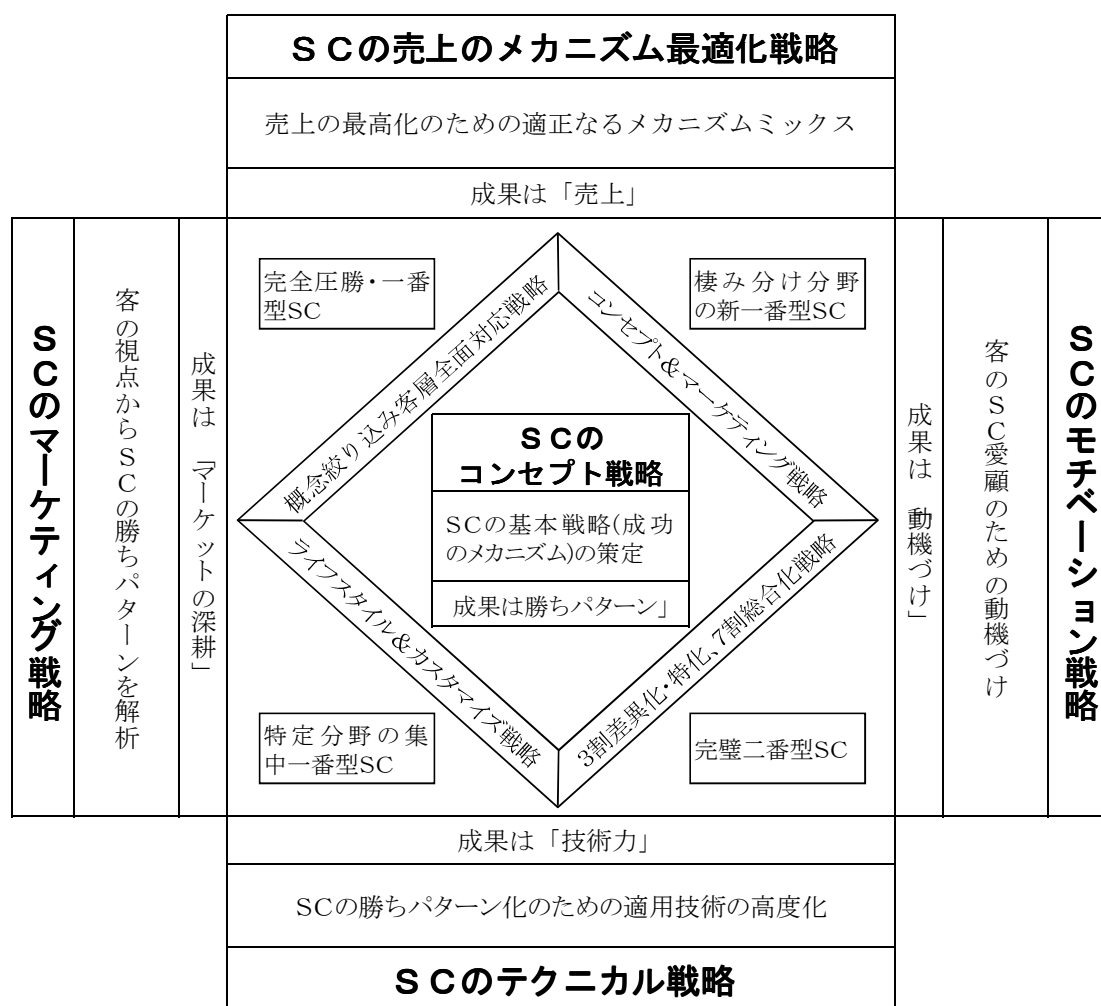


流通とSC・私の視点

2009年11月16日

視点(1176) SCでの購入意思決定及び買物行動のメカニズムの補完版!!

「モノ」、「コト」、「ワンパッケージショッピング」、「エンターテインメント」、「プレイスメイキング」の5つの購入意思決定及び買物行動のメカニズム以外に、次の5つの補完戦略があります(六車：流通理論)。



以上の5つの「補完戦略」の内容は次の通りです。

- ① SCのコンセプト→「開発コンセプト戦略」、「SCコンセプト戦略」、「MD i n gコンセプト戦略」、「施設コンセプト」(モール&プレイス戦略)、「企業理念コンセプト戦略」
- ② SCの売上のメカニズム最適化戦略→「立地」(30%)、「仕組み戦略」(35%)、「MD i n g戦略」(25%)、「運営」(10%)
- ③ SCのマーケティング戦略→「市場調査」(どのような人が、どのようなライフスタイルで、どのような買物をし、どのようなニーズを持っているのか?)、「販売促進戦略」、「ターゲット戦略」、「商圈戦略」
- ④ SCのモチベーション戦略→「出向動機戦略」、「購買動機戦略」、「店舗選定動機戦略」、「リピート動機戦略」
- ⑤ SCのテクニカル戦略→「ロハス戦略」(エコと人間関係のマーケティング化)、「IT」(情報技術=ネット販売+店舗情報システム+SCMシステム)、「消費者心理戦略」、「事例研究戦略」(原理原則、例外の原則、奇跡の原則)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車 秀之