

豊富な事例とワークショップスタイルでポイントを習得！

## 発想力溢れるビジネスマンになるための 『実感！マーケティング発想一日講座』

多くの企業が社員の論理思考を高めるために「ロジカルシンキング」を習得させています。しかし成熟市場に於いて新たな商品やサービスを生み、それを計画通り販売するにはビジネス発想力の強化が欠かせません。そこで求められるスキルが「マーケティング発想力」です。

本講座では、マーケティングのフレームワークと発想法を、身近な事例を題材に分かりやすく習得すると共に、自社のマーケティング力を診断しながら、次の一手を発想することで実務に役立つ多くのヒントを得ることができます。

### 講師

#### 株式会社スマイルマーケティング なにわのマーケティングコーチ 高橋 健三

大学卒業後、マーケティングエージェンシーから、企画会社の共同経営者を経て、2003年3月に株式会社スマイルマーケティングを設立。2006年グロービス・オリジナルMBAプログラム(GDBA)修了。

“なにわのマーケティングコーチ”として、企業や団体に向けて常に満足度90%以上の研修や講演を実施。

#### ■主な研修実績

・日本経済新聞・富士ゼロックス総合教育研究所・新日鐵住金・トヨタカローラ新大阪・NTTドコモ・NTT西日本・クラレ・田辺三菱製薬・参天製薬・ポーラ・日本コカ・コーラ・コカ・コーラウエスト・ヒガシマル醤油・大丸松坂屋百貨店・阪急デザインシステムズ・大阪府・大阪市・大阪商工会議所他

■著書「コンサルタントが使っているフレームワーク思考法」(中経出版)



### 主なプログラム

#### 【1】世の中の事例からマーケティング基礎を学ぶ

1. なにわ製パンの生き残りアイデア  
すべてのアイデアは4Pに集約される
2. ユニクロのマーケティング戦略を分解  
成長する企業は4P上手である
3. 日経MJ新聞から4Pを発見  
記事から広げる妄想アイデア
4. ポジショニングマップで全体像を見る  
顧客視点で魅力度を理解しよう

#### 【2】自社のマーケティング戦略を立案する

1. 市場、競合、自社の3C分析  
3Cを使って自社の課題を特定せよ
2. セグメント～ターゲティング  
イノベーション理論とは？  
限られた経営資源は集中投資せよ
3. 4Pミックスを組み立てる  
顧客の創造と維持を4Pで実現せよ  
PRODUCTの発想フレーム  
事例：ブランドグッズで100万部を販売する出版社  
PRICEの発想フレーム  
事例：原価開示で急成長したネット生命保険会社  
PLACEの発想フレーム  
事例：高校野球部訪問で成長したスポーツウェア  
PROMOTIONの発想事例  
事例：テレビCMで急成長したアパレルメーカー

#### 【3】マーケティングを定義する

1. 米国マーケティング協会の定義  
定義は何度も変わっている
2. 自分流マーケティングの定義  
自分の言葉でマーケティングを明文化
3. ビジネス発想力を伸ばすアクション  
継続的にマーケティング力を強化せよ

### 本講座の五つの特徴

- 特徴1:豊富な『事例』で分かりやすく学べる
- 特徴2:参加型『ワークショップ』で楽しく学べる
- 特徴3:『日本語』の解説でしっかり理解できる
- 特徴4:『1日』でポイントをすべて習得できる
- 特徴5:『フレームワーク』で学ぶので応用できる



お問い合わせ 株式会社スマイルマーケティング 担当:高橋

〒541-0053 大阪市中央区本町2-3-8 三甲大阪本町ビル10F

TEL.06-4705-2255 FAX.06-4705-2288 Eメールinfo@smile-mk.com