

年末商戦

市場創造戦略

エコポイント制度とともにラストスパートに入る“地デジ化商戦”。

しかし、タイムリミットに間に合わない“とりこぼし”は、

今後の大きなビジネスターゲットだ。

さらに、「3D」「ネットワークオーディオ」など新たな付加価値の訴求により、市場創造の商機が今、眼前に広がりつつある。

しかし、これを“本流”へと成長させていくためには、

なお一層の取り組み強化が必要であることは言うまでもない。

次のステージへのステップをどのように踏み出せばいいのか。課題はどこにあるのか。

“次”の市場創造へとつながる2010年末商戦を検証する。