

# 目次

はじめに マーケティング手法は変化するも、対象は人である 2

## 第1章 苦しみからの脱出 11

ケース ある2代目メーカー社長の話（ケース、登場人物などはフィクションです）  
浩介の挑戦 17 13

## 第2章 誰でもできる「マーケティング」 25

マーケティング。難しく聞こえますか？ それとも、簡単そうですか？

### 第3章 「ターゲット」誰に売りたいかを明確にする

41

Q あなたは、誰にご自身のサービスや物や施設を使ってほしいですか？

42

Q 年齢、性別、お住まい（マンション、戸建、賃貸など）、家族構成、

お仕事（生活をどのようにされている方か）、年収、趣味、

お客様が抱えている問題⇨あなたがお客様の問題を解決できるとしたら何か、

問題を解決することでお客様の喜びは何か。

43

### 第4章 日本人だけに売るのが正解か？

55

「人材の確保」

60

「日本人以外に販売するためのマーケティング」

62

「あなたの常識は、相手の非常識？」

64

日本というブランドの価値を売る

69

## 第5章 国の制度も活用しながら、新しい試みを

75

『新規のお客様を獲得する』

一番大切なのが『ブース装飾』

次に『ブースに立つ人』

『資料とサンプル』

資料（カタログやフライヤー、パンフレット）を作るときのポイント

まとめ

## 第6章 マーケティング・プロモーションとは？

93

プロモーションと巷では言われていますが、

何を目的としていることかわかりますでしょうか？

『では、どのメディアを使えばいいのか？』

第7章 敷島浩介 43歳 イベントに出る！

113

浩介がやること。

「展示会がいよいよスタート」

123 116

第8章 最後に

133

売れないもの

売れるもの

136 135

おわりに

143