「C　売上げ増加」に関するコースのご案内

本カテゴリは、企業が収益力を向上するために必要となる「売上げ増加」の観点から、新規顧客を増やすために必要となるマーケティングや広報戦略、新商品の企画・開発やサービスの高付加価値化を実現するために必要となる知識や手法の習得を主な目的としています。

【ご要望別おすすめコース】

○　顧客のニーズを把握して満足度を向上させたい

- 顧客分析手法

（様々なデータから有効なデータを見つけ出す手法を習得します。（１２１頁））

- 顧客満足向上のための CS 調査とデータ分析

（顧客満足の本質から現状の課題を把握するためのデータ分析手法を習得します。（１２２頁））

○　消費者の動向を営業に活用したい

- 実務に基づくマーケティング入門

（マーケティングに必要な視点や分析手法などの基礎スキルを習得します。（123頁））

- インターネットマーケティングの活用

（インターネットや SNS を使ったマーケティング手法を習得します。（127頁））

○　新しいサービスや商品企画の考え方を習得したい

- 新サービス・商品開発の基本プロセス

（商品づくりの基本プロセスを習得します。（129頁））

○　インターネットを活用した効果的な広報を実施したい

- チャンスをつかむインターネットビジネス

（インターネットを活用した広告からｅコマースまでの現状を理解し、インターネットを活用したビジネスチャンスの拡大を検討できる知識を習得します。（１３１頁））

生産性向上支援訓練コース一覧

目的：C.売上げ増加

分野：営業・販売

C. 営業・販売 顧客拡大		提案型営業手法	049	推奨対象者 初任層	115 頁
C. 営業・販売 顧客拡大		ビジネス現場における交渉力	063	推奨対象者 初任層	116 頁
C. 営業・販売 顧客拡大		提案型営業実践	050	推奨対象者 中堅層	117 頁
C. 営業・販売 顧客拡大	DX	マーケティング志向の営業活動の分析と改善	027	推奨対象者 中堅層	118 頁
C. 営業・販売 顧客拡大	DX	統計データ解析とコンセプトメイキング	028	推奨対象者 中堅層	119 頁
C. 営業・販売 顧客拡大	DX	オンライン営業技術	123	推奨対象者 初任層、中堅層	120 頁
C. 営業・販売 顧客情報	DX	顧客分析手法	029	推奨対象者 中堅層	121 頁
C. 営業・販売 顧客情報	DX	顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析	045	推奨対象者 中堅層	122 頁

分野：マーケティング

C. マーケティング 概論		実務に基づくマーケティング入門	030	推奨対象者 初任層	123 頁
C. マーケティング 概論		マーケティング戦略概論	031	推奨対象者 中堅層	124 頁
C. マーケティング 顧客拡大		マーケット情報とマーケティング計画（調査編）	032	推奨対象者 初任層	125 頁
C. マーケティング 顧客拡大		マーケット情報とマーケティング計画（販売編）	033	推奨対象者 初任層	126 頁
C. マーケティング 顧客拡大	DX	インターネットマーケティングの活用	046	推奨対象者 中堅層	127 頁

分野：企画・価格

C. 企画・価格 サービス・商品開発		製品・市場戦略	034	推奨対象者 中堅層	128 頁
C. 企画・価格 サービス・商品開発		新サービス・商品開発の基本プロセス	035	推奨対象者 中堅層	129 頁

分野：プロモーション

C. プロモーション 販売促進	DX	プロモーションとチャネル戦略	036	推奨対象者 中堅層	130 頁
C. プロモーション 販売促進	DX	チャンスをつかむインターネットビジネス	047	推奨対象者 中堅層	131 頁

目的：C.売上げ増加

分野	ねらい ＼ 推奨対象者	初任層	中堅層	管理者層
営業・販売	■顧客拡大を学びたい	提案型営業手法 ビジネス現場における交渉力 提案型営業実践 DX マーケティング志向の営業活動の分析と改善 DX 統計データ解析とコンセプトメイキング DX オンライン営業技術		
	■顧客情報を学びたい	DX 顧客分析手法 DX 顧客満足向上のためのCS調査とデータ分析		
マーケティング	■概論を学びたい	実務に基づくマーケティング入門 マーケティング戦略概論		
	■顧客拡大を学びたい	マーケット情報とマーケティング計画（調査編） マーケット情報とマーケティング計画（販売編） DX インターネットマーケティングの活用		
企画・価格	■サービス・商品開発を学びたい	製品・市場戦略 新サービス・商品開発の基本プロセス		
プロモーション	■販売促進を学びたい	DX プロモーションとチャネル戦略 DX チャンスをつかむインターネットビジネス		

049

提案型営業手法

人材育成上の課題・目標

・自社商品・サービスの説明に終始する説明型営業やノルマ達成型、受注型営業から脱却したい
・顧客の的確な要望やニーズの変化に対応できていない
・顧客ニーズに対する自社商品・サービスのアピールができていない
・長く取引関係が築けるような提案力を持った営業担当を育成したい
・できる営業マンが持つノウハウの伝承が難しい

課題解決・目標達成を目指して

・提案型営業の基礎知識を理解する
・提案型営業の成功例、失敗例を知る
・商品、サービスの強みと弱みを分析する
・「聴く」と「訊く」スキルを強化する
・高業績営業マンの行動を分析する

コースのねらい

新規顧客、新商品・サービスの開拓ができる提案営業の手法を学び、実際の顧客を想定し営業側から能動的（自発型）な提案ができる営業手法を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 提案型営業とは	・営業を取り巻く環境の変化 ・売る力と価値を提案する力 ・提案型営業の基礎知識 ・提案型営業の要素 （仮説設定の考え方、提案に求められるスキル、課題の特定と対策）
基本要素	■ 顧客ニーズと自社商品・サービスの強み分析	・３Ｃ（Customer、Competitor、Company）分析 ・市場・顧客の変化を知るファイブフォース分析 ・自社の強み・弱み（ＳＷＯＴ分析など） ・成功するための要因（Key Success Factor）
基本要素	演習（例）	・ストーリー性のある提案書作成・シナリオ作成演習 ・面談ストーリーに基づくロールプレイング ・自社商品・サービスの強み発見と提案手法
応用・実践要素（例）		・「聴く」と「訊く」スキルの実践 ・ＩＴを活用した最新提案型営業の事例紹介 ・失敗ケースから原因究明と対応策の事例紹介

日程設定と受講料（例）

（１）１日（６時間）コース
３，３００円（税込）
（２）２日間（１２時間）コース
５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

初任層

関連コース

Ｃ　営業・販売
・提案型営業実践
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
・顧客分析手法
Ｃ　マーケティング
・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

063

ビジネス現場における交渉力

人材育成上の課題・目標

・いち早く顧客の要望を把握したい
・顧客の要望に的確に対応させたい
・交渉力を個人の資産とするのではなく、会社の資産にしたい

課題解決・目標達成を目指して

・交渉戦略演習により、素早く顧客の要望を引き出す方法を理解する
・WIN-WINを目指して、BATNAを想定した交渉術を理解する
・利益交換と創造的提案のためのシナリオ作成により、交渉に係るスキルを共有化する方法を理解する

コースのねらい

営業やサービスを提供する現場では、相手と接する時間の中で生産的なやりとりをしていくことが求められる。こうした対応力はもって生まれた性格によるものではなく、必要なビジネススキルの習得によって高まる対応能力であり、本コースでは現場の第一線で活躍が期待される社員がもつべき交渉スキルを習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ ビジネス ネゴシエーション	・交渉と折衝について ・交渉のタイプ（WIN-LOSE、WIN-WIN）
基本要素	■ BATNA (Best Alternative to Negotiated Agreement) を想定した交渉術	・ＢＡＴＮＡとは ・ＢＡＴＮＡを想定した交渉術
基本要素	■ 交渉戦略	・交渉計画の立て方 ・交渉戦略の構想化
基本要素	演習（例）	・交渉戦略演習 ・交渉のプロセスモデルの分析 ・利益交換と創造的提案のためのシナリオ作成
応用・実践要素（例）		・やってはいけない交渉（ボルウェア交渉・痛み分け交渉） ・交渉に関する事例紹介

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

日程設定と受講料（例）

（1）１日（６時間）コース
３，３００円（税込）
（2）２日間（１２時間）コース
５，５００円（税込）

※ 金額は、１名あたりの受講料です。
※ ６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

初任層

関連コース

C 営業・販売
・提案型営業手法
・提案型営業実践

050

提案型営業実践

人材育成上の課題・目標

・顧客のタイプに合わせた営業ができていない
・法人リピーターがなかなか増えない
・顧客の抱える課題・問題点への対応方法が確立されていない
・顧客の立場にたった企画立案や提案書を作成したい
・売上げ向上に寄与するプレゼンテーション法を習得したい

課題解決・目標達成を目指して

・様々な営業スタイルを理解する
・顧客の問題発見・解決の支援手法を理解する
・提案の企画・設計のポイントを理解する
・事例に基づく実践的な提案書作成のポイントを理解する
・最新の営業プレゼンテーション技法を知る

コースのねらい

自社もしくは自身の営業スタイルを認識し、顧客の不満や問題点、要望など、顧客の立場に合わせた提案書作成から顧客への提案実施・説明ができる能力を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 営業スタイル	・営業スタイルの種類とその特徴 ・営業データの分析 ・顧客のタイプ ・顧客タイプに合わせたクロージング方法
基本要素	■ 顧客の問題発見・解決の支援手法	・顧客満足度のポイントとレベル ・PMI法（PLUS、MINUS、INTEREST） ・フェルミ推定 ・オズボーンのチェックリストとSCAMPER法
基本要素	■ 実践的提案のポイント	・提案の企画・設計のポイント ・提案書作成のポイント ・提案実施・説明のポイント
基本要素	演習（例）	・提案型営業ストーリーの作成、ロールプレイング ・コンペ形式による提案実施・説明演習 ・課題克服のためのアクションプラン作成
応用・実践要素（例）		・顧客の課題の分類と対応策（ロジックツリー） ・最新の営業プレゼンテーション技法紹介 ・顧客にわかりやすい提案書の各種ノウハウの事例紹介

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

日程設定と受講料（例）

（1）１日（６時間）コース
３，３００円（税込）
（2）２日間（１２時間）コース
５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

C　営業・販売
・提案型営業手法
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
・顧客分析手法
C　マーケティング
・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
C　企画・価格
・新サービス・商品開発の基本プロセス

027

マーケティング志向の営業活動の分析と改善

人材育成上の課題・目標

・お客様の声を新商品・サービスに反映できていない
・商品・サービスのラインナップが要望に応じきれていない
・自社の商品・サービスのセールスポイントを最大限活かせていない
・営業と生産部門間の意思疎通が図れていない
・営業活動の方法が個々でマチマチである
・営業のノウハウが共有化できていない
・ＩＴを有効活用できていない

課題解決・目標達成を目指して

・マーケティングの本質を再確認する
・営業活動とマーケティングの関係を理解する
・顧客が求める新商品・サービスの提案方法を理解する
・営業活動の現状把握と分析方法を理解する
・営業活動の改善策を検討する
・自社における営業活動を標準化する
・ＩＴの営業への導入・活用事例を知る

コースのねらい

マーケティングの本質とマーケティング志向の営業活動を理解し、自社の商品又はサービスの価値を提供するに当たってのマーケティング志向の営業活動について、分析し、改善策の検討方法などを習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ マーケティングの本質	・マーケティングの基礎 ・マーケティングの考え方 ・顧客とニーズ ・マーケティングの本質
基本要素	■ マーケティング志向の営業活動	・顧客が求める商品とサービスの提案 ・ニーズと自社商品をつなぐ営業の役割 ・営業プロセスの標準化 ・ＩＴを活用した購買行動の分析 ・顧客の信頼獲得と広報の活用
基本要素	■ 営業活動の分析と改善	・営業活動の現状把握と分析 ・顧客が求める価値の分析 ・営業活動の改善策の検討
基本要素	演習（例）	・ニーズを踏まえた営業活動のプラン策定演習 ・顧客における購買思考に係るディスカッション ・営業活動を分析し、改善策の検討
応用・実践要素（例）		・マーケティングミックスについて ・RFIDを用いた識別・管理の仕組み ・マーチャンダイジングの実態

日程設定と受講料（例）

（１）１日（６時間）コース
３，３００円（税込）
（２）２日間（１２時間）コース
５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

Ｃ　営業・販売
・統計データ解析とコンセプトメイキング
・顧客分析手法
Ｃ　マーケティング
・実務に基づくマーケティング入門
・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
Ｃ　企画・価格
・新サービス・商品開発の基本プロセス

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

028

統計データ解析とコンセプトメイキング

人材育成上の課題・目標

・アンケート結果や各種統計データなどを商品開発や営業に活かせていない
・根拠に基づいた計画的な営業活動ができていない
・顧客や社員のアイディアを営業に活かせていない
・営業方針が全社的に統一されていない

課題解決・目標達成を目指して

・データ解析・分析手法を理解する
・コンセプトメイキングを理解する
・データ分析に基づく営業手法を理解する
・営業企画書の作成方法を理解する

コースのねらい

統計的データの解析法と活用方法、コンセプトメイキングの方法を理解し、各種エビデンスに基づく、営業企画書作成方法を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 統計的データ解析法と活用	・１次元データ分析 ・２次元データ分析 ・多変量解析
基本要素	■ コンセプトメイキング	・情報収集・分析 ・コンセプトメイキング
基本要素	■ 営業企画書作成	・企画書の作成手順 ・ターゲットの設定 ・各種表現技法 ・企画書の作成法
基本要素	演習（例）	・統計的データ解析演習 ・情報分析とコンセプトメイキングの問題点の検証 ・自社のコンセプトに基づく企画書作成演習
応用・実践要素（例）		・営業としての財務分析について ・ビッグデータの活用によるコンセプトメイキング ・データマイニング手法

日程設定と受講料（例）

（１）１日（６時間）コース
３，３００円（税込）
（２）２日間（１２時間）コース
５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

B　組織マネジメント
・ナレッジマネジメント
C　営業・販売
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
・顧客分析手法
C　マーケティング
・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
C　企画・価格
・新サービス・商品開発の基本プロセス

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

123

オンライン営業技術

人材育成上の課題・目標

・対面営業との違いを知りたい
・新たな新規顧客の開拓方法を知りたい
・オンライン営業時の顧客からの情報（ニーズ）の収集方法を知りたい
・テレワークにおけるチーム連携を強化したい

課題解決・目標達成を目指して

・様々なオンライン営業の方法を理解する
・対面営業とオンライン営業の違いを理解する
・テレワーク時における社内の情報共有の方法を理解する

コースのねらい

テレワーク時に必要な営業コミュニケーション方法を理解し、テレワークに適応した営業技術を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ オンライン営業概論	・オンライン営業に関するよくある誤解 ・テレアポとの相違点 ・アウトサイドセールスからインサイドセールスへ
基本要素	■ 顧客開拓	・社内の顧客情報の整理 ・商品紹介手法の多様化 ・顧客のスクリーニング（審査、選別）
基本要素	■ 顧客とのリレーション	・顧客と営業担当との関係性の変化 ・オンライン営業による顧客対応方法
基本要素	■ 社内の情報共有	・進捗管理の方法 ・各種営業ツール(SFA、CRM) SFA：営業支援システム CRM：顧客関係管理
基本要素	演習（例）	・オンライン営業の営業戦略作成演習 ・オンライン営業実演 ・インサイドセールス実践（メルマガ作成）
応用・実践要素（例）		・商品紹介動画の活用 ・中小企業におけるCRMの導入事例 ・オンライン営業特化型企業の実際と課題

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

日程設定と受講料（例）

（1）１日（６時間）コース
３，３００円（税込）
（2）２日間（１２時間）コース
５，５００円（税込）

※ 金額は、１名あたりの受講料です。
※ ６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

初任層、中堅層

関連コース

A　バックオフィス
・テレワークを活用した業務効率化
C　営業・販売
・提案型営業手法
・提案型営業実践
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
・顧客分析手法
C　マーケティング
・インターネットマーケティングの活用
D　情報発信
・オンラインプレゼンテーション技術

使用機器等

パソコン、Ｗｅｂ会議用ソフト

029

顧客分析手法

人材育成上の課題・目標

・購買パターンが掴みきれていない
・売上げに繋がる効果的な販促ができていない
・過剰在庫が常態化している
・ＩＴを活用した顧客データの分析ができない

課題解決・目標達成を目指して

・データマイニング手法を理解する
・顧客分析手法を理解する
・ＩＴを活用したデータ解析手法を理解する
・ＩＴを活用した購買予測方法を理解する

コースのねらい

データマイニング手法の活用方法を理解し、ＩＴを活用した営業、マーケティングのための予測方法を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ データマイニングの適用効果	・売上高向上（販促効果分析、売上予測、併せ買いパターン） ・コストダウン（適正在庫、ロスの削減） ・顧客満足向上（アンケート分析、顧客囲い込み）
基本要素	■ 顧客分析（セグメント、購買パターン、バスケット、販促効果）	・顧客セグメンテーション ・顧客購買パターン分析 ・ショッピングバスケット分析 ・販売促進効果測定 ・棚割、レイアウト変更
基本要素	■ 分析手法（クロス集計、相関・回帰分析、要因分析）	・クロス集計分析 ・相関、回帰分析 ・予測、要因分析
基本要素	演習（例）	・購買パターン分析演習 ・データマイニング手法導入における問題点検証 ・自社のデータマイニング適応範囲の企画
応用・実践要素（例）		・テキストマイニングについて ・ビッグデータを有効活用した事例紹介 ・データマイニングを活用した市場動向調査

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

日程設定と受講料（例）

（１）１日（６時間）コース
３，３００円（税込）
（２）２日間（１２時間）コース
５，５００円（税込）

※ 金額は、１名あたりの受講料です。
※ ６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

B 組織マネジメント
・個人情報保護と情報管理
C 営業・販売
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
・統計データ解析とコンセプトメイキング
・顧客満足向上のためのＣＳ調査とデータ分析
C マーケティング
・実務に基づくマーケティング入門
・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）

045

顧客満足向上のためのＣＳ調査とデータ分析

人材育成上の課題・目標

・顧客満足の本質が掴めていない
・顧客とのコミュニケーション不足
・ＣＳ向上が全社的に取り組めていない
・ＣＳに関する調査の方法がわからない
・顧客満足度調査の結果が分析できていない

課題解決・目標達成を目指して

・ＣＳの本質、目的を理解する
・ＣＳ向上のための社内体制の構築方法を理解する
・ＣＳ調査の実施手順を理解する
・ＣＳ調査結果の読み方、活用方法を理解する

コースのねらい

顧客満足の本質を理解することで、顧客満足度の把握とデータ分析とその活用方法についての知識と技能を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 顧客満足の本質	・ＣＳ（Customer Satisfaction）経営の背景と必要性 ・顧客満足の意義 ・顧客の定義
基本要素	■ 顧客満足のための社内体制	・ＣＳ経営の進め方 ・ＣＳと企業文化 ・権限委譲 ・苦情対応
基本要素	■ 顧客満足度の把握とデータ活用	・ＣＳ度把握の方法 ・ＣＳ調査の実施と調査表の作成 ・ＣＳデータ分析と活用 ・企業理念とビジョン
基本要素	演習（例）	・課題を用いたＣＳデータ分析演習 ・効果的なＣＳ調査表の作成演習 ・職場におけるＣＳ向上のためのグループ討議
応用・実践要素（例）		・顧客満足度調査に特有のアンケートテクニック ・ＣＳ度把握に係る最新動向 ・ＣＳデータを有効活用した事例紹介

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

日程設定と受講料（例）

（１）１日（６時間）コース
　　３，３００円（税込）
（２）２日間（１２時間）コース
　　５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

Ｃ　営業・販売
・顧客分析手法
Ｃ　マーケティング
・実務に基づくマーケティング入門
Ａ　バックオフィス
・ＩｏＴ導入に係る情報セキュリティ
Ｂ　組織マネジメント
・個人情報保護と情報管理

030

実務に基づくマーケティング入門

人材育成上の課題・目標

・商品・サービス開発がスムーズに進まない
・自社商品・サービスの市場価値が下がっている
・顧客ニーズを的確に掴めないため売り上げが落ちている
・マーケティングと経営戦略の関連性が乏しい
・顧客の変化にセールス方法が対応できていない
・社員が自部署の業務のみに専念し全社的な考えが乏しい

課題解決・目標達成を目指して

・マーケティングの意義や基礎知識を習得する
・市場調査・分析の見直し方を理解する
・商品・サービスの開発から販売までの流れの確認と戦略の立て方を理解する
・競合他社との差別化とブランドイメージを向上する方法を理解する
・顧客満足向上のための企画書作成方法を理解する

コースのねらい

実務に基づいたマーケティング活動を行うため、マーケティングの基礎知識、マーケティング業務の流れを理解し、企業内での自部署だけでなく、企業全体で顧客を満足させるマーケティング手法を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ マーケティングの基礎知識	・マーケティングの意義 ・マーケティング用語
基本要素	■ 市場調査・分析	・マーケットリサーチ ・市場分析 ・顧客満足（価値）の向上
基本要素	■ 商品・サービスの開発・販売	・製品開発戦略 ・コンセプトメイキング ・プロモーション ・セールス
基本要素	■ 価値を高める商品戦略	・ブランドマネジメント ・サービスマーケティング ・売上向上、競合他社
基本要素	演習（例）	・顧客受けするプロモーションの企画演習 ・コンセプトメイキング作成演習 ・自社商品（サービス）に向けた戦略アプローチの提案演習
応用・実践要素（例）		・マーケットリサーチ（市場調査）関連法律について ・メディア戦略の紹介 ・ブランドマネジメントの成功例

日程設定と受講料（例）

（1）１日（６時間）コース
　　３，３００円（税込）
（2）２日間（１２時間）コース
　　５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

初任層

関連コース

C　営業・販売
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
・顧客分析手法
・顧客満足向上のためのＣＳ調査とデータ分析
C　マーケティング
・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
・インターネットマーケティングの活用
C　企画・価格
・製品・市場戦略
・新サービス・商品開発の基本プロセス

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

031

マーケティング戦略概論

人材育成上の課題・目標

・マーケティングの意義が周知されていない
・自社のＣＳＲがマーケティングに反映されていない
・産業・商業構造の変化に対応できていない
・マーケティングマネジメントができていない

課題解決・目標達成を目指して

・消費者問題及び企業の責任を理解する
・インターネット時代の消費者対策を理解する
・環境分析（外部／内部、ＳＷＯＴ）方法を理解する
・市場とターゲットの選定方法を理解する
・４Ｐ（製品、価格、流通、プロモーション）戦略の見直し方法を理解する
・自社のマーケティング戦略の現状分析と評価方法を理解する

コースのねらい

マーケティングの意義、ＣＳＲ（企業の社会的責任）とマーケティングの結びつきについて理解し、マーケティング戦略の概要を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 消費者主義のマーケティング	・消費者問題とコンシューマリズム ・サービス化の進展 ・消費者対策
基本要素	■ ＣＳＲ（企業の社会的責任）	・流通と消費者への責任 ・エコロジカルマーケティングへの対応 ・情報化の進展と企業の責任
基本要素	■ マーケティング戦略	・企業のマーケティング戦略と対応 ・マーケティング戦略の意義 ・プッシュ戦略とプル戦略 ・市場の細分化 ・マーケティングミックスの構成要素
基本要素	演習（例）	・消費者問題の洗い出し ・ＣＳＲにかかるグループワーク ・マーケティング戦略における課題の検討
応用・実践要素（例）		・グリーン購入法について ・クラウドを活用したマーケティング戦略 ・マーチャンダイジングの概要について

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

日程設定と受講料（例）

（１）１日（６時間）コース
３，３００円（税込）
（２）２日間（１２時間）コース
５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

Ａ　バックオフィス
・クラウド活用入門
・クラウドを活用したシステム導入
Ｂ　組織マネジメント
・ｅビジネスにおけるリーガルリスク
Ｃ　マーケティング
・マーケティング戦略概論
・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
・インターネットマーケティングの活用

032

マーケット情報とマーケティング計画（調査編）

人材育成上の課題・目標

・マーケット情報が商品開発や営業、販路拡大に活用されていない
・市場調査、実地調査の計画が策定できない
・来街者調査のノウハウがない
・商勢圏の設定ができていない

課題解決・目標達成を目指して

・マーケット情報の収集と活用方法を理解する
・調査方法と計画・実施の方法を理解する
・市場調査の流れを理解する
・各種調査方法を理解する

コースのねらい

マーケティングコミュニケーション、市場・商圏調査、商勢圏を理解し、市場調査等の計画策定方法を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 情報とマーケティングコミュニケーション	・情報の条件　・情報の双方向性 ・マーケティングミックスと情報管理 ・マーケット情報の収集と活用 ・調査の方法と計画、実施、分析評価
基本要素	■ 市場調査と商圏調査	・市場調査の調査手順 ・実地調査の方法 ・市場調査の展開
基本要素	■ 市場調査と地域情報	・都市間商勢圏の認定とハフモデルを活用した商勢圏設定 ・来街者調査
基本要素	演習（例）	・事例に基づく市場調査方法の選定演習 ・各調査方法におけるメリット・デメリットのグループディスカッション ・市場調査の計画策定演習
応用・実践要素（例）		・市場調査に関連する法律について ・セカンダリデータの活用・情報収集について ・市場調査業界の動向と外部調査機関の活用について

日程設定と受講料（例）

（1）１日（６時間）コース
　　３，３００円（税込）
（2）２日間（１２時間）コース
　　５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

初任層

関連コース

C　営業・販売
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
・統計データ解析とコンセプトメイキング
・顧客分析手法
C　マーケティング
・実務に基づくマーケティング入門
・マーケティング戦略概論
・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
・インターネットマーケティングの活用
C　企画・価格
・製品・市場戦略

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

033

マーケット情報とマーケティング計画（販売編）

人材育成上の課題・目標

・市場調査の結果が営業や販売に活かせていない
・販売計画、販売目標の設定方法が明確でない
・マーチャンダイジングに反映できていない

課題解決・目標達成を目指して

・市場調査と地域情報を整理する
・販売計画策定のプロセスを明確にする
・販売計画、販売目標の設定方法を理解する

コースのねらい

市場調査等の結果に基づく、販売予測と販売政策の立案手法を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 市場調査と商圏調査	・市場調査の概要 ・商圏調査の概要 ・市場調査と地域情報
基本要素	■ 販売予測と販売政策の立案	・販売計画策定のプロセス ・販売計画・販売目標の設定
基本要素	■ 販売計画と販売予算	・販売計画の意義と立案 ・販売計画の設定 ・販売計画の策定手法
基本要素	演習（例）	・販売計画・販売目標の設定演習 ・販売計画と目標設定時における課題と解決策の検討 ・販売計画の立案演習
応用・実践要素（例）		・マーケティングミックスについて ・ＲＦＩＤを用いた識別・管理の仕組み ・マーチャンダイジングの実態

日程設定と受講料（例）

（１）１日（６時間）コース
　　３，３００円（税込）
（２）２日間（１２時間）コース
　　５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

初任層

関連コース

Ｃ　営業・販売
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
・統計データ解析とコンセプトメイキング
・顧客分析手法
Ｃ　マーケティング
・実務に基づくマーケティング入門
・マーケティング戦略概論
・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
・インターネットマーケティングの活用
Ｃ　企画・価格
・製品・市場戦略

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

046

インターネットマーケティングの活用

人材育成上の課題・目標

・従来型の営業活動に限界を感じはじめている
・自社の商品・サービスのターゲットが限定されているため販路の拡大を図りたい
・リピーターがなかなか増えない
・インターネットを活用した調査方法、メリット・デメリットを知りたい
・インターネット広告の概要と費用対効果について知りたい

課題解決・目標達成を目指して

・インターネットビジネスの流れを理解する
・インターネットとマーケティング活動の関連を整理する
・デメリットを念頭に入れたインターネット調査の方法を理解する
・リレーションシップの考え方を理解する
・ホームページやＳＮＳの活用方法と広告のノウハウを知る

コースのねらい

インターネットマーケティングの概要を理解し、インターネット、ソーシャルメディア等を効果的に活用することで、顧客獲得のための施策を検討できる知識を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ インターネットマーケティング	・マーケティング活動としての位置づけ ・インターネットビジネスの流れ ・インターネットビジネスのポイント
基本要素	■ 顧客とのリレーションシップ	・顧客データベース ・ユーザ情報の収集、分析、活用 ・FSPデータとRFM分析 ・個人情報保護とセキュリティ
基本要素	■ インターネット調査と活用	・効果測定方法の分類 ・アクセス分析 ・クッキーを使用したアプローチ ・インターネット広告
基本要素	演習（例）	・リード・ＣＶ(コンバージョン)・ＬＴＶ（ライフタイムバリュー）分析演習 ・効果的なＷｅｂサイトに係るグループ討議 ・ＳＮＳを活用したデータ分析演習
応用・実践要素（例）		・ネットビジネスに関連する法律について ・ビッグデータの活用・情報収集について ・インターネット調査と活用の最新事例紹介

日程設定と受講料（例）

（１）１日（６時間）コース
　　３，３００円（税込）
（２）２日間（１２時間）コース
　　５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

A　バックオフィス　・クラウド活用入門
B　組織マネジメント　・ｅビジネスにおけるリーガルリスク
C　営業・販売　・顧客分析手法
C　マーケティング
・実務に基づくマーケティング入門
・マーケティング戦略概論
・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
C　プロモーション
・チャンスをつかむインターネットビジネス

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

034

製品・市場戦略

人材育成上の課題・目標

・市場調査に基づく製品計画と製品戦略を立案したい
・市場と製品の供給量が明確でない
・製品のライフサイクルの方針が一定でない
・競合他社との差別化が図れない

課題解決・目標達成を目指して

・製品計画と製品戦略とは何かを理解する
・製品ラインと製品ミックスを理解する
・製品開発戦略と新製品開発の進め方を理解する
・製品の改良と既存製品の新用途を開拓する方法を理解する
・製品ライフサイクルと製品差別化を検討する
・市場開拓戦略と撤退戦略を理解する

コースのねらい

製品計画、製品戦略及び市場戦略の概要について理解し、製品（サービス）の製品戦略の立案方法について習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■　製品計画と製品戦略	・製品計画と製品戦略とは ・製品ラインと製品ミックス ・製品開発戦略と新製品開発の進め方 ・製品の改良と既存製品の新用途開拓 ・製品多角化 ・製品ライフサイクルと製品差別化戦略 ・計画的な陳腐化　・ブランドの役割 ・製品市場戦略の概要
基本要素	■　市場戦略	・市場競争戦略の４類型 ・企業ドメインと市場細分化戦略 ・エリアマーケティング ・競争優位戦略の概要 ・市場開拓戦略と撤退戦略
基本要素	演習（例）	・市場開拓戦略のための企画書作成演習 ・顧客満足度向上を目指すエリアマーケティングのディスカッション ・市場細分化戦略を活用した自社のメリット抽出演習
応用・実践要素（例）		・成長マトリクスについて ・新たなビジネス展開においてのＩＴ活用成功事例の紹介 ・製品市場戦略による事業の再生事例紹介

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

日程設定と受講料（例）

（１）１日（６時間）コース
　　３，３００円（税込）
（２）２日間（１２時間）コース
　　５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

C　マーケティング
・実務に基づくマーケティング入門
・マーケティング戦略概論
・マーケット情報とマーケティング計画（調査編）
・マーケット情報とマーケティング計画（販売編）
C　企画・価格
・新サービス・商品開発の基本プロセス

035

新サービス・商品開発の基本プロセス

人材育成上の課題・目標

・ヒット商品が開発できず下請け化している
・社員のアイディアを商品開発に活かせていない
・自社の持つ強み及び資産を商品開発に最大限活かせていない
・商品化しても市場に浸透しない

課題解決・目標達成を目指して

・新商品開発の考え方、基本プロセスを理解する
・他社の成功と失敗の要因を分析する
・自社資産を棚卸しする
・製品企画方法と開発コストの関係を知る

コースのねらい

ヒット商品の考え方、アイディアの出し方及び自社資産の活用方法を理解し、企画書の作成を行い、サービス、商品づくりの基本プロセスを習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ 新商品開発プロセス	・事業戦略と商品開発 ・市場ニーズと商品コンセプト ・販売戦略と企画提案
基本要素	■ 売れる新商品に向けた企画手順	・新商品企画の狙いとは ・顧客の対象層と要望分析 ・アイディアの整理と検討 ・既存商品の整理とビジネスチャンス
基本要素	■ 新商品企画とコストの検討	・企画書作成のポイント ・開発コストと利益見込 ・スケジュールと製造方法 ・新商品の将来性
基本要素	演習（例）	・既存商品の強みの分析演習 ・商品企画に係るブレーンストーミング演習 ・新商品開発の企画書作成演習
応用・実践要素（例）		・TRIZ（トゥリーズ）について ・データマイニング手法 ・ヒット商品のパターン事例の紹介

日程設定と受講料（例）

（1）１日（６時間）コース
　　３，３００円（税込）
（2）２日間（１２時間）コース
　　５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

B　組織マネジメント
・ナレッジマネジメント
・知的財産権トラブルへの対応（1）
・知的財産権トラブルへの対応（2）
C　営業・販売
・マーケティング志向の営業活動の分析と改善
C　マーケティング
・実務に基づくマーケティング入門
C　企画・価格
・製品・市場戦略

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

036

プロモーションとチャネル戦略

人材育成上の課題・目標

・自社製品に対する顧客の意見などの情報収集ができていない
・流通部門を巻き込んだ販売促進活動ができていない
・イメージ戦略をもっと活用したい
・価格や取引条件などの交渉がうまくいっていない

課題解決・目標達成を目指して

・マーケティングチャネルの考え方を理解する
・販売チャネル戦略を策定する
・イメージ戦略の手法と事例を知る
・生産システムの課題とＳＣＭ構築のポイントを理解する

コースのねらい

チャネルの機能とチャネル戦略のポイント、コミュニケーションのモデルとコミュニケーション戦略のポイント、従来型生産システムの課題とサプライチェーンマネジメント構築上の留意点について理解し、販売チャネル、プロモーション戦略の策定方法について習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ チャネル戦略	・マーケティングチャネルの機能 ・チャネル戦略
基本要素	■ プロモーション戦略	・コミュニケーションプロセス ・コミュニケーション戦略
基本要素	■ ＳＣＭ（Supply Chain Management）	・経営環境の変化とサプライチェーンマネジメント ・ロジスティクス戦略
基本要素	演習（例）	・販売チャネル戦略の特徴の確認 ・チャネル戦略策定時の課題の検討 ・自社の生産システムの課題の解消に向けた策定演習
応用・実践要素（例）		・インバウンドとアウトバウンドとサプライチェーンについて ・ソリューションパッケージ活用の最新動向 ・現場においての導入効果のポイントと事例紹介

※ 基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。

日程設定と受講料（例）

（１）１日（６時間）コース
３，３００円（税込）
（２）２日間（１２時間）コース
５，５００円（税込）

※ 金額は、１名あたりの受講料です。
※ ６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

Ａ 流通・物流
・３ＰＬとＳＣＭ
・流通システム設計
・卸売業・サービス業の販売戦略
・ＳＣＭの現状と将来展望
Ｃ 企画・価格
・製品・市場戦略
Ｃ プロモーション
・チャンスをつかむインターネットビジネス

047

チャンスをつかむインターネットビジネス

人材育成上の課題・目標

・ホームページ、ＳＮＳを活用して効果的な広報をしたい
・インターネット通販に参入したいが、不安がある
・インターネットを活用することでコスト削減できると聞くが、メリットだけでなくデメリットも知りたい
・電子商取引について知りたい

課題解決・目標達成を目指して

・広報効果を高めるデータ活用や事例を知る
・インターネットビジネスの概要を知る
・ネットビジネスのメリット・デメリットを把握する
・ｅコマース導入効果の検証方法を理解する

コースのねらい

インターネットを活用した広告及びｅコマースの現状を理解することで、インターネットを活用したビジネスチャンスの拡大を検討できる知識を習得する。

カリキュラム（例）

	基本項目	主な内容（例）
基本要素	■ インターネットビジネス概論	・現状と今後の展開 ・顧客満足度向上 ・新店舗の創造
基本要素	■ インターネット広告	・インターネット広告とは ・特徴と利点 ・インターネット広告の基礎知識 ・広告効果を高めるデータ活用法
基本要素	■ 電子商取引（ｅコマース）	・ｅコマースの概要 ・ｅコマースのメリット ・電子決済方法の種類 ・ｅコマースモデル
基本要素	演習（例）	・広告効果測定事例に基づくケーススタディ ・ネットビジネスにおけるメリット・デメリットのグループ討議 ・ｅコマース導入効果の検証演習
応用・実践要素（例）		・収益化モデルの種類について ・インターネット広告の最新動向 ・広告効果を高めた工夫の事例紹介

日程設定と受講料（例）

（１）１日（６時間）コース
　　３，３００円（税込）
（２）２日間（１２時間）コース
　　５，５００円（税込）

※　金額は、１名あたりの受講料です。
※　６～３０時間の間で設定可能です。

推奨対象者

中堅層

関連コース

Ａ　バックオフィス
・クラウド活用入門
・ＩｏＴ活用によるビジネス展開
・クラウドを活用したシステム導入
・ＩｏＴ導入に係る情報セキュリティ
Ｂ　組織マネジメント
・ＩｏＴを活用したビジネスモデル
・ｅビジネスにおけるリーガルリスク
Ｃ　マーケティング
・インターネットマーケティングの活用
Ｃ　プロモーション
・プロモーションとチャネル戦略

※　基本項目は必須としますが、主な内容や演習、応用・実践要素は、ご要望に応じてカスタマイズすることが可能です。
なお、訓練時間によっては、上記の全ての内容を実施できるものではありません。