MT2

市場創造型
マーケティングコース

ビジネスチャンスを見出す視点を身につける

集合研修　オンライン

対　象	部門・職種にかかわらず中堅社員～初級管理職層の方
日　程	2日間
最適定員	18名

カリキュラム

1日目

■ **オリエンテーション**

■ **なぜマーケティングを学ぶのか／非マーケティング部門にも必要なマーケティング**
・マーケティングとは　・マーケティングのものの考え方

■ **なぜ市場創造型マーケティングなのか**
／グローバル競争のなかで日本企業に求められるマーケティング
・市場対応型マーケティングと市場創造型マーケティング
・市場創造型マーケティングの事例　・市場創造型マーケティングの3つの着眼点

■ **市場創造型マーケティングの着眼点1　～商品ニーズよりも生活・業務ニーズに着目する**
・顧客ニーズの3段階（消費財、産業財）　・商品ニーズと生活ニーズ　・商品ニーズと業務ニーズ

■ **市場創造型マーケティングの着眼点2　～技術や商品の特徴を活かす**
・ニーズベースとシーズベース　・シーズベースの事例　・シーズのプロモーション

■ **市場創造型マーケティングの着眼点3　～「顧客の顧客」から発想する**
・「顧客の顧客」視点の重要性（マーケティングと営業の違い）　・B2Bにとって重要な「顧客の顧客」
・「顧客の顧客」視点の事例紹介

■ **1日目の振り返り**

2日目

■ **市場創造型マーケティングを実現させるためのマーケティング・プロセス**
・マーケティング環境分析～ STP、マーケティング・ミックスの全体像

■ **市場創造型マーケティングを実現させるためのマーケティング環境分析**
・前提としての市場の定義－生活・業務ニーズ、顧客の顧客視点の重要性
・マーケティング環境分析の概要とポイント

■ **市場創造型マーケティングを実現させるためのSTP　―誰にどう選ばれるかを明確にする**
・STPの概要（セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング）
・商品セグメンテーションと市場セグメンテーションの違い　・ターゲティングとポジショニング

■ **市場創造型マーケティングを実現させるためのマーケティング・ミックス**
・マーケティング・ミックスの概要

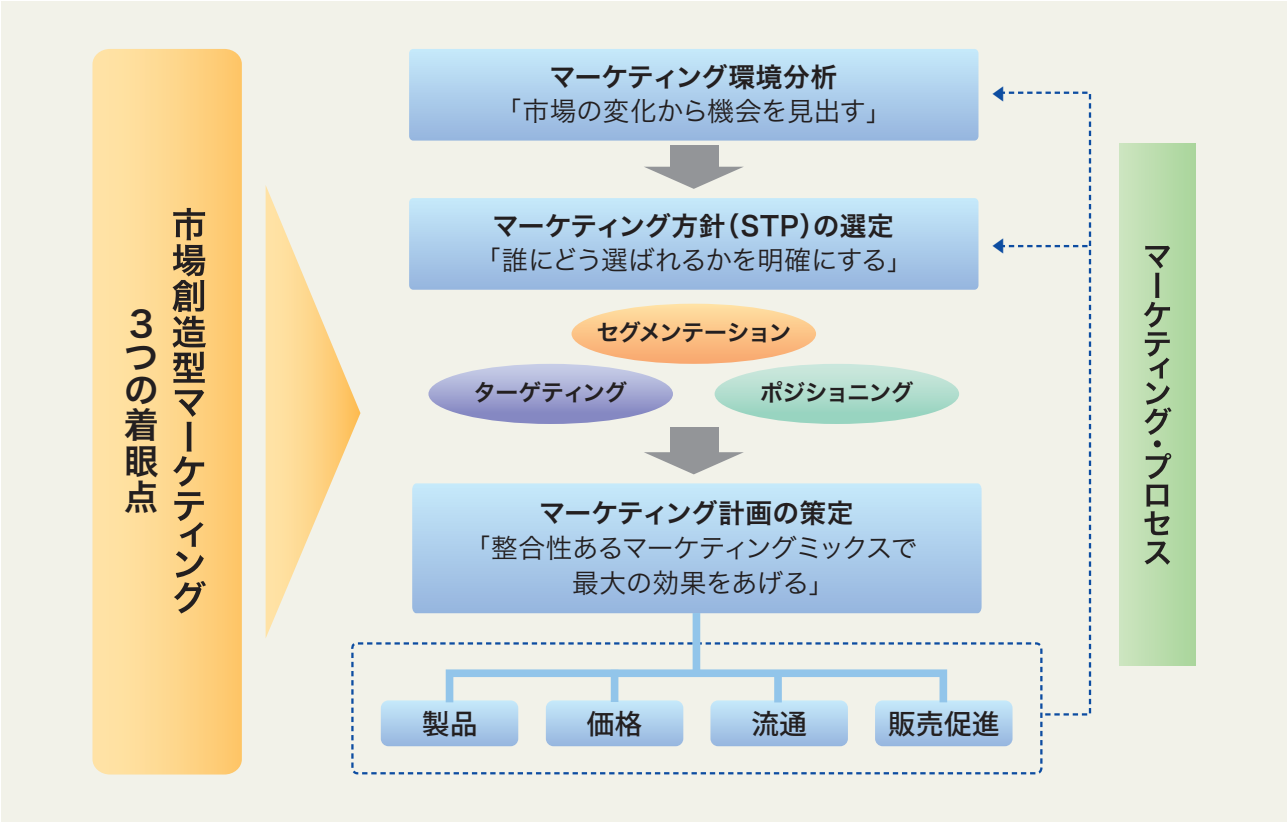
■ **総合演習**
Ⅰ.業務用新サービスのマーケティング
Ⅱ.新商品のマーケティング（飲料業界のケース）　・マーケティング・ミックスのポイント

■ **マーケティングの新展開**

■ **まとめ**　・本研修からの学び

市場に働きかけ、顧客の期待を上回るマーケティングを理解する

企業として顧客に選ばれ成長していくために重要な市場創造型マーケティングの考え方とその着眼点を学習します。
また、市場創造型マーケティングの実現に向けたマーケティング・スキルを習得します。



すべてのビジネスパーソンに必要なマーケティングを学ぶ

組織で働くすべての人々に必要なマーケティングを学習します。基本知識・基本意識というスタンスで学習内容を構成しており、日本企業に求められている市場創造型マーケティングの着眼点を押さえます。

市場創造型をベースとしたマーケティング・スキルを習得

市場創造型マーケティングの考え方、その実現に向けた市場分析、ビジネスチャンスの発見、マーケティング計画策定までの一連の流れの理解を深めます。