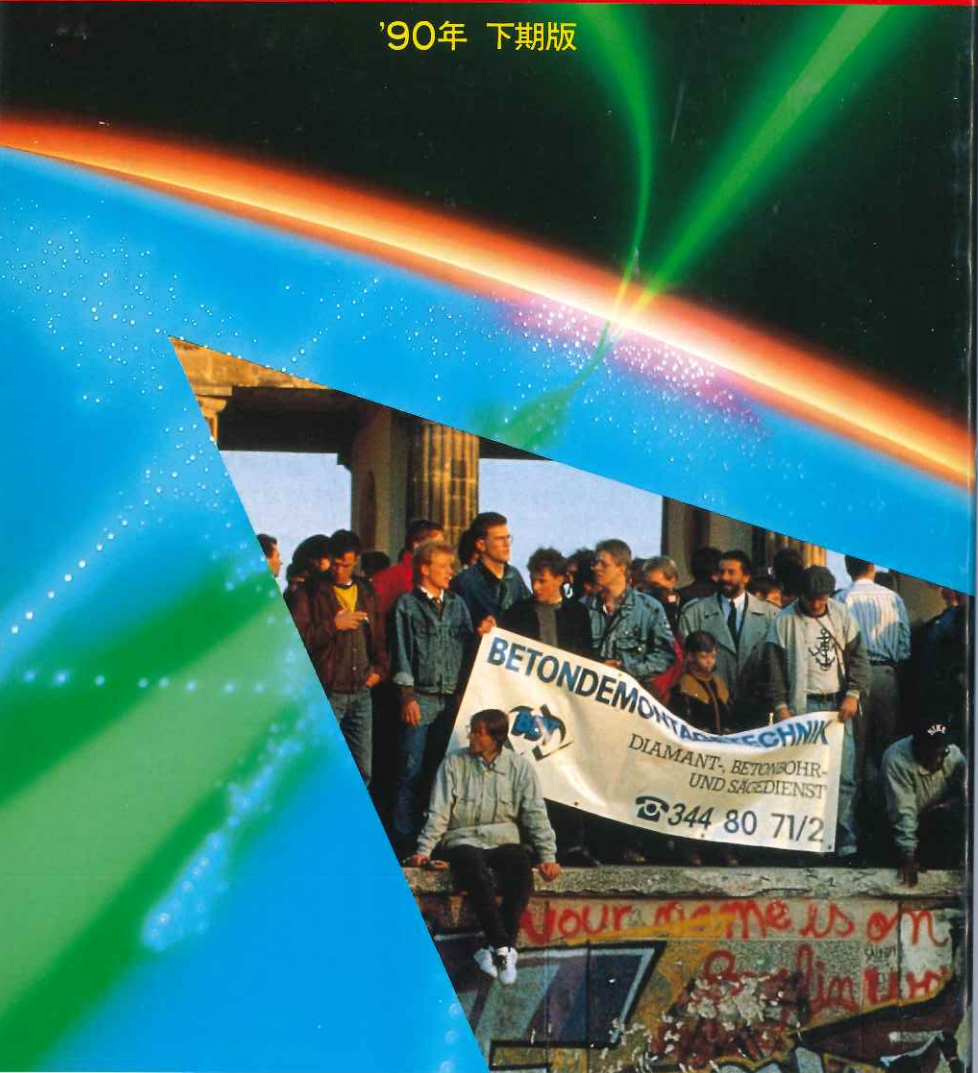


経済トレンド

'90年 下期版



太陽神戸総合研究所

効果的な中小企業における マーケティング

重視されるテストマーケティング手法の開発

プランニングチームII

「不透明な時代」という言葉が使われて久しい昨今、企業や組織は、リアルタイムなデータを生み出すマーケティングに、多額の投資を惜しまなくなった。各産業の動向や消費者データの購入、調査活動、顧客管理に基づくDM作戦など、マーケティング費用に対する認識は、この十年間で大きく様変わりしてきた観がある。つまりこの10年は、ひたすら営業型の企業運営から、データによる裏付

け、先読みを重視した戦略営業型の企業経営への転換の時代と表現できるだろう。

投資型から回収型マーケティングへの転換

そこで次なる課題となるのがマーケティング費用の回収である。

データそのものを重視してきた従来のマーケティングでは、活動に伴う経費は未来の経営に対する投資、という考え方が一般的であり、いわば必要経費的な捉え方を

してきた。だが、消費者のライフスタイルや、時間を含めた「モノ」の消費サイクルが急激に変化する90年代に於いてはマーケティングそのものも「タイムリーな回収を前提とした営業的費用」という概念に置きかえる時期を迎えている。すなわち、長期計画型マーケティングから、短期生産型マーケティングへの転換である。この意識改革こそが、従来、大手企業主導で展開されたマーケティングを、中小企業の経営に効果的に取り込むことを可能にする。

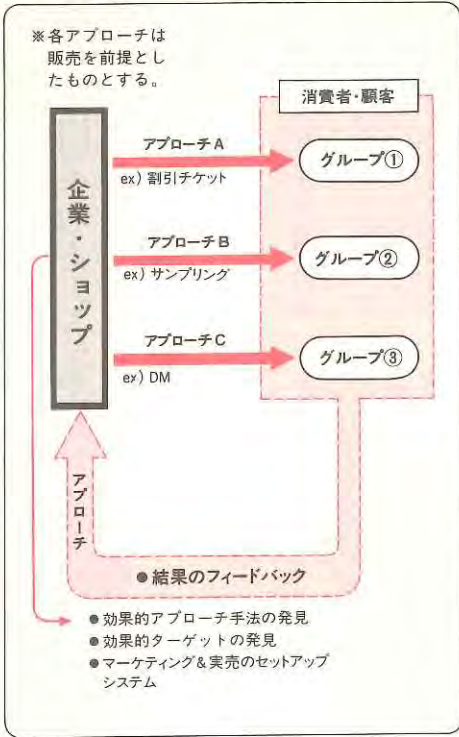
テストマーケティングの意味と価値

中小企業にとって効率的なマーケティング手法として、今後最も重視すべきものの一つに「テスト

マーケティング手法の開発」が挙げられる。テストマーケティングとは一般的には、①新製品（サービス）発売の前に②特定の地域（ターゲット）に③実売に近いシミュレーションテストを行い④一斉販売の課題、効果測定を、行う

もの。従って、短期間に、様々なテーマの検証を伴う活動となっている。この「短期間に様々なテーマ検証を行うこと」こそが、中小企業経営上のメリットである。テストマーケティングの考え方を特定の商品セーカールスに導入する

■テストマーケティング展開例



ことにより、日々の販売業務と並行した効果測定が実践でき、なおかつ、自社にとって有効なセーカール手法を検証できるわけである。テストマーケティングの留意点

良いことづくめのテストマーケティングだが、実施にあたっては、次のポイントに留意することが必要である。①消費者グループ毎にアプローチ手法を差別化（顧客！新規客など）。②複数アプローチの仕組みを消費者に公開しない（厳しいリスト管理）。③情報フィードバック体制の万全化（手別データ管理の徹底）。

これらテストマーケティングの仕組み作りが実質的な営業計画の見直しを開拓するキーポイントである。

人なつこい



映画を観たり食事をしたりする友達がいる、
いつも笑顔のお隣さんがいる、
何でも相談にのってくれる先輩がいる。

結局、人はいつもそばにいる誰かとシェイクハンドをしながら、
生きているような気がします。

私たち太陽神戸三井銀行も、お客様と同じ目の高さで
話ができるお付き合いができればと思っています。
ぜひ、600をこえる店舗網や世界にくだしい情報網、
きめの細かいサービスなどを活用して、
ワンランク上の生活をめざしてください。

太陽神戸三井銀行は、話のわかる人なつこい銀行ですよ。

**あなたに近く、
世界に近い。**



太陽神戸三井銀行

人なつこいですよ。