日本マーケティングネクスト　3つの「強みと特長」

7月、弊社ホームページのコンテンツを更新。

本日は、その中から、「ネクストの強みと特長」についてご紹介させていただきます。現在の施策は完璧かと思いますが、何らかのご参考になれば幸いです。

「ネクストの強みと特長」は、大きくは3つです。

1．**BtoB/BtoBtoC**業界の専門家です

ネクストは、BtoB/BtoBtoC業界に特化、マーティング経験とノウハウを蓄積した専門家度の高さが強み。Web構築（メルマガの場合は配信構築）、コンテンツ、コンサル(対策と提案）に強いマーケティングサポート会社です。

高額かつ難解で詳細な説明を要する商品特性、長く複雑な販売ルート、長い社内検討期間、複数の採用関与者の存在など、BtoC業界とは異なるBtoB/BtoBtoC業界の今までの知見を活かすことで、お客さまの悩みやその課題対策の方程式を仮説でき、そのうえで、お客さまの考えに寄り添って提言します。

ネクストは単品売りの業者でなく、業界の専門家、良き相談相手として、ご責任者さまが見えていない考え方や先見性ある問題を提示、課題を共有し事業拡大を支援します。

2．事業部門の事業拡大に貢献するマーケティング支援ができる

Web構築して終わり、コンテンツを作って終わり、分析して終わり、これでは成果を出すことはできません。業界に詳しいマーケティングやWeb´SPなど、それぞれのプランナーやプロのエディターが単なる「デジタル施策」だけに留まらない、事業部門全体のマーケティング活動の継続的なご支援をします。

3．小さく生んで大きく育てる発想で、予算提案

失敗や停滞の多くは、経験なしにいきなり大きく始めることです。小さく始めることで、施策のひとつひとつの検証が可能となり、対策を考え修正することで成果を出し、また、ノウハウを蓄積することにより、着実に複合的な体系へと進めます。早く走るのではなく、着実に歩むことが、費用対効果測定できるデジタル成功の実際です。

Webのデザインや構築などの立ち上がり予算を最小限でスタート、「デジタル施策」の成否を決めるコンテンツの開発と運用、分析対策に配分を厚くすることも重要です。

外部のサポート会社選びの基準は、自社業界の知見があり、Webやマーケティングに詳しく、良き相談相手となること。

ご参考ください。

◆詳しい「ネクストの強みと特長」はこちら

★「ネクストは、他社と、何が違うのか？」の詳しくはこちら

★「ネクスト早わかり」はこちら

今まで弊社とお名刺交換やメールをいただいた

皆さまに本メルマガをお送りしております。

ご都合により、ご購読不要な場合は下記より

配信解除をお願いいたします。

配信を中止いたします。

配信解除

株式会社日本マーケティングネクスト

本田真

makoto.honda@nexst.jp

TEL: 03-3582-4555

J.M.Nexst
for new ideas & strategy