

# 流通とS C・私の視点

2010年12月17日

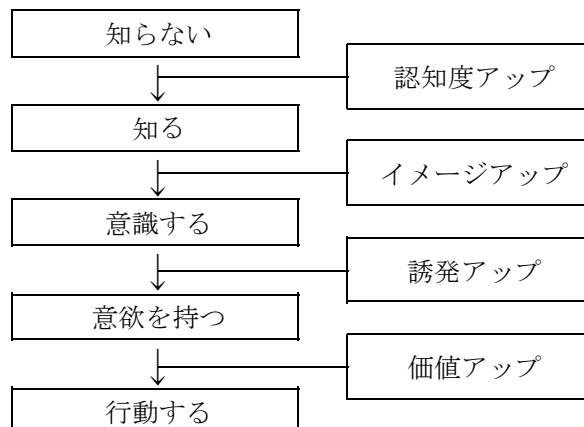
視点(1360) カスタマイズ販促の特定マーケットのタイプと需要の誘発とは!!

カスタマイズ販促は、特定のマーケット(特定多数・特定中・特定少数)に対する出向動機と購買動機の意欲の誘発を目指した販促です。

カスタマイズ販促で対象となるマーケットは次の通りです(六車流：流通理論)。

		特定のマーケット(ターゲット)	出向動機と出向意欲の誘発要因	購買動機と購買意欲の誘発要因	販促媒体及び手法
ファミリー志向のマーケット	1	ベビー&マタニティマーケット	A-1	A-2	A-3
	2	キッズ&チャイルドマーケット	B-1	B-2	B-3
	3	ジュニアマーケット	C-1	C-2	C-3
	4	ヤング&キャリアマーケット	D-1	D-2	D-3
	5	ミッシー&ヤングアダルトマーケット	E-1	E-2	E-3
	6	ミセス&ミドルアダルトマーケット	F-1	F-2	F-3
	7	シニアマーケット	G-1	G-2	G-3
	8	平成ニューファミリーマーケット	H-1	H-2	H-3
	9	昭和ニューファミリーマーケット	I-1	I-2	I-3
	10	男性マーケット	J-1	J-2	J-3
	11	アニバーサリーマーケット	K-1	K-2	K-3
パーソナル志向マーケット	12	スチューデント(学生)マーケット	L-1	L-2	L-3
	13	ステーションマーケット	M-1	M-2	M-3
	14	ワーカーマーケット	N-1	N-2	N-3
	15	事業所マーケット	O-1	O-2	O-3
	16	カップルマーケット	P-1	P-2	P-3
	17	友達・仲間マーケット	Q-1	Q-2	Q-3
	18	セレモニーマーケット	R-1	R-2	R-3

また、カスタマイズ販促のプロセスは次の通りです。



カスタマイズ販促は「アナログ販促」と「デジタル販促」(インターネット販促)があります。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>4</sup>

代表 六車秀之