

HQ Lフォーラム標準作成に向けて

『価値共創のマーケティング・パラダイムに応える』  
戦略的取組みについて

2011.06.09

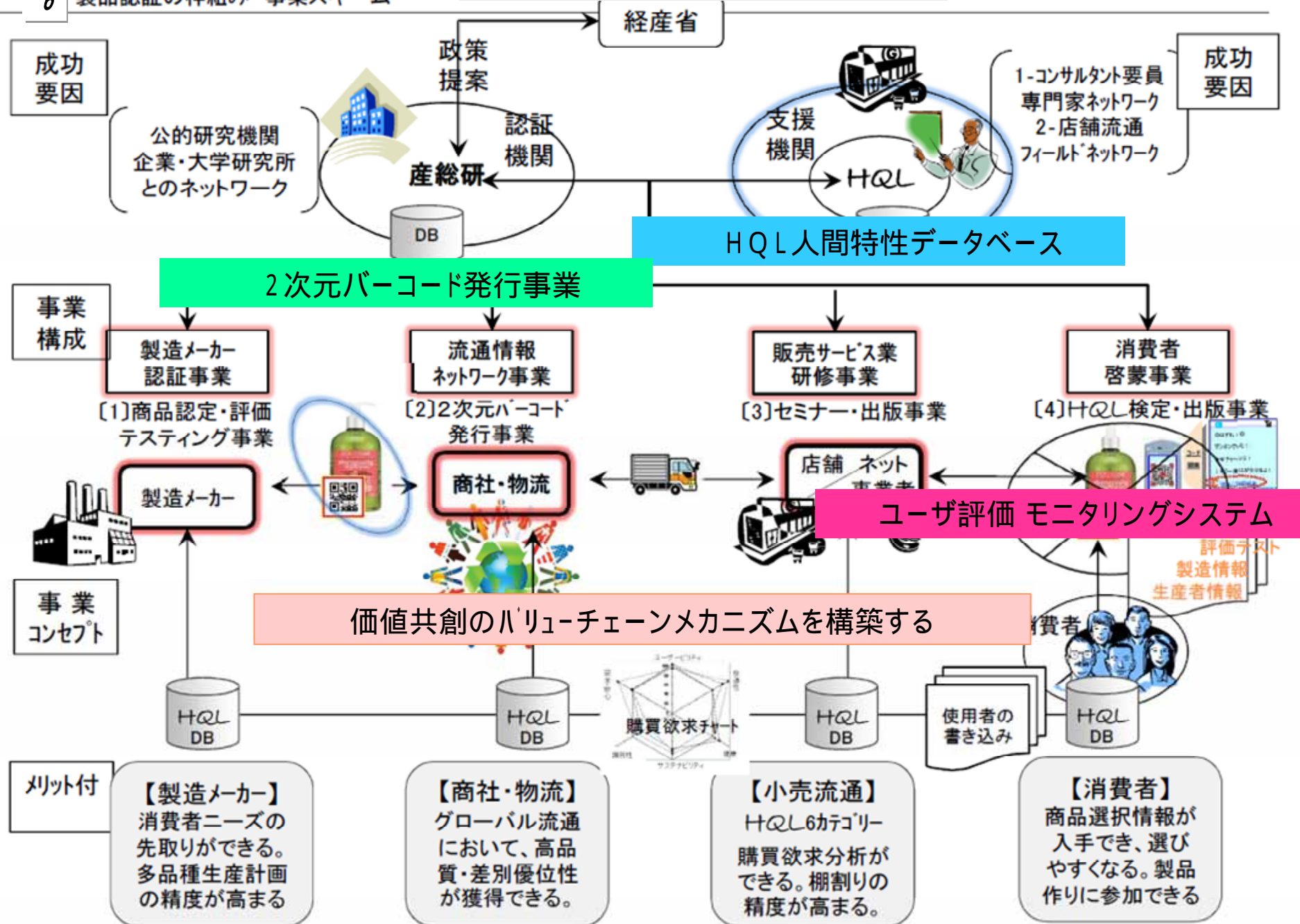
堀内 仁 / デルフィス

## 1. マーケティングの潮流

|        |               |                  |
|--------|---------------|------------------|
| 1960 ~ | 生産マーケティング     | モノ不足、つくれば売れた時代   |
| 1970 ~ | 販売マーケティング     | 売り込めば売れた時代       |
| 1985 ~ | 顧客創造マーケティング   | 商品氾濫の時代、モノ余りの時代  |
| 1995 ~ | ワンツーワンマーケティング | IT技術革新、顧客囲い込み    |
| 2005 ~ | サービスマーケティング   | 経験価値、モノでは差別化できない |
|        | ソーシャルマーケティング  | 地球環境・CSR、社会共生の時代 |
|        | ・             |                  |
|        | ・             |                  |
|        | ・             |                  |

企業と生活者と社会 『価値共創のマーケティング』の時代

## 価値共創のマーケティングメカニズム



# 情報フロー図

