

カリキュラム

機構施設名：	和歌山職業能力開発促進センター
実施機関名：	一般社団法人香川県中小企業診断士協会

D.情報発信	インターネット活用	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)
	1	インターネットビジネス概論	(1)デジタルマーケティングと顧客価値 ・デジタル時代の事業環境と、製品起点から顧客課題起点への変化 ・コスト、顧客体験、ネットワークから考えるデジタルの価値 ・既存ビジネスが解決できていない顧客課題と新たな事業機会 ・【個人→グループ】自社顧客の未解決課題を抽出して共有 (2)ペルソナ、Jobs to be done、USP ・対象顧客の状況、価値観、判断基準を具体化するペルソナ ・顧客が片付けたい用事・課題を捉えるJobs to be done ・顧客が自社を選ぶ理由を表すUSPと提供価値 ・【個人→グループ】誰のどの課題を、なぜ自社が解決するか整理 (3)カスタマージャーニーと媒体の連携 ・認知、情報収集、比較、購入、購入後の顧客行動 ・行動、接点、思考・感情、必要情報を整理するカスタマージャーニー ・PESOとホームページ、検索、SNS、広告、eコマースの役割 ・【個人→グループ】顧客接点と導線の切れ目を確認 (4)ホームページ・検索・SNSの活用とリスク ・顧客視点のコンテンツ設計とSEO・MEOの基礎 ・主要SNSの特徴、情報発信の目的と媒体の使い分け ・著作権、個人情報、炎上等のリスク	2.0 【1.0】
	2	インターネット広告	(1)インターネット広告の種類と媒体選択 ・検索広告、ディスプレイ広告、SNS広告、動画広告等の特徴 ・ペルソナと購買段階に合わせた『誰に、何を、どの媒体で』の設計 ・広告と自社メディア、SNS、ロコミをつなぐPESOモデルの考え方 ・【個人→グループ】ケース企業の媒体、訴求内容、誘導先を選択 (2)広告計画、KPIとPDCA ・目的、対象、訴求内容、誘導先、予算、確認指標の整理 ・表示、クリック、獲得、購入、継続利用をつなぐファネル分析 ・CTR、CVR、CPA、ROAS等の基本指標 (3)広告表示と信頼を守る運用 ・広告であること、広告主体、訴求の根拠を明確にする表示 ・優良誤認、有利誤認、ステルスマーケティング等の注意点 ・広告表現、画像、誘導先を一体で確認する社内ルール ・【個人→グループ】問題のある広告例を判定	1.5 【0.8】
	3	電子商取引 (eコマース)	(1)eコマースの概要と事業モデル ・eコマース市場、代表的な取引形態とビジネスモデル ・実店舗、自社eコマース、モール型eコマースの違い ・顧客体験、データ活用、コスト、必要な運営体制 ・【個人→グループ】自社に合う販売形態と提供価値を検討 (2)商品ページとコンテンツ設計 ・商品を顧客課題の解決策として捉えるJobs to be doneとUSP ・商品写真、説明文、価格、送料、納期、返品等の情報設計 ・認知、比較、購入の段階に応じたコンテンツと購入導線 (3)既存ビジネスモデルのアップデート演習 ・【導入5分】既存の業界・商品・サービスと顧客ニーズの変化を確認 ・【個人30分】未解決の顧客課題、ペルソナ、Jobs to be done、USPを整理 ・【グループ40分】戦略キャンバス、カスタマージャーニーを統合 ・【全体共有15分】更新したビジネスモデルと最初の一步を発表・講評	2.5 【1.5】

全体を通じて、時間配分は変動する場合があります。1時間に10分程度の休憩を実施します。☞

合計時間	6.0
(うち講義)	162分
(うち【ワーク】)	【198分】

【ワーク】時間には、検討いただく時間だけでなく、解説・全体共有する時間を含んでいます。☞

カリキュラム作成のポイント
本カリキュラムでは、大きく以下の3点を構成の軸として設計しております。
①受講後に「何ができるようになるか」を明確化 インターネット広告やeコマースを個別の知識として学ぶだけでなく、「自社のビジネスを、顧客からもっと選ばれる形へどのようにアップデートするか」という一貫した問いを軸に訓練を進めます。机上論ではなく、実務に直結する内容とします。
②全体像から具体策へ段階的な落とし込み インターネットビジネスの全体像を示したうえで、集客・販売・継続の各要素に分解し、実践イメージを持てる流れとします。ペルソナ、Jobs to be done、USP、カスタマージャーニー等を用いて、顧客のまだ満たされていない課題を発見し、ホームページ、検索、SNS、広告、eコマースを組み合わせた新たな顧客接点を検討します。
③インプットとアウトプットを交互に組み込むことで、受講者を飽きさせない充実した場を演出 講義の随所に個人ワークとグループワークを取り入れ、自分だけでは気づきにくい視点やアイデアを受講者同士で共有します。一方通行の講義ではなく、考える・書く・決める時間を設け、受講者自身の業務に置き換えて考える場を提供します。
上記①～③を踏まえたうえで、「ビジネスモデルのアップデート演習」に取り組みます。ここでは、既存の商品・サービスを題材に、顧客への提供価値、選ばれる理由、情報発信までの導線の一つの事業アイデアとしてまとめます。研修終了時には、知識を得るだけでなく、「自社なら何から始めるか」という具体的な最初の一步を持ち帰れる、実践的で参加意欲の高まるカリキュラムとしています。
中小企業診断士としてのコンサルティング経験と、現場での実績を融合させ、理論と実践のバランスが取れた「腹落ちする」指導をお約束します。受講者の皆様にとって、本研修が単なる学習の場ではなく、新たな気づきと共に行動につなげられる土台作りとして活かしていただけるよう、熱意を持って登壇いたします。また、担当講師は当協会公認の『認定講師★★』として講師経験も豊富です。自慢の指導力にどうぞご期待くださいませ。

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)
筆記用具(受講者各自) 配布テキスト・ケース教材・ワークシート(講師準備) ※受講者用PC・スマートフォン、インターネット接続は使用しません。	・PC(講師用) ・プロジェクタ ・スクリーン ・ホワイトボード ・OS: Windows10 アプリケーション: PowerPoint
●使用するテキスト	●その他
・オリジナルテキスト、ケース教材 ・ペルソナ、戦略キャンバス、カスタマージャーニー等のワークシート	・おおむね45分に1回程度、個人ワークとグループ共有を組み込みます。 ・「既存ビジネスモデルのアップデート演習」は、個人30分、グループ40分、全体共有15分等で実施します。
利用事業主に用意を求める機器等	備考
プロジェクター、スクリーン、ホワイトボード(マーカー含む) グループワークが可能な机配置	受講者用端末・Wi-Fiは不要です。 配布資料のみで演習を実施します。