

ターゲットを分解していくと・・・

Yoko Uryuhara の画面を表示しています

オプションを表示

SHARE YOUR VALUE PROJECT

表示

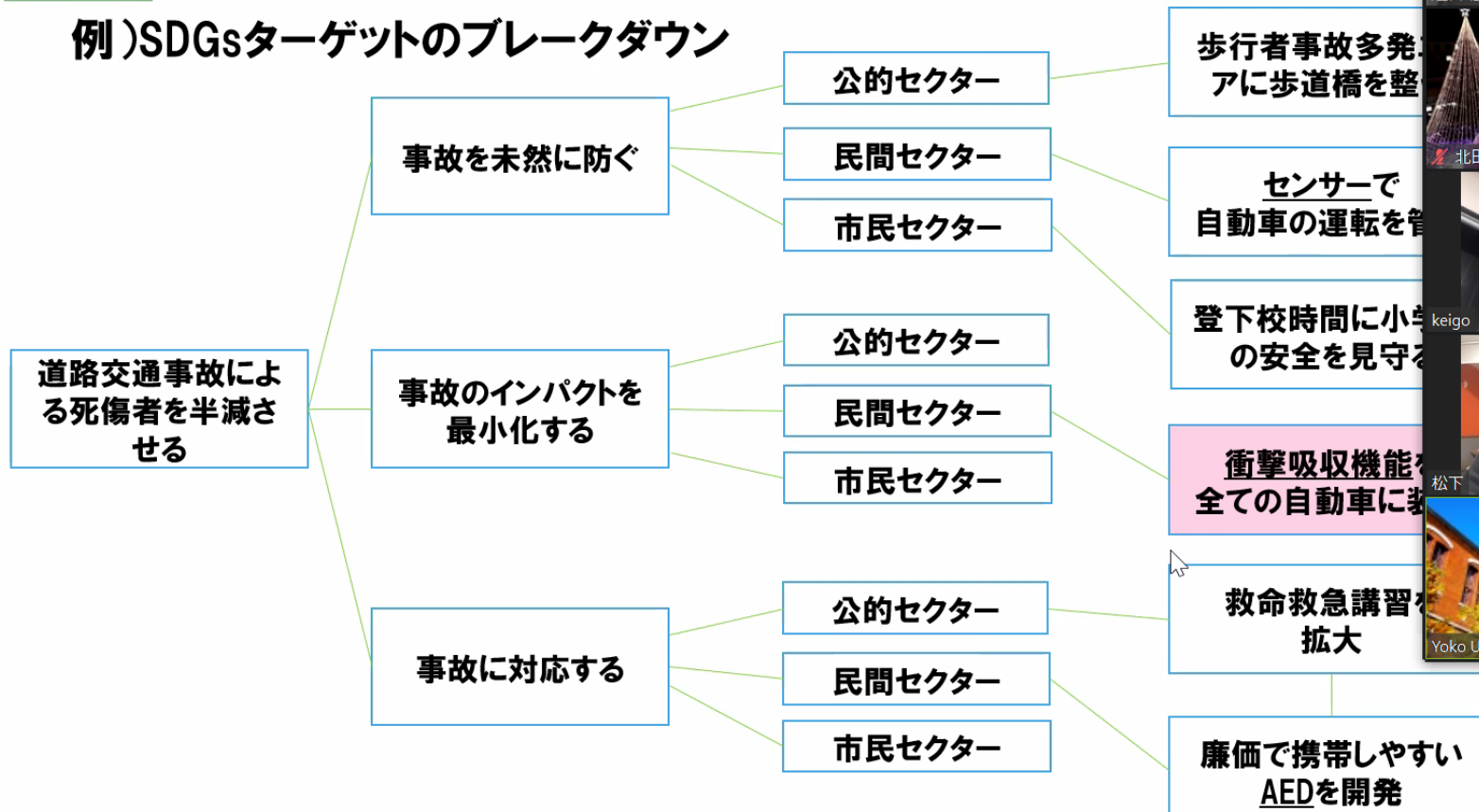
3 すべての人に
健康と福祉を



[ゴール3・ターゲット6]

2020年までに、世界の道路交通事故による死傷者を半減させる。

例)SDGsターゲットのブレークダウン



ミュート
ビデオの停止

参加者 6
チャット
画面の共有
レコーディング
リアクション

退出

交通事故と死に達、けがを減らす！

目標 (STEP 1) 運動中のけがを減らす

対象 (STEP 2) 運動中にけがをする人

行動目標 (STEP 3) 運動中にけがをする人

結果目標 (STEP 4) 運動中のけがを減らす

ゴール (STEP 5) 運動中のけがを減らす

ソーシャルマーケティングの10ステップによるプランの策定と実行で、確実に行動を促進！

5. Understand Barriers, Benefits, Motivators, the Competition
(対象者の行動に影響を与える要因の明確化)
● 理解するために時間・努力・お金がかかること！

- ① 対象者がこれらの要因を行動よりも好む行動(食生活)
- ② 対象者がもつその行動に対する知識や信念(健康)
- ③ 対象者がその行動の代わりに望むベネフィット
- ④ 対象者がその行動をとるための動機づけとなるもの

6. Craft a Positioning Statement
(ポジショニングの表明)
ターゲットに、「その行動」を、どのように考えてほしいか、どう見てもらいたいかを明らかにする。

ソーシャルマーケティングの10ステップによるプランの策定と実行で、確実に行動を促進！

目的: 高齢者のフレイル(虚弱)予防
対象: 70代の一人暮らしの高齢者
行動目標: フィットネスクラブに通い定期的に運動する

障壁	ベネフィット	動機づけ	競合
行動をしなかった知覚している理由	その行動をすることによって今より得られるもの	その行動をとるための誘因	代替する行動やもの 意図する行動よりも好む行動

【行動のポジショニング】
しんどいこと・めんどくさいこと
⇒ **若い人や友達と楽しみながら、長生きできる！**

ソーシャルマーケティングの10ステップによるプランの策定と実行で、確実に行動を促進！

7. Develop a Strategic Marketing mix
望ましい行動を促すため、マーケティングミックス(4P)を適用する。

Product (製品) 行動、その行動によって得られるベネフィット、行動の結果

Promotion (宣伝) 行動を促すためのメッセージ、行動の結果

Price (価格) 行動を促すための金銭的・精神的コスト

ソーシャルマーケティングの10ステップによるプランの策定と実行で、確実に行動を促進！

目的: 高齢者のフレイル(虚弱)予防
対象: 70代の一人暮らしの高齢者
行動目標: フィットネスクラブに通い定期的に運動する

障壁	行動をしなかった知覚している理由	けがをするリスクがあるから、しんどいから、めんどくさいから
ベネフィット	その行動をすることによって今より得られるもの	体力や健康状態が改善できる、より長く独立して生きることができる、若い人と友達になれる
動機づけ	その行動をとるための誘因	料金が安い、家から近い、他の参加者がいる
競合	代替する行動やもの 意図する行動よりも好む行動	公園などを散歩する 自宅のスペースでできる

【行動のポジショニング】
しんどいこと・めんどくさいこと
⇒ **若い人や友達と楽しみながら、長生きできる！**

