

## 12. SEのためのソリューション・マーケティング

[概要] 顧客の問題解決を図るソリューション・マーケティングを実践するためには、営業だけのマーケティング活動だけではなく、SEや経営陣を含めたチームセリングが必要となり、SEの方もマーケティング活動に参画する必要があります。

この研修では、ソリューション・マーケティングに必要なチームセリングでのアカウント・プランの重要性、立案方法を理解し、アカウント・プランの立案に必要な顧客分析方法を習得することができます。

[学習目標] ソリューション・マーケティングとは何かを理解する  
アカウント・プランの重要性・立案方法を理解する  
アカウント・プラン立案における顧客分析ができるようになる

[受講対象者] IT企業のSEの方

[日数] 2日間

[形式] 講義+演習

[時間] 9:30~17:00

[タイムスケジュール]

日程	内容
第1日目 AM	1. ソリューション・マーケティングとは <ul style="list-style-type: none"> <li>・ソリューション・マーケティングの定義</li> <li>・ソリューション・マーケティングの必要性               <ul style="list-style-type: none"> <li>マーケティングの変遷</li> <li>マス・マーケティングと関係性マーケティング</li> <li><b>STP 戦略、マーケティング・ミックス、IDIC</b></li> </ul> </li> <li>・ソリューション・マーケティングに不可欠なチームセリング</li> <li>・ソリューション・マーケティングのステップ               <ul style="list-style-type: none"> <li>アカウント・プランの立案、顧客リレーションの構築、ニーズの把握、提案、受注、導入、アフターケア</li> </ul> </li> <li>・アカウント・プランの重要性</li> <li>・アカウント・プランの内容</li> </ul> 2. アカウント・プランの立案方法 <ul style="list-style-type: none"> <li>・アカウント・プランの立案プロセス</li> <li>・アカウント情報の収集</li> <li>・顧客分析               <ul style="list-style-type: none"> <li>問題点の抽出</li> <li>課題の検討</li> </ul> </li> <li>・ソリューション・プランの作成</li> </ul> 3. ロジックツリー・フレームワークを活用した顧客分析 <ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客分析でロジックツリー・フレームワークの活用が有効な範囲</li> <li>・潜在化した問題点の抽出               <ul style="list-style-type: none"> <li>ロジックツリー (WHY ツリー)、</li> <li>フレームワーク (SWOT、3C、PEST、</li> <li>ファイブフォース、バリューチェーン、7S)</li> </ul> </li> </ul>
PM	<ul style="list-style-type: none"> <li>・潜在化した課題の検討               <ul style="list-style-type: none"> <li>ロジックツリー (HOW ツリー)</li> <li>フレームワーク (ダブル SWOT)</li> </ul> </li> <li>・課題の整理・体系化               <ul style="list-style-type: none"> <li>フレームワーク (BSC)</li> </ul> </li> </ul> (事例演習1) ロジックツリーを活用した顧客分析 (課題1) 問題点の抽出 Why ツリーの作成 (課題2) 課題の検討 How ツリーの作成
第2日目 AM	(事例演習2) フレームワークを活用した顧客分析 (課題1) 問題点の抽出 SWOT 分析
PM	(課題2) 課題の検討 ダブル SWOT (課題3、4) BSC を活用した課題の整理・体系化