


目的: ゼイタクセンが 売れるセミツを知りたい

@sanada3730 



P279
成功する企業の
3つの実行プロセス

フェーズI: ゼリジョン

1つのカテゴリを詳しく入念に観察し
そのカテゴリに関する理解と知識
洞察を得ること

フェーズII: 翻訳

フェーズIII: 実行

なぜ高くても
買ってしまうのか
マイケルJ. シルバスタイン 他著

P16 ニューラグジュアリー-93のタイプ

- ① 手の届く超高級品
- ② 従来型ラグジュアリーブランドの拡張
- ③ マスステージ商品
マス + フォレストージ

P27 ニューラグジュアリー-企業8つのキ

- 1. 決して顧客を悔らない
- 2. 価格-数量の需要曲線を崩壊させる
- 3. 真の「バネフィット」の値段を創り出す
- 4. 絶え間ないイノベーション品質向上により、完璧な体験を提供し続ける
- 5. ブランドの価格帯やポジションを拡大する
- 6. バリューチェーンをカスタマイズして「バネフィット」のP&Mを提供する
- 7. 従来とは異なるマーケティング手法を用い、ブランド信奉者を通じてセグメントをまく
- 8. 外部サードのように当該カテゴリを攻める

P270

ニューラグジュアリー-の普及を促す要因

- ★ グローバル化の進展と海外市場の影響
- ★ インターネットとeコマースの役割の拡大

PS8 4つの感情スペース

- ① 自分を大げにする
- ② 人とのつながり
- ③ 探求
- ④ 独特のスタイル