

カリキュラム

機構施設名： 静岡職業能力開発促進センター
 実施機関名： 株式会社プロフェッショナルディベロップメント

24-22-12-047-051

C. プロモーション	販売促進	047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。
---------	--

講義内容	基本項目	主な内容	訓練時間 (H)	日程	
				月 日	時刻
	1 ■ インターネットビジネス概論	(1) 現状と今後の展開【演習あり】 オプションからインフラへ(スマートフォンから誰でも簡単に登録して参入はできる)。無数の競合が存在する(ネット顧客数は21億に)。経営戦略(差別化等)は必須。インターネットビジネスと現状を把握する。去年のビジネスモデルも今年も通用しない。メリットとデメリット。今後のインターネットビジネスについて。【演習】チェックシートを活用してインターネットビジネスの現状を把握し、その課題についてチームで話し合い共有する。	0.5	令和6年 10月29日(火)	09:30~16:30 屋休憩 11:45~12:45
		(2) 顧客満足度向上【演習あり】 顧客満足度とは(定義する)。インターネットビジネスの弱みは顧客の顔を見て接客をしないため顧客の満足を得にくいこと。頭の満足度と心の満足度とは。顧客は満足(期待通りの品質)を提供してもリピーターにならない。顧客感動(満足を超える)領域を向上させる。好感(共感)→適量コミュニケーション→課題解決(ほしい情報の提供等)の提案→顧客満足度の向上。顧客購買の傾向変化[AIDMA→AISAS→ULSASS]。【演習】顧客満足度の向上を事例を基に話し合い、その課題についてチームで共有する。	0.5		
		(3) 新店舗の創造【演習あり】 インターネットショップとは。スマートフォンひとつでSNS上に店舗展開する。初期投資のかからない店舗創造とは。インターネットビジネスの稼げる仕組み(広告収入、ショッピング、コンテンツ作成、情報販売)とは。Amazon、楽天、メルカリ等のECモールを活用について。店舗とオンラインショップを両展開する(相乗効果)。オンラインにおける店舗とは。【演習】オンラインショップの運営とプロモーションについて話し合い課題を共有する。	0.5		
	2 ■ インターネット広告	(1) インターネット広告とは【演習あり】 インターネット広告の範囲と定義とは。広告宣伝機能と販売促進機能。検索連動型広告とは。ターゲティング機能の革新。予約から運用型への変遷とモバイル広告。広告フォーマットの多様化とは。マーケティングにおけるインターネット広告の機能と役割。インターネットマーケティングとは。メディアがらウイングとフロー。【演習】今利用しているインターネット広告について効果と課題について話し合い共有する。	0.5		
		(2) 特徴と利点【演習あり】 最大の特徴はコストとターゲティング性。効果測定の精度と即時性(多様な観点からの数値化可能)。インターネット広告市場は拡大傾向。個人でも参加可能な成果報酬型の広告。有用性とデメリットとは。インターネット広告のコスト。ターゲティング生徒は。顧客行動の進化と行動促進とは。【演習あり】インターネット広告の事例を用いて特徴とメリット(デメリット)について話し合う。	0.5		
		(3) インターネット広告の基礎知識 プロモーションのATL/BTL。広告宣伝と販売促進。インターネットメディアの分類(パブリッシャー、情報プラットフォーム、コミュニケーションプラットフォーム、オウンドメディア)。マーケティングにおけるインターネット広告。検索連動型広告、コンテンツ連動型広告、行動連動型広告。ターゲティング広告。SNSによるプロモーション。運用型広告。ディスプレイ広告。リッチメディア広告と動画広告。ネイティブ広告。レスポンス広告。ダイナミック広告。モバイル広告とモバイルシフト。	0.5		
		(4) 広告効果を高めるデータ活用法【演習あり】 顧客データを活用してマーケティング戦略を立案し広告効果を高める。市場分析(4C分析)課題の抽出(クロスSWOT)、価値測定(VHRR)、セグメンテーション・ターゲティング・ポジショニング(STP)、マーケティングミックス(4P・8P)、コミュニケーション戦略から最適な広告戦略を策定する。掲載メディアの選択。広告効果の測定。到達指標(インプレッション、リーチ、FQ、GRP、CPM)。行動変容と態度変容とは。【演習】広告効果測定から戦略を立案する。	1.0		
	3 ■ 電子商取引(eコマース)	(1) eコマースの概要【演習あり】 eコマースとは。eコマースの種類(B2B、B2C、C2C等)。eコマースの3つの形態について(モバイルコマース、エンタープライズコマース、ソーシャルコマース)。最も大きいeコマースマーケットはモバイルコマース(ネットショップをモバイルに最適化する)。eコマースの特徴について(顧客とのコミュニケーション、技術的課題、データセキュリティ、集荷・配送・出荷)。【演習あり】eコマースの課題や特徴についてチェックシートを基に話し合う。	0.5		
		(2) eコマースのメリット【演習あり】 店舗とスタッフなしでアクセス可能な24hrオープンして商品を販売できる。初期投資や継続費用は圧倒的に抑えられる。かなり自由に販売手法を選択できる。各種のデータ分析から正確かつ即時の効果測定を得られる。日程、時間、場所(TPO)に関係なく商売を可能にする。ショッピングモール、自社サイト、SNSのメリット。【演習】eコマースのメリットとデメリットについて話し合い課題を抽出する。	0.5		
(3) 電子決済方法の種類【演習あり】 電子決済とは。広く使われているクレジットカード、デビットカード、プリペイドカード決済。QRコード決済。交通系電子マネー。流通系電子マネー。キャリア決済。銀行ネット決済。支払方法は3種(プリペイド、リアルタイムペイ、ポストペイ)ある。電子決済を導入する利点、コスト、デメリットについて。電子決済の導入手法とは。【演習】電子決済についてチェックシートを基に話し合い課題を共有する。		0.5			
(4) eコマースモデル【演習あり】 eコマースにおける7つのモデル(ECサイト、リアルとEC連動サイト、モール連携、オンラインtoオフライン、オムニチャンネル、越境EC、EDI)。各eコマースモデルの特徴、利点、デメリットとは。継続して運営するために必要となる思考とは。【演習】会社のマーケティング戦略をインターネットビジネスを効果的に活用する観点から提案し発表する。		0.5			
			合計時間	6時間	

カリキュラム作成のポイント	<p>本研修は、企業のマーケティング戦略の肝となるインターネットビジネスのコンセプトについて理解し、最新のインターネット広告、ソーシャルメディア(SNS)を活用した顧客とのリレーションシップの構築手法、eコマース(電子商取引)の活用について理解を深め、顧客満足度向上や市場拡大のためにインターネットビジネスを活用するとともに、基本的なインターネットビジネスにおけるメリットとリスクを認識し、インターネットビジネスへの参入による売上創出機会を拡大する知識を習得することを目的としています。長期間かけて履修する基本的なインターネットビジネスに関する情報を広く取り扱うため、とくに業務にて活用する頻度の高い知識や事例についてフォーカスして研修いたします。経験から気づきをうながすワークや意見交換を多く取り入れ、受講生に有益となる情報交換や人間関係構築の場となるようにワークを研修の50%以上を占めるよう制作いたしました。</p>
---------------	---