

リサーチ結果をアクションに結び付けるには！

多くの経費をかけてリサーチをしてみたものの、その結果をどう業務に活かしたらいいのかわからない、リサーチがアクションに結びついていないSCを良く見かけます。これではせっかくかけた経費が無駄になってしまいます。

こうした無駄をなくすためには、「ポジショニングステートメント」の作成が不可欠です。「ポジショニングステートメント」はアメリカのS C業界では常識になっている日本語で「運営方針書」とも呼ぶべきものです。

マーケティングの基本であるS T P（セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング）の考え方を踏襲して、S Cの基本方針や目指す方向をとりまとめたものです。

この「ポジショニングステートメント」の作成を意識していれば自分たちにどのデータが必要なのか入手したデータをどう分析して、アクションにつなげればいいのか明確になるのです。

決め手となる「ポジショニングステートメント」の作成を実体験できる

本ワークショップではこの「ポジショニングステートメント」の作成を、あるS Cのケースに基づいて実際に体験していただくことでS Cマーケティングの根幹となるマーケティングプロセスやS T Pのノウハウを身に付けていただきます。

混乱を整理して施策の効果を増大

