

カリキュラム

機構施設名： 北海道職業能力開発促進センター

実施機関名： (株)日本能率協会コンサルティング

C. 営業・販売	顧客情報	顧客分析手法
-----------------	-------------	---------------

コースのねらい	データマイニング手法の活用方法を理解し、ITを活用した営業、マーケティングのための予測方法を習得する。
----------------	---

	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)
講義内容	1	データマイニングの適用効果 ◆オリエンテーション(自己紹介と研修の目的・進め方説明) ◆分析対象となる企業の全体構成を知る ・7S分析による企業分析と顧客分析の位置づけ ◆顧客分析にあつたて(分析の目的、必要性) ◆顧客分析のプロセスの説明 ◆顧客分析のポイントを理解する ◆顧客分析のメリットについて学ぶ等の解説	1.5
	2	顧客分析(セグメント、購買パターン、バスケット、販促効果) ◆顧客志向のマーケティング戦略について学ぶ ◆顧客分析の種類 ・顧客分類 ・3C分析 ・顧客別特性分析(増減、購買力分析、勝敗分析等) ・強み弱み分析 ・インシュー分析 ◆マクロインパクト分析 ◆SWOT分析 ◆ケーススタディー(顧客分析を活用して大成功した事例)	1.5
	3	分析手法 (クロス集計、相関・回帰分析、要因分析) 【演習】自社の業績向上に必要な分析(顧客分析を含む)を実施し、自社のマーケティング戦略(販促ツール)を作成する ◆自社のSWOT分析 ◆顧客選定と分類と対応策 ◆セールスライティングの説明 ◆顧客分析を活用した自社の販促戦略(ツール)の策定 ◆発表⇒講師講評	3
合計時間			6.0

カリキュラム作成のポイント
自社の販売増に寄与する、マーケティング戦略を立案するために必要な基礎知識を理解したうえで、コンサルタントが実際に活用している戦略立案に必要な顧客分析手法を習得し、演習を通して理解を深めるとともに、実際に自社の課題解決に活用できるよう、カリキュラムを作成した。

訓練に使用する機器等	
●機器・ソフトウェア(受講者用)	●機器・ソフトウェア(講師用・その他)
	PC(講師持参) DVD再生機
●使用するテキスト	●その他
オリジナルテキスト	

利用事業主に用意を求める機器等	備考
プロジェクタ、スクリーン、ホワイトボード(マーカー黒、赤、青)	