

身につく読書

こころを動かすマーケティング

魚谷 雅彦・著



日本コカ・コーラにマーケティング責任者としてヘッドハンティングされたあと、社長を経て、現在は会長を務める著者がコカ・コーラのマーケティング手法や、過去に行ってきたキャンペーンなどを、余すところなく公開している。かつてコカ・コーラ社はコーラ以外の分野で苦戦。しかしマーケティング手法により、

「ジョージア」「爽健美茶」「紅茶花伝」など、現在では確固たる地位を築いているブランドを次々と輩出していくことになる。ジョージアではセグメンテーションの問題。「ターゲットをどこに定めるか」という問題を改善したところ、売り上げが伸びた。こうした話は、他の業界でも大いに参考になるのではないだろうか。爽健美茶では新しい価値の創造について。競合の多かったウーロン

コカ・コーラの戦略公開

茶をさげ、いままでにない価値を持つお茶で勝負に出て成功したという話は、ブルーオーシャン戦略を使った例の一つだろう。紅茶花伝では商品の差別化について学べる。他社が圧倒的なシェアを誇っていた中、ちょっとした商品の差別化をおこなったことで、売り上げを伸ばしたという話は、ポジショニング戦略を使った好例である。マーケティングの本質とは何か？ そんなことを考えさせられる1冊である。(ダイヤモンド社、1575円)＝田中大輔・丸善丸の内本店ブックアドバイザー

■『人が輝くサービス』黒石和宏著 日本のスターバックスコーヒー1号店のアルバイトから現場のトップまで上り詰めた伝説のバリスタが語る価値のあるサービスの創り方とは。

(ディスカヴァー・トゥエンティワン、1575円)

■『世界一わかりやすい在庫削減の授業』若井吉樹著 コストを削減する一番の近道である在庫削減の基本的な知識や考え方をわかりやすく解説。流通に関わる人には必携の1冊。

(サンマーク出版、1470円)