

# Social Marketing

- **定義**：コマーシャルマーケティングのテクノロジーと理論を使用して、随意的な行動変容を導き、特定のオーディエンスを対象として社会的な利益獲得を促進する。



5

# Social Marketing

## 4つのPと3つのP

- |  |   |
|--|---|
| • <b>Product</b><br>恩恵, 価値 (健康+ $\alpha$ )<br>を増加させる | • <b>Population</b><br>最も利益を得る, また緊急性のある対象者の決定, および彼らの特徴・ニーズを把握する |
| • <b>Price</b><br>負担感を減少させる                          | • <b>Policy</b><br>政策, 規則を絡める                                     |
| • <b>Place</b><br>日常生活で行える内容                         | • <b>Partnership</b><br>関連・連携組織を増やす                               |
| • <b>Promotion</b><br>メッセージ×伝達チャンネル×提供者              |   |



**Strategy Development**

6