

目的：C. 売上げ増加

コース番号 はDX対応コースです。

分野：営業・販売	コース番号	コース名	ページ
顧客拡大	049	提案型営業手法	97
	063	ビジネス現場における交渉力	98
	050	提案型営業実践	99
	027	マーケティング志向の営業活動の分析と改善	100
	028	統計データ解析とコンセプトメイキング	101
	123	オンライン営業技術	102
顧客情報	029	顧客分析手法	103
	045	顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析	104

分野：マーケティング	コース番号	コース名	ページ
概論	030	実務に基づくマーケティング入門	105
	031	マーケティング戦略概論	106
顧客拡大	032	マーケット情報とマーケティング計画（調査編）	107
	033	マーケット情報とマーケティング計画（販売編）	108
	046	インターネットマーケティングの活用	109

分野：企画・価格	コース番号	コース名	ページ
サービス・商品開発	034	製品・市場戦略	110
	035	新サービス・商品開発の基本プロセス	111

分野：プロモーション	コース番号	コース名	ページ
販売促進	036	プロモーションとチャネル戦略	112
	047	チャンスをつかむインターネットビジネス	113

提案型営業手法

人材育成上の課題・目標

- ・自社商品・サービスの説明に終始する説明型営業やノルマ達成型、受注型営業から脱却したい
- ・顧客の的確な要望やニーズの変化に対応できていない
- ・顧客ニーズに対する自社商品・サービスのアピールができない
- ・長く取引関係が築けるような提案力を持った営業担当を育成したい
- ・できる営業マンが持つノウハウの伝承が難しい

課題解決・目標達成を目指して

- ・提案型営業の基礎知識を理解する
- ・提案型営業の成功例、失敗例を知る
- ・商品、サービスの強みと弱みを分析する
- ・「聴く」と「訊く」スキルを強化する
- ・高業績営業マンの行動を分析する

コースのねらい

新規顧客、新商品・サービスの開拓ができる提案営業の手法を学び、実際の顧客を想定し営業側から能動的（自発型）な提案ができる営業手法を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 提案型営業とは	<ul style="list-style-type: none"> ・営業を取り巻く環境の変化 ・売る力と価値を提案する力 ・提案型営業の基礎知識 ・提案型営業の要素 (仮説設定の考え方、提案に求められるスキル、課題の特定と対策)
	■ 顧客ニーズと自社商品・サービスの強み分析	<ul style="list-style-type: none"> ・3C (Customer、Competitor、Company) 分析 ・市場・顧客の変化を知るファイブフォース分析 ・自社の強み・弱み (SWOT分析など) ・成功するための要因 (Key Success Factor)
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・ストーリー性のある提案書作成・シナリオ作成演習 ・面談ストーリーに基づくロールプレイング ・自社商品・サービスの強み発見と提案手法
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・「聴く」と「訊く」スキルの実践 ・ITを活用した最新提案型営業の事例紹介 ・失敗ケースから原因究明と対応策の事例紹介

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。

推薦対象者

初任層

関連コース

- C 営業・販売
 ・提案型営業実践
 ・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
 ・顧客分析手法
 C マーケティング
 ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
 ・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）

※ 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できます。
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。

ビジネス現場における交渉力

人材育成上の課題・目標

- ・いち早く顧客の要望を把握したい
- ・顧客の要望に的確に対応させたい
- ・交渉力を個人の資産とするのではなく、会社の資産にしたい

課題解決・目標達成を目指して

- ・交渉戦略演習により、素早く顧客の要望を引き出す方法を理解する
- ・WIN-WINを目指して、BATNAを想定した交渉術を理解する
- ・利益交換と創造的提案のためのシナリオ作成により、交渉に係るスキルを共有化する方法を理解する

コースのねらい

営業やサービスを提供する現場では、相手と接する時間の中で生産的なやりとりをしていくことが求められる。こうした対応力はもって生まれた性格によるものではなく、必要なビジネススキルの習得によって高まる対応能力であり、本コースでは現場の第一線で活躍が期待される社員がもつべき交渉スキルを習得する。

カリキュラム（例）

基本項目	主な内容（例）
■ 基本要素	<ul style="list-style-type: none"> ・交渉と折衝について ・交渉のタイプ（WIN-LOSE、WIN-WIN）
	<ul style="list-style-type: none"> ・BATNAとは ・BATNAを想定した交渉術
	<ul style="list-style-type: none"> ・交渉計画の立て方 ・交渉戦略の構想化
演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・交渉戦略演習 ・交渉のプロセスモデルの分析 ・利益交換と創造的提案のためのシナリオ作成
応用・実践要素（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・やってはいけない交渉（ボルウェア交渉・痛み分け交渉） ・交渉に関する事例紹介

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。

推薦対象者

初任層

関連コース

- C 営業・販売
・提案型営業手法
・提案型営業実践

※ 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できます。
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。

提案型営業実践

人材育成上の課題・目標

- 顧客のタイプに合わせた営業ができるない
- 法人リピーターがなかなか増えない
- 顧客の抱える課題・問題点への対応方法が確立されていない
- 顧客の立場にたった企画立案や提案書を作成したい
- 売上げ向上に寄与するプレゼンテーション法を習得したい

課題解決・目標達成を目指して

- 様々な営業スタイルを理解する
- 顧客の問題発見・解決の支援手法を理解する
- 提案の企画・設計のポイントを理解する
- 事例に基づく実践的な提案書作成のポイントを理解する
- 最新の営業プレゼンテーション技法を知る

コースのねらい

自社もしくは自身の営業スタイルを認識し、顧客の不満や問題点、要望など、顧客の立場に合わせた提案書作成から顧客への提案実施・説明ができる能力を習得する。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
■ 営業スタイル	■ 営業スタイル	<ul style="list-style-type: none"> 営業スタイルの種類とその特徴 営業データの分析 顧客のタイプ 顧客タイプに合わせたクロージング方法
	■ 顧客の問題発見・解決の支援手法	<ul style="list-style-type: none"> 顧客満足度のポイントとレベル PMI法（PLUS、MINUS、INTEREST） フェルミ推定 オズボーンのチェックリストとSCAMPER法
	■ 実践的提案のポイント	<ul style="list-style-type: none"> 提案の企画・設計のポイント 提案書作成のポイント 提案実施・説明のポイント
応用・実践要素（例）	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> 提案型営業ストーリーの作成、ロールプレイング コンペ形式による提案実施・説明演習 課題克服のためのアクションプラン作成
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> 顧客の課題の分類と対応策（ロジックツリー） 最新の営業プレゼンテーション技法紹介 顧客にわかりやすい提案書の各種ノウハウの事例紹介

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。

推薦対象者

中堅層

関連コース

- C 営業・販売
 - 提案型営業手法
 - マーケティング志向の営業活動の分析と改善
 - 顧客分析手法
- C マーケティング
 - マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
 - マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
- C 企画・価格
 - 新サービス・商品開発の基本プロセス

※ 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できます。
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。

マーケティング志向の営業活動の分析と改善

人材育成上の課題・目標

- お客様の声を新商品・サービスに反映できていない
- 商品・サービスのラインナップが要望に応じきれていない
- 自社の商品・サービスのセールスポイントを最大限活かせていない
- 営業と生産部門間の意思疎通が図れていない
- 営業活動の方法が個々でマチマチである
- 営業のノウハウが共有化できていない
- ITを有効活用できていない

課題解決・目標達成を目指して

- マーケティングの本質を再確認する
- 営業活動とマーケティングの関係を理解する
- 顧客が求める新商品・サービスの提案方法を理解する
- 営業活動の現状把握と分析方法を理解する
- 営業活動の改善策を検討する
- 自社における営業活動を標準化する
- ITの営業への導入・活用事例を知る

コースのねらい

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。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ マーケティングの本質	<ul style="list-style-type: none"> マーケティングの基礎 マーケティングの考え方 顧客とニーズ マーケティングの本質
	■ マーケティング志向の営業活動	<ul style="list-style-type: none"> 顧客が求める商品とサービスの提案 ニーズと自社商品をつなぐ営業の役割 営業プロセスの標準化 ITを活用した購買行動の分析 顧客の信頼獲得と広報の活用
	■ 営業活動の分析と改善	<ul style="list-style-type: none"> 営業活動の現状把握と分析 顧客が求める価値の分析 営業活動の改善策の検討
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ニーズを踏まえた営業活動のプラン策定演習 顧客における購買思考に係るディスカッション 営業活動を分析し、改善策の検討
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> マーケティングミックスについて RFIDを用いた識別・管理の仕組み マーチャンダイジングの実態

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。

推薦対象者

中堅層

関連コース

- C 営業・販売
 - 統計データ解析とコンセプトメイキング
 - 顧客分析手法
- C マーケティング
 - 実務に基づくマーケティング入門
 - マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
 - マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
- C 企画・価格
 - 新サービス・商品開発の基本プロセス

※ 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できます。
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。

統計データ解析とコンセプトメイキング

人材育成上の課題・目標

- ・アンケート結果や各種統計データなどを商品開発や営業に活かせていない
- ・根拠に基づいた計画的な営業活動ができない
- ・顧客や社員のアイディアを営業に活かせていない
- ・営業方針が全社的に統一されていない

課題解決・目標達成を目指して

- ・データ解析・分析手法を理解する
- ・コンセプトメイキングを理解する
- ・データ分析に基づく営業手法を理解する
- ・営業企画書の作成方法を理解する

コースのねらい

統計的データの解析法と活用方法、コンセプトメイキングの方法を理解し、各種エビデンスに基づく、営業企画書作成方法を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 統計的データ解析法と活用	<ul style="list-style-type: none"> ・1次元データ分析 ・2次元データ分析 ・多変量解析
	■ コンセプトメイキング	<ul style="list-style-type: none"> ・情報収集・分析 ・コンセプトメイキング
	■ 営業企画書作成	<ul style="list-style-type: none"> ・企画書の作成手順 ・ターゲットの設定 ・各種表現技法 ・企画書の作成法
応用・実践要素（例）	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・統計的データ解析演習 ・情報分析とコンセプトメイキングの問題点の検証 ・自社のコンセプトに基づく企画書作成演習
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・営業としての財務分析について ・ビッグデータの活用によるコンセプトメイキング ・データマイニング手法

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。

推薦対象者

中堅層

関連コース

- B 組織マネジメント
・ナレッジマネジメント
C 営業・販売
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
・顧客分析手法
C マーケティング
・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
C 企画・価格
・新サービス・商品開発の基本プロセス

※ 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できます。
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。

オンライン営業技術

人材育成上の課題・目標

- ・対面営業との違いを知りたい
- ・新たな新規顧客の開拓方法を知りたい
- ・オンライン営業時の顧客からの情報（ニーズ）の収集方法を知りたい
- ・テレワークにおけるチーム連携を強化したい

課題解決・目標達成を目指して

- ・様々なオンライン営業の方法を理解する
- ・対面営業とオンライン営業の違いを理解する
- ・テレワーク時における社内の情報共有の方法を理解する

コースのねらい

テレワーク時に必要な営業コミュニケーション方法を理解し、テレワークに適応した営業技術を習得する。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	オンライン営業概論	<ul style="list-style-type: none"> ・オンライン営業に関するよくある誤解 ・テレアポとの相違点 ・アウトサイドセールスからインサイドセールスへ
	顧客開拓	<ul style="list-style-type: none"> ・社内の顧客情報の整理 ・商品紹介手法の多様化 ・顧客のスクリーニング（審査、選別）
	顧客とのリレーション	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客と営業担当との関係性の変化 ・オンライン営業による顧客対応方法
	社内の情報共有	<ul style="list-style-type: none"> ・進捗管理の方法 ・各種営業ツール（SFA、CRM） SFA：営業支援システム CRM：顧客関係管理
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・オンライン営業の営業戦略作成演習 ・オンライン営業実演 ・インサイドセールス実践（メルマガ作成）
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・商品紹介動画の活用 ・中小企業におけるCRMの導入事例 ・オンライン営業特化型企業の実際と課題

※ 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。

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

初任層、中堅層

関連コース

- A バックオフィス
・テレワークを活用した業務効率化
C 営業・販売
・提案型営業手法
・提案型営業実践
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
・顧客分析手法
C マーケティング
・インターネットマーケティングの活用
D 情報発信
・オンラインプレゼンテーション技術

使用機器等

パソコン、Web会議用ソフト

顧客分析手法

人材育成上の課題・目標

- ・購買パターンが掴みきれていない
- ・売上げに繋がる効果的な販促ができるない
- ・過剰在庫が常態化している
- ・ITを活用した顧客データの分析ができない

課題解決・目標達成を目指して

- ・データマイニング手法を理解する
- ・顧客分析手法を理解する
- ・ITを活用したデータ解析手法を理解する
- ・ITを活用した購買予測方法を理解する

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。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ データマイニングの適用効果	<ul style="list-style-type: none"> ・売上高向上（販促効果分析、売上予測、併せ買いパターン） ・コストダウン（適正在庫、ロスの削減） ・顧客満足向上（アンケート分析、顧客囲い込み）
	■ 顧客分析（セグメント、購買パターン、バスケット、販促効果）	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客セグメンテーション ・顧客購買パターン分析 ・ショッピングバスケット分析 ・販売促進効果測定 ・割引、レイアウト変更
	■ 分析手法（クロス集計、相関・回帰分析、要因分析）	<ul style="list-style-type: none"> ・クロス集計分析 ・相関、回帰分析 ・予測、要因分析
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・購買パターン分析演習 ・データマイニング手法導入における問題点検証 ・自社のデータマイニング適応範囲の企画
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・テキストマイニングについて ・ビッグデータを有効活用した事例紹介 ・データマイニングを活用した市場動向調査

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。

推薦対象者

中堅層

関連コース

- B 組織マネジメント
・個人情報保護と情報管理
C 営業・販売
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
・統計データ解析とコンセプトメイキング
・顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析
C マーケティング
・実務に基づくマーケティング入門
・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）

※ 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できます。
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。

顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析

人材育成上の課題・目標

- ・顧客満足の本質が掴めていない
- ・顧客とのコミュニケーション不足
- ・CS向上が全社的に取り組めていない
- ・CSに関する調査の方法がわからない
- ・顧客満足度調査の結果が分析できていない

課題解決・目標達成を目指して

- ・CSの本質、目的を理解する
- ・CS向上のための社内体制の構築方法を理解する
- ・CS調査の実施手順を理解する
- ・CS調査結果の読み方、活用方法を理解する

コースのねらい

顧客満足の本質を理解することで、顧客満足度の把握とデータ分析とその活用方法についての知識と技能を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 顧客満足の本質	<ul style="list-style-type: none"> ・CS (Customer Satisfaction) 経営の背景と必要性 ・顧客満足の意義 ・顧客の定義
	■ 顧客満足のための社内体制	<ul style="list-style-type: none"> ・CS経営の進め方 ・CSと企業文化 ・権限委譲 ・苦情対応
	■ 顧客満足度の把握とデータ活用	<ul style="list-style-type: none"> ・CS度把握の方法 ・CS調査の実施と調査表の作成 ・CSデータ分析と活用 ・企業理念とビジョン
演習（例）	・課題を用いたCSデータ分析演習	<ul style="list-style-type: none"> ・効果的なCS調査表の作成演習 ・職場におけるCS向上のためのグループ討議
応用・実践要素（例）	・顧客満足度調査に特有のアンケートテクニック	<ul style="list-style-type: none"> ・CS度把握に係る最新動向 ・CSデータを有効活用した事例紹介

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。

推薦対象者

中堅層

関連コース

- C 営業・販売
・顧客分析手法
C マーケティング
・実務に基づくマーケティング入門
A バックオフィス
・IoT導入に係る情報セキュリティ
B 組織マネジメント
・個人情報保護と情報管理

※ 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できます。
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。

実務に基づくマーケティング入門

人材育成上の課題・目標

- ・商品・サービス開発がスムーズに進まない
- ・自社商品・サービスの市場価値が下がっている
- ・顧客ニーズを的確に掴めないため売り上げが落ちている
- ・マーケティングと経営戦略の関連性が乏しい
- ・顧客の変化にセールス方法が対応できていない
- ・社員が自部署の業務のみに専念し全社的な考えが乏しい

課題解決・目標達成を目指して

- ・マーケティングの意義や基礎知識を習得する
- ・市場調査・分析の見直し方を理解する
- ・商品・サービスの開発から販売までの流れの確認と戦略の立て方を理解する
- ・競合他社との差別化とブランドイメージを向上する方法を理解する
- ・顧客満足向上のための企画書作成方法を理解する

コースのねらい

実務に基づいたマーケティング活動を行うため、マーケティングの基礎知識、マーケティング業務の流れを理解し、企業内での自部署だけでなく、企業全体で顧客を満足させるマーケティング手法を習得する。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
■ 基本要素	■ マーケティングの基礎知識	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングの意義 ・マーケティング用語
	■ 市場調査・分析	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケットリサーチ ・市場分析 ・顧客満足（価値）の向上
	■ 商品・サービスの開発・販売	<ul style="list-style-type: none"> ・製品開発戦略 ・コンセプトメイキング ・プロモーション ・セールス
	■ 価値を高める商品戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランドマネジメント ・サービスマーケティング ・売上向上、競合他社
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客受けするプロモーションの企画演習 ・コンセプトメイキング作成演習 ・自社商品（サービス）に向けた戦略アプローチの提案演習
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・マーケットリサーチ（市場調査）関連法律について ・メディア戦略の紹介 ・ブランドマネジメントの成功例

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。

推薦対象者

初任層

関連コース

- C 営業・販売
 - ・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
 - ・顧客分析手法
 - ・顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析
C マーケティング
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
 - ・インターネットマーケティングの活用
C 企画・価格
 - ・製品・市場戦略
 - ・新サービス・商品開発の基本プロセス

※ 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できます。
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。

マーケティング戦略概論

人材育成上の課題・目標

- ・マーケティングの意義が周知されていない
- ・自社のCSRがマーケティングに反映されていない
- ・産業・商業構造の変化に対応できていない
- ・マーケティングマネジメントができない

課題解決・目標達成を目指して

- ・消費者問題及び企業の責任を理解する
- ・インターネット時代の消費者対策を理解する
- ・環境分析（外部／内部、SWOT）方法を理解する
- ・市場とターゲットの選定方法を理解する
- ・4P（製品、価格、流通、プロモーション）戦略の見直し方法を理解する
- ・自社のマーケティング戦略の現状分析と評価方法を理解する

コースのねらい

マーケティングの意義、CSR（企業の社会的責任）とマーケティングの結びつきについて理解し、マーケティング戦略の概要を習得する。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ 消費者主義のマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者問題とコンシューマリズム ・サービス化の進展 ・消費者対策
	■ CSR（企業の社会的責任）	<ul style="list-style-type: none"> ・流通と消費者への責任 ・エコロジカルマーケティングへの対応 ・情報化の進展と企業の責任
	■ マーケティング戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・企業のマーケティング戦略と対応 ・マーケティング戦略の意義 ・ブッシュ戦略とブル戦略 ・市場の細分化 ・マーケティングミックスの構成要素
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者問題の洗い出し ・CSRにかかるグループワーク ・マーケティング戦略における課題の検討
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・グリーン購入法について ・クラウドを活用したマーケティング戦略 ・マーチャンダイジングの概要について

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。

推薦対象者

中堅層

関連コース

- A バックオフィス
 - ・クラウド活用入門
 - ・クラウドを活用したシステム導入

B 組織マネジメント
 - ・eビジネスにおけるリーガルリスク

C マーケティング
 - ・マーケティング戦略概論
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
 - ・インターネットマーケティングの活用

※ 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できます。
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。

マーケット情報とマーケティング計画（調査編）

人材育成上の課題・目標

- ・マーケット情報が商品開発や営業、販路拡大に活用されていない
- ・市場調査、実地調査の計画が策定できない
- ・来街者調査のノウハウがない
- ・商勢圏の設定ができていない

課題解決・目標達成を目指して

- ・マーケット情報の収集と活用方法を理解する
- ・調査方法と計画・実施の方法を理解する
- ・市場調査の流れを理解する
- ・各種調査方法を理解する

コースのねらい

マーケティングコミュニケーション、市場・商圈調査、商勢圏を理解し、市場調査等の計画策定方法を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 情報とマーケティングコミュニケーション	<ul style="list-style-type: none"> ・情報の条件 ・情報の双方向性 ・マーケティングミックスと情報管理 ・マーケット情報の収集と活用 ・調査の方法と計画、実施、分析評価
	■ 市場調査と商圈調査	<ul style="list-style-type: none"> ・市場調査の調査手順 ・実地調査の方法 ・市場調査の展開
	■ 市場調査と地域情報	<ul style="list-style-type: none"> ・都市間商勢圏の認定とハフモデルを活用した商勢圏設定 ・来街者調査
応用・実践要素（例）	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・事例に基づく市場調査方法の選定演習 ・各調査方法におけるメリット・デメリットのグループディスカッション ・市場調査の計画策定演習
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・市場調査に関する法律について ・セカンダリデータの活用・情報収集について ・市場調査業界の動向と外部調査機関の活用について

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。

推薦対象者

初任層

関連コース

- C 営業・販売
- ・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
 - ・統計データ解析とコンセプトマイキング
 - ・顧客分析手法
- C マーケティング
- ・実務に基づくマーケティング入門
 - ・マーケティング戦略概論
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
 - ・インターネットマーケティングの活用
- C 企画・価格
- ・製品・市場戦略

※ 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できます。
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。

マーケット情報とマーケティング計画（販売編）

人材育成上の課題・目標

- ・市場調査の結果が営業や販売に活かせていない
- ・販売計画、販売目標の設定方法が明確でない
- ・マーチャンダイジングに反映できていない

課題解決・目標達成を目指して

- ・市場調査と地域情報を整理する
- ・販売計画策定のプロセスを明確にする
- ・販売計画、販売目標の設定方法を理解する

コースのねらい

市場調査等の結果に基づく、販売予測と販売政策の立案手法を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 市場調査と商圈調査	<ul style="list-style-type: none"> ・市場調査の概要 ・商圈調査の概要 ・市場調査と地域情報
	■ 販売予測と販売政策の立案	<ul style="list-style-type: none"> ・販売計画策定のプロセス ・販売計画・販売目標の設定
	■ 販売計画と販売予算	<ul style="list-style-type: none"> ・販売計画の意義と立案 ・販売計画の設定 ・販売計画の策定手法
演習（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・販売計画・販売目標の設定演習 ・販売計画と目標設定時における課題と解決策の検討 ・販売計画の立案演習
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングミックスについて ・RFIDを用いた識別・管理の仕組み ・マーチャンダイジングの実態

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。

推薦対象者

初任層

関連コース

- C 営業・販売
- ・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
 - ・統計データ解析とコンセプトメイキング
 - ・顧客分析手法
- C マーケティング
- ・実務に基づくマーケティング入門
 - ・マーケティング戦略概論
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
 - ・インターネットマーケティングの活用
- C 企画・価格
- ・製品・市場戦略

※ 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できます。
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。

インターネットマーケティングの活用

人材育成上の課題・目標

- ・従来型の営業活動に限界を感じはじめている
- ・自社の商品・サービスのターゲットが限定されているため販路の拡大を図りたい
- ・リピーターがなかなか増えない
- ・インターネットを活用した調査方法、メリット・デメリットを知りたい
- ・インターネット広告の概要と費用対効果について知りたい

課題解決・目標達成を目指して

- ・インターネットビジネスの流れを理解する
- ・インターネットとマーケティング活動の関連を整理する
- ・デメリットを念頭に入れたインターネット調査の方法を理解する
- ・リレーションシップの考え方を理解する
- ・ホームページやSNSの活用方法と広告のノウハウを知る

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。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ インターネットマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング活動としての位置づけ ・インターネットビジネスの流れ ・インターネットビジネスのポイント
	■ 顧客とのリレーションシップ	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客データベース ・ユーザ情報の収集、分析、活用 ・FSPデータとRFM分析 ・個人情報保護とセキュリティ
	■ インターネット調査と活用	<ul style="list-style-type: none"> ・効果測定方法の分類 ・アクセス分析 ・クッキーを使用したアプローチ ・インターネット広告
演習（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・リード・C.V（コンバージョン）・L.T.V（ライフタイムバリュー）分析演習 ・効果的なWebサイトに係るグループ討議 ・SNSを活用したデータ分析演習
応用・実践要素（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットビジネスに関する法律について ・ビッグデータの活用・情報収集について ・インターネット調査と活用の最新事例紹介 	

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。

推薦対象者

中堅層

関連コース

- | | |
|------------|-------------------------|
| A バックオフィス | ・クラウド活用入門 |
| B 組織マネジメント | ・eビジネスにおけるリーガルリスク |
| C 営業・販売 | ・顧客分析手法 |
| C マーケティング | ・実務に基づくマーケティング入門 |
| | ・マーケティング戦略概論 |
| | ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編） |
| | ・マーケット情報とマーケティング計画（販売編） |
| 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できます。
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。

製品・市場戦略

人材育成上の課題・目標

- ・市場調査に基づく製品計画と製品戦略を立案したい
- ・市場と製品の供給量が明確でない
- ・製品のライフサイクルの方針が一定でない
- ・競合他社との差別化が図れない

課題解決・目標達成を目指して

- ・製品計画と製品戦略とは何かを理解する
- ・製品ラインと製品ミックスを理解する
- ・製品開発戦略と新製品開発の進め方を理解する
- ・製品の改良と既存製品の新用途を開拓する方法を理解する
- ・製品ライフサイクルと製品差別化を検討する
- ・市場開拓戦略と撤退戦略を理解する

コースのねらい

製品計画、製品戦略及び市場戦略の概要について理解し、製品（サービス）の製品戦略の立案方法について習得する。

カリキュラム（例）

基本要素	基本項目	主な内容（例）
	■ 製品計画と製品戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・製品計画と製品戦略とは ・製品ラインと製品ミックス ・製品開発戦略と新製品開発の進め方 ・製品の改良と既存製品の新用途開拓 ・製品多角化 ・製品ライフサイクルと製品差別化戦略 ・計画的な陳腐化 ・ブランドの役割 ・製品市場戦略の概要
	■ 市場戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・市場競争戦略の4類型 ・企業ドメインと市場細分化戦略 ・エリアマーケティング ・競争優位戦略の概要 ・市場開拓戦略と撤退戦略
	演習（例）	<ul style="list-style-type: none"> ・市場開拓戦略のための企画書作成演習 ・顧客満足度向上を目指すエリアマーケティングのディスカッション ・市場細分化戦略を活用した自社のメリット抽出演習
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・成長マトリクスについて ・新たなビジネス展開においてのIT活用成功事例の紹介 ・製品市場戦略による事業の再生事例紹介

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。

推薦対象者

中堅層

関連コース

- C マーケティング
 - ・実務に基づくマーケティング入門
 - ・マーケティング戦略概論
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
 - ・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）

C 企画・価格
 - ・新サービス・商品開発の基本プロセス

※ 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できます。
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。

新サービス・商品開発の基本プロセス

人材育成上の課題・目標

- ・ヒット商品が開発できず下請け化している
- ・社員のアイディアを商品開発に活かせていない
- ・自社の持つ強み及び資産を商品開発に最大限活かせていない
- ・商品化しても市場に浸透しない

課題解決・目標達成を目指して

- ・新商品開発の考え方、基本プロセスを理解する
- ・他社の成功と失敗の要因を分析する
- ・自社資産を活用する
- ・製品企画方法と開発コストの関係を知る

コースのねらい

ヒット商品の考え方、アイディアの出し方及び自社資産の活用方法を理解し、企画書の作成を行い、サービス、商品づくりの基本プロセスを習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 新商品開発プロセス	<ul style="list-style-type: none"> ・事業戦略と商品開発 ・市場ニーズと商品コンセプト ・販売戦略と企画提案
	■ 売れる新商品に向けた企画手順	<ul style="list-style-type: none"> ・新商品企画の狙いとは ・顧客の対象層と要望分析 ・アイディアの整理と検討 ・既存商品の整理とビジネスチャンス
	■ 新商品企画とコストの検討	<ul style="list-style-type: none"> ・企画書作成のポイント ・開発コストと利益見込 ・スケジュールと製造方法 ・新商品の将来性
演習（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・既存商品の強みの分析演習 ・商品企画に係るブレーンストーミング演習 ・新商品開発の企画書作成演習
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・TRIZ（トゥリーズ）について ・データマイニング手法 ・ヒット商品のパターン事例の紹介

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。

推薦対象者

中堅層

関連コース

- B 組織マネジメント
 - ・ナレッジマネジメント
 - ・知的財産権トラブルへの対応（1）
 - ・知的財産権トラブルへの対応（2）
- C 営業・販売
 - ・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
- C マーケティング
 - ・実務に基づくマーケティング入門
- C 企画・価格
 - ・製品・市場戦略

※ 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できます。
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。

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 ・現場においての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。

推薦対象者

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できます。
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。

チャンスをつかむインターネットビジネス

人材育成上の課題・目標

- ・ホームページ、SNSを活用して効果的な広報をしたい
- ・インターネット通販に参入したいが、不安がある
- ・インターネットを活用することでコスト削減できると聞くが、メリットだけでなくデメリットも知りたい
- ・電子商取引について知りたい

課題解決・目標達成を目指して

- ・広報効果を高めるデータ活用や事例を知る
- ・インターネットビジネスの概要を知る
- ・ネットビジネスのメリット・デメリットを把握する
- ・eコマース導入効果の検証方法を理解する

コースのねらい

インターネットを活用した広告及びe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。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ インターネットビジネス概論	<ul style="list-style-type: none"> ・現状と今後の展開 ・顧客満足度向上 ・新店舗の創造
	■ インターネット広告	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネット広告とは ・特徴と利点 ・インターネット広告の基礎知識 ・広告効果を高めるデータ活用法
	■ 電子商取引（eコマース）	<ul style="list-style-type: none"> ・eコマースの概要 ・eコマースのメリット ・電子決済方法の種類 ・eコマースモデル
演習（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・広告効果測定事例に基づくケーススタディ ・ネットビジネスにおけるメリット・デメリットのグループ討議 ・eコマース導入効果の検証演習
応用・実践要素（例）		<ul style="list-style-type: none"> ・収益化モデルの種類について ・インターネット広告の最新動向 ・広告効果を高めた工夫の事例紹介

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。

推薦対象者

中堅層

関連コース

- A バックオフィス
 - ・クラウド活用入門
 - ・IoT活用によるビジネス展開
 - ・クラウドを活用したシステム導入
 - ・IoT導入に係る情報セキュリティ

B 組織マネジメント
 - ・IoTを活用したビジネスモデル
 - ・eビジネスにおけるリーガルリスク

C マーケティング
 - ・インターネットマーケティングの活用
 - ・プロモーション
 - ・プロモーションとチャネル戦略

※ 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できます。
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。