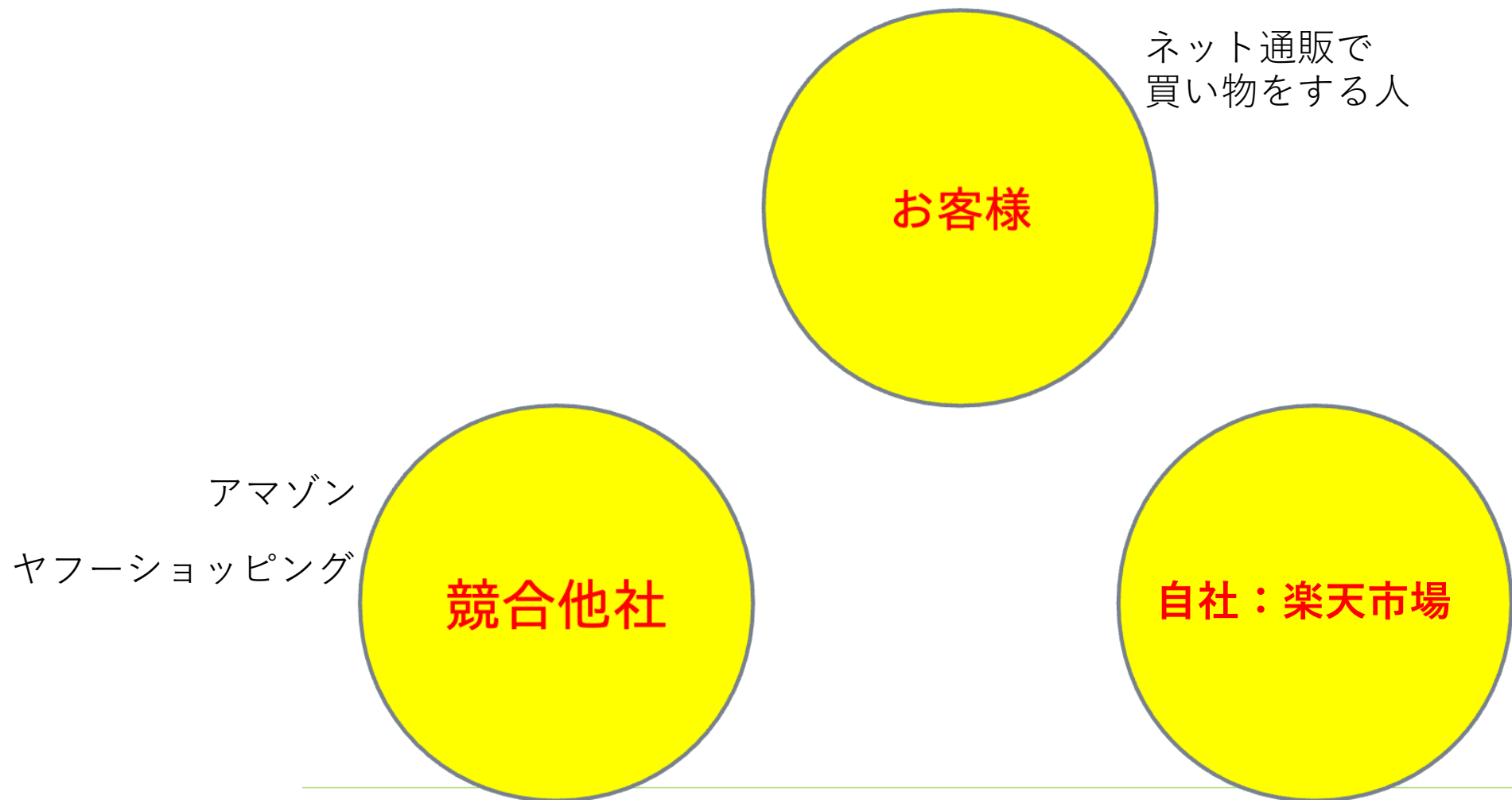




202301932	椋木さやか
202302265	木村涼
202302264	神林杏早

練習：（３Ｃ）



練習：（SWOT分析）

内部環境

外部環境

Strength (強み)

- ・家で完結する
- ・多くの商品を見れる
→比較できる
- ・24h閲覧できる
- ・ポイントが付与される

Opportunity (機会)

- ・グローバルEC市場の成長
→新たな市場を展開できる可能性
- ・AIやデータ分析の活用
→新しい取り組みにつながる

Weakness (弱み)

- ・偽物（コピー品）がある
- ・届くのにな数日かかる場合がある
- ・目的の商品がない可能性がある

Threat (脅威)

- ・他の通販サイト
例：アマゾン,ヤフー
- ・技術の急速な変化

練習：（Cross-SWOT分析）

内部環境

外部環境

強み×機会

- ・ポイント付与×グローバル市場の成長
→ターゲット層を国外へ広げられる

弱み×機会

- ・偽物×AIやデータ分析
→偽物や顧客の評価、販売側の評価
をAIの分析を利用して分析する
ことでより安全でスムーズな
ショッピングができるように。

強み×脅威

- ・ポイント付与×他の通販サイト
→ポイント付与や独自の特典などで
他社との差別化を行う

脅威×弱み

- ・他の通販サイト×品数が少ない
→品数を増やして顧客獲得

練習：（マーケティング上の課題）

目的の商品がない,品数が少ない

アマゾンなど他の通販サイトに顧客が流れる。

競争激化と差別化

オンライン市場は競争が激しいため、同様の商品やサービスが数多く存在する。
独自の価値提案が重要となる。

顧客獲得と維持

新規顧客の獲得だけでなく、既存顧客を維持することが重要。
良い顧客サービスや特典プログラムの維持と改善が必要となってくる。

セキュリティと信頼性の確保

オンライン取引においてはセキュリティが非常に重要となる。
顧客との信頼を築くためには今後もセキュリティ対策や信頼性の向上が必要。

練習：（Segmentation）

- ・ **ポイントが付与される,ポイントが倍になったりする**
お客さんにお得感を喚起させることができる。
- ・ **セールの開催などのキャンペーンが多い**
他の通販サイトよりお得に買い物できる。
- ・ **楽店ポイントの使い道が多い**
楽天ポイントを扱っている飲食店などで利用できる。

練習：（Target Customer）

オンラインショッピングに慣れてる人

インターネットでの買い物に慣れている人が楽天市場の主要なターゲット。
幅広い年齢層が含まれている。

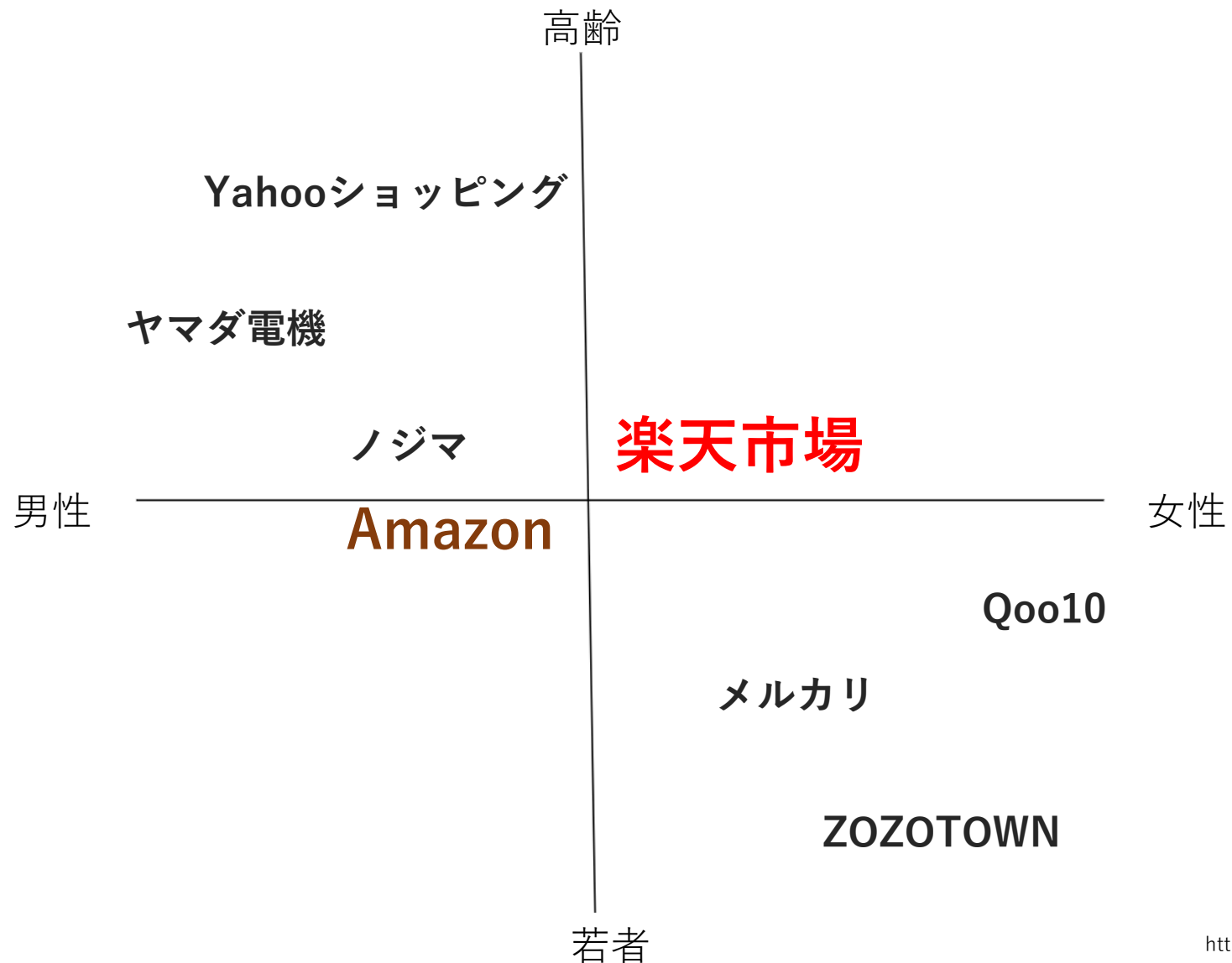
様々な商品を探している人

楽天市場は様々なカテゴリーの商品を販売しているため、
様々な商品を一つのプラットフォーム上で探したり購入したりできることを求めている人。

ポイントや特典を重視する人



楽天市場のポイントプログラムや会員特典を重視する人がターゲット。
ポイントをためて利用する仕組みが利用者にとって魅力的な特典となっている。

練習：（Positioning）



【ロゴの変更】

新しい統一ロゴは、漢字の“一”をモチーフにデザインされた。

現在のロゴ	新ロゴ
	

次のステージに向かう姿勢を象徴するとともに、以下の4つの意味が込められている。

- **A New Start / はじまり** : 新しいステージ、新しい挑戦のはじまりであること
- **Unity / ひとつになる** : グループ企業同士で、そして多様なパートナーと、世界中で一つのチームとなって挑戦していくこと。
- **Be the Best / 一番・最高** : ユーザー、パートナー、コミュニティ、そして世界中の人々にとって、ハピネスを提供する1の存在となること。
- **Only One / 唯一** : パートナーの個性を生かしそしてエンパワーメントしていくこと、ユーザーにおもてなしの心を持ってあらゆるライフシーンに喜びと楽しみを届けること、そしてこれらを可能にするエコシステムを構築していくこと・