

新刊書籍のご案内

顧客の課題解決を実践することこそ、日本企業が生き抜くための必須条件だ。

『顧客視点の企業戦略』

—アンバサダープログラムの思考—

株式会社宣伝会議(本社:東京都港区 代表取締役:東 英弥)では、『顧客視点の企業戦略 —アンバサダープログラムの思考—』を2017年3月1日より、全国書店にて順次発売いたします。”顧客視点”が大事、とは、ずいぶんと昔から言われ続けている言葉ですが、あくまで理念や心構え、思想としての言葉にとどまり、具体的な施策や方法論として語られることはありませんでした。しかし、デジタルやネットが社会のインフラとして浸透した今、マーケティング史上初めて”顧客視点”を実践的な施策や方法、具体的な手法として語れる時代がやってきました。本書は、顧客視点を取り入れた施策として成果を上げ、ネスレ日本の事例で話題になった「アンバサダープログラム」の考え方を軸に、マス・マーケティングと対を成す、もう一つのマーケティングの考え方を提示した書籍です。ぜひ、貴メディアにてご紹介いただけますと幸いです。



こんな本です

- ①デジタルテクノロジーが実現する”顧客視点”施策を具体的に解説しています。
- ②マス・マーケティングの構造的限界とそれを補完する、もう一つのマーケティングのあり方についてまとめています。
- ③話題のマーケティング施策である「アンバサダープログラム」の考え方とその実践方法についてまとめています。

藤崎実・徳力基彦 [著]

2017年3月1日より順次発売

定価 本体 1,800円(+税) / 四六判 /

320ページ / ISBN 978-4-88335-392-7

◆献本希望、著者への取材、書籍のプレゼントキャンペーンなどのご相談も承っております。

著者プロフィール:

藤崎実(ふじさき・みのる)

アジャイルメディア・ネットワーク 研究者/エバンジェリスト/クリエイティブディレクター

博報堂、宗形チームにて広告の仕事始める。その後、大広インテクト、読売広告社、TBWA\HAKUHODOを経て、現在アジャイルメディア・ネットワーク。立教大学大学院ビジネスデザイン研究科博士課程在学中(2017年現在)。日本広告学会会員/クリエイティブ委員、評議員 産業界の部(2013-2016)、日本広報学会会員/デジタルPR研究部会、日本マーケティング学会会員、WOMマーケティング協議会理事/事例共有委員会/メソッド委員会、東京コピーライターズクラブ会員。青山学院大学、学習院大学、日大商学部、多摩美術大学で非常勤講師。受賞歴に、カンヌライオンズ、OneShow、クリオ、クリエイターオブザイヤー、電通賞などがある。論文として「アンバサダー顧客活用施策と効果検証の実際」、「アンバサダー顧客はなぜ無償で推奨行為を行うのか」などを執筆、書籍監修として『アンバサダー・マーケティング』(日経BP社)がある。

徳力基彦(とくりき・もとひこ)

アジャイルメディア・ネットワーク 取締役 CMO プロガー

NTT や IT 系コンサルティングファーム等を経て、2006年にアジャイルメディア・ネットワーク設立時からプロガーの一人として運営に参画。「アンバサダーを重視するアプローチ」をキーワードに、ソーシャルメディアの企業活用についての啓蒙活動を担当。2009年2月に代表取締役社長に就任し、2014年3月より現職。書籍「アンバサダー・マーケティング」(日経BP社)においては解説を担当した。ブログ以外にも日経MJや宣伝会議 advertimes のコラム連載等、複数の執筆・講演活動を行っている。また個人でも、WOMマーケティング協議会の事例共有委員会委員長や、政府広報アドバイザーなど幅広い活動を行っており、著書に『デジタル・ワークスタイル』(二見書房)、『アルファプログラマー』(翔泳社)等がある。

◆本書の構成・目次

はじめに 「新たなる現実」を受け入れて、次へ向かう指標としての顧客視点

第1章 顧客視点がないと「マーケティング」ではない

第2章 マーケティングを顧客視点で組み替える

第3章 企業の目的は「顧客を創造する顧客」の創造である

第4章 顧客と一緒にマーケティングする

実践レポート アンバサダーの体験設計

第5章 アンバサダーが企業にもたらす変化

第6章 顧客視点経営がビジネスを変える

編集担当より

この本の企画の始まりは、著者が執筆した記事からでした。ネスレ日本の「ネスカフェ アンバサダー」などで話題となっていたアンバサダープログラムに関するもので、当初はその記事をまとめて本にできないか、と考えていました。

しかし、このプログラム自体、何か具体的な手順やパッケージがあるわけではなく、施策自体の話よりもその背景にある、企業のあり方、社会との関係性の作り方、そして何よりも企業と「顧客」の関係性をどう捉えるのか、というビジネスの根本的なところから考え始めなければならないと、著者から伺いました。

で、あれば、顧客の視点でビジネスを考えると何か、マス・マーケティングではできなかったことは何か、顧客視点を実践するとはどういうことか、など大きな話からまとめてもらうべきではないかと考え、書き下ろしでご執筆いただきました。

顧客視点のマーケティングを実現したアンバサダープログラムの考え方を軸に、マス・マーケティングと両輪で機能させる、もう一つのマーケティング、真の顧客視点戦略についてまとめた書籍です。よくある「○○○・マーケティング」といった新しい概念ではなく、大昔から言われてきたことが、デジタルの力で実践できるようになった、今の時代に求められる1冊になったのではないかと、思います。

◆献本希望、著者への取材のご相談はこちら

担当者連絡先

株式会社宣伝会議 書籍編集部 TEL : 03-3475-3010

〒107-8550 東京都港区南青山 3-11-13 <http://www.sendenkaigi.com>