

データ分析スキルを用いた説得力の高い新事業、新商品企画の立て方

～新任担当者がおさえおくべき知識を

Caseを用いて体系的かつ平易に解説します～

《開催要領》 ※講師とご同業の方のご参加はお断りする場合がございます。※最少催行人数に満たない場合、開催中止とさせていただきます。

日時▶ 2018年 8月 23日(木) 10:00～17:00

会場▶ 企業研究会セミナールーム (東京: 麹町)

《ご参加いただきたい方》

新規事業部門、事業部企画部門、研究開発部門、経営企画部門などの関連部門において、新規事業、新商品企画に携わること担当者

株式会社フォーカスマーケティング

代表取締役 蛭川 速 氏

講師

講師紹介

大学卒業後、地方銀行、マーケティング会社を経て、2012年(株)フォーカスマーケティング設立。企業の事業戦略・マーケティング戦略の立案、商品企画や、販売促進計画の支援を行う。特にデータ分析による課題・仮説設定からのアプローチを得意とする。消費財からBtoBまで様々な業界で幅広く活躍。中小企業診断士。著書に「社内外に眠るデータをどう生かすか」宣伝会議「マーケティングに役立つ統計の読み方」日本能率協会マネジメントセンターがある。



《申込方法》 当会ホームページ (<https://www.bri.or.jp>) からお申し込み下さい。

企業研究会Q 検索

■受講料: 1名(税込・昼食代含) ※申込書をFAXでご送信いただく際は、ご使用のFAX機の使用法(0発信の有無など)をご確認の上、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

正会員	37,800円(本体価格 35,000円)	一般	41,040円(本体価格 38,000円)
-----	-----------------------	----	-----------------------

181765-010 (※) データ分析スキルを用いた、説得力の高い新事業、新商品企画の立て方

ふりがな 会社名			
住所			
TEL	FAX		
ふりがな ご氏名	所 属 職		
E-mail			

※申込書にご記入頂いた個人情報は、本研究会に関する確認・連絡および当会主催事業のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

■申込・参加要領 : 当会ホームページからお申込みください。FAX、または下記担当者宛E-mailからもお申込み頂けます。

後日(開催日1週間～10日前まで)に受講票・請求書をお送り致します。

※よくあるご質問(FAQ)は当会HPにてご確認いただけます。([TOP]→[公開セミナー]→[よくあるご質問])

※お申し込み後のキャンセルはお受け致しかねますので、ご都合が悪くなった場合、代理出席をお願いします。

■お申込・お問合わせ先: 企業研究会 公開セミナー事業グループ 担当/民秋・川守田 E-mail: tamiaki@bri.or.jp

TEL: 03-5215-3514 FAX: 03-5215-0951 〒102-0083 東京都千代田区麹町5-7-2 MFPR 麹町ビル2F

・プログラム・

1. 仮説思考によるマーケティングの考え方

- (1) 仮説思考はマーケターの必須ツール
- (2) Factをベースとした新事業・新商品企画のプロセス

2. オープンデータから新企画に活かす情報を収集する

- (1) 2次データはビジネスチャンスの宝庫
- (2) 市場環境分析のための情報の集め方

3. 新事業、新商品企画のためのデータ分析

- (1) 時系列データの推移から変化要因を抽出する
- (2) 比較分析は全ての分析の基本
- (3) 相関分析で影響を与える変数を探索する

【Case】統計データを読み込み、市場浸透戦略を検討する

4. 市場環境からビジネスチャンスを見つける

- (1) 市場規模の推移から変化をどう読むか?
- (2) 競合企業の戦略の読み取り方
- (3) 生活者データから何を発見するか?
- (4) Factから要因を考察する

【Case】フィットネスクラブの新事業展開

5. ポジショニングの設定法

- (1) ターゲット設定の具体的なプロセス
- (2) 競合優位性の高いポジショニングの設定
- (3) 潜在ニーズの探索の仕方

6. 新事業、新商品企画の立て方

- (1) コンセプトは新事業の指南書
- (2) 潜在ニーズを解決するアイデア発想の仕方
- (3) ベンチマーク商品の成功要因分析
- (4) 2次データによるコンセプトの検証とブラッシュアップ
- (5) ビジネスモデルの検討

7. 仮説検証のためのアンケート調査の仕方

- (1) 調査の設計と分析計画
- (2) 調査票の作成
- (3) 調査結果の読み取りとコンセプトのブラッシュアップ

【Case】新商品企画コンセプト受容性調査の結果を読む

8. 経営層への新事業企画の提案の仕方

- (1) キーマンのハートに刺さる! 新事業企画書の構成とプレゼン

※最少催行人数に満たない場合、開催中止となる場合がございます。

裏面もご覧下さい! 一枚のパンフレットで
2種類のセミナーをご案内しております。