

技術を核にした企業のための

技術マーケティング実践講座

～技術マーケティングという軸で自社の事業創出力を向上させる～

《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、開催中止とさせて頂く場合がございます。

日時▶ 2019年 8月26日(月) 13:00～17:00

会場▶ 企業研究会セミナールーム(東京:麹町)

《開催にあたって》

「ヒアリングすら十分にできていない」とは、自社技術マーケティングを嘆く、とあるメーカー幹部の話である。技術マーケティングを実践できるようにするためには、経営者の視点が絶対に欠かせないが、その視点は十分ではない。自社技術を核にして顧客課題をいち早く察知していくことは、技術マーケティングには絶対に欠かせない。本セミナーは、技術マーケティングという軸で自社の事業創出力を向上させたい経営幹部向けの内容です。

講師 高収益企業支援家・弁理士 中村大介氏(株式会社如水 代表取締役)

事業を模倣されて利益率が低迷した経験、社員の離反を招いた経験から継続的な組織成長の仕組みを模索。継続的な組織成長の仕組みは、社員の自発・自律・自治を促す学習と実践(会議)である事に気づき、「全員経営会議」として体系化。現在は全員経営会議の提供や、技術企業の高収益化のコンサルティングを通じて、社員の自己成長を促しつつ組織成長を実現する企業を支援している。クライアント企業では、売上が短期間に2倍になったケース、知財出願ベースが3倍になったケース、有望研究開発テーマが多数立案されたケースがある。専門は技術企業の高収益化。北海道大学卒業・東京大学大学院修了。日経テクノロジーのコラム「知財で築く真田丸」連載中。



《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・資料代含) ※申込書にFAXでご送信いただく際は、ご使用のFAX機の使用状況(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 34,560円(本体価格 32,000円) 一般 37,800円(本体価格 35,000円)

191429-1010 技術マーケティング実践講座

ふりがな 会社名			
住所			
TEL			FAX
ふりがな ご氏名	所 役	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にてご確認ください。([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: tamiki@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・

- 効果の上がる技術マーケティング
 - 2つの著名事例とその功罪/起こらないことは起こらない
 - よくある失敗事例 3Mをマネたはいいが、/伴わない成果
 - 技術マーケティングの意味するところ/技術プラットフォームとの関連
- 技術マーケティング成功要因
 - 技術戦略と切り離せるか/表裏一体であることを意識する
 - 意識を啓発することが欠かせない理由/知識より意識
 - どんな知識が必要か/技術的知識/競合知識/顧客知識
 - どんな意識が必要か/オーナー意識/意識する責任範囲・時間軸
- 技術マーケティングの業務
 - 技術マーケティング三種の神器/カタログ/RM/ヒアリングシート
 - 三種の神器は買うものではない
 - 簡単ではないからこそ/仕事がインスタントラーメンになっていないか
 - 表層模倣のリスク/強みが習慣と結びついているからこそ
 - 技術マーケの理想形/部署間連動/新規事業開発部所
- 技術マーケティングになるには
 - 欠かせない商売の視点/仕込んでいない技術は/要望対応になるな
 - 商売3つの視点/高粗利が認められる理由
 - 儲かるように設計する/事前準備/オーダーメイド/価格主導権
 - 本当に競合を見ているか/必要な競合調査力/正しい比較軸
 - 競合だけを見ている/本当の競合を選定する
- 技術マーケティングを育成する
 - 対象者をどう選ぶ/営業か研究企画か/文系でよいのか
 - 三種の神器を開発する/カタログ/ロードマップ/ヒアリングシート
 - 醸成すべき意識は/仕事のスタイル/帝王学
 - 気づきが学びを呼び、学びが進化を促進する
 - 絶対外せない視点/人材開発視点
- まとめ

※最少催行人数に満たない場合、開催中止となる場合があります。

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。