



『たった一人の分析から事業は成長する 実践 顧客起点マーケティング』

西口 一希 (著) 翔泳社 (2019/4/8)

自社の顧客はどんなことを考えているのかを起点に、マーケティングを考える重要性とその考え方のフレームワークを体系的に学べる一冊です。

book review

【感想】

皆さんは「N=1(エヌワン)」という考え方をご存知でしょうか。

マーケティングといえば、大規模調査や統計データから「一般的な顧客像」を導くのが常識とされています。しかし、本書が提案するのは、そうしたマス思考では見落とされがちな「たった一人の顧客」に焦点を当てたアプローチ方法「N=1(エヌワン)」分析です。

「N=1分析」とは、実在する顧客の声に徹底的に耳を傾けること。購買のきっかけや継続の理由、ロイヤル化の瞬間など、平均値からは決して見えてこない深層心理を明らかにするためのものです。本書では「N=1分析」の実践的なフレームワークや具体的な事例が紹介されています。

想像で作られたペルソナや平均的なカスタマージャーニーではなく、本当に顧客の心を動かすのは、実在する一人ひとりに根ざした理解から導かれる「独自性」と「便益」を兼ね備えたアイデアにほかなりません。

顧客を「数字」ではなく「顔のある存在」として捉え直すことの重要性を力強く訴える本書は、経営者やマーケターはもちろん、顧客理解を深めたいすべての人にとって有益な一冊です。

【以下引用】

・実際にマーケティング現場では、どうしたら売上があがるのか？利益があがるのか？どうすれば顧客が増えるのか？と日々マーケターが頭を悩ませています。もちろん筆者もそうです。ですが、アイデアを出すために大勢で集まってブレストやディスカッションしても、有益な案は、見つかりません。商品やサービスに、届けたい顧客がいる以上、マーケティング上で機能する強い「アイデア」を導き出すには、実在する一人の顧客を深掘りすることが唯一有効な方法です。

・「アイデア」は一部のトップマーケターやクリエイターのひらめきでしか生み出せないものではありません。手順を踏むことで、必ずその糸口をつかむことができます。

・好き嫌いにかかわらず、スマホでの「新リアルワールド」拡大で大きく変質する顧客にどう対応するかは、旧来の顧客層の対応とは大きく違っています。かつての成功体験に基づいたマーケティング手法は不十分であり、経営戦略とマーケティング戦略の再設計が必要になってくるのです。

「N=1分析」で一人の顧客に徹底的に向き合うことの大切さを学んでいただける本です。顧客理解の深さが経営やマーケティングの成果につながるということがよくわかります！