

◆ 1 経営に関する知識

【設問 1】

解答例：

ブランドやイノベーション、信頼感などに代表される無形資産が、ユーザーである顧客にとって満足のいく価値を生み出すためには、企業が生産者の立場で機能や便益を最善化するだけでなく、体験型の市場調査やインターネットを使ったフォーラムのような手段を用いて、顧客自身が製品開発に参画するしくみを作ることが求められている。

(154 字)

【設問 2】

解答例：

経験価値とは、製品の機能や便益が生む価値ではなく、顧客が利用することで得られる愛着や満足感などを意味する。今日のような成熟した消費社会において、大量生産の規格品に満足できず、「自分だけのモノ」を欲する顧客に対して、製品差異化や付加価値創出による高価格設定を可能にするだけでなく、長期的な関係構築に活かすべき概念である。

(159 字)

【設問 3】

(1) バズ・マーケティング

解答例：

「バズ」とは、蜂の羽ばたきのことであり、口コミが拡散していく様子を表している。これを自然発生的にではなく、インターネットの SNS などを使って人為的に拡げていこうというのがバズ・マーケティングである。(99 字)

(2) 市場志向

解答例：

顧客に対して優れた価値を提供し、持続的な競争優位を維持するには、市場を中心軸とする組織文化が根づく必要があるという考え方であり、マーケティングの範疇を超えて、全社戦略や組織文化に及ぶものである。(97 字)

同じである。