

# 顧客価値と製品価値

- 顧客価値  
顧客の価値観（心身の欲求を満たす性質）。
- 製品価値  
顧客の価値観に対する価値提案（顧客にどのような価値を提供するか）。

# 顧客価値と製品価値

- 顧客価値  
顧客の価値観（心身の欲求を満たす性質）。
- 製品価値  
顧客の価値観に対する価値提案（顧客にどのような価値を提供するか）。

# 顧客価値と製品価値

- 顧客価値  
顧客の価値観（心身の欲求を満たす性質）。
- 製品価値  
顧客の価値観に対する価値提案（顧客にどのような価値を提供するか）。

# 顧客価値と製品価値

- 顧客価値  
顧客の価値観（心身の欲求を満たす性質）。
- 製品価値  
顧客の価値観に対する価値提案（顧客にどのような価値を提供するか）。

# 価値とは

- 価値とは、人間の心身の欲求（DesireあるいはNeed）を満たす性質。
- 欲求を満たす（Desirableな）もの（価値のあるもの）を提供することで、それが持つ価値も提供されることになります。
- 例えば、高級フレンチが食べたい人に、高級フレンチを提供することで、それが持つ価値も提供されます。

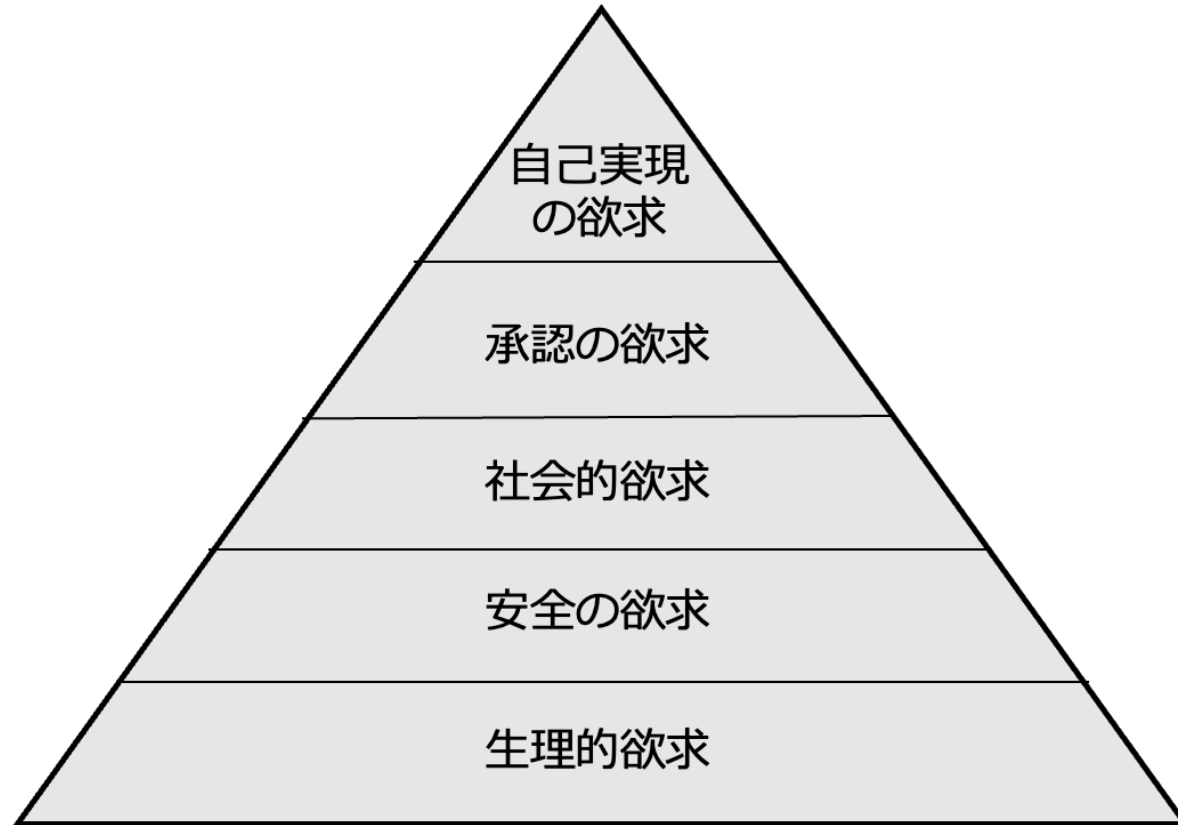
# 価値とは

- 価値とは、人間の心身の欲求（DesireあるいはNeed）を満たす性質。
- 欲求を満たす（Desirableな）もの（価値のあるもの）を提供することで、それが持つ価値も提供されることになります。
- 例えば、高級フレンチが食べたい人に、高級フレンチを提供することで、それが持つ価値も提供されます。

# 価値とは

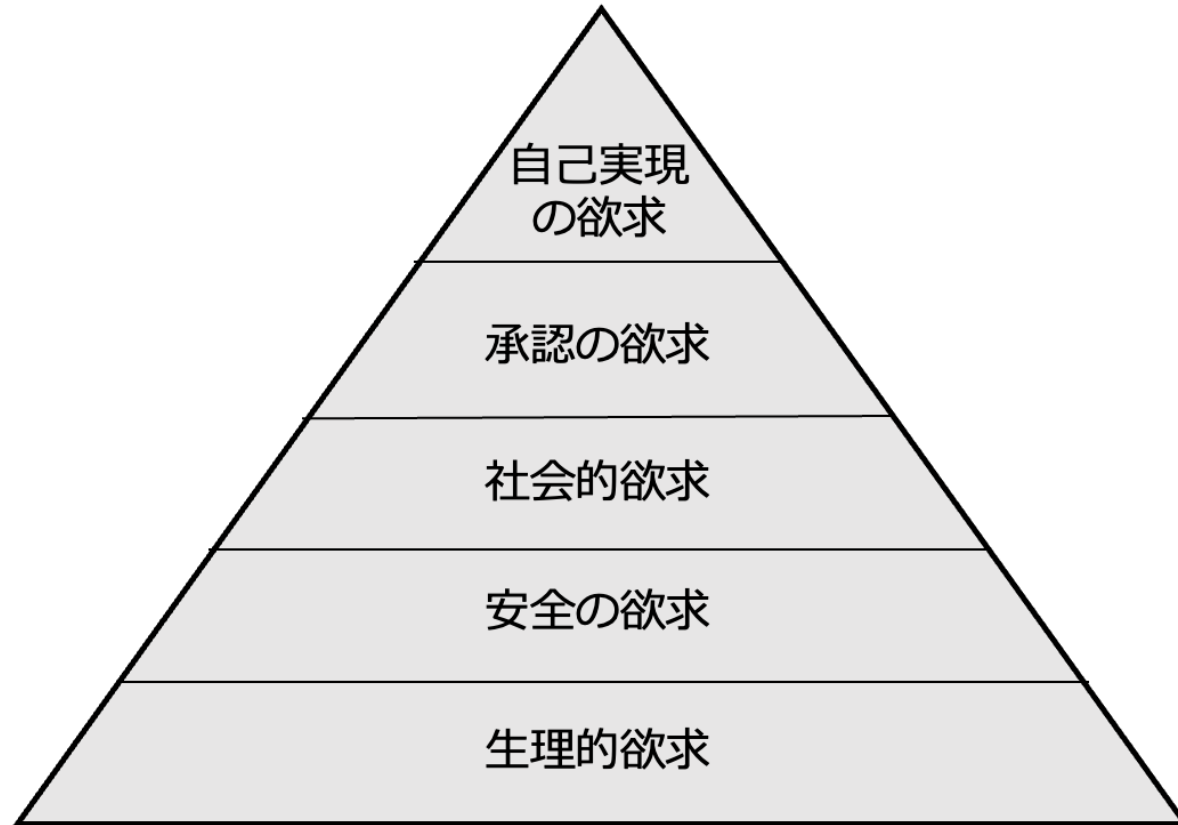
- 価値とは、人間の心身の欲求（DesireあるいはNeed）を満たす性質。
- 欲求を満たす（Desirableな）もの（価値のあるもの）を提供することで、それが持つ価値も提供されることになります。
- 例えば、高級フレンチが食べたい人に、高級フレンチを提供することで、それが持つ価値も提供されます。

# マズローの欲求5段階説

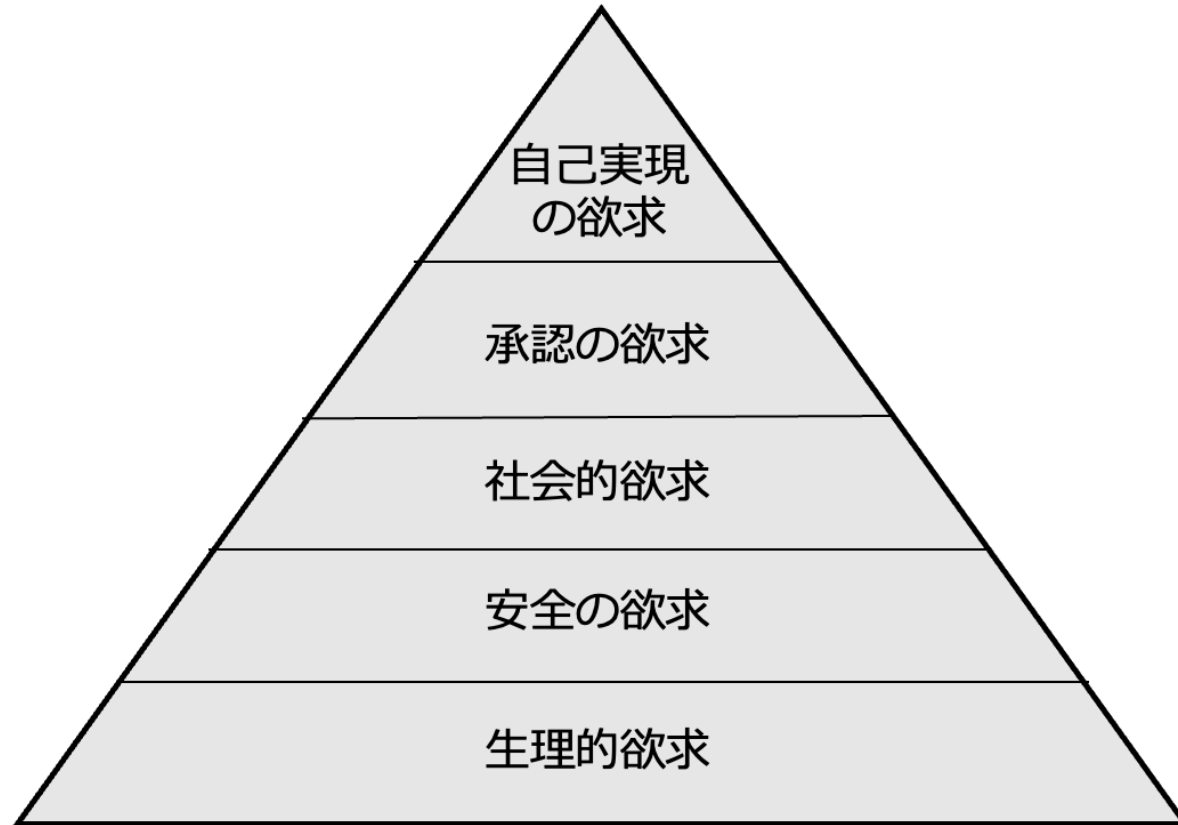




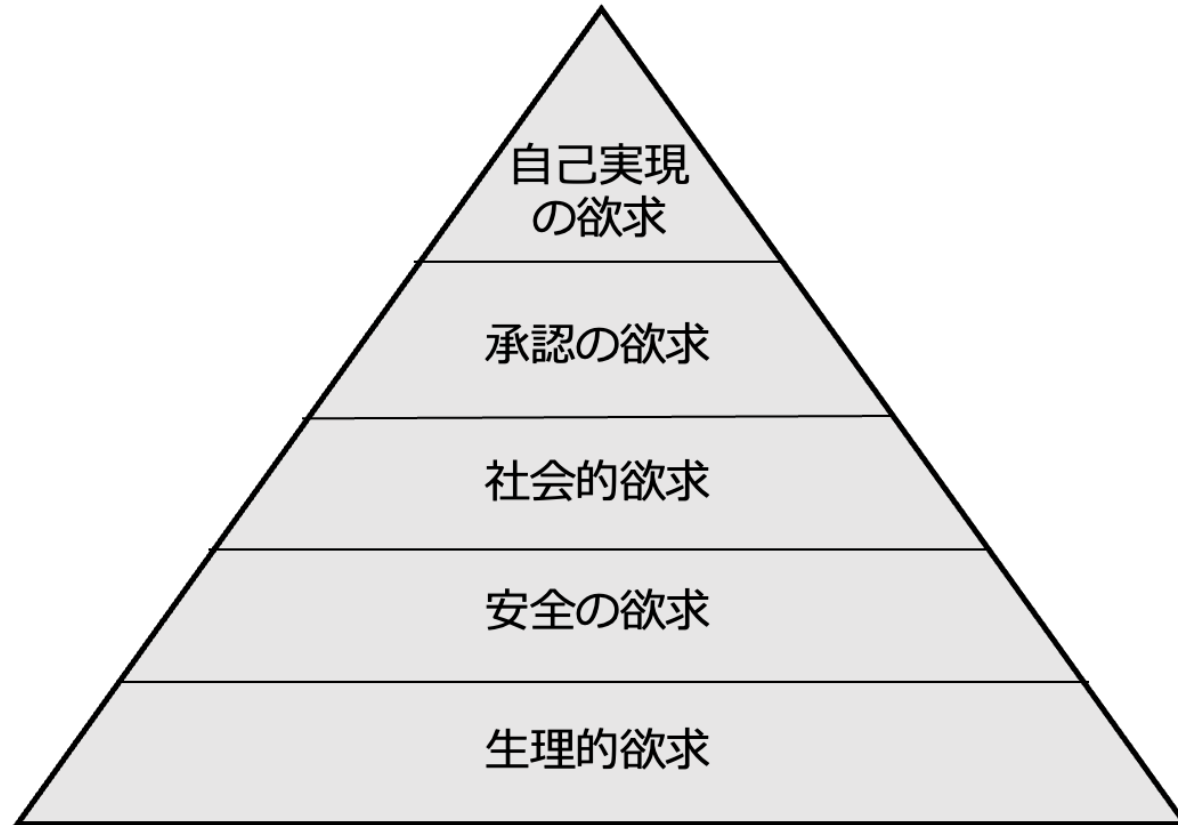
# マズローの欲求5段階説



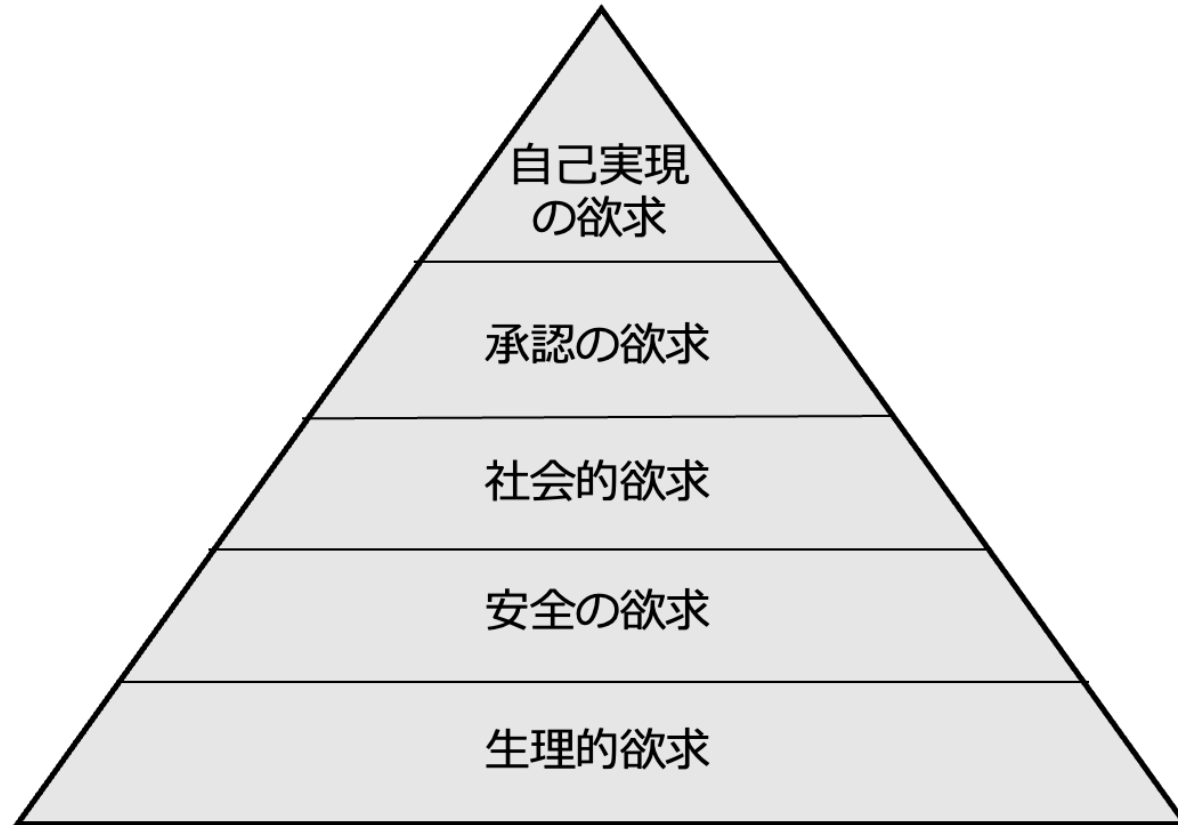
# マズローの欲求5段階説



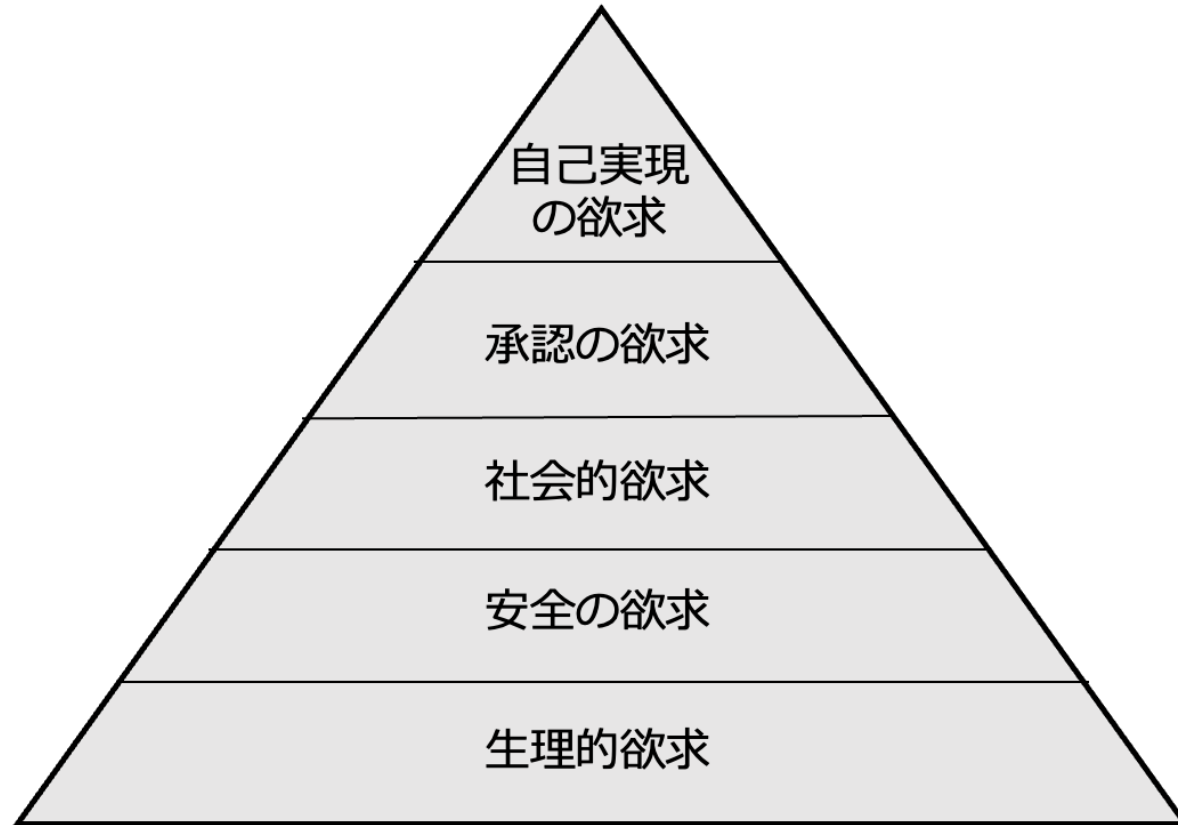
# マズローの欲求5段階説



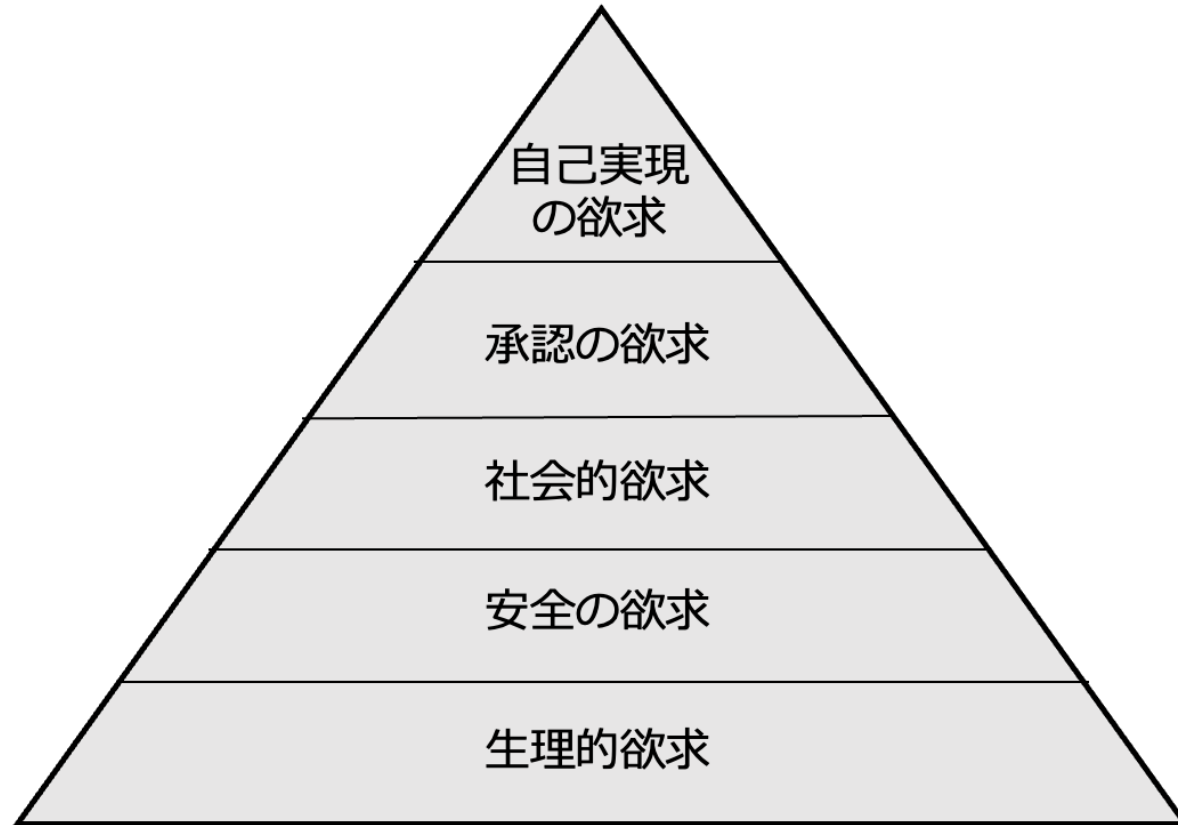
# マズローの欲求5段階説



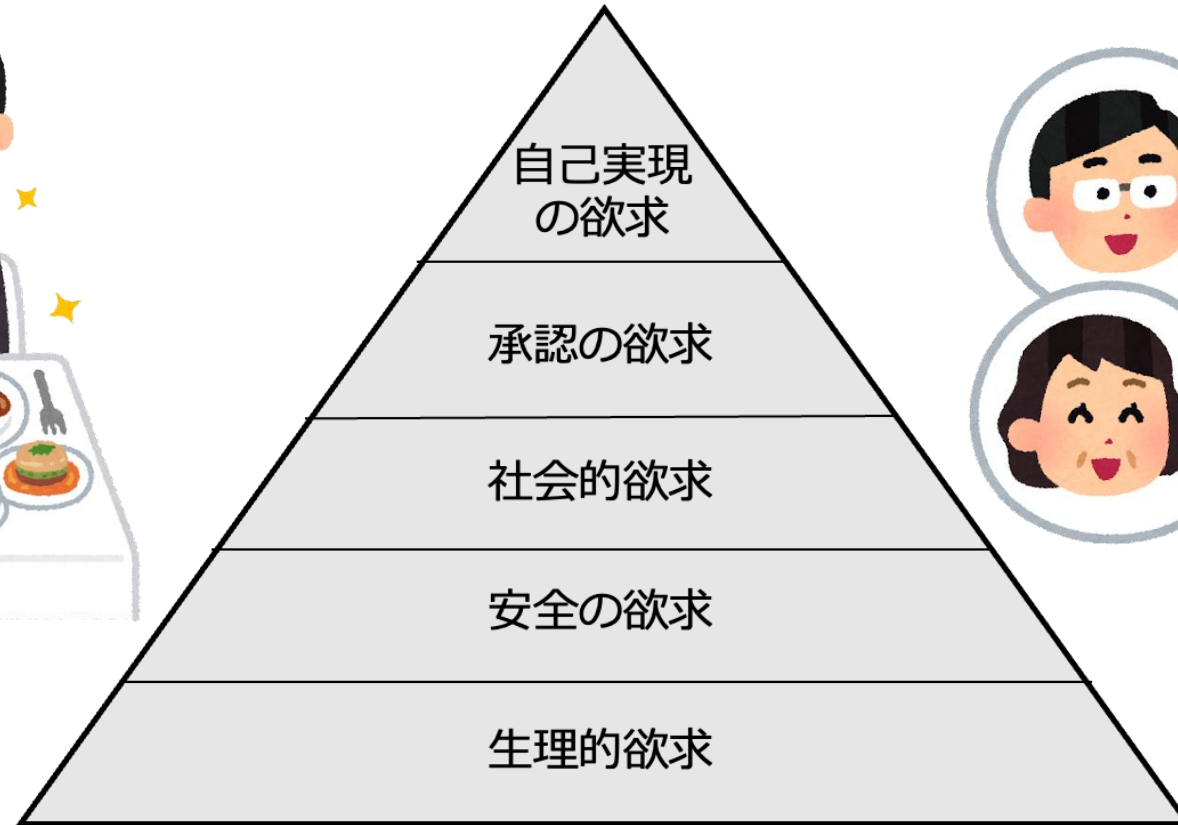
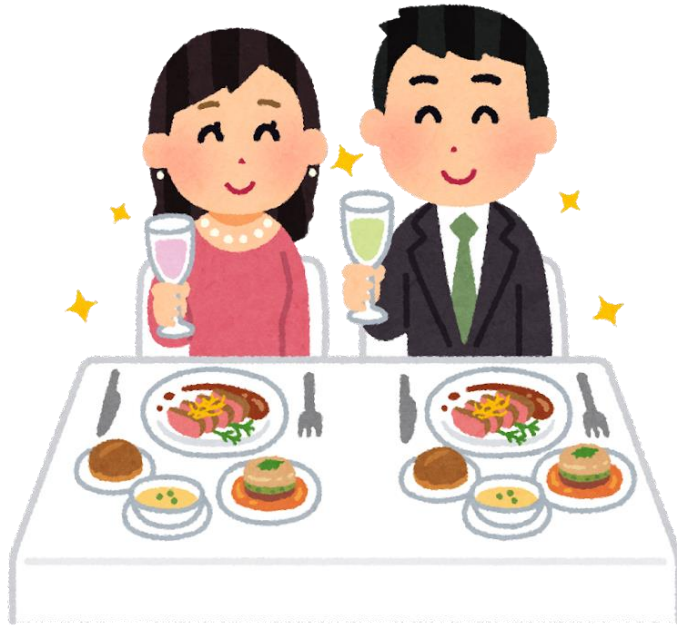
# マズローの欲求5段階説



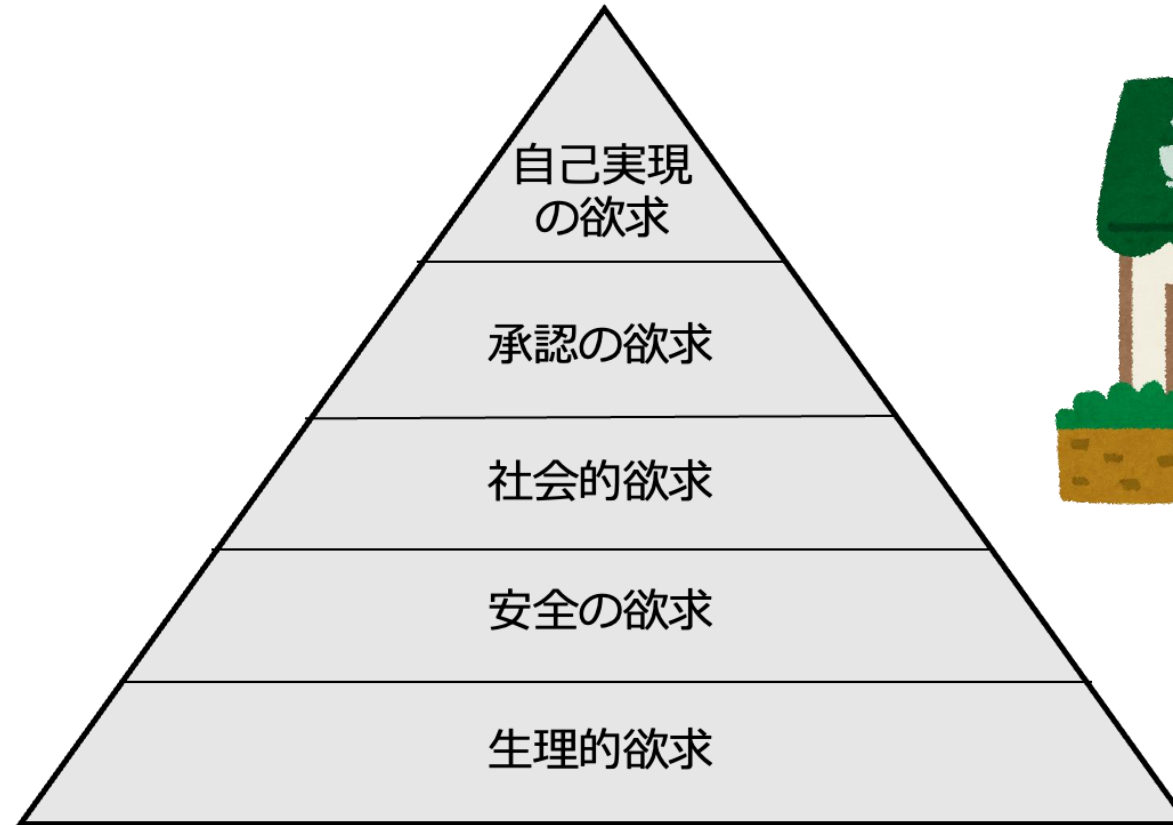
# マズローの欲求5段階説



# マズローの欲求5段階説



# マズローの欲求5段階説





# 買い手の効用

- 生活をシンプルにする
- 利便性を高める
- 生産性を上げる
- リスクを減らす
- 楽しくおしゃれな生活を実現する



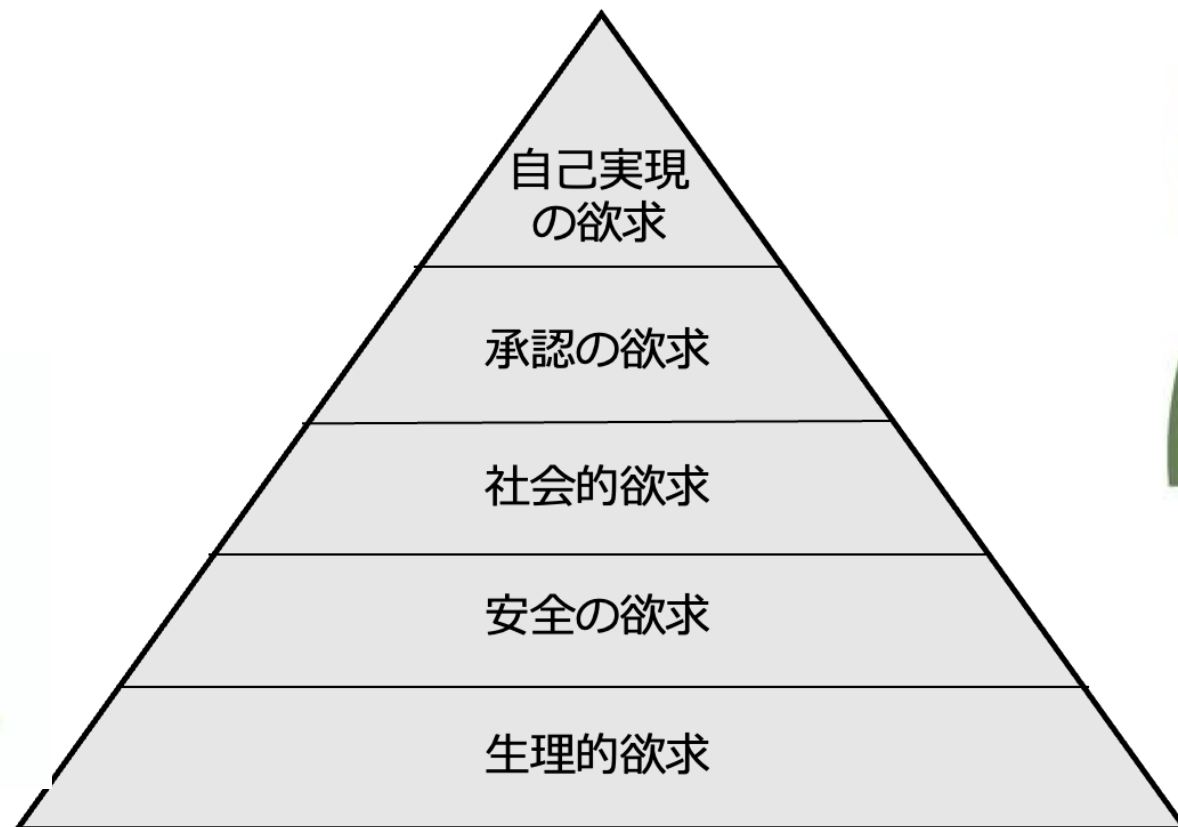
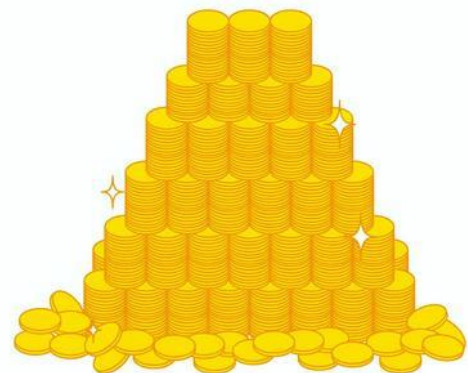


# 買い手の効用

- 生活をシンプルにする
- 利便性を高める
- 生産性を上げる
- リスクを減らす
- 楽しくおしゃれな生活を実現する



# マズローの欲求5段階説



【エッセンシャル版】

# マネジメント

基本と原則

MANAGEMENT:  
TASKS, RESPONSIBILITIES, PRACTICES



BY PETER F. DRUCKER EDITED BY ARTHUR L. LIEBOWITZ

P.F.ドラッカー 著

上田惇生 編訳

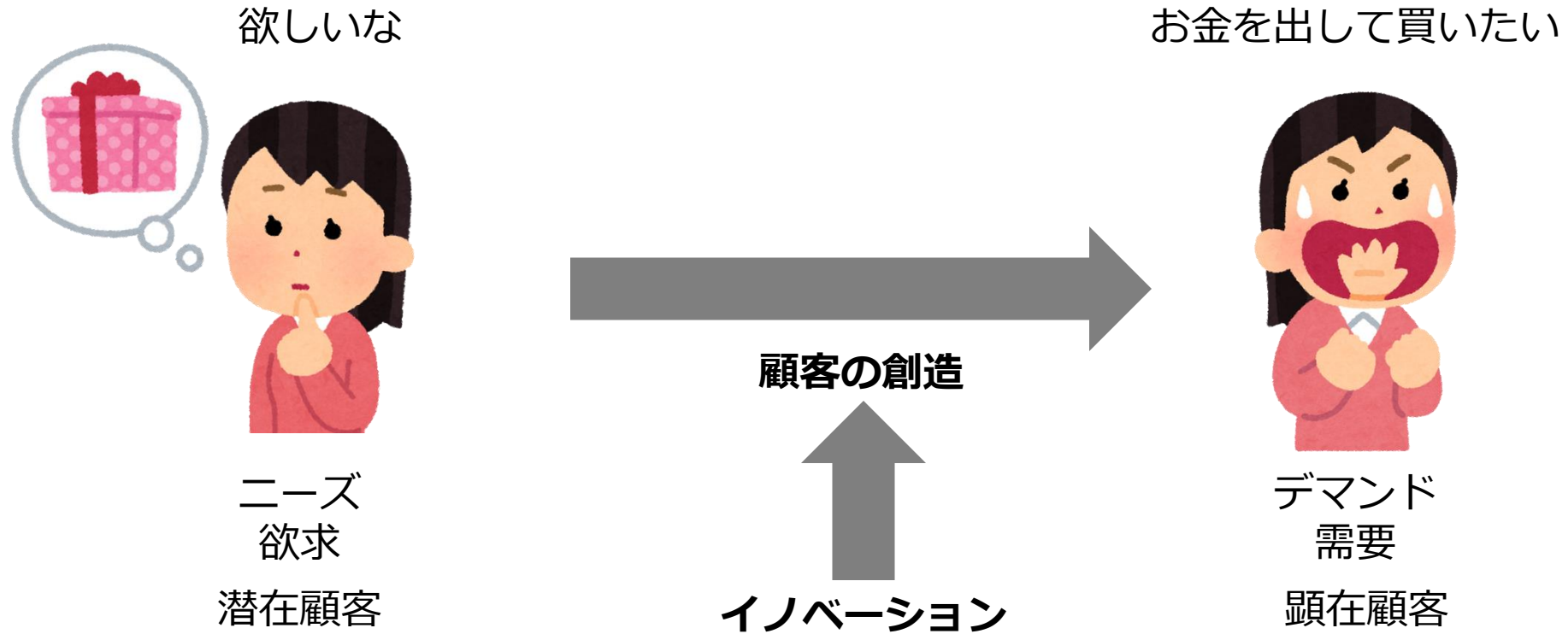
ダイヤモンド社

ニーズをデマンドに変えること

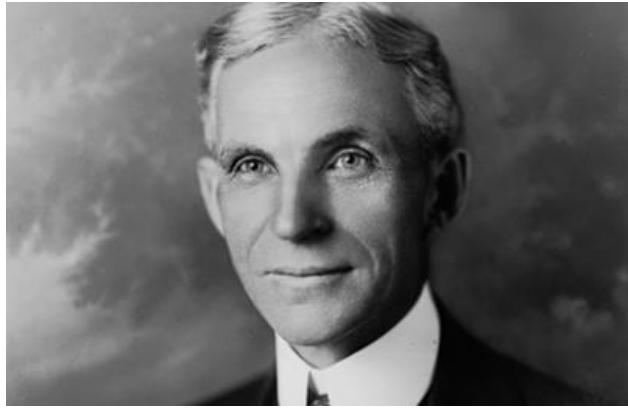
# 企業の目的



# 企業の目的

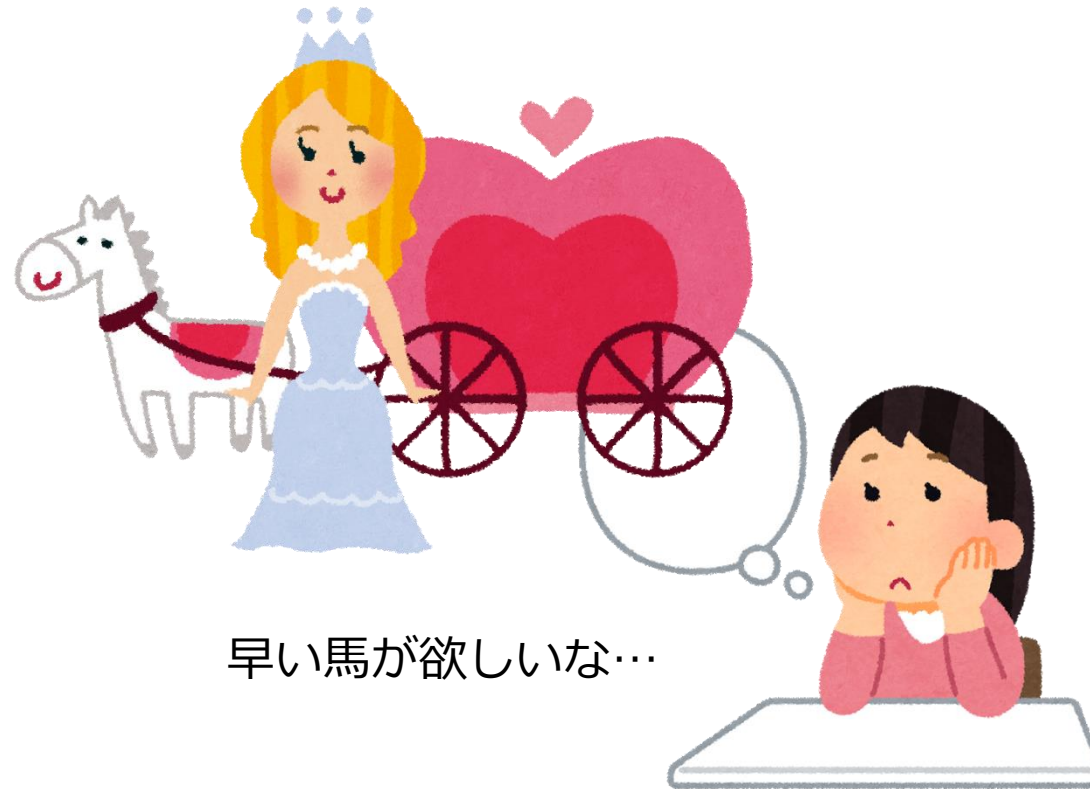




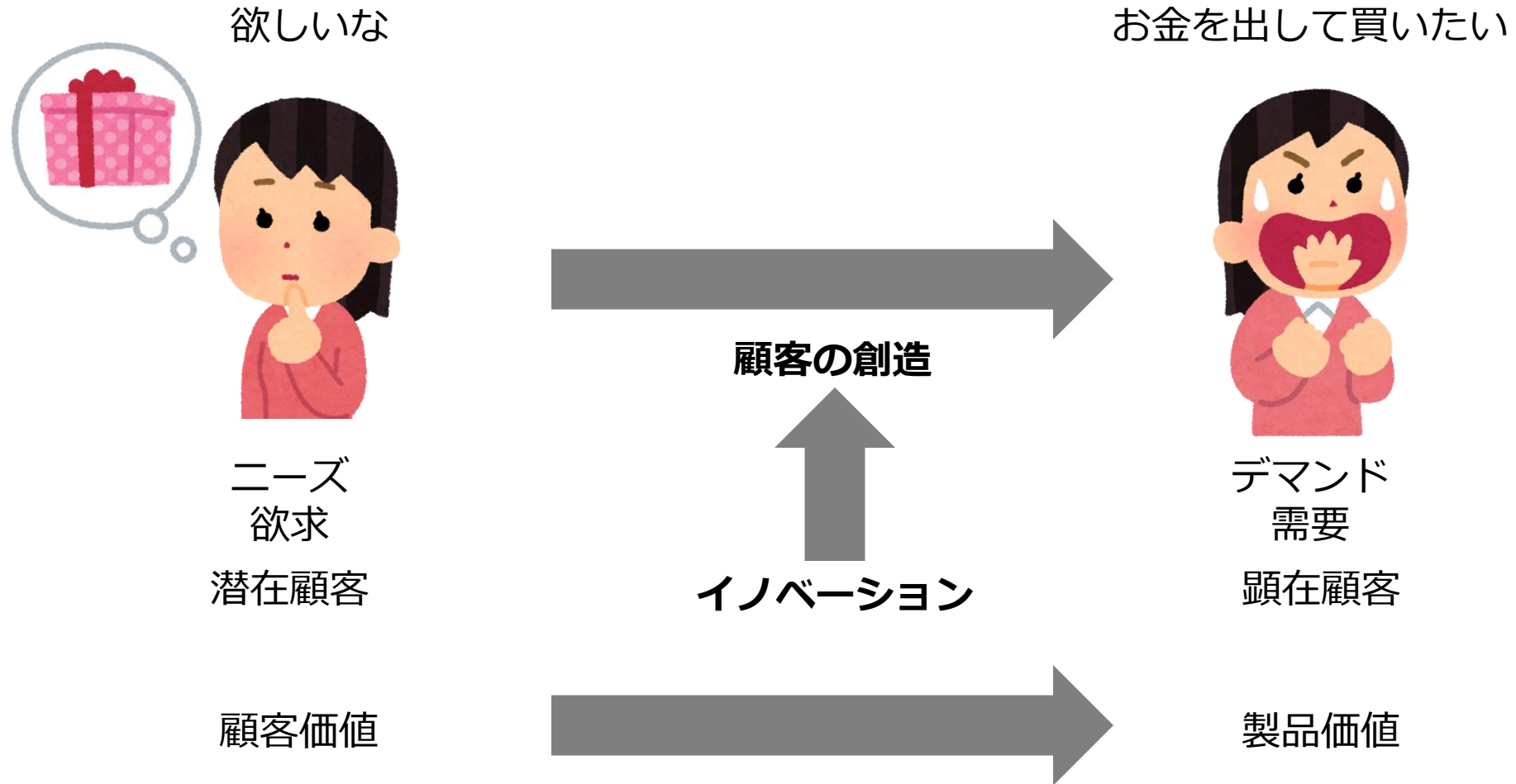


ヘンリー・フォード

顧客に何が欲しいかと尋ねたら、  
もっと早い馬が欲しいという答えが返ってきただろう



# 企業の目的

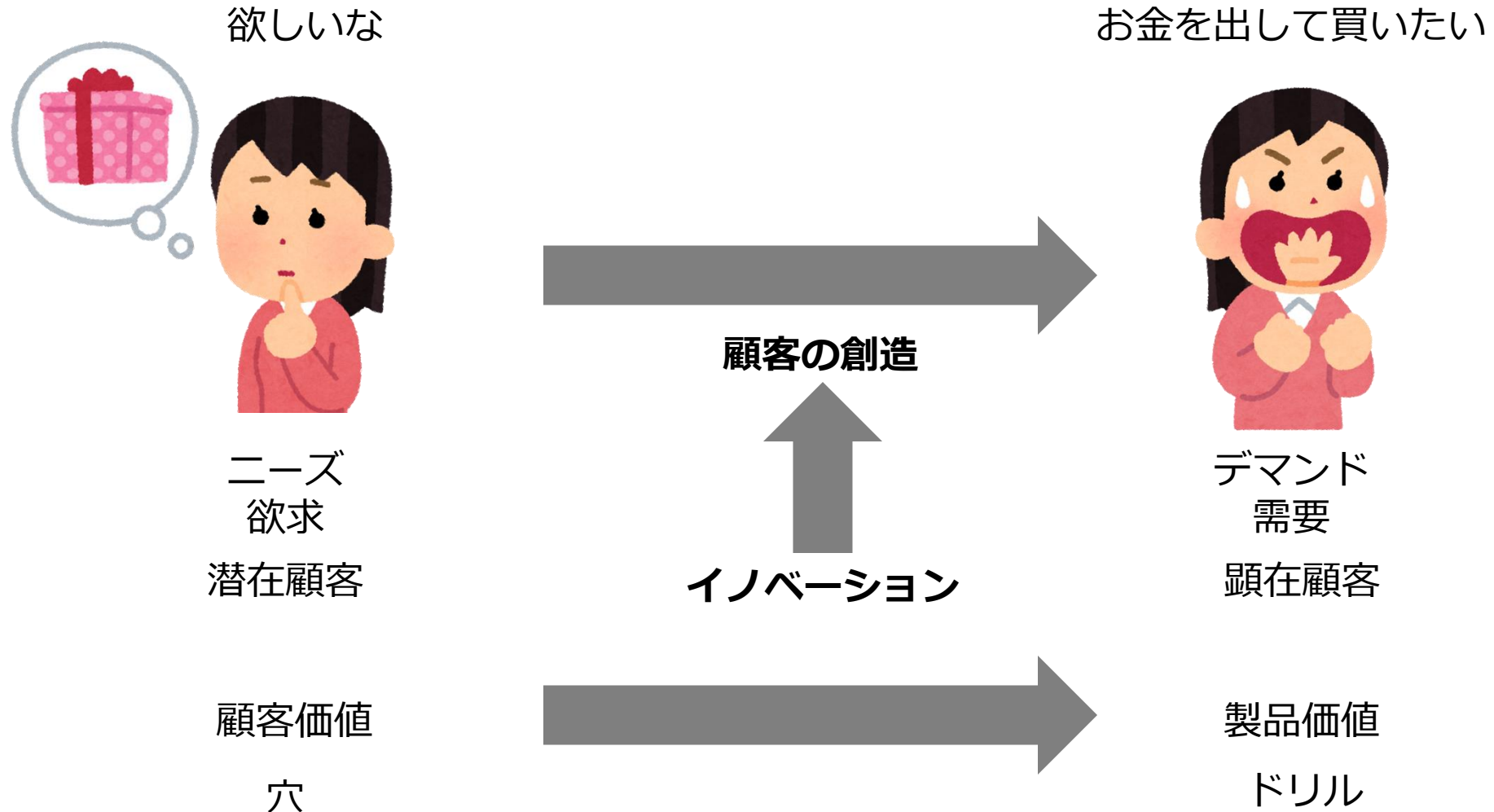




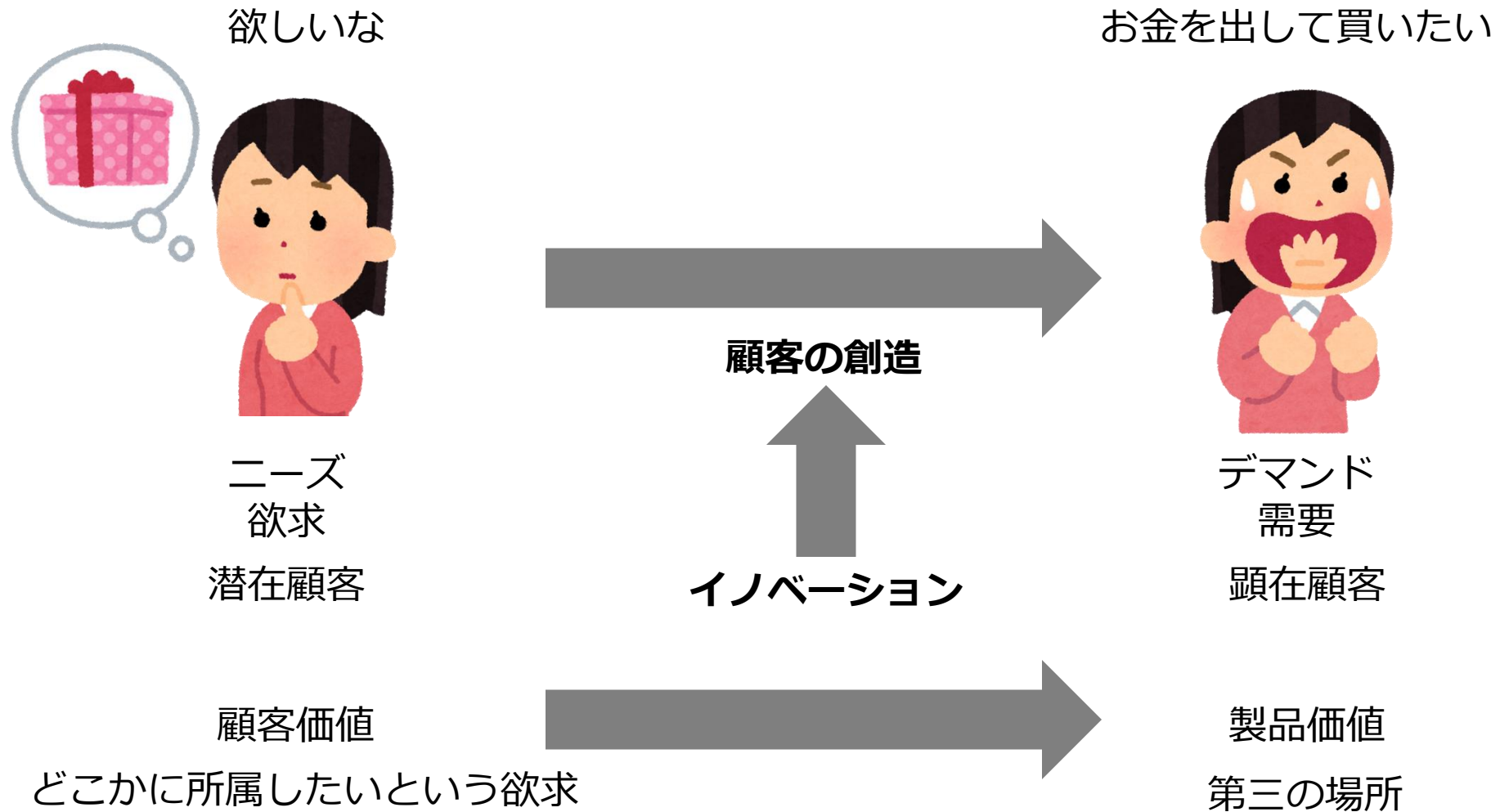
# 顧客の視点

ドリルを買いに来た人が欲しいのは、ドリルではなく"穴"である

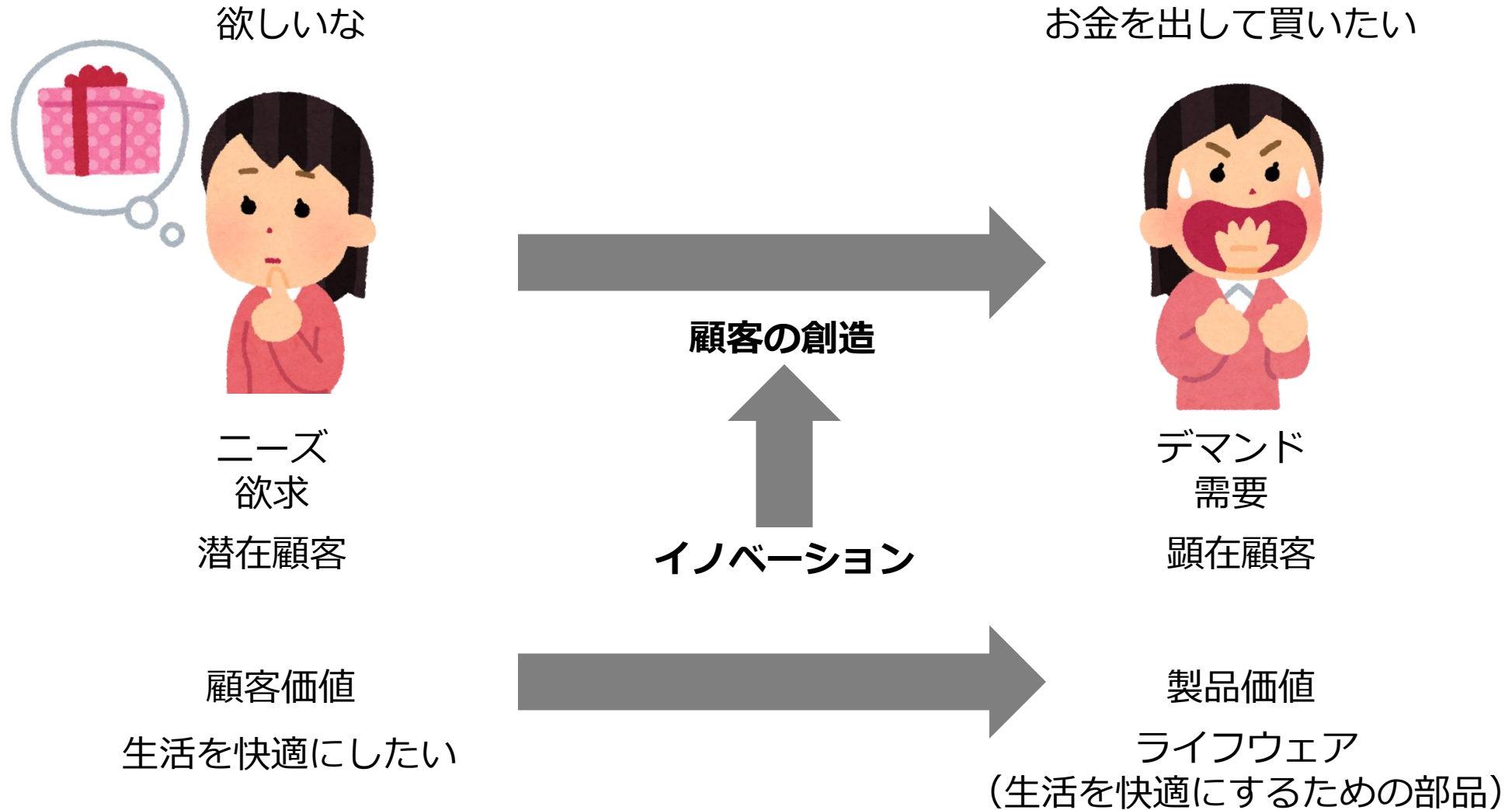
# 企業の目的



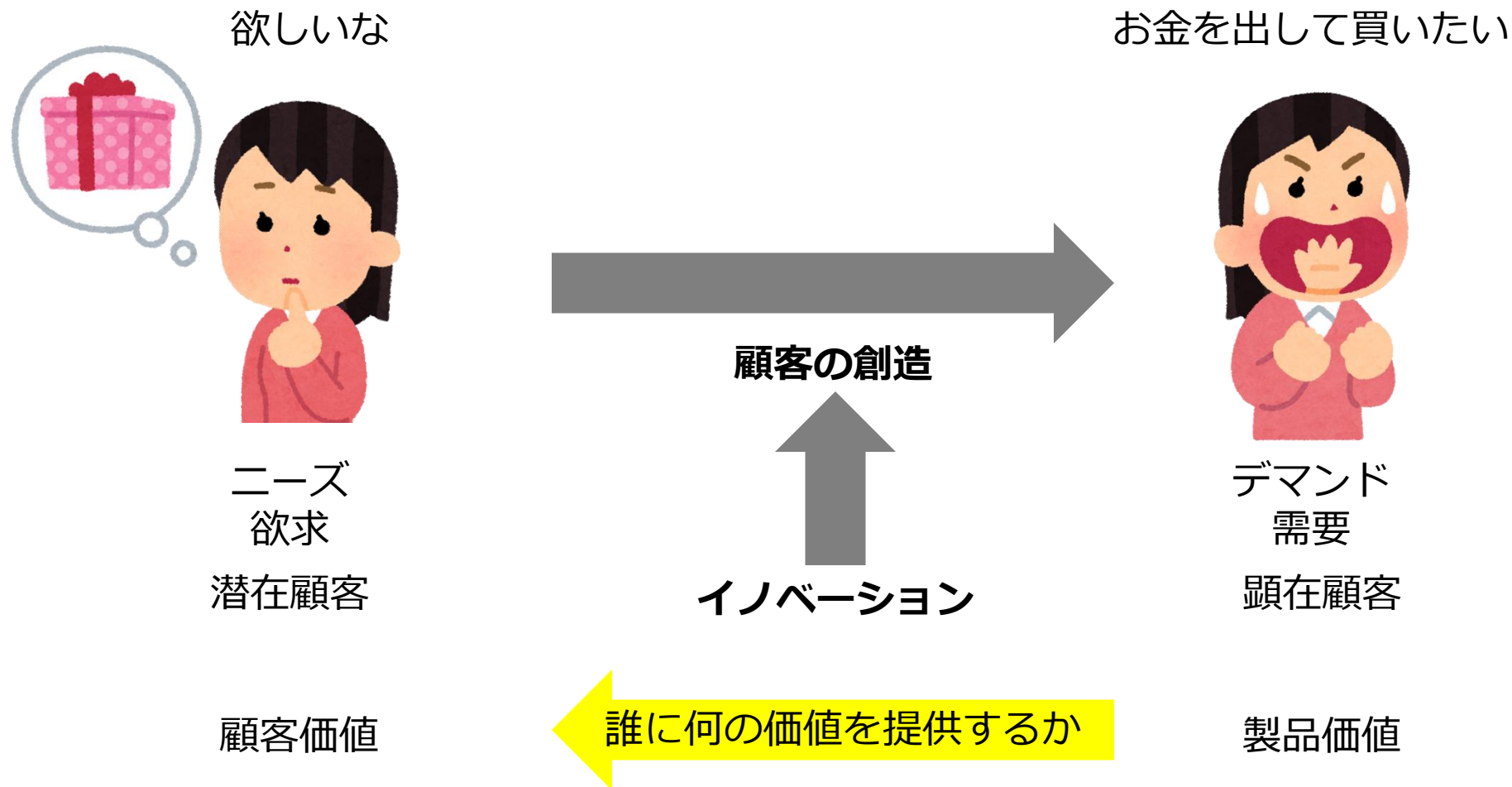
# 企業の目的



# 企業の目的



# 顧客の視点



お疲れ様でした！

