

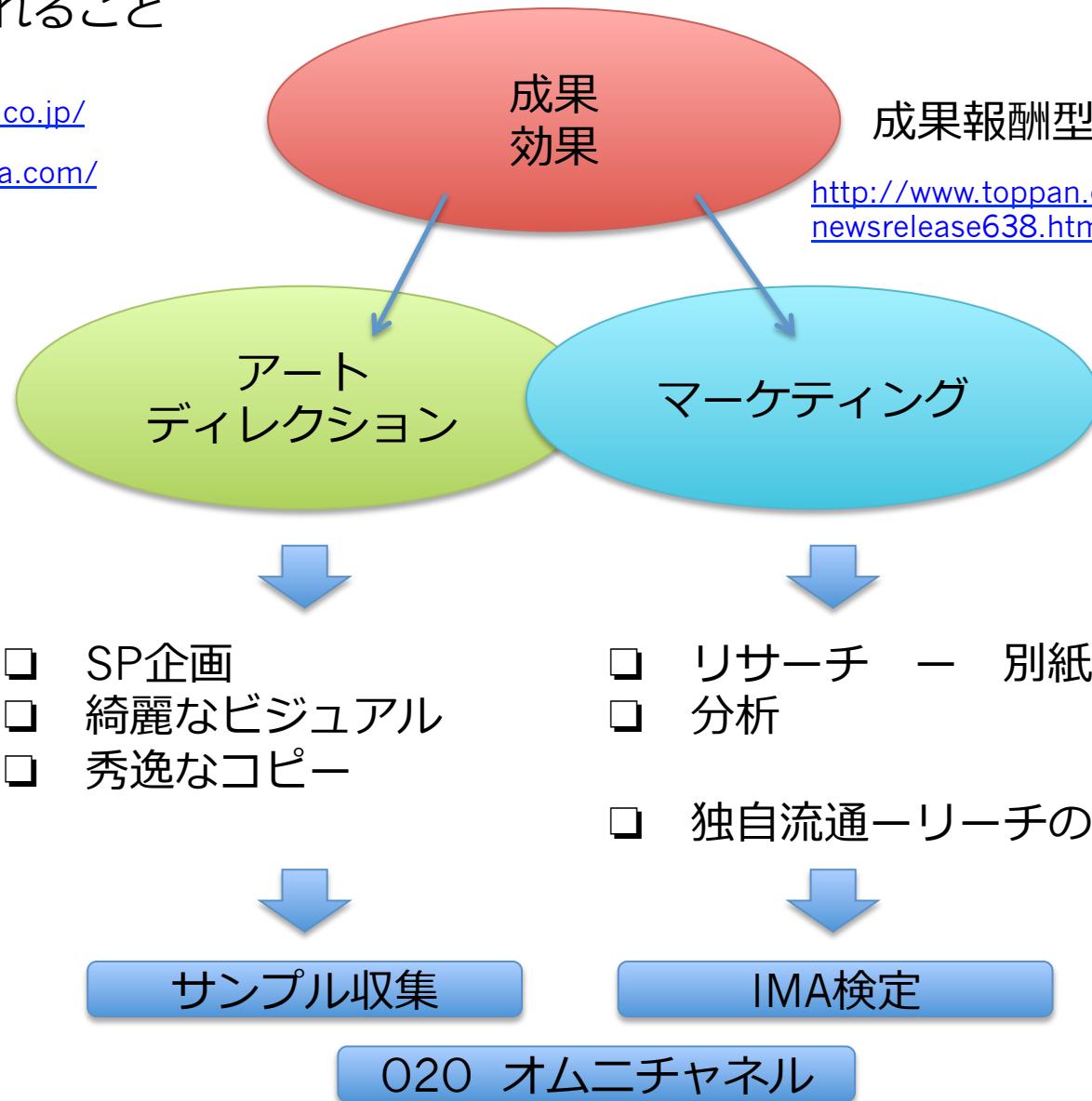


印刷業に求められること

<http://www.banshokan.co.jp/>

<http://www.rakugakisha.com/>

<http://society6.com/>





FACE1 withCという概念

BtoB,BtoCからwith Cの時代へ

これまでのすべてのビジネスはBtoBもしくはBtoCという流れで行われてきました。インターネットが普及することにより現在では、口コミ投稿や評価など消費者の意見(CGM)で商品の売れ方が変わっています。このような背景からBtoB,BtoCではなく消費者の意見を基に商品を開発したり、商品価格を決定するなど消費者と一緒に販売を行なっていく新たなスタイルwith Cが誕生してきました。



<http://my.muji.net/>

無印良品に見るwith C戦略とは

myMUJIは、無印良品ネットストアと連動したコンテンツです。具体的には「無印良品の商品に対しての興味・関心で繋がる」インタレストグラフの性質を持っています。そして、myMUJIでは、無印良品にある商品(アイテム)に対して、「ほしい」、「持ってる」、「口コミ」など3つのアクションができるようになっています。「ほしい」、「持ってる」などは、お気に入りリストに入れる行動に似ていますが実際は、「口コミ(コメント)までの敷居の高さ問題」を解決するための設計になっています。



<http://techwave.jp/archives/51532147.html>

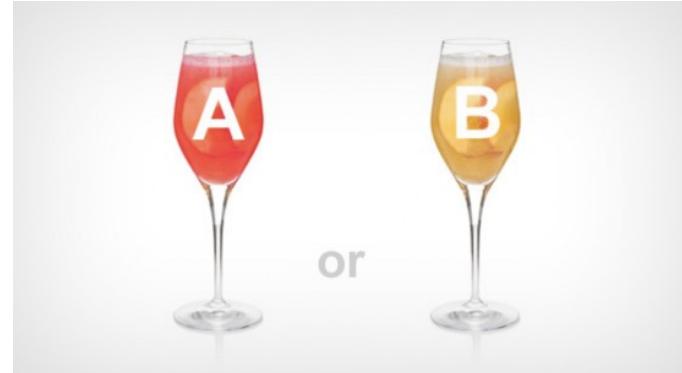
<http://gamification.jp/archives/3273>



FACE3 with C理論はまずはABテストから

A/Bテストとは？

ウェブサイトのページやクリエイティヴの効果を測定するためのテスト手法。まず、ウェブページの訪問者のごく一部を、微妙に違うヴァージョンのページへ誘導する。そしてそこでの行動を、元のサイトを閲覧した大多数のユーザーと比較する。新しいヴァージョンのほうが、クリックの回数や滞在時間、売り上げなどの点で勝っていれば、それを採用する。



<http://bazubu.com/abtest-4931.html>

<http://www.seojapan.com/blog/power-of-ab-test>

<http://markezine.jp/article/detail/16261>

<http://netconcierge.jp/blog/2012/10/abvs.html>





マーケティング手法の分類

<http://www.toppan.co.jp/news/newsrelease1257.html>

http://www.cyber-nt.co.jp/dm/01_top.html

<http://www.hp-company.net/>

<http://www.webmarketing.jp/shurui/index.html>

<http://web.marke-media.net/>

020=アテンションコントロール

<http://gihyo.jp/design/column/newyear/2013/020>

<http://toyokeizai.net/articles/-/12374>

<http://www.visualead.com/>

リードナーチャリング=段階的コンバージョンの設定

<http://www.altovision.co.jp/service/btob/service/nurturing.html>

CRM=顧客満足度・アンケート収集

<http://www.zoho.jp/crm/>

<http://www.macromill.com/landing/asp.html>