

コミュニケーション・メディアのコンセプトづくり

～ シーエクスメディア (CXMedia) のコンセプトづくり・ノート ～

2005.8.22 CXMedia Inc.

マズローの欲求5段階説と消費行動の関連づけ

CXMediaのステップアップ	マズローの欲求5段階説	購買プロセス	AIDMAの行動心理	A I D C Aモデル	A I D A Sモデル	新しいAIDSUASS理論	
利用環境の拡大	生理的・生物的欲求	認知	Attention (注意)	Attention (注意)	Attention (注意)	Attention (注意)	注意を引く
メディア制作ツールの充実	安全・安定的欲求	理解	Interest (興味、関心)	Interest (興味、関心)	Interest (興味、関心)	Interest (興味)	商品に興味を持つ
コミュニケーション対応能力向上	社会的欲求	好意/行動意向	Desire (欲求)	Desire (欲求)	Desire (欲求)	Desire (欲望)	商品が欲しくなる
人が集まるコミュニティー化	自我の欲求	評価	Memory (記憶)	Conviction (確信)	Action (行動)	Search (探索)	商品情報を調べ、比較する
情報発信基地化	自己実現の欲求	意志決定	Action (行動)	Action (行動)	Satisfaction (満足)	Understand (理解)	各種情報や友人などから学習し理解し、納得する
						Action (行動)	購買行動を起こす
						Satisfaction (満足)	利用を満足し、間違っていないかを確認する
						Sympathy (共感)	商品やサービスに共感し、他人にも勧めたり、自らの商品、サービスのために行動を起こすようになる

注) AIDMA: アメリカのローランド・ホールが提唱した「消費行動」の仮説、消費者があるモノを知り、それから買うと言う行動に至るまでのプロセスでコミュニケーションの反応プロセスのひとつ。

購買プロセスとデジタルコミュニケーションの関連

購買プロセス	インターネットを中心とするデジタルコミュニケーション	
認知	興味や欲望を捕捉できる	SEM (サーチエンジンマーケティング)
理解	探索と理解が安易になった	検索エンジンや比較サイト
好意/行動意向	どこでも購入できるようになった	EC
評価/意志決定/満足	利用者同士の交流や商品開発への参加が可能になった	企業・商品ブログ
発信/共感	販売協力ができるようになった	アフィリエイトプログラム

コミュニケーション・メディアのコンセプト

CXMediaのステップアップ	キーワード	訴求ポイント
利用環境の拡大	マスメディア	インターネット等で繰り返しメッセージを出すことで、他の人には遅れまいとする心をくすぐるという人並みになりたいという社会的な欲求
メディア制作ツールの充実	コミュニケーション	自分の意見と他の人の意見交換から共感を得て、自分の存在の認識をする...相手に真実が伝わるコミュニケーション手段、ディベートできる場と人が興味を示す仕組み。
コミュニケーション対応能力向上	私のお気に入り	便利、楽しいという商品・サービスそのものの満足度から心の響くものや自分の感覚(センス)に合った個性・自己表現の追求へ。
人が集まるコミュニティー化	オタクの集い	新し好き、マニア的な意見収集でロコミのコミュニケーション...参加していること自体に価値を見いだす
情報発信基地化	カリスマ指向	ファッション・トレンド...トレンドメーカー
メディア制作ツールの充実	コミュニケーション手段の多様化と最適ツールの利用	話し言葉、文章表現(+画像+絵+音楽、映像(ビデオレター))、ビジュアル感覚表現(カラーコーディネート、シンボル、キャラクタ、TPOの使い分け)