

プロモーションとチャネル戦略

人材育成上の課題・目標

- ・自社製品に対する顧客の意見などの情報収集ができていない
- ・流通部門を巻き込んだ販売促進活動ができていない
- ・イメージ戦略をもっと活用したい
- ・価格や取引条件などの交渉がうまくいっていない



課題解決・目標達成を目指して

- ・マーケティングチャネルの考え方を理解する
- ・販売チャネル戦略を策定する
- ・イメージ戦略の手法と事例を知る
- ・生産システムの課題とSCM構築のポイントを理解する

コースのねらい

チャネルの機能とチャネル戦略のポイント、コミュニケーションのモデルとコミュニケーション戦略のポイント、従来型生産システムの課題とサプライチェーンマネジメント構築上の留意点について理解し、販売チャネル、プロモーション戦略の策定方法について習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ チャネル戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングチャネルの機能 ・チャネル戦略
	■ プロモーション戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・コミュニケーションプロセス ・コミュニケーション戦略
	■ SCM (Supply Chain Management)	<ul style="list-style-type: none"> ・経営環境の変化とサプライチェーンマネジメント ・ロジスティクス戦略
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・販売チャネル戦略の特徴の確認 ・チャネル戦略策定時の課題の検討 ・自社の生産システムの課題の解消に向けた策定演習
	応用・実践要素（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンドとアウトバウンドとサプライチェーンについて ・ソリューションパッケージ活用の最新動向 ・現場における導入効果のポイントと事例紹介

日程設定と受講料（例）

- (1) 1日（6時間）コース
3,300円（税込）
- (2) 2日間（12時間）コース
5,500円（税込）

- ※ 金額は、1名あたりの受講料です。
- ※ 6～30時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

- A 流通・物流
 - ・3PLとSCM
 - ・流通システム設計
 - ・卸売業・サービス業の販売戦略
 - ・SCMの現状と将来展望
- C 企画・価格
 - ・製品・市場戦略
- C プロモーション
 - ・チャンスをつかむインターネットビジネス

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。