くべき世界観を創る

- (1) 顧客理解と高次ニーズ(憧れ・夢)の理解
岩美に魅せられた人;魅せられるかもしれない人
顧客定性調査・定量調査
←市場調査担当
- (2) その憧れ・夢に対する世界観のアイデア展開
世界観を文章とビジュアルで描く
←クリエイティブ担当
- (3) 世界観の決定・詳細を企画・コミットメント
←リーダー担当

例→スライド参照