

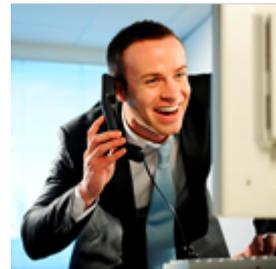
知っているだけのマーケから、使いこなせるマーケへ。

マーケティングという言葉を知っている人は数多くいるでしょう。しかし、それを実際に使いこなせている人はどれほどいるのでしょうか。市場規模の計算方法や効果的なプロモーションの制作方法など、マーケティングを活用して成果を出すための思考技術を身につけます。

期待される研修効果

「マーケティングでは、まず市場を把握すること」とよく参考書には書いてありますが、その市場規模の求め方や顧客設定の方法について書かれている本はほとんどありません。それで本当に役に立つのでしょうか。この研修では、実際にマーケティングが役に立つために必要な考え方を学び、ケースや演習を用いてその技術を身につけます。

- 対象者 営業担当者、マーケティング担当者など
 受講人数 12名までを推奨
 標準時間 12時間（オンライン研修対応可能・2日～3日間での開催を推奨）



カリキュラム例

※研修目的・時間数・人数などにあわせてカスタマイズいたします。

時間	科目	内容
【1日目】 9:00 ～9:30	オリエンテーション ／アイスブレイク	目的を明確にし、研修効果を高めるための意識づけを行ないます。 ◆研修の目的 ◆ビジネススキルの身につけ方
9:30 ～10:00	マーケティングの 概要を学ぶ	まずはマーケティングの概要について解説し、商品やサービスをより多く効率的に 売る手法について理解します。 ◆マーケティングとは ◆「売れる仕組み」を理解する
10:00 ～12:30	市場を知るための 考え方を磨く	マーケティングでは「誰に売るか」「どれくらい売れるのか」を想定して 市場を選定することが大切です。ここでは市場規模を計算する方法や対象 顧客を明確にしていく手法などについて学び、それらの技術を磨きます。 ◆市場の考え方と捉え方（演習） ◆顧客プロフィール（演習）
13:30 ～15:00	売れる商品を 考える	売れる商品やサービスをどのように考えれば良いのでしょうか。アイデアを 出すにも「考える技術」が必要です。ここでは、アイデアを創出するための クリエイティブ思考を学び、商品開発やネーミングの技術を身につけます。 ◆クリエイティブ思考とは（演習） ◆商品開発のポイント（演習）
15:00 ～16:00	価格のつけ方を 考える	価格はどのようにつけられるのでしょうか。ただ単に「安くすれば良い」と いうものではなく、その価値に見合った価格設定が求められます。ここでは 価格設定の手法を学ぶとともに、付加価値をつける考え方を理解します。 ◆価格の設定方法 ◆付加価値の作り方（演習）
【2日目】 9:00 ～10:00	流通のあり方を 考える	どこで、どのように売れば効果的なかを考えるのが流通です。ここでは 流通についての基礎知識を学びながら、商品やサービスがどのような流通の 可能性を生み出すのかを演習を交えて考えていきます。 ◆流通の基礎知識 ◆売れる場所を考える（演習）
10:00 ～12:30	プロモーションを 考える	広告はとても大切な手法ですが、危険性も伴っています。効果的な広告手段 を考えると同時に、大手広告代理店も使っている印象に残るキャッチフレーズ の作り方などを踏まえ、プロモーションのあり方を考えていきます。 ◆広告の役割と注意点 ◆キャッチコピーの作り方（演習）
13:30 ～16:00	マーケティング 総合演習	今回学んだ手法を活かし、ある課題についてマーケティングのプランニング を行い、発表（プレゼン）していただきます。 ◆総合演習（演習） ◆評価と振り返り

受講者の声

- ・業務において顧客の分析を行いながらソフトウェアの開発をすることが多いので、今回学んだことを活かして有効なプランの組み立てに役立てていこうと思います。
- ・話し方がとても上手で内容も理解しやすかったです。
- ・実践的な内容が良かった。自分の営業スタイルを見直す良いきっかけになりました。