

★現実の製品開発の中でのマーケティング思考の活かし方を習得することができる

技術者にマーケティング脳力を付加する講座

セミナーURLはこちら→<https://www.rdsc.co.jp/seminar/241151>

【LIVE配信】【アーカイブ配信】

- ◆日時:2024年11月08日(金) 10:30~16:30
- ◆アーカイブ配信:11月11日(月)~11月25日(月)何度でも受講可能
- ◆受講料:1名につき55,000円(税込、資料付)

⇒1名につき33,000円(税込、資料付き)

2名同時申し込みの場合、1名につき22,000円(税込)

講師からの紹介割引について

本パンフレットは講師用のパンフレットです。このパンフレットでセミナーをお申込みいただくと、講師からのご紹介により左記のとおり受講料が割引になります。なお他の割引との併用はできません。

【講師】

フューチャーシップ (株) 代表取締役 賀門 宏一氏

製品開発革新のプロパートナー

1981年(株)リコー入社。1998年から米国系半導体企業、IT企業、EMS企業などで開発部門の責任者を歴任。

2017年にフューチャーシップ(株)を設立し、リーン製品開発手法、最新マーケティング理論、TOC理論などを活用しながら、これまで20社以上の企業で開発革新活動や技術者育成の支援をしてきている。

エンジニアの思考脳力を向上させ、本質力を高めることを通して、製造業の組織能力をイノベーションを継続的に起こせるように再生させることを得意としている。

著書「製品開発組織の常識をぶち壊せ!!」(ファストブック)

【趣旨】マーケティングとは、企画部門など一つの部門が担当すべき限定された機能ではありません。企業が激しい競争に打ち勝ち、新たな顧客価値を生み出し、企業価値を最大化するための企業全体で取り組むべき一連の経営活動と言っても良い重要な活動です。

技術者にとって、技術を極めることも非常に重要ですが、製品開発の真の目的が顧客価値創造であるならば、技術者こそマーケティング脳力を高めるべきと考えます。

進化するマーケティング理論、マーケティング理論の進化の背景を学び、また最新のマーケティング手法なども正しく理解することで、マーケティング脳力向上によってイノベーションを起こすノウハウを学んでいただけます。

【プログラム】

1. なぜ技術者にマーケティング思考が必要か？

- 1) マーケティングとは？
- 2) 技術主導、プロダクトアウトの限界
- 3) 企画と開発の組織の壁
- 4) マーケティング理論の進化とその背景

2. 顧客観察と質問力で潜在ニーズに迫る

- 1) 製品購入動機のおしきみ
- 2) 演習1:顧客・インタビュー
ロールプレイで顧客の心の中にある潜在ニーズを聞き出す
- 3) ストーリー思考で顧客の課題を考える

3. 技術開発に使えるマーケティング手法

- 1) ジョブ理論(JTBD)によるイノベーション
- 2) 演習2:ジョブ理論を使った製品の改良
- 3) 潜在ニーズを発見するエスノグラフィーとデザイン思考

4. 戦略的なイノベーションの起こし方

- 1) イノベーションのプロセス
- 2) エコシステムから考えるイノベーション
- 3) アジャイルマーケティングのススメ
- 4) 組織問題の構造化とマーケティング改革
- 5) 演習3:自社マーケティング改革の提案

『マーケティング』 セミナー申込書 FAX:03-5857-4812 ※ご希望の参加形式にチェックを入れて下さい⇒LIVE/アーカイブ

会社・大学			
住所	〒		
電話番号		FAX	

お名前	所属・役職	E-Mail
①		
②		

会員登録(無料) ※案内方法を選択してください。複数選択可。

Eメール 郵送

● セミナーの受講申込みについて ●

必要事項をご明記の上、FAXでお申込み下さい。弊社で確認後、必ず受領のご連絡をいたします。受講用URLは後日お送りいたします。

セミナーお申込み後のキャンセルは基本的に受け付けておりませんので、ご都合により出席できなくなった場合は代理の方がご出席ください。

お申込み・振込に関する詳細はHPをご覧ください。
⇒ <https://www.rdsc.co.jp/pages/entry>

個人情報保護方針の詳細はHPをご覧ください。
⇒ <https://www.rdsc.co.jp/pages/privacy>