

2日間

基礎知識と実務に役立つスキルを2日間で学ぶ

詳細は
セミナーID

JMA100247

検索

1

はじめてのマーケティング実務基礎セミナー

～「STP立案」から「4P戦略」まで実務に必須のフレームワークを演習で身につける～

ねらい

会期・開催地

本セミナーでは、マーケティング関連部署に配属されて日の浅い方、営業・商品企画・研究開発・技術・生産部門などマーケティング発想が求められる立場でありながら、マーケティング実務とは離れている方々に、マーケティング基礎知識を「体系的」に解説すると共に具体的な事例や演習を交えて学び、基礎知識と共に実務でも役立つスキルを習得していただきます。

対象

- はじめて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
- 転職先がマーケティング関連企業や部門の方々

このセミナーはこのような課題をお持ちの方にお奨めです

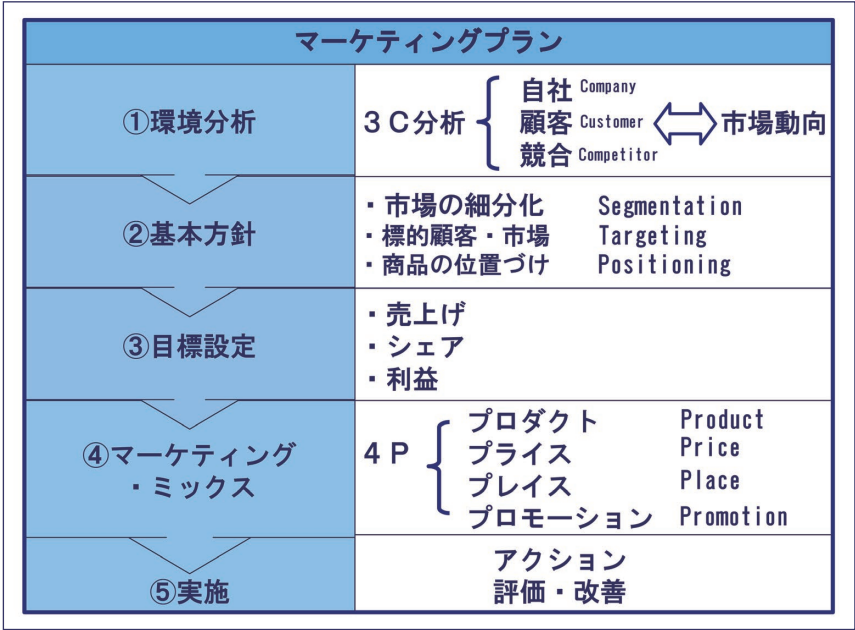
- マーケティング知識、基礎がないままマーケティング関連業務に従事していて、体系的知識習得の必要性を感じている
- 市場動向の把握、顧客ニーズを意識した商品を考えていない
- 企画アイデアが中々浮かばず苦勞をしている
- せっかく発見した課題を社内で報告したが、論理的に説明することができなかった
- 商品企画を進めるためのプロセスを全く知らない

参加のお奨め

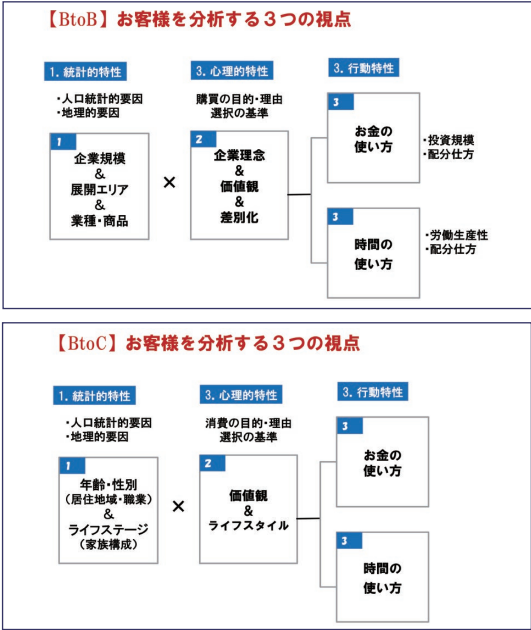
本セミナーでは、はじめてマーケティング関連部署に配属された方や、技術・生産・研究開発などの方々にマーケティングの基本を「体系的」に解説すると共に「**マーケティングの3C：Customer(顧客)・Competitor(競合)・Company(自社)**」や「**マーケティングの4P：製品・価格・流通・プロモーション**」などの具体的な事例や演習を交えて学んでいただき、基礎知識と共に実務でも役立つスキルを習得していただきます。講師は、各社のマーケティングをリアルタイムで支援している現役のコンサルタント陣が豊富な経験から事例を解説し、実習を通じて、受講者にご理解いただく、より実践的な内容となっております。

本セミナーで使用するテキストの一部

※こちらに掲載されているテキスト、画像等の無断複写・無断転載・無断使用を固く禁じます。



※各事業終了時の消費税率を適用させていただきます。会期、内容など一部変更の可能性もありますので、ご了承ください。 ※※最新の情報はJMAマネジメントスクールHPIにてご確認ください。



プログラム

時間	第 1 日 目	第 2 日 目
	マーケティングとは・基本方針づくり	4P戦略の策定
10:00	<div>1 マーケティングとは</div> <div>(1) マーケティングの役割と範囲を知る</div> <div>(2) マーケティングの進化と現在の姿</div> <div>2 自社・競合を分析する</div> <div>(1) 自社の経営資源を分析する</div> <div>(2) 自社の技術力・販売力を分析する</div> <div>(3) 競合分析の進め方</div> <div>Point 「3C」の要素である自社分析・競合分析について分析の切り口と手法を学ぶ</div> <div>3 顧客を分析する</div> <div>ミニ演習 消費者、顧客を深く理解するための「聴く」スキル</div> <div>(1) 顧客とは、顧客ニーズとは何か</div> <div>(2) 顧客分析の進め方</div> <div>Point マーケティングの環境分析の3要素「3C」のなかで顧客分析の視点を学ぶ</div> <div>4 マーケティングの基本方針づくり（STPの策定）</div> <div>(1) 市場を調査して細分化する</div> <div>(2) 標的とするお客様・市場を絞り込む</div> <div>(3) お客様の心の中にイメージを位置づける</div> <div>(4) 目標の設定</div> <div>Point マーケティングプランの柱となる考え方を学ぶ</div> <div>5 マーケティング・リサーチ</div> <div>(1) 市場調査の目的と種類を理解する</div> <div>(2) アンケート調査の進め方と注意したいポイント</div> <div>(3) インタビュー調査の特性と注意したいポイント</div> <div>Point お客様と市場を調査する代表的な方法を学ぶ</div>	<div>【マーケティング実践演習①】</div> <div>(3) 発表、講評</div> <div>・代表者演習結果発表</div> <div>・まとめ 質疑</div> <div>6 マーケティングの4Pとは</div> <div>(1) 「4Pとは何か」を理解する</div> <div>(2) マーケティング戦略を構成する基本要素とミックス</div> <div>Point マーケティング戦略の基本を知る</div> <div>7 商品・サービス戦略</div> <div>(1) 新商品・サービス企画開発のプロセスを理解する</div> <div>(2) 新商品・サービス企画開発で使える手法を知る</div> <div>(3) パッケージの役割と基本要素を知る</div> <div>Point 新商品・サービス開発のプロセスと要点を学ぶ</div> <div>ミニ演習 仮想カタログの作成</div> <div>8 価格戦略</div> <div>(1) 新商品・サービスの価格はどのように決めるか</div> <div>(2) 顧客・競合から見た価格決定メカニズム</div> <div>(3) 利益が出る仕組みを構築する</div> <div>Point 価格設定の仕組みと考え方を学ぶ</div> <div>9 流通・販売戦略</div> <div>(1) チャンネル(販売ルート)の役割とは何か</div> <div>(2) 人・店舗・通信チャンネルの特徴を知る</div> <div>(3) お客様の特性に合わせた効果的なチャンネルの選び方</div> <div>Point お客様に商品を届ける流れのつくり方を学ぶ</div> <div>10 広告・プロモーション戦略</div> <div>(1) コミュニケーション活動の目的とプロセスを理解する</div> <div>(2) 広告・人的販売・PR・販売促進の違いを知る</div> <div>(3) マスメディア、ネットメディア、人を介したコミュニケーションの特徴と効果的な組み合わせ方</div> <div>Point お客様の心を動かすコミュニケーション活動の考え方を学ぶ</div> <div>【マーケティング実践演習②】</div> <div>マーケティング4P戦略をテンプレートに沿って作成する</div> <div>(1) 4P戦略シートの作成</div> <div>・個別戦略</div> <div>・マーケティングミックス</div> <div>・戦略シート作成のポイント</div> <div>(2) 振り返りによる新たな視点・気づき</div> <div>(3) 発表、講評</div> <div>・代表者演習結果発表</div> <div>・まとめ 質疑</div>
17:00		

※昼休憩は12:00～13:00の予定です。
※内容は変更される場合があります。また進行の都合によりプログラムの時間割が変わる場合がございます。あらかじめご了承ください。

講師（敬称略）

高橋 澄子（たかはし すみこ）
(株)MOMO 代表取締役
広告会社でマス広告・セールスプロモーションの企画・制作に従事。体系的なマーケティング活動の必要性に目覚め、1990年経営コンサルタントに転身。主に消費者向けの新商品・新事業開発、マーケティング、顧客サービスの向上を支援し、商品企画者・メーカーの養成研修多数。2007年起業後は消費者心理研究も。
【著書：共著】
「はじめての新事業開発マニュアル」海文堂
「ヒット商品開発のための一見えないニーズのつかみ方」技術情報協会
「高齢者・アクティブシニアの本音・ニーズの発掘と製品開発の進め方」技術情報協会

池田 裕一（いけだ ひろかず）
(株)日本能率協会コンサルティング シニア・コンサルタント
情報機器販売会社を経て、1990年(株)日本能率協会コンサルティングに入社。以降企業を対象とした事業戦略、マーケティング、商品企画、販路開拓などのコンサルティング、研修、講演にあたる。
【著書：共著】
「新製品・新事業の育て方」同友館
「限界を突き破る戦略的事業連携」日刊工業新聞社
「中国市場開発AtoZ」日経BPコンサルティング
「新規事業・新用途開発技法とテンプレート」日本能率協会総合研究所