

2021年12月21日

【新刊発売のご案内】

なぜか「惹かれる企業」の7つのポジション 変化の時代を生き残る「ソーシャル・ポジショニング」

著：菅 順史

(株式会社博報堂 戦略 CD/PR ディレクター)

株式会社博報堂の戦略 CD/PR ディレクターである菅順史が「なぜか『惹かれる企業』の7つのポジションー変化の時代を生き残る『ソーシャル・ポジショニング』ー」を出版しましたので、お知らせいたします。

【本書のご紹介】

「ソーシャル・ポジショニング」とは、企業を取り巻く環境が急激に変化するなかで、社会から応援される企業になるために著者が開発したマーケティングのメソッドです。

市場の中で競合と比較したベネフィットを訴求するのではなく、社会の中で独自の役割を示す「ソーシャル・ポジショニング」がこれからのマーケティングの新しい武器になる時代。

本書では「ソーシャル・ポジショニング」を実践するための具体的なフレームを紹介しています。

「社会から応援される企業になるには、どうすればいいのか」「社会から応援されながら、社会を変えたい」と思っている方に、ぜひ読んでいただきたい1冊です。最新のマーケティング手法に触れていただいて、新しい時代のビジネス成長のヒントとしていただければ幸いです。



なぜか「惹かれる企業」の7つのポジション

ー変化の時代を生き残る「ソーシャル・ポジショニング」ー

著者：菅順史（株式会社博報堂 戦略 CD/PR ディレクター）

仕様：224 ページ

定価：1,760 円（税込）

発行：日本経済新聞出版

書店発売日：2021年12月27日

Amazon リンク：

https://www.amazon.co.jp/dp/4532324092/ref=zg_bsnr_515842_5?encoding=UTF8&psc=1&refRID=YBPVE0S18ZGFZG9DGGYB

目次

はじめに 社会の中に居場所はあるか？

第1章 社会の中に居場所をつくる「ソーシャル・ポジショニング」

1. 企業の舞台は、「市場」から「社会」へ
2. 分析の視点は、「3C」から「3S」へ
3. 「市場」ではなく「社会」の中でポジションをとる

第2章 社会から応援される企業の「7つのポジション」

1. 応援される企業の法則
2. 「7つのポジション」で役割を見極める

第3章 「ソーシャル・ポジショニング」を実践する4ステップ

1. 「ソーシャル・ポジショニング」の実践
2. ステップ1 「3S分析」
3. ステップ2 「7つのポジション」の選定
4. ステップ3 「USV」の言語化
5. ステップ4 「企業アクション」の実行

第4章 「社会発想」を身につける5つのキーワード

1. エジソンに学ぶ「社会発想」
2. 5つのキーワードで学ぶ「社会発想」

第5章 「推し」を社会変革エネルギーへ

1. 態度なくして、信頼なし
2. 社会を味方に、社会を変える

あとがきに代えて 「8つ目のポジション」をつくる



著者紹介

菅 順史（かん・のぶひと）

株式会社博報堂 戦略 CD/PR ディレクター

1987年、神奈川県生まれ。慶應義塾大学環境情報学部卒業後、2010年、株式会社博報堂に入社。「社会発想」を武器にクライアントのコーポレート・コミュニケーションを支援するPR戦略局を経て、2013年に「生活者発想」を掲げる博報堂のフラッグシップシンクタンク・博報堂生活総合研究所へ異動。エスノグラフィや未来研究に従事。その後、クリエイティブの部門に異動し、現在は生活者エクスペリエンスクリエイティブ局で戦略CD兼PRディレクターとしてコミュニケーション戦略の立案から実施までを統括するほか、新規事業開発などにも携わっている。これまでにACC TOKYO CREATIVITY AWARDSやPRアワードグランプリ、グッドデザイン賞などを受賞。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 関田・戸田 TEL: 03-6441-6161 e-mail: koho.mail@hakuodo.co.jp