

エンジニアのための「マーケティング脳」入門講座

～顧客ニーズを把握した「売れる商品」開発の思考回路～

講師

エクスアールコンサルティング(株) 代表取締役 板橋 悟 氏

(株)ジャパン・ダイレクト・リサーチ 代表取締役 中野 教子 氏

日時 2008年3月24日(月) 午後1時～6時

会場 SSK セミナールーム

東京都港区西新橋2-1-1 興和西新橋ビル11F

【重点講義内容】

ヒット商品を作る「方法論」、知っていますか？消費者リサーチは得意ですか？「ちょっと苦手・・・」という人にお勧めの実務スキル習得講座です。機能だけでは、もはやモノは売れません。消費者の「買物欲」をくすぐるには、どうしたらよいのでしょうか？エンジニアにもマーケティングセンスが求められる時代になりました。「マーケティング脳」という言葉を聞いたことがありますか？顧客ニーズを把握して、技術開発・商品開発するスキルのことです。コンシューマー向け商材のR&D、商品企画の実務経験豊富な2人の講師をお招きして、これからのエンジニアに求められるスキル「マーケティング脳」を実務レベルで解説していただきます。エンジニアの人材育成に特化した仕事術です。重要なのは、発想の切り口・視点・思考の型。そして、それらを身につけるためのトレーニング方法。具体的な練習メニューとワークショップ。

こんな人に最適です。

- ・ユーザーに使ってもらえる技術開発をしたい人
- ・顧客の声を反映した商品開発をしたい人
- ・消費者リサーチの初心者
- ・商品開発の現場の実務を学びたい人
- ・有効なアンケート調査表の作り方を知りたい初心者
- ・リサーチ会社選びで失敗したくない人
- ・キャリアアップしたいエンジニア
- ・商品開発の現場の実務に興味がある人
- ・エンジニアの教育研修を企画する部署の人
- ・リクルートの風土・仕事術に興味がある人

あなたの右脳に刺激を与え「マーケティング脳」に変える、実務レベルの「仕事術」を身に付けてください。

<第一部> エンジニアに求められる「マーケティング脳」 板橋 悟 氏【1時間45分】

1. 「マーケティング脳」とは？
 - ・機能だけではヒット商品は作れない
 - ・これからのエンジニアに必要なのは「マーケティング脳」
 - ・先端技術と顧客の声、どちらに興味ありますか？
 - ・「マーケティング脳」とは、顧客の気持ちを想像するチカラ
2. リクルートの商品は、なぜ顧客の心を捕らえるのか？
 - ・商品開発の現場で学んだこと
 - ・独特のリサーチ手法
 - ・ユーザーの声を聞いて聞いて聞きまくる
 - ・市場調査は本当に必要か？
 - ・<体験>ワークショップ
3. 「マーケティング脳」養成術
 - ・消費者の顔が見えるようになるには？
 - (1)「イメージング法」・創造力より想像力 ・「絵」で考える習慣をつける
 - (2)「店頭ヒアリング法」・魔法のキキダス質問術 ・なりきりプロフィールを設定する
 - (3)「ベアクリエイト法」・2人で企画するメリット ・女性脳x男性脳で意外なアイデアが！
 - ・毎日実践できる行動レベルの3つのトレーニング方法

<第二部> エンジニアだからこそできる消費者リサーチ実践術 中野 教子 氏【1時間45分】

1. 何のために消費者リサーチをするのか
 - ・このアンケートどこか変？ ・私の商品開発失敗談 ・「消費者リサーチ」の重要性
2. 商品開発のエンジンとなるリサーチ
 - (1)リサーチ解体 ・良いアンケート票に隠されたロジック ・商品開発に使える結果を生み出すリサーチの「しかけ」
 - (2)ワークショップ - さあ、考えてみましょう ・この商品、どのようにリサーチしますか？
 - (3)商品開発のプロセスとリサーチ ・商品開発の中のリサーチ ・実務事例(P&Gと日本メーカーのアプローチ)
3. 活かせるアンケート調査の実践術
 - (1)消費者マインドを身につける方法 ・現場を知る ・消費者の目線の「五感」プラス自分の「直感」
 - (2)すぐに使えるリサーチの三つの武器 ・仮説、情報収集ツール、自分
 - (3)自社リサーチか？外部へアウトソースか？ ・判断基準 ・リサーチ会社選びで失敗しない3つのポイント

<第三部> パネルディスカッション+質疑応答 板橋 悟 氏 ・ 中野 教子 氏【30分】

エンジニアは、なぜ顧客の声が分からないと悩むのか？

※17:00～は、軽い飲食を交えた懇親会形式です。

PROFILE 板橋 悟(いたばし さとる)氏

1988年 東京工業大学理学部 物理学科卒業後、(株)リクルート入社。15年間の在籍中、11回異動(=社内転職)し、人事、システム、MBA留学、営業、制作、新規事業開発、書籍販売、編集、マーケティング、宣伝広報、総務と、「経理・財務部以外」の全職種を経験。1997年(株)メディアファクトリー出向。KIDS教育事業を新規事業として立ち上げる。以来、新規事業開発、マーケティング畑にどっぷりつかると。2003年独立。エクスアールコンサルティング(株)代表取締役就任。現在は、インディペンデント・ビジネスプロデューサーとして、企業の新規事業開発支援、マーケティング支援、資金調達支援をしている。得意分野は、IT、出版、マスコミ、広告、教育、会計、飲食。

【著書(翻訳)】『テキスト・マネジメント—文書データベースからマルチメディアへの展開』(リックテレコム社)

【ブログ】Web2.0時代のマーケティング <http://itasan20.jugem.jp/>

・板橋悟・Web2.0時代の経営戦略 <http://rblog-biz.japan.cnet.com/itasan20/>

・ピカソの暗号方程式 <http://ita3ango.jugem.jp/>

【参考図書】・リクルート「創刊男」の大ヒット発想術 くらた まなぶ(著)<http://tinyurl.com/2beplo>

・「視聴率男」の発想術 五味 一男(著) <http://tinyurl.com/3dfd95>

PROFILE 中野 教子(なかの のりこ)氏

1987年 大阪市立大学生活科学部卒業。プロクター・アンド・ギャンブル・ファー・イースト・インクにて、主にスキンケア、化粧品、紙製品等の消費者調査に従事。欧米、アジア諸国、日本において調査実施経験を持つ。その後、大王製紙、社会情報サービスを経て、新生銀行にてリテール金融の市場調査業務に携わった後、2007年 ジャパン・ダイレクト・リサーチを設立。顧客パネルの確立、インハウス(社内)調査システムの構築、コンセプト調査の経験を有する。

ESOMAR(ヨーロッパ世論・市場調査協会)会員。

得意分野は、リサーチ関係の法務、統計、消費者の深層心理調査、異文化コミュニケーション。

<http://www.jdr-japan.com>

<http://www.jdr-japan.com/jblog/>

- 受講料 1名につき 34,800円(懇親会・消費税込)
- お申込方法 「お客様の個人情報の保護と取り扱いについて」に同意の上、お申込フォームにご記入いただきFAXでお申込み下さい。
折り返し、受講証(当日ご持参下さい)、請求書、会場地図をご本人様宛てにお送り致します。
お申込み後、5日以内にお手元に届かない場合は必ずご一報下さい。
※お客様のご都合でキャンセルされる場合は、「開催1週間前まで」にお申し出下さい。
その後のキャンセルは、お申し受けできませんのでご了承下さい。
※ビル内は禁煙になりますので、ご了承の上お申込み下さい。
- お支払方法 請求書を発行いたしますので、開催日までに銀行振込でお願いします。

3月24日(月)「エンジニアのための「マーケティング脳」入門講座				申込日	月	日
貴社名						
所在地	〒					
TEL	()	—	FAX	()	—	
E-mail						
氏名	所属部署・役職					

※「受講証」等の送付先が上記と異なる場合は下記にご記入下さい。

通信欄	
-----	--

<input type="checkbox"/> E-mail アドレスのみご連絡 今回ご参加されない方であっても、あなたのE-mailアドレスをご記入し、お送りいただければ次回以降E-mailでご案内致します。

■ 主催(お申込み・お問い合わせ先) 株式会社 新社会システム総合研究所 ■

〒105-0003 東京都港区西新橋2-1-1 興和西新橋ビル11階

TEL:03-5532-8850 / Fax:03-5532-8851 / E-mail:info@ssk21.co.jp / URL:http://www.ssk21.co.jp

※配信停止、宛先変更、個人情報の苦情及び相談・開示は上記までご連絡下さい。 08084-M