

エキスパート登録 **専門家から** の
ワンポイント
アドバイス

株式会社ジェイアイティ 三宅孝治

【略歴】

デザインとWEBシステム開発の会社を16年前に起業、香川県と東京都のオフィス拠点を中心に、国内外の企業から個人事業主まで、他業種のマーケティング案件、プロモーション案件に携わる。



—— 2023年に意識したいプロモーションの重点キーワード ——

2023年に意識したいプロモーションの重点キーワードをご紹介します。

近年では、「社会的責任を果たしている（＝社会に寄与している）企業から商品を購入したい」という消費者心理の高まりがあり、「SDGs」や「サステナブル」といったキーワードがプロモーションに影響を与えています。また、TikTok や YouTube に代表される動画コンテンツの普及から、動画に力を入れる企業や店舗も年々増加しています。

こうした傾向は今後も続くと考えられていますが、プロモーションを企画立案する中で、4つのキーワードをピックアップしてご紹介します。

キーワード① 顧客至上主義

何事も顧客を中心に考え、顧客に強くこだわる「顧客至上主義 (Customer Obsession)」です。顧客至上主義では、サービスや制度の導入・見直しを行う際に「お客様のためになっているか？」を何よりも重視します。ただし、「お客様は神様」という言葉に代表される顧客優位の考え方とは異なり、ユーザーの利便性向上や価値ある体験の提供に不可欠な仕組みを作ることによって顧客満足度をアップさせることがポイントです。

キーワード② パーパスブランディング

「パーパス (purpose)」とは目的を意味する言葉で、ビジネスシーンにおいては企業の存在意義を表します。「自社がなぜ存在するのか」「何のために事業を展開しているのか」「ユーザー・社会に対してどのような価値を提供できるのか」という点にスポットを当てることで、他社との差別化が明確になり、ブランドイメージの確立に繋がります。

キーワード③ イミ消費・トキ消費

ユーザーの消費意識の変化を表す「イミ消費」「トキ消費」です。

商品もしくはサービス自体の価値を重視する「モノ消費」や、商品・サービスを購入したことで得られる体験に価値を見出す「コト消費」という言葉は広く知られていますが、最近では商品購入を通じて社会や環境に貢献する「イミ消費」や、その場・その時にしか出会えない実体験に重きを置く「トキ消費」が、重要視される傾向が強まっています。

キーワード④ コンテンツマーケティング

コンテンツマーケティングとは、ユーザーにとって価値のあるコンテンツを活用したマーケティング活動のこと。ひと言で「価値のあるコンテンツ」といっても、Web 記事やメルマガ、SNS まで、その手法は多岐にわたります。モバイルデバイスの普及により「欲しいもの・必要なものは自分で探す」というプロセスが当たり前になっています。それは BtoB でも BtoC でも同様で、商品購入の前にはインターネットを利用したリサーチが行われることが多く、ターゲットに必要なとされる情報を発信することで、潜在層との接点を効果的に創出することができます。不特定多数の大衆に向けた情報発信ではなく、ターゲットを絞り込んだ内容で、より確実なマーケティング活動を行うことが可能です。

エキスパート・バンクとは？

各分野の専門家が、経営上・技術上の様々な問題に対して、直接事業所を訪問し、問題解決に向けての支援・アドバイスを行います。

例えば、

ターゲットとする顧客層に最適なSNSの活用方法を知りたい。
 クラウドサービスの導入に当たって、運用ルールを決めておきたい。
 といった取組みを応援します。

1テーマ2回まで無料となっておりますので、ぜひご活用ください。

■ ご相談・お問い合わせは、最寄りの商工会まで ■