

カリキュラム

実施機関名：一般社団法人キャリア戦略開発協会

C. 営業・販売	顧客拡大	新サービス・商品開発の基本プロセス
-----------------	-------------	--------------------------

到達目標	ヒット商品の考え方、アイデアの出し方及び自社資産の活用方法を理解し、企画書の作成を行い、サービス、商品づくりの基本プロセスを習得する、
-------------	---

指導内容	「基本項目」	「主な内容」
指導内容	1 新商品開発プロセス	(1) 会社の事業戦略と商品開発 <ul style="list-style-type: none"> ・ 全社経営目標と経営戦略の現状 ・ 市場の変化と新商品開発の必要性 ・ 現状分析(3C分析、SWOT分析) ・ 市場におけるポジショニング ・ 新商品ターゲット顧客選定のセオリー ・ ターゲット顧客の選定方法 (2) 商品コンセプト <ul style="list-style-type: none"> ・ 商品コンセプトにおけるテーマ ・ 顧客視点での商品コンセプト ・ 競合相手との関係 ・ 魅力的な商品コンセプトの作り方 ・ 事業コンセプトとの関係
	2 売れる新商品に向けた企画手順	(1) 新商品の企画手順 <ul style="list-style-type: none"> ・ 新商品企画の狙い ・ 顧客の対象層と要望(ニーズ)の分析 ・ 商品の価値ベネフィットの明確化 ・ 提供方法の選定 ・ アイディアの整理と検討 ・ 新商品の販売方法とエリアについて ・ 差別化、特徴、強みの確認 ・ 既存商品の整理とビジネスチャンス
	3 新商品企画とコストの検討	(1) 新商品の企画 <ul style="list-style-type: none"> ・ 商品企画の目的、目標、方針 ・ 開発コストと利益見込み ・ 開発スケジュールと製造方法 ・ ボトルネックの明確化と対策 ・ 新商品の将来性 (2) 新商品の企画書作成 <ul style="list-style-type: none"> ・ 企画書の構成 ・ 統計データの活用 ・ 画像の活用 ・ ヒット商品の企画構成