

マーケティング・ミックスの重要性

Q. マーケティング・ミックスの重要性は理解しているが、実際どうすればよいか？

要旨 マーケティング戦略を策定する上で、マーケティング・ミックスは重要な位置づけを占めています。マーケティング・ミックスを検討する際に押さえておくべき手法として、「4 P」と「4 C」が挙げられます。「4 P」と「4 C」を基本として市場を分析し、自社ができることを整理することで、マーケティング・ミックスの効果は発揮されます。

解説

1. マーケティング・ミックスとは？

マーケティング・ミックスとは、市場から好意的な反応を導き出すために、マーケティング手法やマーケティングツールを組み合わせることです。

よって、マーケティング・ミックスは、市場の反応を決定づけることから、マーケティング戦略の策定、及びその後のPDCA（見直しと再策定）において、極めて重要です。

【4 P】

Product : 商品・サービス開発やブランディングのコンセプトは？
 Price : 商品・サービスの価格およびグレード別の価格帯は適正か？
 Promotion : 広告宣伝手法は適正か？
 Place : 流通経路は有効か？

なお、「4 P」は会社側の視点であるため、思考の深みが増すため、意識しておくべき顧客側の視点に立って、「4 C」で考えると、です。

【4 C】

Customer Value : 商品・サービス（Product）の顧客価値は？
 Cost : 顧客にとって、その価格（Price）の費用対効果は？
 Communication : その広告宣伝手法（Promotion）で、顧客との対話は有効か？
 Convenience : 流通経路（Place）は顧客にとって利便性が高いか？

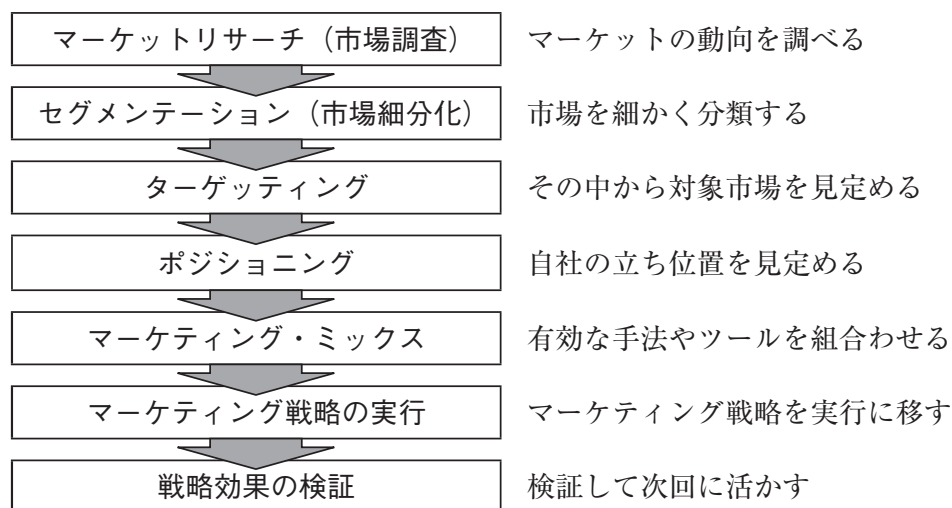
マーケティング戦略実行のための 7 つのステップ ～ 4 P と 4 C で整理する～

＜ご提案のポイント＞

- ・マーケティング戦略の実行は 7 つのステップを踏むことが大切です。
- ・その中で、マーケティング・ミックスは重要な位置づけを占めるため、「4 P」と「4 C」で整理することが肝要です。
- ・マーケティング・ミックスを「4 P」と「4 C」で整理すると、7 つのステップは深みが増し、マーケティング戦略の効果を最大化することができます。

1. 7 つのステップの検証（マーケティング・ミックスの位置づけ）

7 つのステップを確認することから始めましょう。図示すると次のとおりです。
マーケティング戦略を実行に移すには、マーケティング・ミックスが重要です。



2. 実行のための方策（4 P と 4 C で整理）

マーケティング・ミックスで組み合わせる手法やツールは、次の切り口で考えるとよいでしょう。自社の立場（4 C）で考えるだけでなく、顧客の立場（4 P）で考えると、整理しやすくなり、実行力を高めることができます。

【 4 P 】

Product : 商品・サービス
Price : 価格（価格帯）
Promotion : 広告・クチコミ
Place : 流通経路

【 4 C 】

Customer Value : 顧客価値が高い
Cost : 費用対効果が高い
Communication : 良さが伝わる
Convenience : 利便性が高い