

マーケティングの基本 ～「売れる仕組み」の作り方

< 研修の目的 >

マーケティングの基本的考え方を理解する
 実習を通して、マーケティング戦略策定の基本手順と留意点を修得する

< 主な研修対象 >

中堅社員、管理職

< プログラム >

(休憩は適時)

時間	テーマ	内容
10:00	1 オリエンテーション ・自己紹介 ・研修の目的の確認 ・研修スケジュールの確認	研修開始にあたり、研修の目的/狙いを理解する。
10:30	2 マーケティングとは何か？ ……講義	今の時代の特徴を解説しながら、マーケティングの意味と必要性を理解する。
11:00	3 マーケティング戦略の策定方法 ……講義 (1) 戦略策定の基本手順	マーケティング戦略を策定するための、基本的な手順を理解する。
	(2) 戦略を策定するための必要情報	マーケティング戦略を策定するために必要な情報(お客様/競争相手/自社)について理解する
	(3) 戦略パターンと他社事例	世の中のいろいろなマーケティング戦略事例を、パターン別に紹介する
	< 休憩: 12:00 ~ 13:00 >	
13:00	4 マーケティング戦略の策定実習 ……実習(グループ討議) お客様の情報整理 ……購買決定要因 競争相手の情報整理 ……戦い方と強み/弱み 自社の情報整理 ……強み/弱み ターゲットの設定 戦略の策定	マーケティング戦略策定の基本手順に従って、必要情報を整理するとともに、実際に戦略を策定してみる
16:00	5 マーケティング戦略の発表 ……実習(グループ別発表)	各グループが策定したマーケティング戦略を発表し、内容についてディスカッションする
17:30	5 研修のまとめ	