

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

[前提条件] 特になし

[日数] 2日間

[形式] 講義+演習（演習中心、30：70）

[時間] 9：30～17：00

[研修に必要なもの]

講師用：プロジェクター、ホワイトボード、
掲示用マグネット（棒状のもの4本以上）

受講者用：模造紙 10枚/グループ（3～4名で1グループ）
セロハンテープ 1個/グループ
ポストイット（7cm×7cm程度のもの）2束/名
マジック 1本/名

[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"> ・ソリューション・マーケティングの定義 ・ソリューション・マーケティングの必要性 <ul style="list-style-type: none"> マーケティングの変遷 マス・マーケティングと関係性マーケティング STP 戦略、マーケティング・ミックス、IDIC ・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 ・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"> 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 ・アカウント・プランの重要性 ・アカウント・プランの内容 2. アカウント・プランの立案方法 <ul style="list-style-type: none"> ・アカウント・プランの立案プロセス ・アカウント情報の収集 ・顧客分析 <ul style="list-style-type: none"> 問題点の抽出 課題の検討 ・ソリューション・プランの作成 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"> ・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 ・潜在化した問題点の抽出 <ul style="list-style-type: none"> ロジックツリー (WHY ツリー)、 フレームワーク (SWOT、3C、PEST、 ファイブフォース、バリューチェーン、7S)
PM	<ul style="list-style-type: none"> ・潜在化した課題の検討 <ul style="list-style-type: none"> ロジックツリー (HOW ツリー) フレームワーク (ダブル SWOT) ・課題の整理・体系化 <ul style="list-style-type: none"> フレームワーク (BSC) (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