

「マーケティング志向の営業活動の分析と改善」

開催日：令和6年9月20日(金) 申込締切日：令和6年8月30日(金) 会場：ポリテクセンター宮崎

1 | カリキュラム内容

推奨対象者：中堅層

ねらい：マーケティングの本質とマーケティング志向の営業活動を理解し、自社の商品又はサービスの価値を提供するに当たってのマーケティング志向の営業活動について、分析し、改善策の検討方法などを習得する。

基本項目	主な内容
1 マーケティングの本質	講義 ・ マーケティングの基礎(概論) ・ マーケティング戦略と営業活動の違い ・ マーケティングに必要な分析(SWOT) ・ マーケティング活用の要点 (STPと4P) ・ マーケティングミックスの決定 ・ マーケティング成功事例(ケーススタディに学バイノベーションとマーケティングの融合)
2 マーケティング志向の営業活動	講義+演習 ・ 顧客価値をたかめる方法・顧客分類と顧客別営業活動→ターゲット顧客の明確化 ・ 顧客が求める価値の分析(物を買わずにことを売る) ・ 提案型営業の基本となるセールスライティング・セールスライティングの基本(構成) ・ マーケティング先行事例ケーススタディー ・ 演習：「自社USP」の作成と発表→重点USPの決定※USP(ユニークセリングポロポジション=自社の他社にない強味)
3 営業活動の分析と改善	演習 ■自社の営業活動の改善につながる演習 ・ 価格設定の方法の理解 ・ 演習：「自社キャッチコピー」の作成と発表 ・ 演習：「ネット販売時代の自社のセールスライティング演習」 ・ 自社の「セールスライティング」を作成する。 ・ 発表とコメント

※受講者の当日のご様子を見て、主な内容を変更・追加する場合がございます。

2 | 講師紹介

平川 淳 / 株式会社日本能率協会コンサルティング

東京大学工学部を卒業後大手化学メーカーを経て、株式会社日本能率協会コンサルティング入社、大手事務機メーカー、軽金属メーカーなどでマーケティング戦略立案に従事。その後、富士総合研究所(現みずほ総合研究所)にて150社以上の新事業コンサルタントとして活動。株式会社経営政策研究所を設立後、現在は、経営者としてコンサル営業に従事、介護施設の経営も行う。ほかに日本工業大学大学院や香川短期大学にてマーケティングを担当し、幅広く活動をしている。

カリキュラム作成のポイント・ひとこと

私がコンサルティングで実際に活用しているコンサルティングツールを習得してもらえるようにカリキュラムを作成いたしました。

マーケティングの基礎を習得し、自社の売上増に貢献したい方ぜひよろしくお願いたします。