

2日間 意思決定に寄与するインサイトの発見のための

詳細は
セミナーID **JMA100252** 

36

マーケティング・リサーチ プランニングコース

対象

マーケティング・リサーチの結果を活用されている以下の方々、リサーチを計画・管理されている方々
 ・商品企画・開発部門、営業企画部門、宣伝広告部門の方々
 ・ブランド・プロダクトのマネージメントに携わっている方々
 ・生活者やユーザー研究に携わっている方々

ねらい・特徴

- ◆ビジネス、マーケティング上で発生する課題と調査課題に対応したマーケティング・リサーチのプランニングを学びます。
- ◆調査結果を有効的に活用するために、マーケティング・リサーチのプランニングを通して、意思決定に寄与する(インサイトを発見する)価値のあるリサーチを企画するための勘所を講義と演習から実践的に学び、実務に活かすことを目的としています。

会期・開催地

会場(東京) 2023年11月16日(木)～17日(金)
 2024年 1月23日(火)～24日(水)
 2024年 7月24日(水)～25日(木)
 2024年11月19日(火)～20日(水)

講師 (敬称略)

佐藤 史 (株)インデックス・アイ リサーチ 事業部長 兼 メディカルリサーチ部長
 阿部 麻美 (株)インデックス・アイ プロジェクト・マネージャー

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

- ・様々なリサーチ手法を学ぶことができた。いつも同じような調査手法しか実施していなかったのは、他の手法を知らなかったこともあったので、できる範囲で実践したい。
- ・実際に企画書を作る作業を通して、重要ポイント、改善ポイントがわかりました。常にマーケティング課題、リサーチの目的に立ち返ることを意識して業務に当たります。
- ・日頃、前回踏襲的なリサーチにとどまっていたが、今回のセミナーで根本的な目的・課題設定を体験できた。背景や目的の振り返り、議論を徹底して行いたい。

プログラム

(昼食12:00～13:00)

1日目	
時間	
10:00	1. マーケティングリサーチのプランニングとは <ul style="list-style-type: none"> ・プランニングの肝 ・プランニングにおける必須要件
	2. 的確な調査目的・課題の設定方法 <ul style="list-style-type: none"> ・ビジネス上、マーケティング上の課題を見極め…“良い問い”の設定 ・リサーチの目的・課題への落とし込み方 ・課題の構造化とプライオリティ付け
	3. 活用を意図したリサーチ設計の勘どころ <ul style="list-style-type: none"> ・対象者条件(誰を対象とすべきか) ・手法・調査票(どうデータを収集すべきか) ・調査内容(何を聴取・観察すべきか)
17:00	グループ演習 リサーチの目的・課題の検討

2日目	
時間	
10:00	4. 調査の品質を高めるためのツール、メソッド <ul style="list-style-type: none"> ・ビジュアルイメージ法 ・ピクチャーマッピング法 ・映像を使った行動観察(クロス・エスノ)
	5. 分析すべき素材(データ)の見極め <ul style="list-style-type: none"> ・意味のあるデータの識別・選別の仕方 ・集計ベースの違いによる数値の意味合い ・発言や既述内容を嚙呑みにすることのリスク
	6. データの捉え方、分析の視点・方法 <ul style="list-style-type: none"> ・断片的な捉え方による誤った解釈 ・データの捉え方の要諦(俯瞰・紡ぐ) ・事象(行動)と意識(気持ち)の二側面から探ることの重要性 ・多様な立場からデータを捉えることによる解釈の精度向上
	7. 調査結果の共有と合意形成 <ul style="list-style-type: none"> ・ワークショップの重要性と実施におけるポイント
17:00	グループ演習 調査設計及びアウトプットイメージの検討
	8. グループ演習の発表と講評