

2日間

技術者が身につけるべき マーケティングの基本の考え方・技法を学ぶ

詳細は  
セミナーID

JMA151542

検索

# 7 技術マーケティング入門セミナー



対象

- 研究開発部門の新規テーマ担当
- 技術開発部門の新商品企画担当
- BtoB企業における新商品・新サービス・新事業企画開発担当
- BtoB企業におけるマーケティング部門などにおいて、マーケティング知識や経験のない方

## ねらい・特徴

- ◆ 市場・顧客の視点に立って考えることができるようになります。
- ◆ 技術者が取り組むべきマーケティングが何か理解できるようになります。

## 会期・開催地

オンライン開催 2024年 2月 8日(木)～ 9日(金)

会場(東京) 2025年 1月30日(木)～31日(金)

## 講師 (敬称略)

池田 裕一 (株)日本能率協会コンサルティング 技術戦略センター  
シニア・コンサルタント

## 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

- 顧客のニーズを調査する内容について、外販向け設備のPRに役に立つと感じました。
- 文面だけでは中々理解しにくい事もありましたが具体事例も踏まえてお話しいただき、大変に理解力が高まり参考になりました。
- マーケティングということで今まで学んだことがなかったが今回学ぶことができました。ニーズの分析などの課題に対して、体系化されたアプローチ方法を学ぶことができ、実践するイメージも沸いた。

## プログラム

(昼食12:00～13:00)

1日目	
時間	技術・市場・競合を知る
10:00	<p>■ オリエンテーション</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 研修の進め方</li> <li>● Zoom機能チェック、ブランドルール</li> </ul> <p>■ 自己紹介</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 業務内容、参加のきっかけ</li> </ul> <p>1. マーケティングの基本フレームと技術マーケティングの必要性</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 技術者に求められるマーケティングスキル</li> <li>● マーケティングの基本フレームと技術マーケティングの要点</li> </ul> <p>2. 技術資源分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 自社の技術の洗い出し</li> <li>● 強みとなる技術の選定</li> </ul> <p>個人演習 技術資源分析</p> <p>3. マーケットリサーチ①</p> <p>外部分析のための2次情報収集</p>
17:00	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 技術マーケティングで求められる情報の種類</li> <li>● 2次情報の情報源</li> <li>● グループ演習ガイダンス</li> <li>● ブレイクアウトセッション</li> <li>● グループ内自己紹介</li> </ul> <p>グループ演習1 顧客基本情報の収集</p> <p>● グループ演習発表</p> <p>4. 競合分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 競合企業・参考企業の設定</li> <li>● 競合分析の進め方と視点</li> <li>● 参考企業新規参入分析</li> </ul> <p>5. 市場分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● マーケット・セグメンテーション</li> <li>● 市場規模、成長性の把握</li> <li>● グループ演習ガイダンス</li> <li>● ブレイクアウトセッション</li> </ul> <p>グループ演習2 製品/市場マトリックス</p> <p>● グループ演習発表</p>

2日目	
時間	シーズとニーズを結びつける
10:00	<p>■ 1日目の振り返り</p> <p>6. 顧客ニーズの深掘り</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ニーズの分類とニーズ収集方法</li> <li>● 潜在ニーズの発掘</li> </ul> <p>個人演習 事例による上位ニーズ練習</p> <p>7. マーケットリサーチ②</p> <p>ニーズ把握のための1.5次情報収集</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 調査機関の情報検索</li> <li>● 関係機関への情報収集アプローチ</li> </ul> <p>8. 技術の顧客価値発想</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 自社技術の特性抽出</li> <li>● 自社技術の顧客価値への変換</li> </ul> <p>個人演習 事例による顧客価値発想練習</p> <p>● グループ演習ガイダンス <p>● ブレイクアウトセッション</p> </p>
17:00	<p>グループ演習3 シーズ/ニーズ変換(前半)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● グループ演習中間確認</li> <li>● ブレイクアウトセッション</li> </ul> <p>グループ演習3 シーズ/ニーズ変換(後半)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● グループ演習発表</li> </ul> <p>9. マーケットリサーチ③</p> <p>市場推定のための1次情報収集</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 想定顧客ヒアリングの方法</li> <li>● 現場観察</li> </ul> <p>10. コンセプト発想</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 技術の進化検討</li> <li>● 技術の提供価値の見える化</li> <li>● グループ演習ガイダンス</li> <li>● ブレイクアウトセッション</li> </ul> <p>グループ演習4 技術カタログ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● グループ演習発表</li> </ul> <p>■ 2日間の振り返り</p>

※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HPにてご確認ください。