

「勝負の決め手」

6 (上) | (FF) | 11 → 12

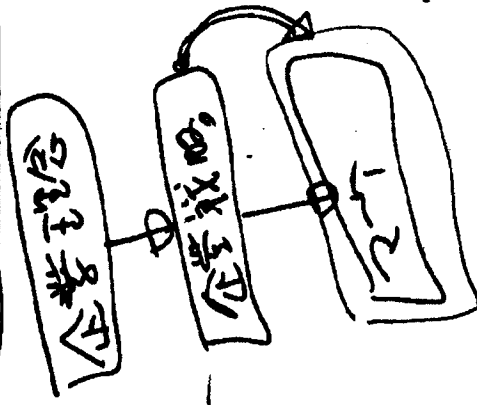
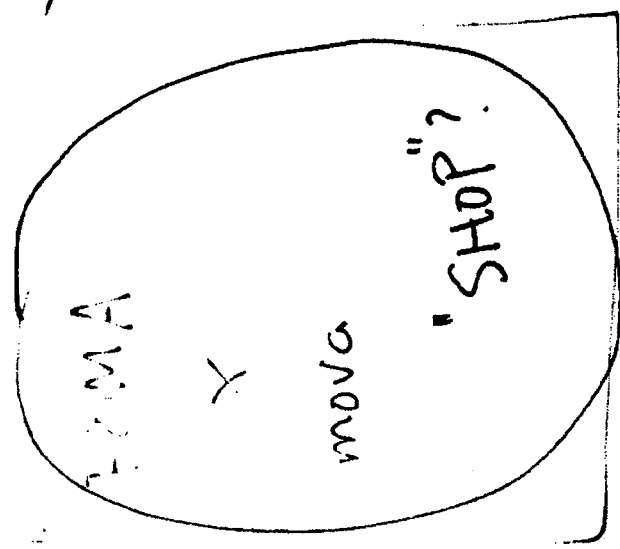
○ X-カ- (N, P)

○ 世代

○ Y-カ Ver 1 の販売数

○ " 総販売数

N	>	P	$(1/2 + \epsilon)N > (3/2 + \epsilon)P >$
N	=	P	
N	>	P	
N	<	P	
2500万 (?)		4400万	



1/バ-タ-	P-11-P	7+07-	保守性
2=P/カ-?	先達性		"世に合致"
"自己満足"	"見世に合致"		

85/15

23/10/15 } 65%

マーケティングのライント?

マーケティングとは?

調査 ① 客観的に
分析理解

Marketing

企業経営

自社 (社. 経営)

市場

他社 (社.)

商品

販売促進 (Sales Promotion) 活動

②

- 消費者心理をつかむ
- 企業戦略への適合性
- 明. 本がある
- SKIP (1900) による心理的変化 (Needs ↔ Wants)

結果的 (acc?) → 新しい発見 (?)

③ 施設. 検証 → 結論

④ 有村 (社.) (社.) (社.) (社.)

⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

① 街を歩く! 電車の乗込乗下!
② 東京. 三軒に基づく = Q.C.

FF

500K
¥64,500