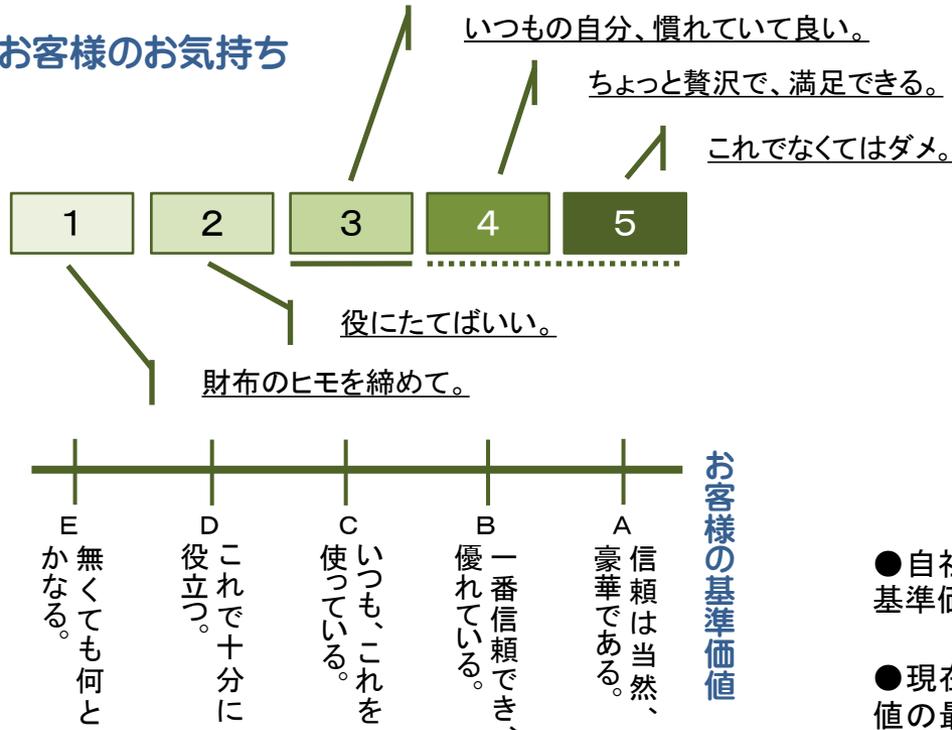


お客様の気持ち、基準価値と商品位置を合わせる

お客様のお気持ち



製品11分類する(ドラッカー分類)

- 01.今日の主力製品
- 02.明日の主力製品
- 03.生産的特殊製品
- 04.開発製品
- 05.失敗製品
- 06.昨日の主力製品
- 07.手直し用製品
- 08.仮の特殊製品
- 09.非生産的特殊製品
- 10.独善的製品
- 11.シンデレラ製品、睡眠製品

自社にとって

- 自社商品群のそれぞれと、お客様のお気持ち、基準価値の組み合わせ状況を確認しておく。
- 現在の商品群と、お客様のお気持ち、基準価値の最適組合せを抽出する。⇒最適にするための方法を検討する。
- 新たな商品群を投入して、顧客層を広げる条件を検討する。お客様お気持ちの転換を図り、基準価値を、自社にとっての理想形を検討する。

例えば、

3	B	01
5	A	03

の組み合わせが最適なのか。
も組み合わせが良いのか。