

# 魔法の国のマーケティングと お客を引き寄せるコア商品の作り方

講師：菅原 齋（カンバラ サイ）

魔法の言葉で売上を変える、元ディズニーキャストの経営コンサルタント

## 自己紹介

### 【Prologue】今はどんな時代？

《成長社会》とは

その特徴は？

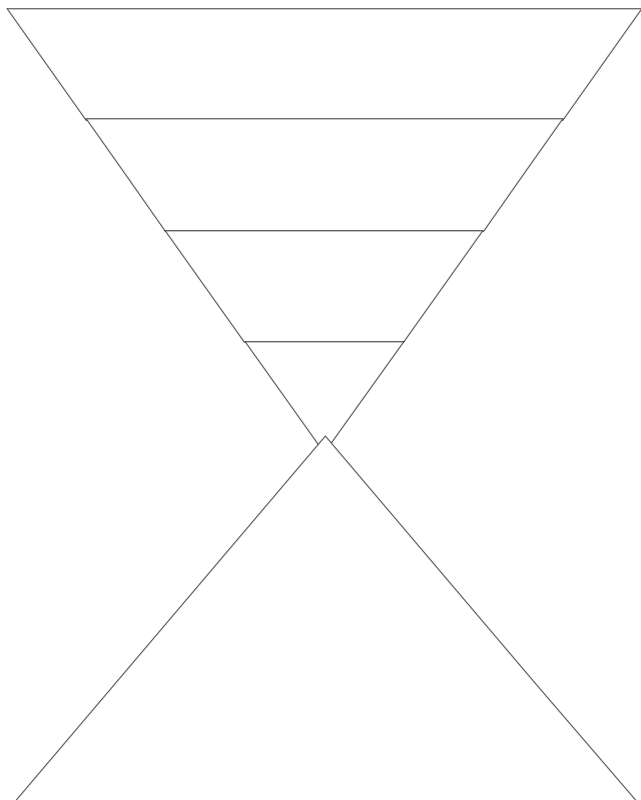
《成熟社会》とは

その特徴は？

まとめ	成長社会	成熟社会
顧客の考え方	みんな同じ	
顧客のニーズ	物の豊かさ	
顧客の数	全国で増加	
顧客層	働き世代の増加	
従業員の採用	替りはいくらでもいる	

# 1 マーケティング 2つの役割

---



## 2 知名度ゼロのクマが5年後、年間65億円売れる理由。

---

成長社会のマーケティングと成熟社会のマーケティングの違いを知る

マーケティングの 4P	ダッコちゃん	ディズニーベア・ダッフィー
Product (製品)	大量生産	
Price (価格)	店により異なる	
Place (流通)	多角的	
Promotion (販促)	テレビ、マスコミがきっかけ	

成熟社会のマーケティングのポイントは「一度つかんだ顧客を逃さない」なのです。

【ワーク】自分の顧客プロフィールを、想像でよいので、前後の人に話してみよう

### 3 3人に1人が注文するサイゼリアの人気 No.1 メニュー

#### “ミラノ風ドリア”299 円

---

お値打ちと安売りは違う

用途に合わせた品質

コア商品とは  商品です。

### 4 コア商品の作り方

---

時流に乗らない商品とは

時流に乗った商品とは

時流に乗る際の原則

商圏で1番になれる 全社で集中できる 似た成功例がある 数値目標が立てられる

会社の理念にあっている 大企業より儲けられる 強引にやるリーダーシップがある

Everyone & Everyday

### 5 コア商品を中心とした品揃え戦略

---

経営戦略は商品戦略である

魅せる商品

売りたい商品

儲かる商品

---

©Hitoshi Kambara (version November 1, 2016) [www.awakeoffice.com](http://www.awakeoffice.com)

この文書は著作権で保護されているため許可なく転載することを禁止いたします。

## アンケートご協力をお願い

このたびはセミナーにご参加いただきましてありがとうございます。ぜひ率直なご意見・ご感想をお寄せいただくようお願い申し上げます。

①セミナーに参加される前、どのようなことで悩んでいましたか？またどんな風になりたいと考えていましたか？

②その悩みを解決するためにどんな事をしてきましたか？教えてください。

③このセミナーのお申込みには何が決め手になりましたか。。

④お受けになっての感想、興味深かった点はどこでしたか？

⑤お受けになって、今日からやってみようと思うことがありますか？「はじめの一步」を教えてください。

⑥このセミナーを誰か他の人に推薦・紹介するなら何と言って伝えますか？

会社名 \_\_\_\_\_ お名前 \_\_\_\_\_。

メールアドレス \_\_\_\_\_ @ \_\_\_\_\_。

※お答えいただいた内容をホームページなどでご紹介させて頂きたいのですが、差し支えなければ下記「同意する」にチェックをお願いします。  
（「同意しない」にチェックを頂いた場合は掲載いたしません。

✓を→ 同意する（名前の掲載も可） 同意する（イニシャルでなら可） 同意しない

ご協力ありがとうございます。  
AXアウェイク事務所 菅原 齋