

生産性向上支援訓練カリキュラム

C. プロモーション	インターネットを活用したビジネスチャンスを探ろう！
販売促進	チャンスをつかむインターネットビジネス

コースのねらい	インターネットを活用した広告及びコマースの現状を理解することで、インターネットを活用したビジネスチャンスの拡大を検討できる知識を習得する。
---------	---

対象	(中堅・管理者層向け) ・HPやSNSで広報効果を高める事例を知りたい方 ・インターネットビジネスのメリット・デメリットを知りたい方
----	--

講義内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)
講義内容	1 インターネットビジネス概論	(1) インターネットを取り巻く現状 ・DX(デジタルトランスフォーメーション)や5Gなど今急速に変わりつつあるインターネットを取り巻く現状や近未来に起きる変化及びそれらに対応するための課題を明らかにし、外部環境を理解する (2) インターネットビジネスの実態 ・単なる物販だけでなくアフィリエイトやYou Tuberなどインターネットを介したビジネスは多岐にわたる。法人だけでなく個人も参入してこれからの競争激化は避けられない。それらのビジネスの特長を掴み、自社にとっての最適なビジネスモデルを探る。 (3) 自社の現状と課題を考察する演習 ・自社でインターネットビジネスを取り組むにあたり自社を取り巻く環境を振り返り克服すべき課題を明確にする。 (個人ワークグループワーク→全体共有)	2.0
	2 インターネット広告	(1) 広告媒体としてのインターネット ・今やTV広告を凌ぎ最も大きな市場となったインターネット広告。広告媒体として、インターネット広告はTVや新聞、雑誌と比較してどのような特長があるか。そのメリットとデメリットを理解しインターネットならではの広告戦略の構築に役立てる。 (2) インターネット広告の種類とその特長 ・一口にインターネット広告と言っても、リスティング広告やバナー広告、アフィリエイト広告など様々な種類がある。その特長を掴み、ターゲット別、目的別に適したインターネット広告を出稿できる知識を身に付ける (3) インターネット広告の効果測定 ・インターネット広告は他の広告媒体と違い、商品・サービスの購買への効果のありなしの測定が容易である。広告をクリックした人の中でどれだけの人が実際に購入したかという「コンバージョン」の流れを理解し、コンバージョン率を上げる施策を考察する。 ・数種類の違うクリエイティブを同時に露出し効果の違いを見る、A/Bテストの仕組みを学ぶ。 (4) 自社の広告戦略を考察する演習 ・インターネット広告の特長を踏まえ、自社商品・サービスに適したインターネット広告は何か？を目的とターゲットを明らかにした上で戦略を練る。 (個人ワークグループワーク→全体共有)	2.0
	3 電子商取引(eコマース)	(1) 販売チャネルとしてのeコマース ・伝統的な販売チャネルである量販店や小売店と比較した時のeコマースの特長は何か。メリットとデメリットを考察しどのような商品・カテゴリーに適しているのかを考える。 (2) eコマースの概要と実態 ・eコマース市場を概観し、Amazonや楽天に代表される「モール型サイト」7&Iグループなどが運営する「クリック&モルタル型サイト」自社独自で運営する「自社ECサイト」のそれぞれの特長を掴み、自社商品・サービスに適したサイト何かを考察する。 (3) ECサイト運営に必要な機能と業務 ・「決済サービス」や「セキュリティ」「受注管理システム」などECサイト運営に必須の機能と「顧客管理」や「集客」などの運営業務を理解し、自社のリソースを考慮した最適な運営方法を考える。 (4) 自社のネットビジネス戦略構築演習 ・演習1で考えたインターネットビジネスに対する自社の課題をどう解決するか、ここまで学習した内容を踏まえ、自社のインターネットビジネス戦略を構築する。 (個人ワークグループワーク→全体共有)	2.0
合計時間			6.0

カリキュラム作成のポイント
マーケティング戦略としてインターネットをどう使うかに重点を置いています。演習を多く取り入れ、自社の課題解決に直結する考察を繰り返します。オープンセミナーの特長を活かし、異業種間の交流による新たな気づきを促します。尚、ホームページやECサイトの作り方などの技術的なスキルは含まれません。

備考