

マーケティング実践講座(応用編)

◆開催目的◆

今日の企業活動において、マーケティング戦略は不可欠なものとなっております。真のマーケティングとは売り手・作り手の視点ではなく、顧客の先の顧客(エンドユーザー)の視点に立ち、真に求めているモノ(価値)は何であるかを理解し、新しい製品やサービスを創造することです。又、競合他社の商品がひしめく中、自社商品が顧客(エンドユーザー)にとって魅力的であり、必要不可欠な商品であると思ってもらえるようなプロモーションや取引先との巧みな連携(パートナーシップの構築)で迅速にビジネスを行うことが大切です。この実現のためにはどのような情報を集め、どのような分析を行えばよいのか。その“コツ”を掴んでいただけるように、今回の講座はケーススタディを取り入れ、より実践的で、実際の営業活動に活用できる内容となっております。

記

◆開催日◆ 全8回

- ①6/10(月) ②6/24(月) ③7/8(月) ④7/22(月) ⑤8/5(月)
⑥8/21(水) ⑦9/2(月) ⑧9/9(月)

◆時間◆

18:15~20:15 (120分間)

◆場所◆

東京都中央区日本橋本町1-6-5 ツカモトビル 6階

◆講義◆

- ①ビジネスの持続性とマーケティング
- ②競争の論理と価格戦略
- ③市場の欲望とその情報の所在
- ④自転車部品製造中小企業A社の新製品開発戦略を考える(ケーススタディ)
- ⑤産業財製造業者における技術の重要性
- ⑥情報の優位性と戦略提案の重要性
- ⑦老舗高級百貨店の支店戦略(ケーススタディ)
- ⑧真の売るべき価値と通信技術の発展による影響性

◆講師◆

大友 純 (明治大学 リバティアカデミー アカデミー長・商学部教授)