

目的:マーケティングを実践なためのキリの情報が知りたいと

(a) sanoda 3730



高超 CRM。 轉性

企業が顧客をの関係を

より深めるための取り組み

Customer Relationship (Management)

いかに1人1人の顧客に考り添えるか

KGI= Kay Goal Indicutor

KPI = Key Performance Indicator

満なな目標線(P122) になかせない KGIと

KPI

ブラ汁では

顧客視点。差別化

PID

いちばんやさいい

マーケティングの教本

中野崇弘着

マーケティングの定義

世の中の価値感やニーズをとうえ、売りる高品と 売りる仕組みをつくること

リサーチや商品の企画や南発、店舗や広告を活用 したコミュニケーションなどを終めて活動が

「マーケティング」が

顧客志向的社会表向人

需認造

STEP4

目標設定

プランドカ

顧鬼の中に残っている、商品やサーゼスに 東弱知識,經驗,似一門意見 感情などの総介の

融名的特に何片想起如好商品

ブランドカかがない~り

和ちが何かる瞬時は

飼が拘えているニーズでと

ハネスットでニーズを

為时

高品"提供している

(P30

バオフィットを乗して記せせて 113

高品"提供移伍值

マーケティングで実践なるチックステックの P20)

STEP1 STEP2 STEP3

環境分析 STPa報 2-1771/1915 マーケティグッラ 三,17~ 架定

Segmentation

Targeting

Product Price Place

Promotion

Copyright (C) 2020 Sanadalog All Rights Reserved . https://sanadalog.com

Positioning