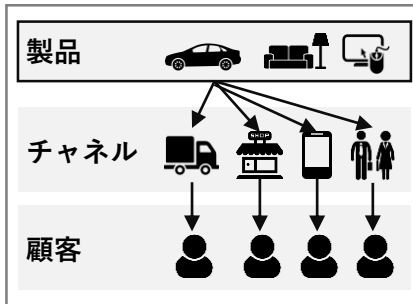


# サブスクリプションにおけるマーケティングミックス（4Pの変化）

## ① Product

### 企業起点の製品



- ・ゴールは製品の販売量
- ・ブランドは宣伝を通じて伝える
- ・顧客接点/情報はチャンネル依存

## ② Promotion

### プルとプッシュ



- ・ブランドは重要
- ・ブランド価値は広告が築く
- ・重要なメッセージはWho, What

## ③ Place

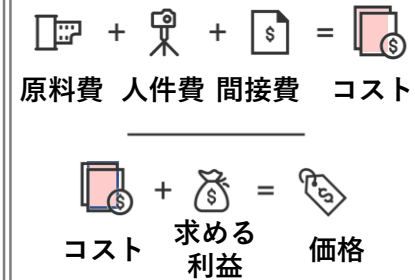
### チャンネル依存/チャンネルが競争



- ・顧客接点は小売/卸売業者
- ・報酬の対象は販売量
- ・チャンネル同士は競争しパイを奪い合う関係

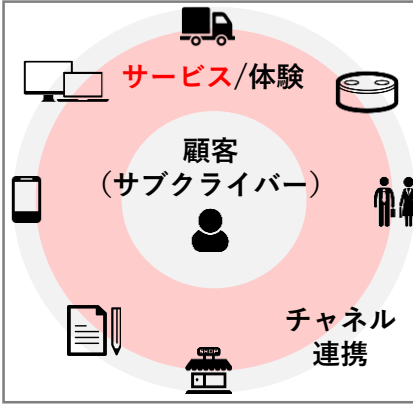
## ④ Price ★最重要

### 価格 = コスト + 利益



- ・製造/販売コストが明確
- ・価格は購入時にのみに提示

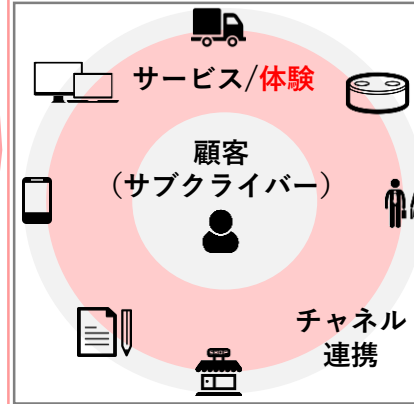
## 顧客起点のサービス



- ・ゴールはサービスの継続利用
- ・ブランドは体験を通じて伝える
- ・顧客接点/情報は自社保有

Amazonは顧客が「何をいつ購入したか」を常時把握している。

## 体験を促すストーリー



- ・ブランドは依然重要
- ・ブランド価値は体験が築く
- ・重要なメッセージはWhy  
→ストーリーを顧客に伝える

Zuoraはサブスクリプションエコノミーを中心にWhyを語る

## チャンネル同士の連携



- ・顧客接点はサービス提供者
- ・報酬の対象はサービス継続利用
- ・チャンネル同士は連携することで提供価値を高めることができる

Autodeskは再販業者と顧客情報をシェアし、追加サービスの開発、サービス継続提供を実現。

## 価格 = 顧客が認める価値



機能	シルバー	ゴールド	プラチナ
	0円	1,000円/月	3,980円/月
A	○	○	○
B	×	○	○
C	×	×	○

- ・製造/販売コストが不明確
- ・価格は更新のたびに提示

Evernoteは基本サービス無料。ストレージ利用量へ課金と、プレミアム機能利用に対する課金がある。