

100万社のマーケティング2017年春号2017年3月号 巻頭特集  
「『販路』選びは、ターゲット選定から考える！」



発売日: 2017年3月5日

著者: 宣伝会議編集部

ページ: 148

PDF

巻頭レポートのテーマは「『販路』選びは、顧客ターゲットから考える！」。  
ブランドの希少性は、需要と供給のバランスで決まります。  
特定地域に販路を絞り、それによってブランド力を担保する企業がある一方、  
事業拡大を目指して県外、特に首都圏に販路を広げようとする企業もあります。

販路戦略をどう判断するか?その根底にあるのは、  
「自分たちの商品をどんな人にも買ってもらいたいか?」というターゲット戦略です。  
販路の先にいるお客さま像を理解し、真にブランドの価値を感じてもらえる人たちに  
商品が届く仕組みは、どのようにつくればいいのか。  
デジタルの活用で、自力でも販路拡大が可能になった時代だからこそ、  
改めてマーケティングの視点から「販路選び」を考えます。

<https://k2s.cc/file/1c0e289d834ee/09phkYS1F.pdf.rar>