

生産性向上支援訓練カリキュラム

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：株式会社タナカサトル技術支援

C. マーケティング	顧客拡大	インターネットマーケティングの活用
------------	------	-------------------

コースのねらい	インターネットマーケティングの概要を理解し、インターネット、ソーシャルメディア等を効果的に活用することで、顧客獲得のための施策を検討できる知識を習得する。
---------	---

講義内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)	
講義内容	1	インターネットマーケティング	(1) インターネットマーケティング基礎【演習あり】 インターネットマーケティングとは？(定義、メリット・デメリット) インターネットマーケティングの種類: SEO、Web広告、コンテンツマーケティング、ソーシャルメディアマーケティング、メールマーケティング、などについて (2) Webサイト分析と改善【演習あり】 Webサイトの役割と重要性、アクセス解析の基礎 (Google Analyticsなど) 主要な指標 (PV、UU、セッション、直帰率、コンバージョン率など) Webサイト改善の手法 (UI/UX、コンテンツ改善、SEO対策など) 効果測定と改善サイクル (PDCAサイクル)	1.0 1.0
		顧客とのリレーションシップ	(1) 顧客理解【演習あり】 顧客セグメンテーション (年齢、性別、地域、興味関心など) ペルソナ設定 (具体的な顧客像の作成)、カスタマージャーニーマップ (顧客の行動を可視化、顧客満足度向上 (CS) の重要性) (2) 顧客との接点 (CRM) とソーシャルメディア活用【演習あり】 CRM (顧客関係管理) とは？、顧客とのコミュニケーション リピーター獲得のための施策 (ポイント制度、会員限定コンテンツなど)、 各プラットフォームの特徴 (Facebook、Twitter、Instagramなど) エンゲージメントを高めるコンテンツ作成	1.0 1.0
	3	インターネット調査と活用	(1) インターネット調査の種類と手法 アクセスログ分析 (Google Analyticsなど) ソーシャルメディア分析 競合調査 市場調査	0.5
			(2) データ分析と活用【演習あり】 データ分析の基礎 分析ツール (Google Data Studioなど) 顧客ニーズの把握 マーケティング施策への活用	0.5
			(3) アクションプランの作成【演習あり】 まとめと具体的なアクションプランの作成	1.0
	合計時間			6.0

カリキュラム作成のポイント

※訓練当日の進行はカリキュラムに記載されている順番と異なる場合があります。

- ・インターネットマーケティング全体像の把握をして、データ活用をすることでマーケティング施策に活かせるよう実践的なスキルを習得できるようにする。
- ・受講者が飽きないよう、理解度を深められるよう、各章に短いワークと議論の時間を設定している。
- ・各章のワークを作成していくことで、全体として自社のマーケティング施策のための一連の流れが作れるような構成にしている。
- ・教科書的な内容でなく、実際のWebマーケティングにおける事例や数字を紹介しながらより実践的な内容を学ぶ。