

社内で共通語をつくる！ 全社的マーケティング人材育成 事例のご紹介

マーケティング人材の育成でお悩みの方は必ずご覧ください

* 費用は開催地、時間数等によって別途お見積りさせていただきます。

大手消費財総合メーカーのA社は2015年より全社的マーケティング人材育成教育をスタート。今後10年間でグループ会社含む約2,000人に対し、順次マーケティング教育を実施。教育期間は約7か月間。ケーススタディー & グループワークを中心に自社の将来戦略に結びつけるための研修として実施。初年度から大きな成果をおさめた。

研修効果

～共通言語化とマーケティング教育～

- 研修効果① マーケティング基礎レベルの統一の場へ
- 研修効果② 論点の明確にする場へ
- 研修効果③ 会社方針を実務に落とし込む場へ
- 研修効果④ 成功事例を共通化する場へ
- 研修効果⑤ 閉塞感を打ち破る場へ



全社的マーケティング育成教育 3つの成功ポイント

ポイント① 基礎講義は、事前にYouTube で学習、研修は議論の場

せっかく研修参加者が集まる場を講義を一方的に聴く場にしたいはありません。

かといって、社内研修の場合、基礎知識のレベルに差があるという事も否めません。

そこでマーケティング研究協会では、マーケティングを基礎知識を20分前後の動画と事前の研修テキスト配布で補います。

研修当日は、ケーススタディー等の議論からスタートでき、短時間で成果が生まれるしくみです。



ポイント② 多種多様なケーススタディーで リアルなマーケティング議論を

もっとも実務的なケーススタディーは、自社商品をディスカッションテーマに取り上げる事です。

但し、それぞれのご担当者、部署の利害関係などから、研修としてはあまり有意義な議論にならない場合が多いのも事実です。

マーケティング研究協会では日々ケーススタディーを開発し、貴社のマーケティング課題に合った論点をご提供できます。



ポイント③ 先人に学ぶ (ゲスト講師による実体験談)

各回のテーマに応じて豊富な実務経験のある先人の成功・失敗体験が聴けます。

もちろんどんな質問も自由、公開セミナーとは違い“ここだけの話”でお答えいただけます。

ゲスト講師は、数十名の中から、出身企業・業界、担当していた業務・部署・経験などから選択いただけます。



内容と受講アンケート

大手消費財のA社は、全社的スローガンである“マーケティング力の強化、すべて顧客視点で考える”を元に当マーケティング研修を実施。

7回シリーズで約25名のマーケティングスタッフ及び営業担当者が参加。以後、年2回の定例研修コースとなる。

マーケティング人材育成トレーニング 概要

	1回	2回	3回	4回	5回	6回	7回
テーマ	環境分析	STP戦略展開	商品・価格政策	チャネル政策	プロモーション政策	ブランド戦略	マーケティング課題抽出
概要	<ul style="list-style-type: none">当該市場のライフサイクル機会・脅威未来予測SWOT分析	<ul style="list-style-type: none">市場分析と競争戦略顧客セグメンテーションターゲットとペルソナポジショニング戦略	<ul style="list-style-type: none">商品MIX潜在ニーズの抽出商品コンセプト構築価格戦略競争戦略と価格設定プレミアム戦略	<ul style="list-style-type: none">流通チャネルとの取組Win-winの関係構築ショッパーマーケティング陳列MD提案とISP	<ul style="list-style-type: none">広告と販売促進バーチェスファネルAMTULSNS活用と共創マーケティング	<ul style="list-style-type: none">顧客から選ばれるブランドコンセプト作成ネーミングとストーリー展開ブランドポジショニング	<ul style="list-style-type: none">当社のマーケティング課題を検討全6回で学んだフレームワーク、ケーススタディを活かして自社がいかなるマーケティング展開をすべきか検討する
ケーススタディ	PEST分析、5Forcesを活用して任天堂の凋落要因を分析	スターバックスの新たなターゲット顧客を考察する	ブランドイメージを刷新するマクドナルドの新商品企画を考える	宅配販売店を有効活用した明治のチャネル戦略	低価格を訴求する以外の吉野家の販売促進を考える	新生VAIOが目指すべきブランドポジショニングを考える	
ゲスト講師	元大手加工食品会社マーケティング部長	元健康食品会社調査室長	元家電・情報機器会社商品企画課長	元製薬(OTC)会社チャネル戦略部長	元日用雑貨メーカーブランドマネジャー	元お菓子メーカー戦略企画室マネジャー	

●受講者の声（受講6か月後の振り返りシートより）

- ・これだけ体系立ってマーケティングを勉強できたのは素晴らしい経験になった
- ・最終回のトッププレゼンで、それまで学んだフレームワークが活かされた
- ・ゲストのお話が興味深い。特に失敗談は今後の教訓にしたい
- ・7回シリーズのつながりがあって、毎回次の研修が楽しみだった
- ・マーケティング初心者なので事前にYouTubeで勉強できたのが、助かった
- ・部内の会議で研修で学んだことが共通語になってきた、と感じた
- ・思いつきでプロモーションを打つことがどれだけ無駄な投資かが分かった
- ・ケーススタディーが身近な商品・ブランドだったので、議論し甲斐があった
- ・7回を通してファシリテーターの方が、最終回(トッププレゼン)までリードしてくれた
- ・すごく刺激を受けました。今後も続けて下さい。



オプション

a.受講者アセスメント

全回のディスカッションと最終課題から個人別のアセスメントを行うことが可能です。受講生の思考特性と学習態度から今後の方向性を示唆します。更に講師による個人面談を行い更なる動機づけすることも可能です。

b.最終アウトプットの添削

最終回のトップへのプレゼンテーション等、研修成果発表をコンテンツ及び発表方法等、添削や情報提供支援を行うことが可能です。これらが受講者が今後業務を遂行していく上での自信につながります。

c.異業種交流型研修

本研修は、異業種交流型での実施が可能です。貴社からエントリー表明をいただければ、当社のネットワークで他業種で同じような課題・マーケティング人材育成をお考えの企業を募集し、数社の合同研修として実施できます。

CONTACT

お問い合わせ

FAX: 03-5227-5712

E-mail: yamamoto@marken.co.jp

お問い合わせ・ご相談は、下記必要事項をご記入の上、FAXか下記メールアドレス宛にお願いいたします。折り返し、担当者よりご連絡させていただきます。

御社名	
所属	役職
御名前	
住所	
電話番号	E-mail
ご相談内容	