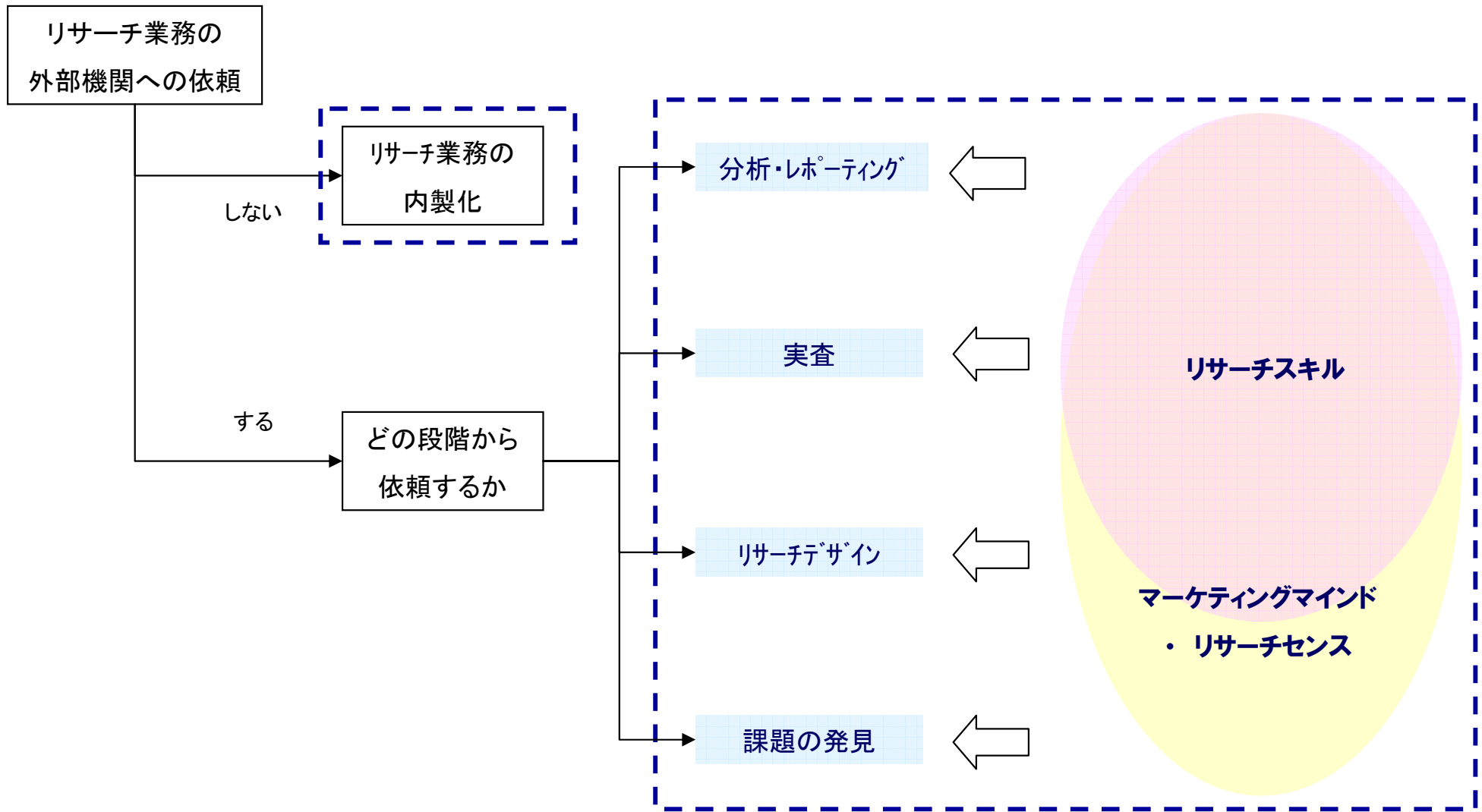


「マーケティングリサーチ」トレーニング メニュー



リサーチ実務のご支援

+

リサーチ実務の際に必要な
能力の強化・育成

※勉強会、研修会形式、個別指導等

【1】 仮説構築

6H

1. 仮説とは
 - ・ 仮説立案のプロセス
 - ・ 定量データから仮説を導き出す
 - ・ 2次データの活用
2. マーケティングリサーチの基本
 - ・ マーケティングとリサーチとの関連
 - ・ マーケティングリサーチのプロセス
 - ・ リサーチャーに求められるスキル
 - ・ リサーチ手法の理解（定量・定性）

【2】 調査設計_1

3H

3. リサーチ企画の立て方
 - ・ マーケティング目的と課題設定
 - ・ リサーチの目的
4. 調査設計
 - ・ 調査手法
 - ・ アウトプットイメージの設定
 - ・ サンプルングと必要サンプル数の設定

（演習）調査設計の検討

【3】 調査設計_2

3H

5. アンケート表の作成
 - ・ 優れたアンケート表とは
 - ・ 設問の順序と表現方法
 - ・ MECEと選択肢の設定

（実習）ユーザー調査の調査表作成
6. インタビューフローの作成
 - ・ インタビューフローのコツ
 - ・ グループインタビューの留意点

【4】 分析スキル_1

3H

7. 基本統計知識
 - ・ 代表値（平均値・中央値・再頻値）
 - ・ データのバラつき（標準偏差）
 - ・ 基本集計方法の理解（GT・クロス集計）
8. 押さえておきたい分析知識
 - ・ 検定方法（カイ二乗検定・t検定）
 - ・ 相関分析（単相関と偏相関）

【5】分析スキル_2

3H

9. 押さえておきたい分析方法（続き）

- ・多変量解析の理解と効用
- ・重回帰分析と予測
- ・因子分析・主成分分析とポジショニング分析
- ・クラスター分析とセグメンテーション

10. マーケティングで役立つ分析法

- ・ABC分析
- ・シェア分析
- ・PSM分析／コンジョイント分析

【6】分析スキル_3

3H

11. 定性データの加工と分析

- ・定性データの本質
- ・ニーズ構造化分析
- ・因果関係の把握

12. 評価グリッド法の実践

- ・客観的ベネフィットと主観的ベネフィット

【7】結果の考察_1

3H

13. 調査データの理解

- ・クロス集計からの読み取りと考察
- ・分析レポートの検証

14. ドキュメンテーションへの落とし込み

- ・キーマンを説得するデータのまとめ方
- ・ロジカルドキュメンテーション
- ・サマリーレポートの作成
(演習) 事例をもとにサマリーレポートを作成

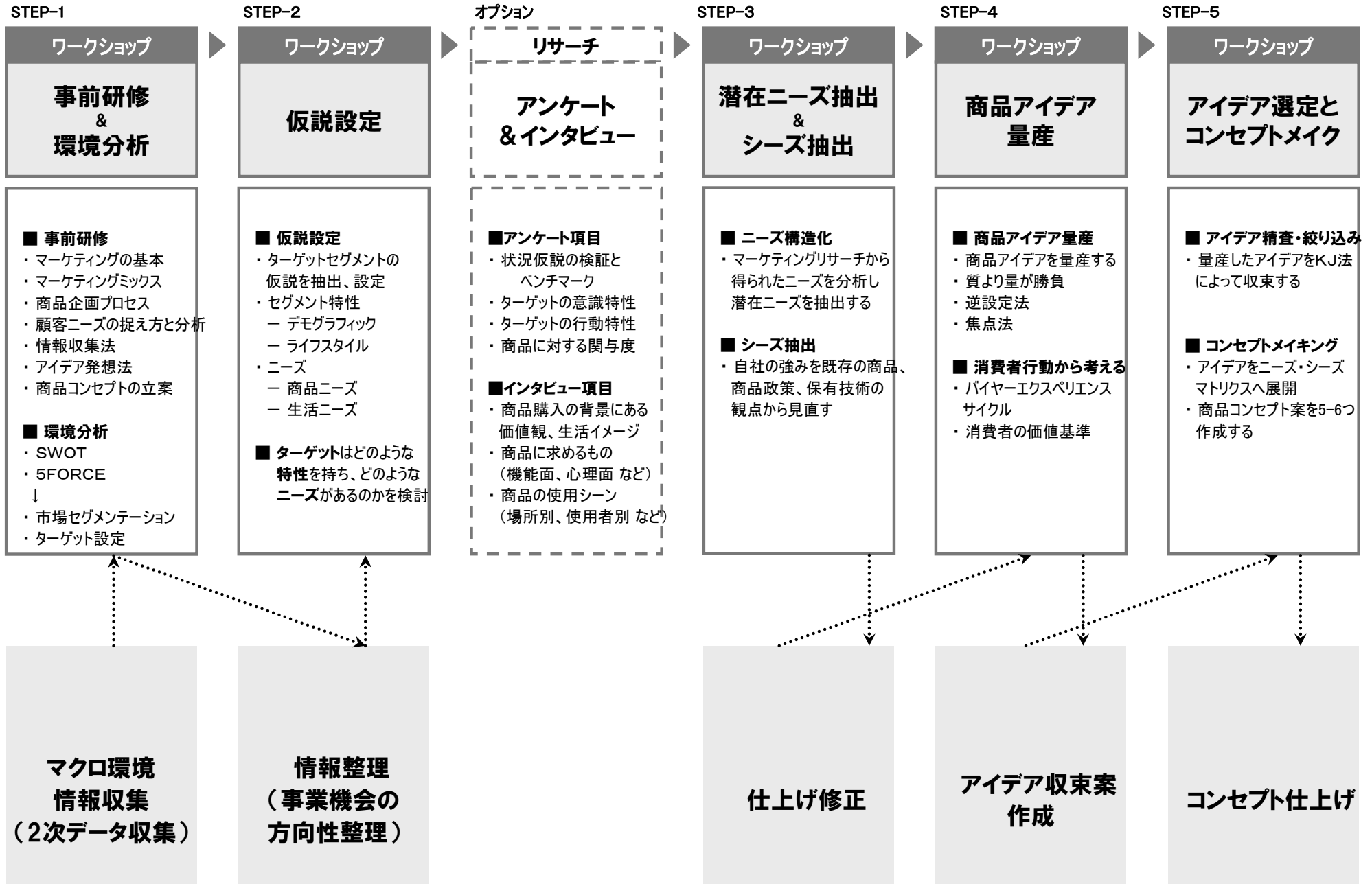
【8】結果の考察_2

3H

15. ビジネスチャンス洞察力

- ・ロジカルシンキングの基本
- ・ロジックツリーの理解と実践
(演習) 自社CSレポートからツリーを作成

16. まとめ



バックヤードワーク→データ収集やアウトプットの整理など、ワークショップを活性化させるサポート

スキル項目		
大項目	中項目	小項目
マーケティング リサーチ	課題の発見・定義、仮説構築	マーケティング上の問題の整理（3C、4P分析等）
		課題解決における仮説構築と、その探索・検証に必要なデータの検討
	企画・設計・データ収集	探索的、検証的リサーチの理解
		一次、二次データの理解
		定量、定性調査の理解
		サンプルデザイン（母集団の定義、サンプリング）の理解
		一次データの収集方法（調査方法の理解：面接調査、非面接調査）の理解
		二次データの収集方法（内部データ、外部データ）の理解
		質問票の設計
	データ分析・結果の解釈	定性データの読み方
		単純・クロス集計の理解
		検定の理解（ χ^2 乗検定、t検定、相関分析等）
		多変量解析の理解（重回帰、主成分、コレスポンデンス、コンジョイント分析等）
		統計ソフトの活用
	報告	報告書の書き方
	その他	調査会社のハンドリング
		統計理論のレクチャー

☆トレーニングへ入る導入段階、終了段階においてスキルレベルがどの程度向上しているか測定することが可能です。