



# マーケティングの 基礎を学ぶ

アンビシャス株式会社  
代表取締役 税理士 入口 純子

なぜ、  
マーケティング？

経営は「技術」

良い会社とそうでもない会社  
経営者の違いは？

---

経営者が「経営」という仕事を

しているかどうか。

# 経営者の仕事

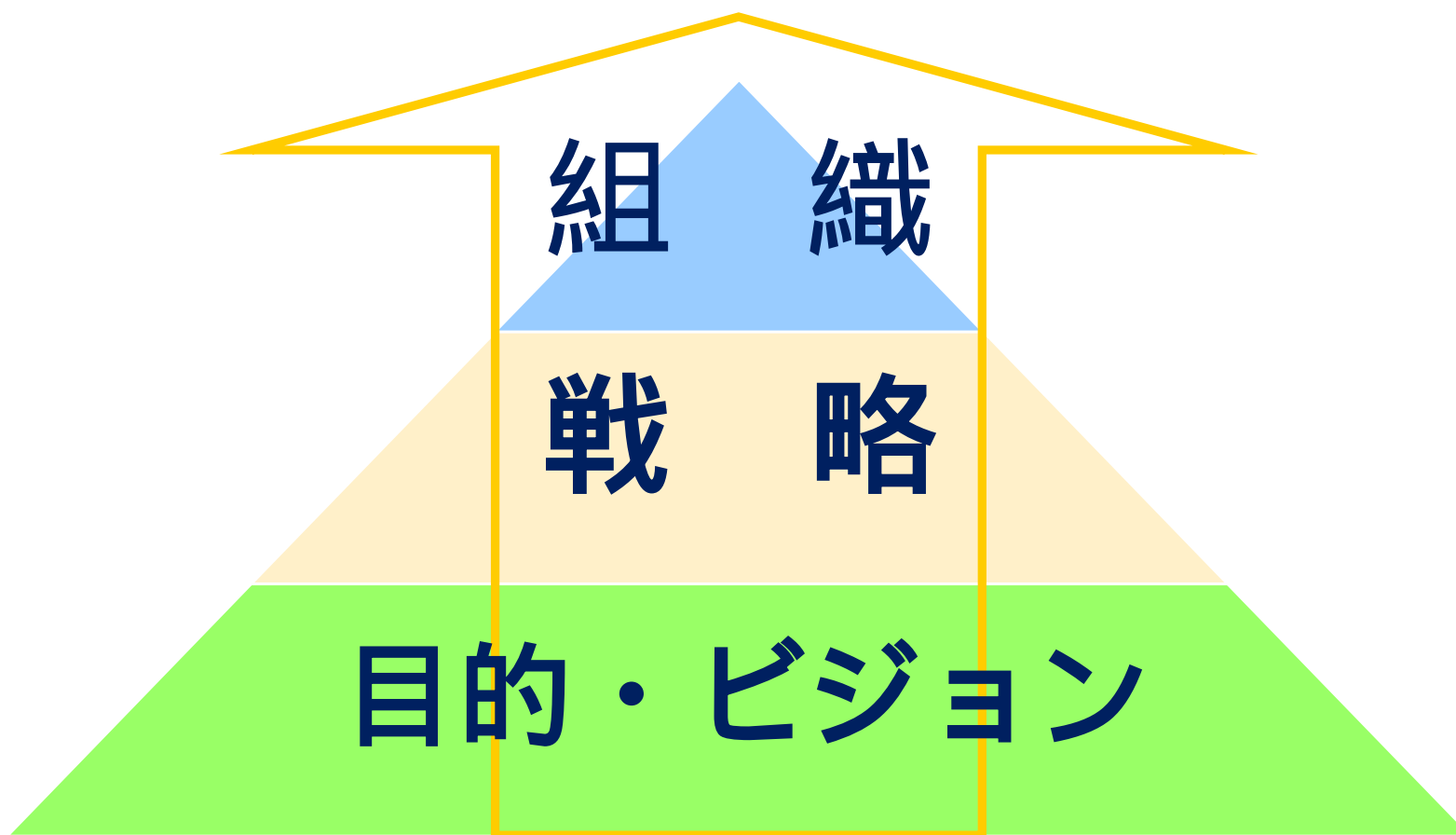
---

- 1 . 企業の方向付け
- 2 . 資源の最適配分
- 3 . 人を動かす

小宮一慶

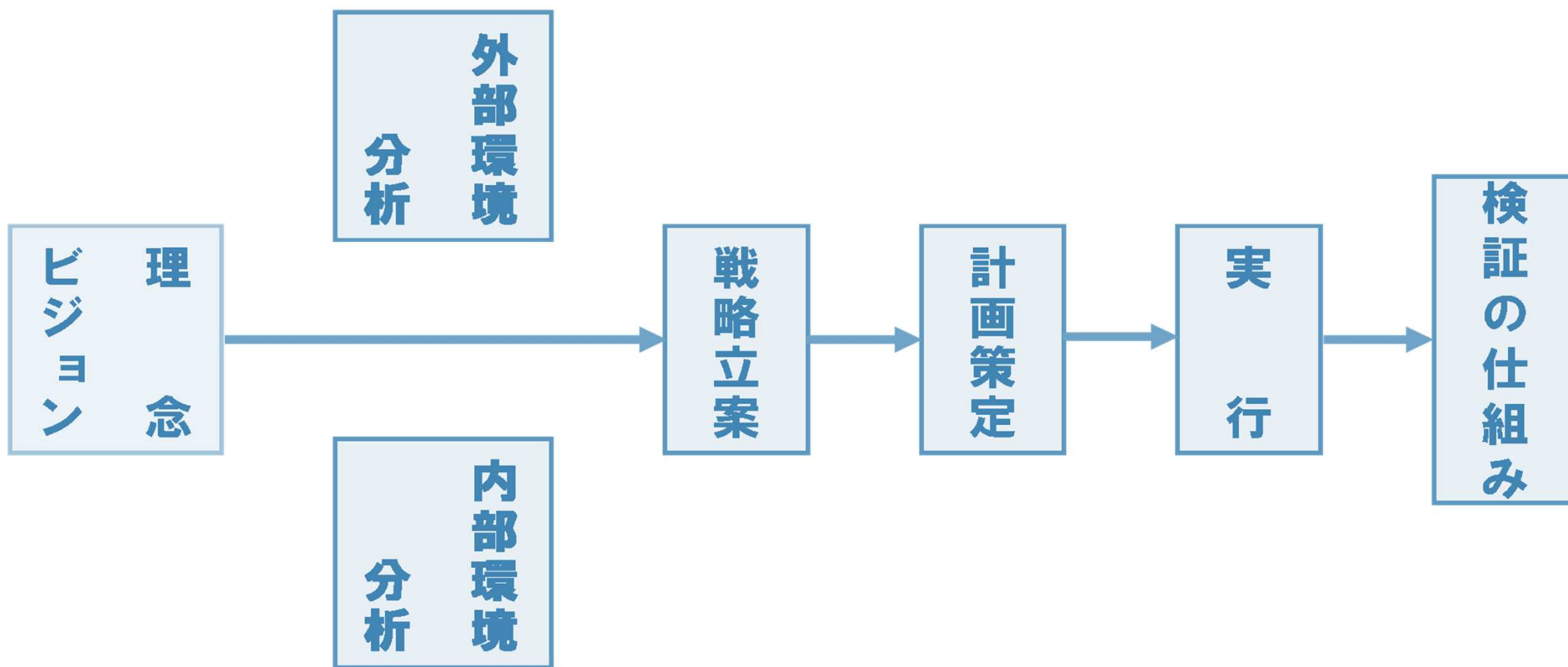
# 経営

---



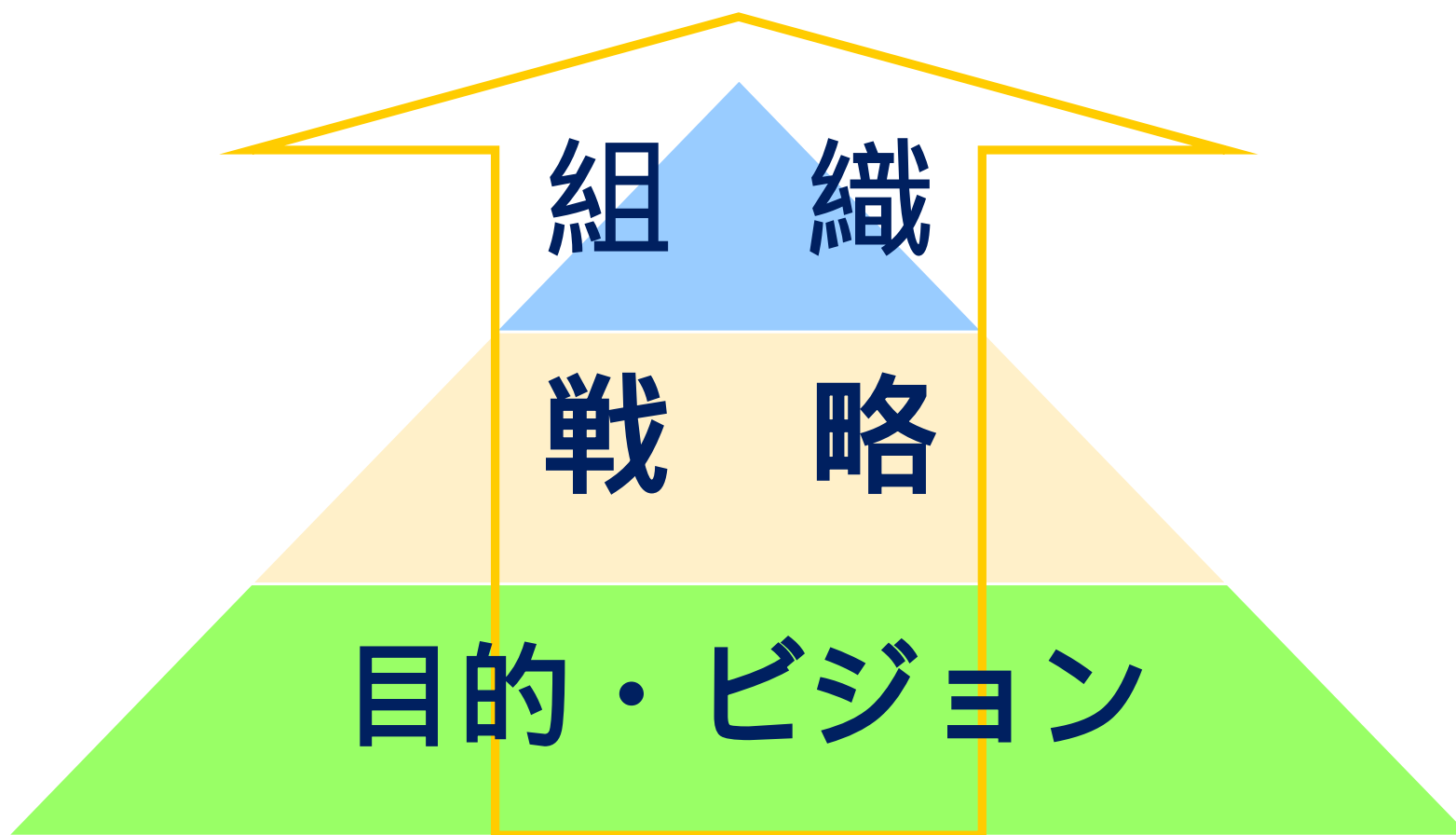
# 経営者の仕事

---



# 経営

---





# 戦略立案に必要な3つのスキル

---

1. マーケティング

2. 会計、ファイナンス

3. 人材採用・育成

# マーケティングって何？

---

< GLOBISなど多くの専門家 >

マーケティングとは顧客満足を軸に  
「売れる仕組み」を考える活動

< フィリップ・コトラー >

マーケティングとは人間や社会のニーズを  
見極めてそれに応える事

# マーケティングの原点

---

お客様は何を求めているのか？



# 今、必要なマーケティングとは？

---

戦後～1980年代	1990年代
プロダクトアウト の時代	マーケットイン の時代

顧客（人）は実は何が欲しいかなんて  
わかっていない！？

---

<ヘンリー・フォード>

何が欲しいかと顧客に尋ねていたら、  
「足が速い馬」と言われていたはずだ。

<スティーブ・ジョブズ>

人は形にして見せてもらうまで、自分は  
何が欲しいかなんてわからないものだ。

# 今、必要なマーケティングとは？


---

戦後～1980年代	1990年代	2000年代
プロダクト アウトの 時代	マーケット インの時代	インサイトを 活用した プロダクト アウトの 時代



Breakthrough Internet Communicator



A photograph of Steve Jobs, co-founder of Apple, speaking on a stage. He is wearing his signature black turtleneck and glasses, and is gesturing with his hands as if in the middle of a presentation. The background is a solid blue color.

スマートフォンとは何か  
について話しましょう



# マーケティングとは


---

お客様が本当に求めるモノを提供する。

お客様の問題、課題を解決できる商品、サービスを提供する。

# マーケティング・ミックス

---

- Products (製品)
  - Price (価格)
  - Place (流通)
  - Promotion (プロモーション)
- 

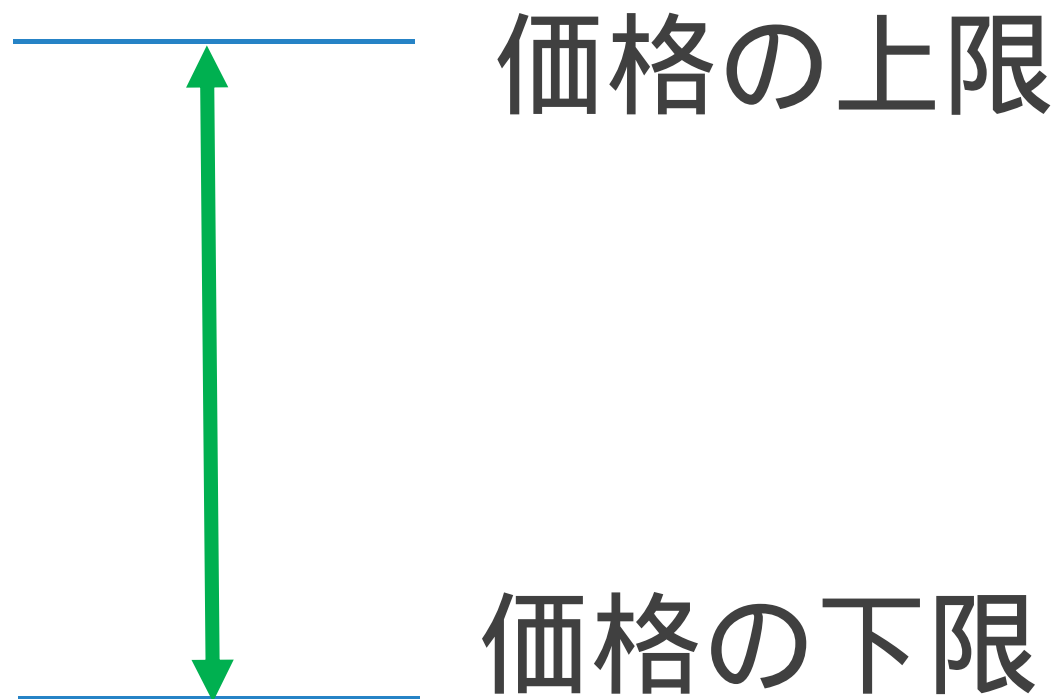
# 製品

---

- ・ 製品ライフサイクル
- ・ 消費財、耐久財、買回り品分類
- ・ ブランド価値

# 価格戦略

---



# 流通戦略

---

どういう流通経路でモノを買う？

- 小売業者、卸業者を通すか、  
ネット販売、通販

物理的流通（ロジスティック戦略）



# プロモーション戦略

---

広告宣伝

販売促進 (SP : セールスプロモーション)、  
値引き

対面販売

口コミ

広報活動

# マーケティング・ミックス

---

- Products (製品)
- Price (価格)
- Place (流通)
- Promotion (プロモーション)
- Partner

## 2つのマーケティング

---

- 顧客創造型マーケティング
- 顧客維持型マーケティング



# マーケティング5つのPに 目標設定と計画立案

---

- Products (製品)
- Price (価格)
- Place (流通)
- Promotion (プロモーション)
- Partner (誰と組むか)

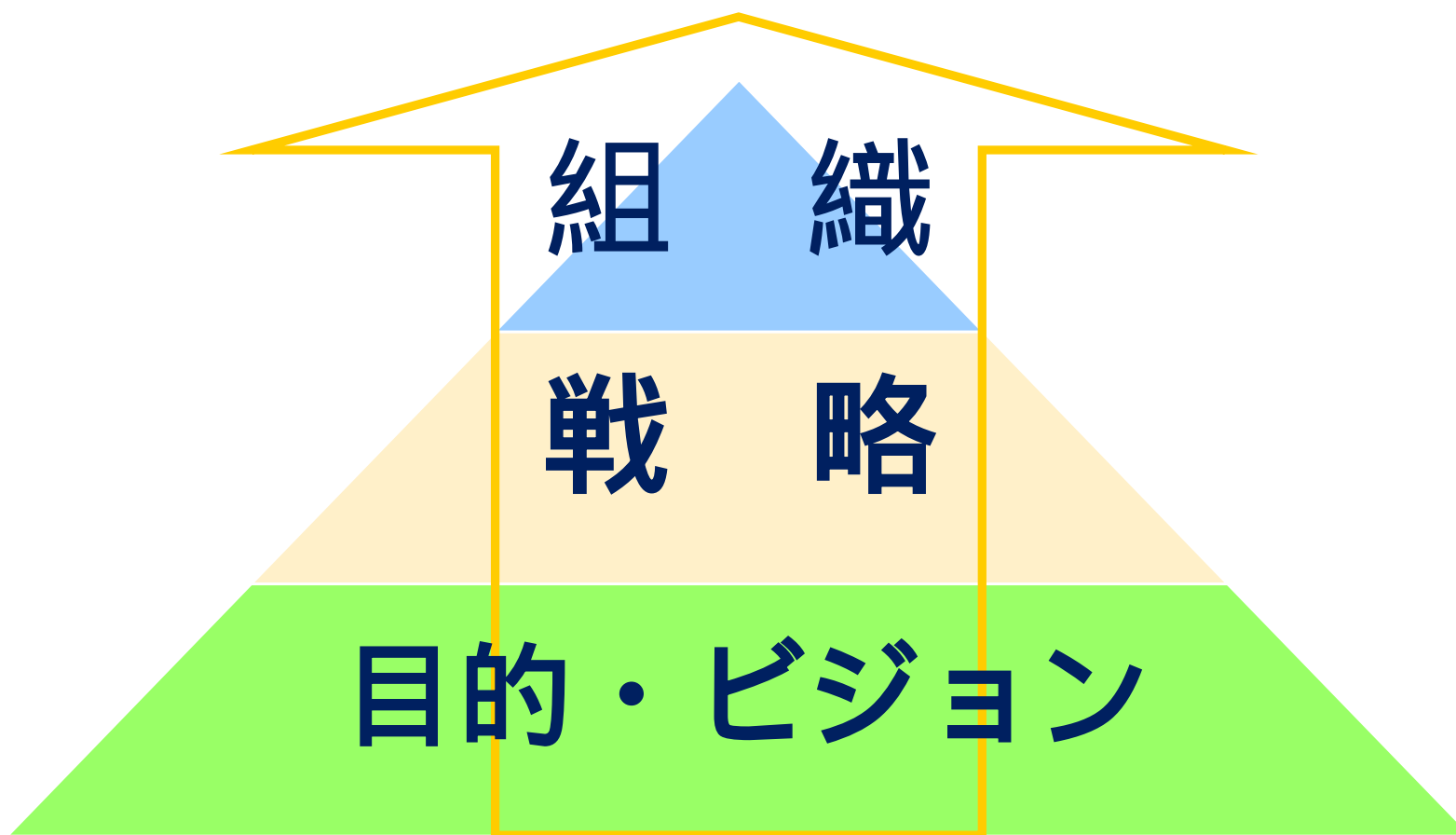
経営に無くてはならないもの

---

# 経営計画書

# 経営

---



経営に無くてはならないもの

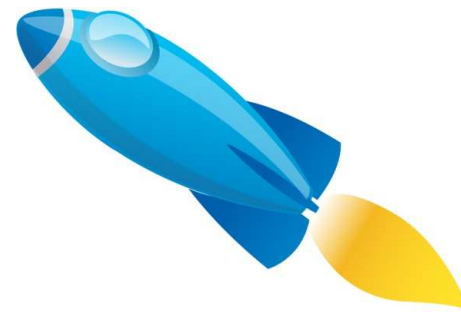
---

# 経営計画書

# ロケット理論

---

人類は、どうして月に行けたのか？



# マーケティングの本質

---

**お客様、社会が喜ぶ**  
自社の商品やサービスを  
提供する