

目的 値引きやテレビCMに頼らないマーケティング戦略のポイントが知りたい! @sanada3730



経験に勝る情熱を
持っている者を
雇いなさい

P234

経験豊富な人は
時として謙虚さを
欠く



P28 「どこにもでもあるもの」と「他にないもの」に
変えよ

あなたの業種や職種で「他にない」商品や
サービスを提供している会社はどこか?
もし「あなたの会社でなければ、あなたの会社で」
そうなるためには、何をすればいい?

成功を収めているビジネス
は

ニーズだけじゃなく
ウォンツを満ちせ

P130

現実とウォンツ
のギャップを埋めている

スターバックスはなぜ
値下げもテレビCMも
しないのに強いブランド
でいられるのか?

P91

スターバックスのマーケティング
暗黙のルール

ジョシ・ムーア著

- ① 誠実で信頼できる
- ② 気合を喚起する (押し付けはX)
- ③ 他社にいいところは一切触れない
- ④ 従業員のコミットメントを高める
- ⑤ 約束したことは必ず守る
- ⑥ 消費者のインテリジェンスを尊重

P68

マーケティングプランの採否を決める
4つのチェックポイント

- ・スターバックスのお客様のインテリジェンスを尊重しているか
- ・お客様に約束した内容を企業として責任をもって果たすことができるか
- ・従業員が楽しんで積極的にできるのか
- ・長が「利」にオリジナリティがあり、心から信頼できるものだとお客様が受けとめているか

P52 低価格戦略は結局高くつく
に心得よ

スターバックスが販売するドリンクには90%以上の
十分な利幅があるので顧客エクスペリエンス
にかき入れることができる

P60 売上を伸ばす方法は3つしかない

- ① 新規顧客を獲得する
- ② 既存の顧客にもっと多く、もっと頻繁に購入してもらう
- ③ 価格を高め設定する