

## 「BASICS」でマーケティング戦略を極める

### 04 価値を伝える「メッセージ」

マーケティング戦略に不可欠な5つの要素を統合し、実践の場で使えるフレームワークとした「戦略BASICS」。前回までに、「戦場」とは、「顧客」の求める価値をめぐっての戦いの場であり、自社の「独自資源」に支えられた「強み」を使って差別化する、ということを通じてきた。戦略論を解説するならば、これだけでもよい。しかし、実際に成果を出す(つまり「売上をあげる」)ためには、戦略BASICSの最後の要素である「メッセージ」が必要になる。素晴らしい差別化ポイントがあっても、顧客にその「価値」が伝わらなければ商品は売れない。価値を伝える中核の役割を果たすのが「メッセージ」である。今回は、顧客にどのような「メッセージ」を伝えればよいのか、解説する。

#### 01 マーケティング戦略論を俯瞰する

戦略とは何か？  
経営戦略論の5つのタイプ  
戦略要素の統合フレームワーク(BASICS)

#### 02 「戦場」と「顧客」の選び方

Battlefield (戦場)の位置  
Customer (ターゲット「顧客」)  
戦場と顧客を選ぶ時はベネフィット

#### 03 勝ちにつながる「資源」と「強み」

戦場で勝つために活用したい資源  
Strengths(「強み」)→差別化要素  
強みを伝えるAsset (資産)

#### 04 価値を伝える「メッセージ」

メッセージとは「何か」か？  
誰に？メッセージは？  
メッセージが伝えるべき

#### 05 BASICSモデルとその使い方

競合をどう見るとしてのポイント  
BASICSでの分析例  
競争環境に強いBASICSを活用する



マーケティング脳トレーナー  
MBA&中小企業診断士

佐藤 義典 (よとら・よしゆき)  
Yashiro Yuki

早稲田大学政治経済学部卒業、ペンシルベニア大学ウェートンスクール経営学修士 (MBA)。経営者認定中小企業診断士、NFT、フューチャーポート(国キッズポスター「ジャパン」)にてさまざまな企業・マーケティング戦略を専攻。所属するマーケティングエージェンシーのディレクターを経て、スタートアップとタラファス株式会社 (www.tara.com.jp) を設立、代表取締役として、マーケティング戦略構築・販売支援のコンサルティングを行う。著書に『戦略 実践マーケティング戦略』(2016年東洋館出版)、『「強み」を伝える「メッセージ」の書き方』(2018年東洋館出版)と人知の、読者数1万4000人以上のマーケティングメルマガ、売れ行き1 (www.magazine.com/mag/3111) の読者としても知られる。  
連絡先 Email: y.yuki@karet.co.jp