

2日間

マーケティングの基本をわかりやすくコンパクトに整理して解説

詳細は  
セミナーID

JMA100246

検索

# 6 マーケティング入門コース

対象

・新入社員でマーケティング関連部署に  
配属された方々  
・他部門から新たにマーケティング関連部  
門に配属された方々や、配属予定の方々  
・ビジネス知識として、マーケティング  
の基礎を知っておきたい方々  
・自身の業務の中でマーケティング知識  
が必要な方々

## ねらい・特徴

- ◆ 顧客志向、市場志向というマーケティング・マインドを理解する。
- ◆ オートドックスな「売るまで」のマーケティングの基本手法と、「売った後」のマーケティングの基本手法の両面を学習する。
- ◆ 戦略的マーケティングのための代表的な分析整理の手法を習得する。

## 会期・開催地

会 場(東京) 2023年12月12日(火)～13日(水)  
2024年 6月18日(火)～19日(水)  
2024年12月10日(火)～11日(水)

## 講 師 (敬称略)

岡本 正秋 JMA専任講師  
(株)マーケティングプロモーションセンター 代表取締役

## 参加料 (税込)

日本能率協会法人会員: 108,900円/1名  
会員外: 121,000円/1名  
(注)テキスト(資料)費が含まれております。

## 受講者の声

- ・マーケティングについての知識が殆どない中で参加したが、事例が分かりやすく、重要な部分の説明に時間をかけてもらえて良かった。
- ・「マーケティングの思考」の部分が、今後の業務の考え方に役立つ内容だった。
- ・コンセプトの重要性をドメイン分析を通して実感できた。
- ・「観察」がまだ少ないと感じた。「観察」を増やしてお客様も気づいていないニーズを発見し、商品設計部門へフィードバックしようと思った。
- ・マーケティングを考えて仕事をする一歩につながりました。
- ・グループディスカッションで他社の方の意見交換が新鮮で、刺激になった。

## プログラム

(昼食12:00～13:00)

時間	1日目
10:00	<b>1. マーケティングの思考フレーム</b> (1)生産志向と市場(顧客)志向 (2)STP、生活空間分析、ドメインなど (3)ビジネスマーケティング <b>[Point]</b> 市場分析や企画の際に用いる「セグメント→ターゲット→ポジショニング」のような基本的な思考法を学びます。
	<b>2. インサイト</b> (1)グループ・インタビュー (2)行動観察、個人インタビュー (3)見つける(インサイト) <b>[Point]</b> ニーズを読み取るための行動観察やインタビューの基本を事例的に学習します。
	<b>3. コンセプト・メイキング</b> (1)アイデアのつくり方 (2)コンセプトのつくり方 (3)デザイン思考 (4)ストーリー思考 <b>[Point]</b> スターバックス＝第3の場所のような、代表的なコンセプト発想を学習します。
	<b>4. 価値を発想する</b> (1)価値増幅 (2)価値転換 (3)価値組み替え (4)パフォーマンス・インパクト分析 <b>[Point]</b> 顧客価値の発想法です。段階的な増幅、焦点を変える転換、構成を変える組み替えの3つが代表的です。
17:00	

時間	2日目
10:00	<b>5. プロモーション</b> (1)購買までのステップ(AIDMA、AMTUL) (2)広告・販促企画 (3)セールス、PRAM (4)SFAIにおけるリード (4)売り込みからソリューションへ <b>[Point]</b> マスメディア、店舗、Web経由、セールスそれぞれの特徴を学習します。
	<b>6. 戦略思考のフレームワーク</b> (1)SWOT分析 (2)VRIOフレームワーク (3)比較型思考 (4)独自型思考 <b>[Point]</b> 戦略思考は難しいですが、これを単純化して、比較型と独自型の二つの見方を学びます。
	<b>7. ケーススタディ グループ演習</b> <b>[Point]</b> ケースを用いて、主にインサイト、コンセプト、プロモーションについて検討します。そしてマーケティングプランをくみだてていただきます。
17:00	