

Messages

Time	Message	Likes
09 Mar 2018 13:08:32 JST	テスト	0
09 Mar 2018 13:09:27 JST	井上先生のセッションが開始されました(テスト)	8
09 Mar 2018 13:14:52 JST	サービスドミナントロジックへの誤解、言葉の持っている不確かさが独り歩きしている	0
09 Mar 2018 13:16:42 JST	サービスドミナントロジックの共通理解、価値共創概念への理解、言葉の意味合い 基本的な前提が11に変更された。 アクター、資源統合、エコシステムといった新しい言葉の登場	1
09 Mar 2018 13:19:50 JST	2008年から2010年を境に内容が変容	0
09 Mar 2018 13:21:15 JST	S-Dロジックはマインドセットであって理論でない。	0
09 Mar 2018 13:23:26 JST	有形財を前提にしたフレームワークへの批判	1
09 Mar 2018 13:25:41 JST	交換価値から文脈価値へ焦点を転換するS-Dロジックの実務的インプリケーションを考えるにあたって、 G-Dロジックにおける市場にあたるものが、S-Dロジックから提示されるべきだと考えます。 文脈価値の確定は、交換価値のそれに比べて時間の幅があるので、市場と同じ次元で考えられるものではないかもしれませんが、これについて両先生のご意見をお聞かせいただければ幸いです。	2
09 Mar 2018 13:25:43 JST	サービスドミナントロジック⇔4Pマーケティング 顧客を基本として、顧客への視点転換	0
09 Mar 2018 13:28:29 JST	サービスの4特性の議論は有形性を前提にした議論である←SDロジックからの批判	0
09 Mar 2018 13:32:48 JST	サービス概念への根本的な捉え直し 有形財や無形財ではない。	2
09 Mar 2018 13:36:27 JST	「生産者は価値を創り、消費者は価値を破壊する」という固定概念を打破する 受益者のスキル・ナレッジによって価値が変わってくる	3
09 Mar 2018 13:39:21 JST	文脈依存性＝受益者の置かれている状態 消費者も企業もアクター(行為者)という用語に変換して固定概念を打	1
09 Mar 2018 13:43:59 JST	企業は、顧客の価値の実現を支援する	3
09 Mar 2018 13:48:27 JST	価値共創＝「価値の共創(使用)」＋「共同生産」	2
09 Mar 2018 13:52:07 JST	単数形のサービス(数えられない)＝顧客によって価値が実現されるプロセスを重視する	0
09 Mar 2018 13:52:45 JST	コラーがマーケティング3.0/4.0で「企業と顧客は共存共栄関係である」という考えを出して、今までの2.0までの「企業と顧客はハンターと獲物の管家である」から大きくパラダイムシフトをしたと認識しています。 4.0ではカスタマーエクスペリエンスの重要性をかなり説いていると感じます。SDロジックの価値共創と同じような考えでないかと思いますが、コラーのこの考えやSDロジックとの関連性に関して教えてください。	6
09 Mar 2018 13:53:37 JST	企業は具体的に価値共創の支援を行う、、、とのことですが、「支援を受ける」こともあるのではないのでしょうか。	5
09 Mar 2018 13:58:37 JST	モノとしてのオペラント資源を、知識を用いてオペラント資源に転換する。知識によってももの見方が変わる？泥水→石油	1
09 Mar 2018 13:59:16 JST	シェアリング・エコミーですね。	3
09 Mar 2018 14:02:43 JST	「闘争としてのサービス」という考え方 企業も顧客も高いスキル 通の文化 真剣勝負としてのサービスエンカウンター	1
09 Mar 2018 14:05:55 JST	互いに知識を交換するのでA to Aとなる。	0
09 Mar 2018 14:09:52 JST	A2Aをアクターネットワーク理論からみると、サービスもアクターになるのでしょうか。	1
09 Mar 2018 14:11:08 JST	制度はどのように発生するのか。社会慣習 ミクロとマクロの統合	0
09 Mar 2018 14:11:58 JST	価値の高い、低いを測る数値的な指標や、測り方はSDロジックでは定義されているのでしょうか？たとえば、ベタですが「各顧客接点で満足度を5段階でとってTop2Boc比率で測る」とか、	4
09 Mar 2018 14:18:39 JST	S-Dロジックを基にした提供者と消費者の共成長フレームワーク研究の最先端は、今どのような事象を対象としているのでしょうか？モデルやフレームワークを提案しているものとして	2

180309 チュートリアルセッション

Time	Message	Likes
09 Mar 2018 14:21:29 JST	ネットワークにより価値を生み出すビジネスモデルについて、ビジネスである以上、分配のロジックが必要に思いますが、そういう分配についての理論やロジックも研究されているのか？	2
09 Mar 2018 14:22:11 JST	サービスエコシステムについて、以下の疑問点があります。 ・イアンシティラをはじめとしたビジネスエコシステムのコンセプトと、サービスエコシステムの差異を教えてください。 ・サービスエコシステムの参加者の目的を教えてください。 ・サービスエコシステムとサービスドミナントロジックの関係を教えてください	0
09 Mar 2018 14:25:03 JST	SDLは誤解されているということでしたが、たとえば、どのような誤解がある(多い)のでしょうか。	3
09 Mar 2018 14:47:53 JST	村松先生のセッションスタートです。	3
09 Mar 2018 14:59:37 JST	SDロジックは革新的と言っているが、先生がおっしゃるとおり、実は革新的ではなく、現場の実践はるか先をいって研究者の理論武装が遅れているだけだと感じます。でもフレームワークとしてまとめて提示していただけるのは助かります。	3
09 Mar 2018 15:16:07 JST	顧客生涯価値やエンゲージメント価値は、顧客領域の中でジョイント領域の拡大をはかろうとする 企業視点のロジックによるものであるという見方もできますね。	4
09 Mar 2018 15:17:32 JST	価値共創、すなわちジョイント領域に顧客を引き込んだ場合、企業としては消費プロセスに関与するのでコストがかかります。Sロジックではコスト的視点の考慮はあるのでしょうか。	2
09 Mar 2018 15:19:53 JST	<生産プロセスと消費プロセス> 俗にCRMプロセスはマーケティング、セールス、サポートの3つに定義されますが、消費プロセスはサポートなのでは？よって新しいマーケティングではないような気がします。新しいマーケティングと定義すること自体がコトラ型マーケティングに迎合しているように感じます。	2
09 Mar 2018 15:28:50 JST	ソニーの事例は、一見新しいマーケティングの事象ですが、ジレットモデルとしてソニー側が採用したとも考えられますね。 S-Dロジックと実務との接続を進めていく過渡的なレベルで、示唆的なものを感じます。	1
09 Mar 2018 15:34:50 JST	高コンテキスト化のサービスをどう移転・もしくは海外輸出可能にするかは日本の課題	8
09 Mar 2018 15:35:43 JST	↓の菊池先生と近いですが、HRM的な観点から、顧客の生活世界に入り込んで価値共創プロセスを構築する為の資源が内部に無い企業は淘汰されてしまうのでしょうか？	3
09 Mar 2018 15:52:28 JST	「文脈価値に応じた価格」という問題の解決策として、顧客囲い込みのために用いられてきたポイントプログラムやlocal currencyを活用できないでしょうか。	0
09 Mar 2018 15:52:45 JST	村松先生が考えられる価値共創マーケティングで、SDL、SLで説明できず、先生が付け加えられた概念を改めて明確化していただけますでしょうか？未等価交換の概念の応用と理解して宜しいでしょうか？	3
09 Mar 2018 16:23:10 JST	戸谷先生のセッションが始まりました	2
09 Mar 2018 16:33:25 JST	共創価値は使用価値、文脈価値と同義なのでしょうか？	2
09 Mar 2018 16:41:36 JST	サービスのグローバルな標準化で、日本が乗り遅れると、どのようなデメリットが想定されるのでしょうか。携帯電話、電気製品などの事例と比較してどのような特徴が考えられますでしょうか？	1
09 Mar 2018 16:51:07 JST	知識価値や感情価値のような非経済的価値が既存の財務指標になじまないことはよくわかります。 ブランドアセットの「見える化」を経産省が取り組んでいるような、会計学との連携の可能性はないでしょうか？ あるいは既に取り組んでおられるとすれば、その状況についてうかがいたいと思います。	0